

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Research Executive Agency (REA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them. - For guidance on balanced, healthy diets, please consult "Food-Based Dietary Guidelines in Europe" <https://knowledge4policy.ec.europa.eu>



**CHOOSE THE EUROPEAN
ORGANIC LEAF
FOR A BETTER WORLD.**
Good choices matter.



Funded by
the European Union





INSIEME PER LA BIODIVERSITÀ

Nicoletta Maffini – General Director Conapi Mielizia



CHI SIAMO



Mielizia = Miele + Delizia



Mielizia nasce dall'unione di *miele* e *delizia*.

I nostri apicoltori sono **coltivatori di biodiversità** e lavorano insieme alle api creando le condizioni affinché questi meravigliosi insetti possano produrre mieli, pollini e prodotti apistici buoni e puliti.

Nettari fragranti sono trasformati dalle api in mieli profumatissimi, una delizia per i nostri sensi.

È così che nascono i prodotti Mielizia, riposti e conservati in vaso dopo scrupolosi controlli, con un processo produttivo delicato e rispettoso delle proprietà organolettiche e nutrizionali, così come la natura ha voluto, in grado di restituire i profumi e i sapori tipici di ogni territorio.

Unire **MIELE** e **DELIZIA** significa unire il concetto di naturalità, sensibilità e rispetto verso l'ambiente, l'animale e l'uomo al concetto di gusto e bontà.

LA NOSTRA SCELTA



Da anni la comunità scientifica e i media stanno lanciando un SOS: **le api sono in pericolo.**

La minaccia mortale cui questi insetti stanno andando incontro coinvolge tutti noi. Dalle api dipende più del 90% di tutte le piante selvatiche e circa l'80% delle colture alla base della alimentazione dell'umanità.

Le api sono dunque fondamentali, vitali per l'ecosistema in cui viviamo.

Oggi l'ape è diventata un **simbolo** di consapevolezza nei confronti della protezione degli ecosistemi in pericolo. Molti usano questa immagine per comunicare una generale attenzione per l'ambiente.

Noi di Mielizia prendiamo una vera e propria posizione assumendoci un impegno attivo, ogni giorno, nei confronti dell'ecosistema.

Crediamo in quello che facciamo e proponiamo un nuovo modo di alimentarsi e di vivere, che guardi al futuro, nella salvaguardia dell'ambiente e delle api.

In comunicazione abbiamo scelto di trasmettere un messaggio "**alto**", **istituzionale e fortemente valoriale, etico e sociale.**



IL NOSTRO SPOT

Salvare le api e vivere in armonia con il pianeta. Questo è il tema che affronta lo spot della prima campagna pubblicitaria Mielizia. Un forte atto di coraggio.

Lo spot ha per protagonisti i bambini di oggi, la cosiddetta Generazione Alfa, e la loro voglia di verità.

Una verità che ci chiede risposte: sull'ambiente, il futuro delle api, la biodiversità.

I bambini sono come le api: preziosi, da proteggere, da difendere.

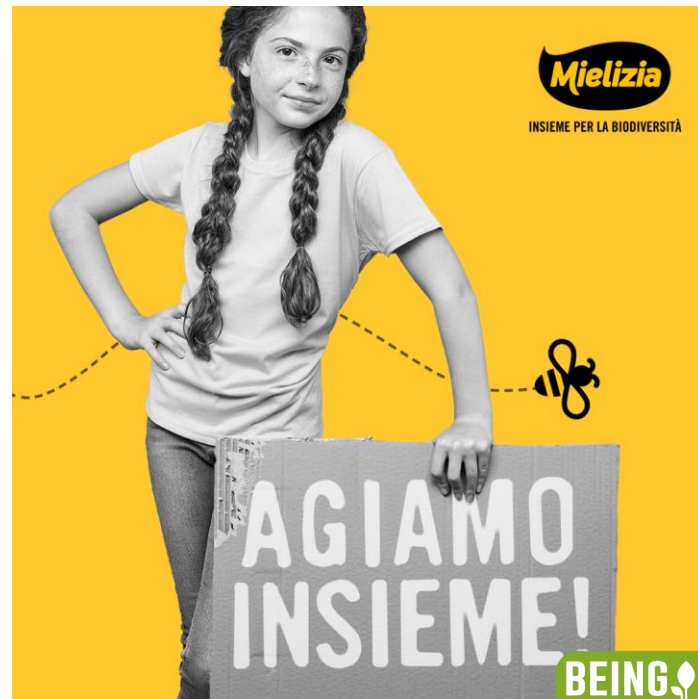
E sono il nostro futuro, proprio come le api sono indispensabili alla sopravvivenza della biodiversità.

