

CSR

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Prosegue l'appuntamento con la rubrica Csr (Corporate Social Responsibility) News. Uno spazio che abbiamo voluto dedicare alle tantissime attività a favore di associazioni, gruppi di volontari, onlus e altro ancora. Tutto quello straordinario mondo del volontariato di cui il nostro paese è ricco. Mia figlia Valentina ha vissuto in prima persona all'interno di questo mondo. Dopo la laurea è stata tre lunghi anni in Uganda per conto di Avsi, la più importante Ong italiana. Un'esperienza difficile – fra bambini soldato, malati di aids, campi profughi – che l'ha segnata e fatta crescere. Giusto e doveroso allora comunicare a tutti queste iniziative. Anche perché può essere uno stimolo a organizzarne altre e ancor più significative. "È bene non fare il male. Ma è male non fare il bene". (Sant'Alberto Hurtado).

Angelo Frigerio

'Non sprecare, crea'

Carrefour Italia e Barilla insieme per una campagna contro lo spreco alimentare.

Per sensibilizzare i propri clienti all'adozione di corretti stili di vita, Carrefour Italia ha lanciato insieme a Barilla 'Non sprecare, crea', la campagna a favore della lotta contro lo spreco alimentare. Nonostante stiamo vivendo in un contesto culturale più sensibile rispetto alle questioni di sostenibilità ambientale ed economica, in Italia i dati relativi allo spreco alimentare continuano ad essere allarmanti. Se cinque anni fa la metà degli italiani dichiarava a cuor leggero di buttare cibo quasi ogni giorno, nel 2018 solo l'1% ammetteva di farlo, ma il valore stimato di ciò che sprechiamo è ancora troppo alto: 15 miliardi di euro, quasi un punto percentuale del Pil. Per questo motivo Carrefour Italia, da sempre attenta ai temi dell'anti-spreco e della corretta alimentazione, ha avviato una campagna instore e online che ha preso vita in tutti i punti vendita Iper, Market ed Express del territorio. In particolare, fino al 31 dicembre 2019, in 50 Ipermercati e Mini-Iper i reparti ortofrutta sono stati trasformati con allestimenti ad hoc per comunicare ai clienti in ma-



niera semplice e immediata i messaggi anti spreco di Carrefour Italia e Barilla grazie a leaflet informativi e al "Decalogo dei 10 consigli per una spesa a spreco zero" contenente ricette speciali per utilizzare e non sprecare verdure e prodotti prossimi alla scadenza. Inoltre, acquistando due confezioni di pasta Barilla e una porzione di verdura era possibile vincere un robot da cucina KitchenAid Artisan al giorno. Gli stessi contenuti, presenti negli espositori in punto vendita, poi, erano accessibili anche in una landing page apposita a cui si poteva accedere attraverso un banner presente nella sezione e-commerce. "Siamo orgogliosi dell'iniziativa 'Non sprecare, crea' lanciata in collaborazione con un partner d'eccezione come Barilla" ha commentato Carrefour Italia. "Il tema

dello spreco alimentare è di primaria importanza per il nostro futuro, perché ha ricadute etiche, ambientali e sociali". "Per noi è un'importante collaborazione per incentivare l'adozione di corretti stili di vita" – ha affermato Barilla – "Questo progetto è allineato al nostro modo di fare impresa 'Buono per Te, Buono per il Pianeta', che rappresenta per noi di Barilla l'impegno quotidiano delle oltre 8mila persone che lavorano nel Gruppo e di una filiera che ne condivide valori e passione per la qualità. 'Buono Per Te' significa migliorare continuamente i prodotti, incentivare l'adozione di corretti stili di vita e favorire l'accesso al cibo delle persone. 'Buono per il Pianeta' significa promuovere filiere sostenibili, ad esempio nel ridurre le emissioni di CO2 e i consumi di acqua nella filiera produttiva".



