

## **Sintesi campagna**

### **“ UNA MANO DAL CAMPO “**

*Campagna di fundraising ideata dal Consorzio Servizi per l'Agricoltura (Co.Se.Pa.) e Promossa dalla Fondazione Banco alimentare in collaborazione con Legambiente Onlus - Campagna Legambiente per l'Agricoltura Italiana di Qualità (LAIQ).*

### **Obiettivo**

**Donare 2.000.000 pasti al Banco alimentare in tre anni.**

Secondo la stima della European Food Banks Federation un pasto equivalente corrisponde a 500 gr. di alimenti.

### **ARTICOLAZIONE**

**1)** Le aziende aderenti alla campagna “Una mano dal campo”, interessate a rafforzare al loro immagine e a sostenere e promuovere un loro marchio fronte consumatore, stipulano uno specifico accordo con una insegna della Gdo che opera a livello regionale o nazionale, per raccogliere fondi per il banco alimentare.

**2)** Le aziende aderenti, individuano, perciò, tra le loro offerte commerciali il prodotto o un paniere di prodotti da promuovere, previo accordo con l'insegna della Gdo e la condivisione con gli altri partner.

### **Prerequisiti dei prodotti**

A) Essere espressione delle linee guida di produzione di Laiq, che si basano sui metodi metodi produttivi della lotta Integrata e hanno come obiettivo il residuo zero.

B) Ovviamente possono essere espressione di filiere biologiche e/o-biodinamiche purché gli standard di qualità e sicurezza siano pari o superiori a quelli di Laiq.

C) I prodotti devono essere di largo consumo, ad alta rotazione, distribuiti dalla GDO e offerti al pubblico con uno scontrino non superiore a euro 2,50 per i prodotti tal quali e di un massimo 5 euro per i trasformati (es. pasta, riso, passate di pomodoro, olio di semi, vino).

D) I prodotti devono essere disponibili nella quantità necessaria nel periodo della promozione concordata con l'insegna partner ma senza intaccare le normali attività aziendali.

E) Devono essere confezionati in modo sostenibile e il più possibile riciclabile

F) Sul packaging vanno riportati i loghi di Banco alimentare e Laiq

G) L'azienda aderente avrà l'esclusiva della tipologia di prodotto per tutta la durata della campagna (salvo accordi diversi) e di converso deve garantire la disponibilità del paniere o del gadget nell'arco temporale dei prossimi 3 anni.

**3)** Per rendere operativa la campagna l'azienda aderente deve inoltre:

A) Concordare una lettera di intenti con Co.Se.P.A ente promotore di “Una mano dal campo” in cui si specificano, la durata dell'accordo, le attività svolte dal consorzio, il suo compenso. Si allega Fac simile.

B) Sottoscrivere accordo triennale con il Banco Alimentare di cui si allega fac simile.

C) Se l'azienda non è ancora aderente alla campagna Laiq, sottoscrivere l'Adesione, che comporta il rispetto delle linee guida di produzione o l'impegno ad adeguarsi, anche per step, in un periodo di tempo da concordare, ma ragionevolmente breve.

D) Codificare un accordo l'insegna partner della GDO che regoli la sua durata i reciproci impegni, tempi e modalità.

### **Comunicazione**

1)Spetta all'Azienda aderente mettere a disposizione un ufficio o un'agenzia stampa, professionale, che recepisca gli input (ovvero l'esplicitazione della mission declinata nelle specificità dei vari Soggetti). Dovrà coordinandosi con i vari attori, per produrre tutti i necessari supporti comunicativi sia per i media tradizionali generalisti, sia per gli specializzati di settore, sia per i social media.

2)Tutte le realtà coinvolte si impegnano a collaborare, coordinandosi al meglio, per preparazione la comunicazione a sostegno della campagna, definendo tempi e reciproci incarichi.

3)Infine ogni soggetto, ognuno per le sue specificità e relazioni, si impegnerà nella diffusione di quanto preparato.

### **Gestione dei prodotti e della raccolta fondi**

Fermo restando che il pilastro fondamentale della campagna è l'impegno dell'azienda aderente, a donare, per ogni gadget venduto, un pasto al Banco Alimentare, le modalità di gestione possono essere diverse e comunque da concordare tra Azienda, insegna della GDO e il Banco Alimentare con il coordinamento di Co.Se.Pa

La prima iniziativa si è svolta dal 12 al 22 novembre 2021 in tutti i punti vendita Ce.Di. Gros del Lazio, con “Patata di Campo-Amica dell’ambiente” della F.Ili Romagnoli.

**Per ulteriori informazioni scrivete scrivere a [g.donadello@cosepa.it](mailto:g.donadello@cosepa.it)**

Dicembre 2021