

## Fai la spesa cambia il mondo (focus banane - ananas) 2018

Paese di realizzazione	Italia
Fonte di finanziamento	Risorse interne. Finanziatori privati: Spreafico, Inventa.
Partner	Consorzio Nord-Ovest Coop, Nicofrutta
Stato di avanzamento	Avvio: 01/06/2018 Conclusione: 30/12/2018
Descrizione	Campagna di comunicazione, sensibilizzazione e coinvolgimento dei consumatori che mira a sostenere le vendite di banane (convenzionali e sfuse) e ananas Coop Fairtrade, aumentare la riconoscibilità del marchio Fairtrade, e consolidare la relazione con i retailer Coop sul territorio. L'iniziativa punta a rendere i consumatori più consapevoli rispetto ai benefici del Fairtrade per i produttori di banane e di ananas e a coinvolgerli incoraggiandoli a utilizzare il loro potere di acquisto per cambiare positivamente il mondo.
Risultati raggiunti	Realizzate 2 campagne di sensibilizzazione con focus su banane e ananas:  - <b>Campagna Banane:</b> in 69 punti vendita (29 Ipercoop, 40 Coop) per sostenere la vendita di banane (convenzionali e sfuse) Coop Fairtrade. Allestiti banchetti con degustazioni di banane. I/Le promoter hanno raccolto i feedback dei consumatori tramite questionario: su 19,553 persone avvicinate il 47% conosce il marchio e afferma di acquistare Fairtrade, il 41% non conosce il marchio. Dai dati raccolti il 72% delle persone avvicinate ha acquistato le banane. I principali driver di acquisto: taglio prezzo, qualità, scelta etica, abitudine, fiducia nel marchio, assaggio.

### 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](http://www.fairtrade.it) | [info@fairtrade.it](mailto:info@fairtrade.it)

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

Member of Fairtrade International [www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)

Realizzati materiali grafici di comunicazione della campagna personalizzati per insegna, distribuiti durante le attività nei supermercati (poster e brochure). Realizzati gadget della campagna: magliette “Fai la spesa, cambia il mondo” e gettoni Fairtrade per il carrello della spesa. Attuato un piano editoriale per Facebook, Twitter, Instagram, e LinkedIn (taglio B2B con link a news dedicata sul sito). I retailer hanno partecipato dando spazio alla campagna nei volantini promozionali, sul proprio sito web e sui social network.

**Campagna Ananas:** in 17 punti vendita (Novacoop in Piemonte) per un totale di 34 giornate. Allestiti banchetti personalizzati con degustazioni di ananas. I/Le promoter hanno raccolto i feedback dei consumatori tramite questionario: su 4.082 persone avvicinate (in media 240 per punto vendita) il 46% conosce già il marchio Fairtrade. Dai dati raccolti il 63% delle persone contattate ha partecipato alla degustazione, di queste il 46% ha acquistato ananas. I principali motivi di acquisto: clienti già fidelizzati, buon rapporto qualità-prezzo, fiducia nel marchio, qualità. Realizzati materiali grafici di comunicazione della campagna, distribuiti durante le attività nei supermercati (poster e volantini “Questi ananas rispettano i diritti dei lavoratori” - 7.200 distribuiti). Realizzati gadget della campagna: magliette “Fai la spesa, cambia il mondo”.

Nel complesso, i clienti sono rimasti soddisfatti, le attività di promozione e di degustazione sono state gradite. I clienti hanno manifestato e dimostrato interesse nel marchio Fairtrade: molti conoscevano già le banane Fairtrade ma non l’ananas.