



# SIM Marketing for Good

## la digital competition per il sociale

1<sup>a</sup> Edizione

In partnership con



Aprile 2024

Nella settimana in cui ricorre il 21° compleanno, la SIM propone la prima edizione della digital competition

## SIM Marketing for Good

Si tratta di una «**civic engagement week**» che coinvolge docenti, studentesse e studenti universitari di tutta Italia  
nella **sensibilizzazione al rispetto per il cibo**  
per la **lotta allo spreco alimentare.**



*Working together for  
a better marketing*

# IL MANIFESTO DEL MARKETING

---

## **Il Marketing**

**Nell'economia e nella società crea valore per le persone, le istituzioni e le imprese, costruendo e mantenendo relazioni con clienti, consumatori e altri stakeholder al fine di rispondere a bisogni e desideri individuali ed esigenze collettive.**

<https://www.simktg.it/wp-content/uploads/2022/10/SIM-manifesto.pdf>



---

Salviamo e doniamo  
cibo, dal 1989.

---





**1** Fondazione Banco Alimentare Onlus

**21** Organizzazioni Banco Alimentare Regionali

MEMBRI della European Food Banks Federation (FEBA)

Insieme a **30** Stati membri in Europa

**1.491 Food Banks in 71 paesi del mondo, stessa MISSION**



# I nostri numeri



**120.000**

TONNELLATE DI  
ALIMENTI RACCOLTE



**1.793.612**

PERSONE AIUTATE



**7.632**

ORGANIZZAZIONI  
PARTNER  
TERRITORIALI



**1.897**

VOLONTARI STABILI

Ogni giorno Banco Alimentare recupera alimenti da **molteplici donatori della filiera agroalimentare** e li dona ad organizzazioni che accolgono persone e famiglie in difficoltà.



#### **INDUSTRIA ALIMENTARE**

E' il primo canale da cui storicamente Banco Alimentare ha ricevuto le prime donazioni di eccedenze alimentari all'inizio della sua attività.



#### **UNIONE EUROPEA**

La Rete Banco Alimentare è accreditata presso l'Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura (AGEA) e Dal 2014, partecipa attivamente all'implementazione del Fondo di Aiuti Europei agli indigenti (FEAD) attraverso la gestione degli aiuti alimentari.



#### **RISTORAZIONE**

Attraverso il programma Siticibo, nato nel 2003 sulla spinta della Legge 155 (cosiddetta «Legge del Buon Samaritano»), Banco Alimentare inizia a recuperare porzioni di cibo cotto da hotel, mense aziendali e ospedaliere, refettori scolastici, catering, esercizi al dettaglio.



#### **GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA**

Banco Alimentare recupera alimenti freschi e freschissimi dalla rete di punti vendita e dalle piattaforme distributive delle principali insegne in Italia



#### **ORTOFRUTTA**

Da diversi anni Banco Alimentare recupera frutta e verdura da organizzazioni di produttori ortofrutticoli, da ortomercati e grossisti che decidono di donare i propri prodotti invenduti ma ancora buoni.



#### **COLLETTA NELLE AZIENDE**

Durante l'anno le aziende spesso organizzano una propria raccolta di alimenti per sostenere Banco Alimentare.



#### **GIORNATA NAZIONALE DELLA COLLETTA ALIMENTARE**

Dal 1997 Banco Alimentare organizza la Giornata Nazionale della Colletta Alimentare, ogni anno l'ultimo sabato di novembre.

## SOCIALE

Alimenti ancora buoni vengono salvati e non diventano rifiuto, ritrovando un'utilità presso gli enti caritativi che gratuitamente li ricevono e li ridistribuiscono ai loro beneficiari.

## ECONOMICO

Donare le eccedenze ha un impatto positivo:

- sulle aziende che possono ridurre i propri costi di stoccaggio e smaltimento,
- offrendo un contributo importante agli enti caritativi, che possono investire le risorse risparmiate

## AMBIENTALE

Il recupero degli alimenti impedisce che questi divengano rifiuti, permettendo così un risparmio in risorse energetiche e un conseguente abbattimento delle emissioni di CO2 equivalente nell'atmosfera.

