

Le settimane Fairtrade 2017

Paese di realizzazione	Italia
Importo totale dell'iniziativa	€ 261.660
Fonte di finanziamento	Risorse interne. Fianziatori privati: Alce Nero, Cooperativa Chico Mendes Modena
Partner	Alce Nero, Bennet, Coop Italia, Coop Centro Italia, NovaCoop, Coop Lombardia, Coop Alleanza 3.0, Coop Tirreno, Coop Liguria, Coop Reno, Auchan, Carrefour, Mondadori Store.
Stato di avanzamento	Avvio: 01/11/2016 Conclusione: 31/10/2017
Descrizione	Campagna di promozione e sensibilizzazione rivolta ai consumatori italiani. Svolta in partnership con le principali insegne della grande distribuzione, la campagna intercetta i consumatori nel punto vendita al momento dell'acquisto, sottoponendo loro alcune problematiche legate alla produzione delle materie prime di importazione (come cacao, caffè, banane e ananas, tè, spezie, cotone, zucchero, ecc.) generalmente prodotte nei DC e LDC. Lo slogan della campagna è "Fai la spesa, cambia il mondo".
Risultati raggiunti	Durante la campagna è stata realizzata attività di sensibilizzazione con promoter in 148 punti vendita selezionati per un totale di 254 giornate. Le promoter hanno raccolto i feedback dei consumatori tramite questionario: 27.180 persone avvicinate di cui 21.000 interessate, il 37,6% conosce il marchio Fairtrade, il 64,2% di chi non conosceva il marchio ha acquistato dopo aver ricevuto informazioni dalla promoter.

Fairtrade Italia s.c.

Sede legale ed operativa:

Passaggio De Gasperi, 3 | 35131 Padova | tel. +39 049 8750823 | fax. +39 049 8750910

www.fairtrade.it | info@fairtrade.it

p.iva 02649970293 | c.f. 93074710232 | Albo Coop A108664 |

Member of Fairtrade International www.fairtrade.net

Realizzata raccolta dati sui risultati della campagna (raccolta feedback tramite questionario somministrato a tutti/e i/le promoter al termine della promozione). La maggior parte delle promoter riporta che il principale motivo di acquisto delle persone che conoscono già il marchio e che abitualmente acquistano prodotti Fairtrade è la qualità dei prodotti, seguita dalla scelta etica. In media il 33% del totale degli intervistati dichiara che acquisterà prodotti Fairtrade in futuro.

La campagna è un'importante occasione per mettere in evidenza la partnership tra i retailer e Fairtrade e per incrementare le vendite dei prodotti Fairtrade nei punti vendita. I retailer hanno partecipato dando spazio alla campagna nei volantini promozionali, sul proprio sito web e sui social network.

Realizzata formazione diretta delle promoter che hanno lavorato sul punto vendita: brief ad hoc sui prodotti del retailer, schede prodotto aggiornate.

Coop: 108 punti vendita con promoter, 44 con presidi organizzati dai soci Coop.

Realizzata formazione per i soci e i dipendenti Coop (17 dipendenti Coop Liguria, 50 soci Coop Liguria, 100 soci NovaCoop, 35 soci UniCoop Tirreno): percorso di conoscenza sulla cioccolata, in collaborazione con Icam, e formazione all'attività di divulgazione/informazione. I soci, con il supporto di Fairtrade, hanno organizzato nei punti vendita incontri informativi con degustazione del cioccolato Solidal Fairtrade.

Carrefour: Realizzato incontro con i dipendenti presso la Sede Centrale di Milano. 250 partecipanti, 350 caffè serviti.

Naturasì: alto gradimento dell'iniziativa con promoter, i consumatori hanno apprezzato soprattutto la qualità dei prodotti. Hanno ricevuto informazioni sui prodotti 6.025 persone. Il 63% dichiara di conoscere già il marchio Fairtrade, e di questi il 66 % dichiara di acquistare prodotti certificati.

Realizzata iniziativa con promoter "The London Tea" per la promozione del tè Fairtrade: coinvolti 5 punti vendita Auchan, 3 Mondadori Store, 2 punti vendita Bennet.

Fairtrade Italia s.c.

Sede legale ed operativa:

Passaggio De Gasperi, 3 | 35131 Padova | tel. +39 049 8750823 | fax. +39 049 8750910

www.fairtrade.it | info@fairtrade.it

p.iva 02649970293 | c.f. 93074710232 | Albo Coop A108664 |

Member of Fairtrade International www.fairtrade.net

Realizzati materiali grafici di comunicazione della campagna personalizzati per insegna, distribuiti durante le attività nei supermercati (cartoline, gadget, locandine, stopper, etc).

Realizzati gadget della campagna: magliette “Fai la spesa, cambia il mondo” e gettoni Fairtrade per il carrello della spesa (7.881 gettoni distribuiti).

Realizzato sito web dedicato alla campagna.

983 click agli approfondimenti sui prodotti Fairtrade (601 click da campagne AdWords e Facebook Adv + 118 da conversioni indirette + 263 click da sitelink AdWords).

Campagna Facebook: 203 nuovi like alla pagina, 9.785 reazioni ai post, 393 condivisioni dei post, 4.489 click sul link di approfondimento.

Utilizzo di Search, Display, Remarketing Display e GSP per portare traffico alla landing page: 46.774 click, dato raddoppiato rispetto al 2016.

Pubblicate pagine pubblicitarie dedicate alla campagna sui magazine dei retailer: Coop Consumatori, Bene insieme, DIVITA Magazine, Naturalis Magazine, Selex ViviClub. Pubblicato banner sul sito E-Coop.

Realizzato piano editoriale per Facebook, Twitter e Instagram. Realizzata attività di comunicazione istituzionale e ufficio stampa: news su sito web istituzionale, 4 newsletter a tema, landing page dedicata, 3 comunicati stampa ai media nazionali.

Hanno parlato della campagna: Il Venerdì di Repubblica, Corriere della Sera – Buone Notizie, Avvenire, Italiafruit News, Distribuzione Moderna, InBlu Radio, Libero.

Fairtrade Italia s.c.

Sede legale ed operativa:

Passaggio De Gasperi, 3 | 35131 Padova | tel. +39 049 8750823 | fax. +39 049 8750910

www.fairtrade.it | info@fairtrade.it

p.iva 02649970293 | c.f. 93074710232 | Albo Coop A108664 |

Member of Fairtrade International www.fairtrade.net