Partnership solidale tra Despar Centro-Sud e I Bambini delle Fate

Trani (Bt). Maiora, concessionaria del marchio Despar per il Centro-Sud, ha sostenuto le attività promosse da I Bambini delle Fate, una delle più virtuose imprese sociali italiane che dal 2005 si occupa di comunicazione sociale e raccolta fondi al fine di migliorare la vita delle tante famiglie italiane che vivono la sfida dell'autismo e della disabilità ogni giorno dell'anno. In particolare, Maiora ha promosso il progetto 'Fellicemente Natale', un percorso finalizzato a favorire lo sviluppo delle abilità lavorative di un gruppo di ragazzi con autismo e neurodiversità. La partnership ha avuto un primo momento di espressione sabato 14 dicembre: presso l'Eurospar di Trani (in Via



Benedetto Croce) alcuni ragazzi affetti da autismo, supervisionati da professionisti appartenenti alla cooperativa sociale 'Sivola', sono stati coinvolti dallo staff del punto vendita nel donare alla clientela il ricettario natalizio di Despar. Attraverso questa attività i ragazzi hanno vissuto in prima persona una giornata all'insegna dell'inclusione e dell'interazione sociale con i clienti. Un primo passo verso un più ampio progetto che prenderà il via nel corso del 2020 presso alcuni punti vendita a insegna Despar.

Paluani: al via la campagna social 'Trasformiamo in renne i leoni da tastiera'

Verona. Con l'obiettivo di sensibilizzare le persone ad un utilizzo meno violento del linguaggio online, Paluani e l'associazione Parole O_Stili si sono unite per una campagna social digital. Il progetto, chiamato 'Trasformiamo in renne i leoni da tastiera', ha visto protagonista del claim un leone, appunto, con indosso delle orecchie da renna. Per ogni commento violento che Parole O_Stili ha ricevuto sui propri canali social durante il periodo natalizio, la storica azienda veronese ha donato un euro all'Associazione e fornito ai 'leoni da tastiera' dei piccoli suggerimenti di stile ispirati al Manifesto della comunicazione non ostile.

Gruppo V&G lancia un'app per ridurre gli sprechi alimentari

Milano. Gruppo V&G annuncia l'avvio della partnership in Liguria con 'Last minute sotto casa', app per la vendita di prodotti prossimi alla scadenza. Coinvolti quattro punti vendita di La Spezia ad insegna Dimeglio. Il meccanismo di redistribuzione consiste nel notificare su smartphone la presenza di prodotti e relativi sconti nei negozi vicini agli iscritti alla piattaforma. Sono già 100mila i download dell'app. "Il Gruppo ha l'obiettivo di portare su scala nazionale questo progetto", dichiara Francesca Repossi, responsabile marketing di Gruppo V&G, "che si inserisce in un contesto che vede sempre di più l'economia circolare come modello da applicare concretamente alla realtà quotidiana".

Probios – Treedom, un progetto per l'ambiente e la popolazione del Camerun

Calenzano (Fi). È stata avviata la collaborazione fra Probios e Treedom, unica piattaforma web al mondo che permette di piantare un albero a distanza e di seguirne la crescita online. Grazie alla sinergia tra le due realtà, i clienti Probios che acquisteranno online almeno 60 euro di prodotti riceveranno un codice per piantare un albero di cacao in Camerun. Gli aderenti all'iniziativa potranno seguire la crescita dell'albero sulla propria pagina Treedom. Scopo dell'iniziativa è realizzare ecosistemi sostenibili e permettere ai contadini locali di far fronte ai costi iniziali della piantumazione, garantendo loro sovranità alimentare e opportunità di lavoro nel tempo. Con questo progetto, Probios ribadisce il proprio impegno a favore della sostenibilità e dell'ambiente.

Il Gruppo Unes sostiene la fondazione Lilt

Vimodrone (Mi). Anche quest'anno Unes ha voluto sostenere Lilt, la Lega italiana per la lotta contro i tumori, con una nuova raccolta fondi natalizia. A partire dal 2 dicembre, nei punti vendita aderenti all'iniziativa (U! Come Tu Mi Vuoi, U2 Supermercato, il Viaggiatore Goloso, Qui C'è) di Milano, Monza e relative province, è stato possibile donare in cassa due euro e ricevere in cambio una formina per biscotti (disponibile in cinque varianti) accompagnata da una speciale ricetta consigliata dai nutrizionisti Lilt. Un'iniziativa volta a sostenere il progetto Lilt di attività ludico-didattiche dedicate a bambini e adolescenti in cura presso l'Istituto Nazionale dei Tumori di Milano, regalando loro momenti di gioco e studio.

Per segnalare eventi e/o iniziative scrivere a: redazione@tespi.net

La Grande Pasticceria Siciliana
"Collezione Carillon"
"La dolce differenza"

Marie Ange DiCosta

DI COSTA S.p.A.
www.dicosta.it