## EDUCATIVO

intercettare alimenti prima che diventino rifiuto educa tutti i soggetti che vi partecipano al rispetto del valore del cibo e della "fatica dell'uomo".

## Goal 2 |

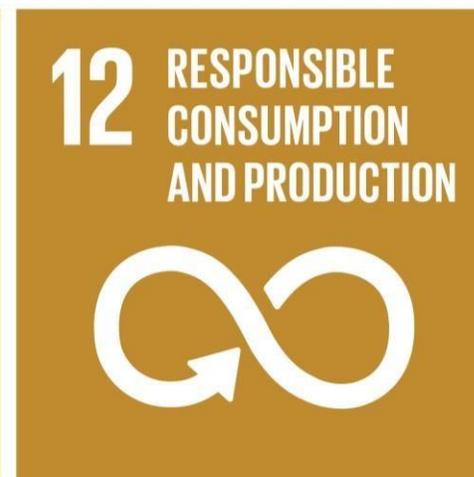
Porre fine alla fame, raggiungere la sicurezza alimentare, migliorare l'alimentazione e promuovere l'agricoltura sostenibile.

Per maggiori approfondimenti, clicca [qui](#).

## Goal 12, in particolare 12.3 |

Entro il 2030, dimezzare lo spreco alimentare globale pro-capite a livello di vendita al dettaglio e dei consumatori e ridurre le perdite di cibo durante le catene di produzione e di fornitura, comprese le perdite del post-raccolto.

Per maggiori approfondimenti, clicca [qui](#).





Il tema della digital competition 2024

**#rispettoperilcibo**

## CITTA'

Nelle città la povertà alimentare si fa presenza:  
si incontrano e scontrano eccesso e mancanza di cibo.

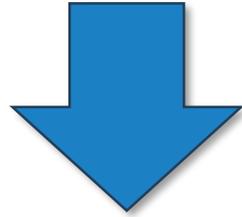
Contemporaneamente, i fatti internazionali, i conflitti in corso, dimostrano come **la sicurezza alimentare**, l'**accessibilità** e la **disponibilità di cibo** siano tutt'altro che scontate.

Inflazione, rincaro dei prezzi delle materie prime, incertezza sulle filiere degli approvvigionamenti, creano **un senso di precarietà, di insicurezza** e un **atteggiamento di chiusura**.

## «lo cosa posso fare?»

- Come possiamo affrontare un “inverno” alimentare che potrebbe affacciarsi nelle nostre vite?
- **Non sprecare il cibo disponibile, trattarlo con più cura e rispetto** è una delle possibilità che abbiamo.
- **Diventare più consapevoli del valore che ogni briciola di cibo ha.** Soprattutto se considerato **un bene scarso, in esaurimento.**

«lo cosa posso fare in concreto nel mio quotidiano, nella mia città, per praticare un maggiore rispetto del cibo e invitare i miei amici e concittadini a fare lo stesso?»



Gli studenti e le studentesse dovranno utilizzare il proprio profilo **Instagram** per:

- ✓ aumentare la sensibilità verso il tema del rispetto per il cibo,
- ✓ invitare a comportamenti più virtuosi e consapevoli, sia in casa che fuori, creando un effetto snowball grazie all'emulazione positiva da parte degli amici e dei conoscenti.



- Gli studenti e le studentesse dovranno creare **da 2 a 5 stories Instagram** per rispondere alla call di Banco Alimentare, **creando traffico al sito del partner** e **generando «rumore»** sul tema del rispetto per il cibo.
- Potranno partecipare alla digital competition SIM Marketing for Good **gli studenti e le studentesse di tutte le Università italiane** (compresi gli studenti Erasmus).
- La partecipazione è **individuale** e si potrà utilizzare anche un **profilo Instagram privato**.
- È richiesta **l'iscrizione** attraverso la compilazione del form di partecipazione disponibile nella **[pagina dedicata all'iniziativa nel sito della SIM](#) entro il 30 aprile 2024**.

