

COMMENT ALLIER UNE COMMUNICATION RSE ET UNE CAMPAGNE BRANDING ?



Les objectifs de l'annonceur

- ✓ **Travailler la notoriété et l'image** de la marque avec une campagne dédiée à ses engagements RSE auprès des caféiculteurs du Honduras.
- ✓ **Soutenir le repositionnement d'une gamme de produits** en lien direct avec ces mêmes engagements.

La réponse de 20 Minutes

Une **campagne en print et numérique** avec 2 articles de contenu produits par 20 Minutes Production :

- **Print** : un dispositif réparti sur deux datés avec un article **PageOne** et 2 pages de publicité.
- **Numérique** : un article **DigitalOne** habillé aux couleurs de l'annonceur, publié sur le site 20 Minutes et relayé sur Facebook.



DES ENGAGEMENTS PORTÉS PAR UN ARTICLE SUR-MESURE ET DES VISUELS IMPACTANTS



Mars-avril 2021

Lundi 22 mars 2021

PRODUCTION par **A** 20 Minutes

Achat La filière du café se mobilise en faveur d'une production plus équitable et plus durable
Une pause café plus vertueuse

Un café juste, ça veut dire quoi ?
Faire espresso ou lungo, tous les amateurs de café disposent d'une préférence à l'heure de choisir une pause café. Mais savez-vous vraiment ce que se cache derrière une tasse ? La culture du café a en effet d'importants impacts environnementaux et humains. Pour les uns, certains acteurs du marché se sont engagés à mettre en place des conditions de production plus vertueuses. C'est le cas de la marque premium Café Royal (DELTA, groupe Migros) qui s'est lancée, en 2015, dans un programme écoresponsable au Honduras. Une initiative florissante : trois coopératives au Pérou, 1,5 million de nets gomme, leval de ces deux pays d'origine, porte sur deux dimensions. Nous soutenons d'abord réduire notre empreinte environnementale en accompagnant nos cultivateurs partenaires à suivre les standards Fairtrade, qui incluent la limitation de leurs déchets ou la protection des sources d'eau. Nous voulons également nous engager dans une économie de commerce équitable en garantissant des conditions sociales décentes aux travailleurs - explique Fabiana Margareta, chef de projet de développement durable pour Café Royal.

Les certifications à savoir
Vous souhaitez déguster un café plus « juste » chaque matin ? Découvrez les certifications à savoir :

Une vision solidaire
Plus de 530 000 euros C'est le montant déjà investi à la fin février 2021 par Café Royal dans des projets solidaires au Honduras grâce à sa gamme de café durable.

170 caféiculteurs sont certifiés Rainforest Alliance au Honduras.

Le juste prix
Respecter le travail des producteurs, c'est aussi garantir des revenus justes à ses producteurs. Ces derniers doivent notamment être sensibilisés à la production.

Optimiser, diversifier la production
Le plus de garantir un prix minimum à ses producteurs, Café Royal les accompagne également dans l'optimisation de leur production. Une préférence assurée directement sur place par la marque, sans INU ni autre organisme. Sur le terrain, des agronomes Café Royal apportent des conseils aux cultivateurs pour améliorer la qualité et le rendement des parcelles, optimiser des techniques de récolte et réduire les coûts de production.

C'est dit !
« Concrètement, la contribution de Café Royal permet aux plus petits producteurs d'acheter de la nourriture et des vêtements pour leurs enfants. »
Alonso Rivera, client de la coopérative partenaire de Café Royal au Honduras.

Accompagner les caféiculteurs, c'est aussi ça une production plus vertueuse.
Il s'agit également de leur permettre de vendre leurs grains à un prix équitable. Nous garantissons à nos partenaires l'achat de l'intégralité de leur récolte au prix fixé au marché. Ce qui leur permet de se préparer sur le long terme. En plus de cet engagement tarifaire, nous soutenons également des projets sociaux dans les zones de culture. - Pour chaque paquet de café en grain vert Rainforest Alliance Café Royal Vig verde, 10 est reversé directement aux cultivateurs : 50% comme revenus directs additionnels, 50% comme aide à la production perdue par les communautés locales.

