

GIUNGE ALLA TERZA EDIZIONE IL SODALITAS SOCIAL AWARDS L'OPERAZIONE SVELTO PIATTO PIENO OTTIENE LA MENZIONE SPECIALE PER LA CATEGORIA MIGLIOR CAMPAGNA DI MARKETING SOCIALE

Milano, 10 maggio 2005 - Compie quest'anno tre anni Operazione Piatto Pieno, l'iniziativa pensata da Svelto per offrire un aiuto tangibile a chi ne ha più bisogno. E' dal 2003, infatti, che l'Operazione Piatto Pieno entra nelle mense che ogni giorno distribuiscono gratuitamente migliaia di pasti caldi per contribuire a riempire sempre più piatti. 83.084 sono i pasti caldi che Operazione Piatto Pieno ha distribuito nel 2003 all'interno delle mense gestite da due importanti realtà del settore: Opera San Francesco per i Poveri a Milano e Comunità di Sant'egidio a Roma. 87.916 è il numero di pasti offerti nel 2004 ad Opera San Francesco per i Poveri e Comunità Sant'egidio e ad altre 18 mense distribuite in altrettante regioni su tutto il territorio nazionale. Per il 2005 l'obiettivo è "aggiungere ancora più posti alla tavola della solidarietà". Forti le motivazioni della giuria che hanno decretato il successo dell'Operazione durante la terza edizione del Sodalitas Social Award "L'iniziativa si caratterizza per la forte coerenza tra l'obiettivo di marketing dell'impresa e la mission dei partner coinvolti ed è stata realizzata utilizzando tutti gli strumenti di un "classico" del Crm: dal coinvolgimento del personale dell'azienda, alla forza delle vendite, al supporto comunicativo equilibrato (stesso budget per la campagna di lancio e per quella di rendicontazione), alla trasparente informazione dei risultati raggiunti. Inoltre l'iniziativa trova nella sua semplicità e nella concretezza dell'intervento (n. Dei pasti donati) uno dei punti forti del suo successo. La soddisfazione per quanto fin qui realizzato getta le basi per un ulteriore sviluppo dell'iniziativa nei prossimi anni." "Siamo soddisfatti - commenta Antonio Duva, Marketing Manager di Unilever Italia- in particolare delle motivazioni del premio dove è stata riconosciuta la coerenza e la continuità di un progetto che è arrivato al terzo anno di vita. Obiettivi di marketing e attività sociale possano non solo coesistere ma anche autopotenziarsi."