In ciascuna storia IG dovranno essere inseriti **i seguenti elementi:**

- Il **tag** @bancoalimentare
- Gli **hashtag ufficiali** della competizione: #SIM #MarketingforGood #rispettoperilcibo #foodrespect
- La **call to action** (es: «scopri di più» oppure «per saperne di più», ecc.) con un **link** che dovrà essere creato da ciascun partecipante seguendo alcune semplici istruzioni sintetizzate in questo **tutorial** (<https://ior.ad/9TRw>). Il link dovrà essere lo stesso per tutte le storie pubblicate dallo stesso utente.
- **IMPORTANTE!** Le stories prodotte per la competizione **dovranno essere salvate e conservate in una cartella «in evidenza» fino alla fine del mese di maggio 2024.**

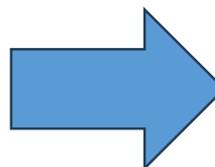
Alla fine del periodo della competizione, il partner farà una **doppia valutazione**:

- Di **tipo quantitativo**: Banco Alimentare individuerà i **30 account** che hanno ottenuto i risultati migliori in termini di traffico al sito (rilevati da Google analytics nel periodo di apertura della competizione);
- Di **tipo qualitativo**: sui primi 30 account si farà un'analisi qualitativa del **contenuto delle IG stories**, premiando quelle più pertinenti e appealing.

# April

# 2024

La competizione  
sarà attiva su  
Instagram  
dal 15 al 30 aprile  
2024



SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

- Il contenuto delle IG stories deve essere **originale** e le **immagini non** devono essere **protette da copyright**
- È consentito il ricorso a **tool di AI per la produzione di immagini e video** (es: DALL-E 3, Adobe Firefly, Stable Diffusion, Copilot ecc.)
- È necessario attenersi alle [regole della community Instagram](#)
- Nel caso in cui si utilizzino i loghi di SIM e Banco Alimentare è fondamentale seguire le indicazioni dei **brand book** e delle **guidelines di comunicazione** (tra i materiali a disposizione sul sito della SIM).

Nella creazione dei contenuti, gli studenti e le studentesse dovranno sempre adottare una **lettura e una prospettiva positiva** al rispetto per il cibo nella lotta allo spreco alimentare.

È importante attenersi alle **linee guida di comunicazione di Banco Alimentare** (nei materiali a disposizione)

#### PERSONALITÀ/2

---

Il Banco è un entusiasta della vita, concreto ed estroverso!

Dotato di carisma e fascino, è un sognatore ambizioso e determinato a raggiungere i suoi obiettivi con tenacia ed impegno

Ha fiducia nelle proprie capacità; non si tira mai indietro e accetta sempre nuove sfide: è un vero leader positivo!

Più realista che romantico. Eppure si lascia coinvolgere dalle emozioni, senza mai risparmiarsi nei confronti degli altri:  
è attento e premuroso

Nel sito [Marketing for Good - Società Italiana Marketing \(simktg.it\)](https://simktg.it) trovi

- Slide di presentazione della digital competition SIM Marketing for Good
- Brand book e linee guida di comunicazione di Banco Alimentare e della Società Italiana Marketing
- Tutorial per la creazione del link di tracciamento da inserire nelle stories IG: [Come creare un link di tracciamento \(https://ior.ad/9TRw\)](https://ior.ad/9TRw)
- Per tutti gli aggiornamenti sulla SIM digital competition  
→ [canale Telegram «SIM Marketing for Good»](https://t.me/sim4good)
- <https://t.me/sim4good>



- La digital competition SIM Marketing for Good è un'iniziativa a sfondo sociale → Non sono previsti dei premi materiali per i vincitori!
- Il vero premio infatti è l'aver contribuito a un'importante causa sociale come quella della lotta allo spreco alimentare!
- I primi 10 classificati riceveranno un **attestato digitale** con la posizione raggiunta in classifica.
- Tutti i partecipanti riceveranno l'attestato digitale «**SIM Marketing for Good activist**».

Attiviamoci  
tutti

#rispetto  
perilcibo



Insieme  
possiamo  
fare la  
differenza!