Sono due mondi che si incontrano, perché è a partire dai bambini di oggi che si possono mettere le basi per un futuro migliore attraverso un agire sostenibile.



“ALPHA GENERATION E SOSTENIBILITÀ”

Per dare un supporto scientifico-sociologico alla nostra scelta, abbiamo condotto la Survey “Alpha Generation e Sostenibilità” realizzata da **Tips Ricerche** che analizza l’orientamento di bambini dai 6 agli 11 anni proprio su questi temi, mettendo in luce una generazione **digital born**, **multitasking** e **multisfaccettata**, **pragmatica** e **coraggiosa**, **desiderosa di conoscere**, **che ama il pianeta**, **ha fiducia nella scienza** e **predilige comportamenti sostenibili** e “virtuosi”.



BEING
ORGANIC
in EU

RISULTATI DELLA RICERCA

L'87% dei bambini intervistati esprime allarme per lo stato di salute della Terra, ben il 31% è preoccupato per la situazione in cui versa il nostro Pianeta, mentre il 45% dichiara di volersi impegnare per cambiare le cose e ne va fiero.

Il 71% considera l'inquinamento come il nemico numero uno e il 47% critica la condotta degli adulti rispetto ai temi ambientali.

Non solo: il 91% è consapevole dell'importanza delle api per il benessere del Pianeta e di quanto siano fondamentali per l'impollinazione e la vita della maggior parte delle piante, e ben il 96% conosce almeno uno tra i diversi fattori che le mettono in pericolo.



UN BRAND CHE DIVENTA ATTIVISTA



La scelta di questo SPOT ha come obiettivo quello di consolidare la storia di **MIELIZIA** e ribadire l'**impegno concreto per la salvaguardia delle api e della biodiversità**.

Il **tone of voice** scelto per la nostra comunicazione è istituzionale e "rispettoso", senza mai tralasciare aspetti di forte empatia, emozionalità e originalità, strizzando l'occhio a un pubblico più giovane.

Abbiamo scelto di comunicare come "**brand attivista**" per sensibilizzare i consumatori in modo che possano fare scelte consapevoli nel momento dell'acquisto e scelte che possano aiutare l'ambiente e il pianeta.

Lo spot, insieme al suo obiettivo e al linguaggio, è stato declinato anche nella comunicazione digital attraverso iniziative, progetti e attività esclusive, mirando a una **comunicazione integrata**.

I RISULTATI



+

Lo spot ha consentito a Mielizia di consolidare la propria awareness, **Mielizia** è diventata la **terza marca** più **conosciuta** dai consumatori con una awareness del 43%, in crescita grazie all'aumento di awareness spontanea.

La campagna, anche grazie a specifiche scelte di comunicazione e pianificazione, ha consentito di avvicinare un target più giovane.

-

A livello "commerciale" la scelta di non "mostrare" il prodotto è stata apprezzata, ma ovviamente è stata una scelta di coraggio, che è stato necessario bilanciare con altri progetti di comunicazione, comunque valoriali, proprio per migliorare la conoscenza sul miele e la gamma Mielizia.



<https://www.youtube.com/watch?v=SbOd2L6ufyo>

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Research Executive Agency (REA). Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them. - For guidance on balanced, healthy diets, please consult "Food-Based Dietary Guidelines in Europe" <https://knowledge4policy.ec.europa.eu>



www.beingorganic.eu



Funded by
the European Union

