

FAIRTRADE ROZVÍJÍ SPOLUPRÁCI S RETAILOVÝMI PARTNERY

Motivem nejnovější marketingové kampaně Fairtrade je „Malá známka, ale dělá velké věci“. Slogan odkazuje na to, že zboží označené známkou Fairtrade bylo vyrobeno za dodržení jasných sociálních, environmentálních i ekonomických kritérií.

„Velké věci ale nemůžeme dělat sami,“ říká Lubomír Kadaně, ředitel Fairtrade Česko a Slovensko (FTČS). Odkazuje tak na to, že pro úspěch je klíčové zapojení veřejnosti, občanské společnosti, vzdělávacích institucí, politiků, ale i obchodních partnerů, kteří fairtradové zboží v ČR nabízejí, čímž pomáhají zvyšovat jeho odbyt i pozitivní dopady Fairtrade na život pěstitelů ze zemí Latinské Ameriky, Afriky a Asie. „Spolupráci s retailovými partnery je pro nás nesmírně důležitá a myslím, že se můžeme pochlubit hned několika společnými, oboustranně prospěšnými projekty,“ říká vedoucí obchodu Fairtrade Česko a Slovensko Gabriela Kozlová.

FANDÍME FAIRTRADE - SPOLEČNĚ S TCHIBO

Pokud jde o prodej fairtradového zboží v ČR, statistiky jsou příznivé: čísla rostou, stejně jako povědomí o známce FAIRTRADE. Podle průzkumu ji zná 66 % českých spotřebitelů. Co za tím stojí? „Kromě osvěty a vzdělávání v rámci marketingu spolupracujeme s řadou partnerů na společných aktivitách. V srpnu se například uskutečnila naše kampaň Fandíme Fairtrade s Tchibo, která probíhala ve všech kamenných prodejnách Tchibo v ČR a na Slovensku. Speciální materiály ve výlohách a v obchodech připomínaly sociálně i environmentálně udržitelné pěstování kávy,“ říká L. Kadaně. FTČS poskytlo všem prodejnám zástěry Fandíme Fairtrade z fairtradové bavlny pro obsluhu, informační Kávové noviny s příběhy pěstitelů, reportážemi z Kostariky a Kolumbie a informační popisky na stolky. Na sociálních sítích probíhala kampaň v ČR i na Slovensku, v ČR podpořilo Tchibo kampaň i v rámci svého newsletteru. „Fairtradovou kávu Tchibo mohli ochutnat také návštěvníci našeho stánku na červnovém Apetit pikniku, kde se účastníci mohli vyfotit se šálkem kávy, zjistit více o pěstování kakaa, zahrát si speciální pexeso – fairxeso – a prověřit

své znalosti v kvízu o fairtradovém kávu v rámci Rodinné stezky,“ dodává L. Kadaně.

NA FOOD S BEN & JERRY'S

V srpnu se Fairtrade představil také na letním gastronomickém setkání FOOD piknik, kde si návštěvníci mohli rozšířit své znalosti o tom, jak Fairtrade funguje, a vyplnit kvíz o zmrzliny Ben & Jerry's, které obsahují fairtradové kakao, cukr a vanilku.

„Ve spolupráci se společností Lidl, která v ČR vede v prodeji fairtradového kakaa, připravujeme texty pro intranet a poskytujeme jim materiály pro jejich Férové snídaně a vytvořili jsme společně i edukační hru Cesta kakaa, která představuje těžkou práci pěstitelů kakaa a přínosy pro pěstitele zapojené do systému Fairtrade,“ vysvětluje vedoucí obchodu FTČS Gabriela Kozlová.

FTČS je ale také velmi aktivní ve spolupráci s partnery na sociálních sítích. „V květnu jsme si připomněli Světový den pro spravedlivý obchod online soutěžemi v rámci 14 dní pro Fairtrade. V ČR se na Instagramu zapojilo 14 našich obchodních partnerů, například Lidl, Pfanner,

dm drogerie nebo Fair & Bio pražírna. Oslovili jsme 187 039 sledujících a naše příspěvky zaznamenaly 496 052 zobrazení. Podobně jsme s partnery spolupracovali při loňské adventní kampani. Všechny těchto společných projektů si velmi vážíme, děkujeme za ně a rozhodně máme zájem je rozvíjet,“ uzavírá G. Kozlová.

www.fairtrade.cz

Známka FAIRTRADE označuje zboží, které bylo vyrobeno v souladu se standardy férového obchodu, což znamená, že při jeho produkci byla dodržena přísná sociální, environmentální i ekonomická kritéria. Lidé ze zemí Afriky, Asie a Latinské Ameriky si díky ní mohou vlastní prací vydělat na důstojný život a za své kakao, kávu, banány, bavlnu nebo květiny dostávají odpovídající odměnu. Na polích a plantážích zároveň nesmějí pracovat jejich děti a pěstování může být šetrné k přírodě.



ADVERTORIAL