Des garanties sociales pour les producteurs
Un café plus juste, c'est aussi des garanties sociales. Ici, c'est à l'Écu. - J'assure aux producteurs, que Café Royal, cette approche porte notamment sur la question de l'égalité hommes - femmes. - Dans des pays comme le Honduras ou le Pérou, l'autonomisation des femmes est un sujet essentiel. Nous nous sommes donc fixé des objectifs en la matière. Par exemple, chaque membre des coopératives locales doit disposer d'un groupe de travail spécifiquement dédié à la question de l'égalité des sexes - ajoute Fabiana Margareta. Ce travail porte sur toutes et tous.

20 Minutes Production

Article PageOne

SPQ

Article PageOne
+ 1 page de publicité

Daté du 22 mars 2021

1 page de publicité

Daté du 29 mars 2021

4,2M de lecteurs touchés
dont 50% d'individus 25-49 ans



UN MESSAGE RELAYÉ EN NUMÉRIQUE AVEC UN DISPOSITIF CONTENU & DISPLAY

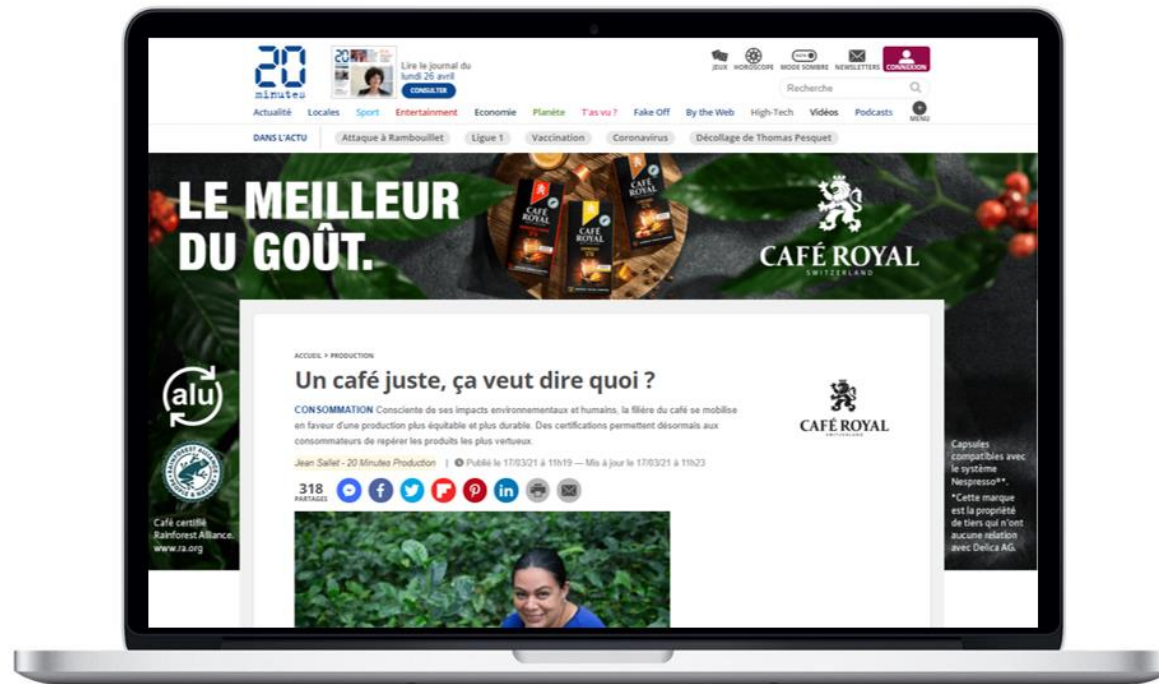


Mars-avril 2021

Article DigitalOne

Reprise de l'article de contenu publié en print.

Habillage aux couleurs de la marque
sur le site 20 Minutes, push en native
et relai sur Facebook.



Article DigitalOne



20 000
visiteurs uniques



1 591 interactions
Réactions, commentaires, partages