



*“Koop fair en duurzaam”*

## **Activiteiten- en communicatieplan 2016-2017**

In dit plan worden de voorgenomen activiteiten voor 2016 en 2017 van de werkgroep Fairtradegemeente Waddinxveen beschreven in relatie met de communicatiedoelstellingen en communicatie-instrument. Hierbij zal zowel aandacht zijn voor communicatie over het verlengen van de in 2015 behaalde titel Fairtradegemeente Waddinxveen als communicatie naar en met de diverse doelgroepen en uitbreiding van het aantal deelnemers.

### **1. Missie, visie en doelstellingen**

De werkgroep Fairtradegemeente Waddinxveen biedt een platform om consumenten, gemeente, bedrijven, winkels, horeca, scholen, kerken/moskeeën en verenigingen met elkaar te verbinden op het thema fair en duurzaam. De werkgroep streeft naar meer deelnemers en meer spreiding over bovengenoemde groepen.

De werkgroep wil de vraag naar en het aanbod van Fairtradeproducten vergroten en qua assortiment vermeerderen. Daarom is ons motto: “Koop fair en duurzaam”.

Dit doet zij door actief het gedachtegoed van de Fairtradegemeente Campagne uit te dragen naar alle Waddinxveners en naar betrokken en toekomstige partners. Voorlichting, bewustwording en dus communicatie zijn belangrijke taken.

Tot slot, de werkgroep wil haar draagvlak vergroten door vanuit alle sectoren leden voor de werkgroep werven.

In 2016 en 2017 zal de aandacht van de werkgroep voornamelijk liggen op de volgende activiteiten

- Verlengen van de titel in 2016 en daaraan bekendheid geven
- Publiciteit bij het uitreiken van stickers “Deelnemer aan Fairtradegemeente Waddinxveen”
- Email nieuwsbrief voor deelnemers introduceren
- Tekst aanleveren en actueel houden van de pagina van de werkgroep op de landelijke website [www.Fairtradegemeenten.nl](http://www.Fairtradegemeenten.nl)
- Een eigen website voor informatie aan inwoners, deelnemers en media en communicatie met en door deze groepen
- Het aanmaken van een facebookaccount en doorlink met de website
- Regelmatig contact met de gemeente over de periodieke themapagina in Hart van Holland die in het teken zal staan van duurzaamheid en Fairtrade. Dit in overleg met de werkgroep duurzaamheidscommunicatie Waddinxveen
- Nagaan of deelnemers bereid zijn regelmatig content aan te leveren voor (pers)publicaties en de kosten hiervan voor hun rekening te nemen
- Attent zijn op vrije publiciteitsmomenten om het thema Fairtrade blijvend onder de aandacht van het grote publiek te houden
- Contact houden met de werkgroep Fairtradegemeente Gouda over gezamenlijke publiciteit
- Een plek verwerven op de website van de gemeente Waddinxveen en van de deelnemers en de media en daarvoor content aanleveren.

## **2. Doelgroepen en bijbehorende communicatiedoelstellingen/instrumenten**

In deze paragraaf zal per doelgroep besproken worden wat de communicatiedoelstellingen zijn. De werkgroep stelt zich ten doel om deelnemers de ruimte te geven zich voor te stellen in de media, de Nieuwsbrief en de website(s), zodat dit een aantrekkelijk effect heeft op geïnteresseerden die nog geen deelnemer zijn. Zonodig worden deelnemers geholpen met teksten in hun eigen bladen en op hun website.

### **Consumenten**

Consumenten zullen via nieuwsmedia en waar mogelijk face tot face benaderd worden. Geschikte mogelijkheden hiervoor zijn de jaarlijkse “wereld Fairtrade dag” in mei, de jaarlijkse Dorpstraatbraderie begin juni, de jaarlijkse Fairtradeweek eind oktober en de wekelijkse markt. Tevens wil de werkgroep consumenten ook benaderen via Facebook. Hiertoe zal een facebookaccount aangemaakt worden. Met een frequentie van 1x per week wil de werkgroep ervoor zorgen dat het thema Fairtrade onder de aandacht blijft. Berichtgeving met betrekking tot activiteiten en nieuws zal ook via dit kanaal gecommuniceerd worden.

### **Gemeente Waddinxveen**

Politieke partijen, de gemeenteraadsleden en het college van B&W worden opgenomen in het nog op te zetten Nieuwsbriefbestand. Gemeente Waddinxveen stelt drie/viermaal per jaar in het Hart van Holland een themapagina beschikbaar voor het thema Fairtrade en duurzaamheid.

Met het college van B&W is afgesproken dat het de onderwerpen ‘Fairtrade’ en ‘duurzaamheid’ ter sprake brengt bij bedrijfsbezoeken en tijdens periodieke overleggen met het georganiseerde bedrijfsleven (Industrieel Contact Waddinxveen ICW en Ondernemers Vereniging Waddinxveen OVW). Hetzelfde willen we afspreken voor periodieke overleggen met en bezoeken aan scholen en sportorganisaties.

Op de lichtmatrixborden en via stickers onder de bebouwde-komborden langs de toegangswegen wordt/blijft de mededeling: “Welkom in Fairtradegemeente Waddinxveen”.

### **Bedrijven/ondernemers en winkels**

De werkgroep wil het bedrijfsleven, via het ICW en de OVW betrekken bij MVO-activiteiten. In overleg met de werkgroep Fairtrade Gouda wordt gezocht naar een regionale insteek. Doelstelling is om binnen deze doelgroep ons netwerk uit te breiden en deelnemers te blijven werven.

We willen aanwezig zijn bij activiteiten van en voor deze doelgroep (bijv. door de werkgroep Duurzaamheid van het ICW) om te informeren over Fairtrade, duurzaamheid en MVO. In media zal daaraan aandacht worden.

### **Onderwijs**

De werkgroep streeft ernaar het onderwerp Fairtrade voedsel en eerlijke handel op de agenda van scholen en leerlingen te zetten. Kinderen van nu zijn de consumenten van straks.

De werkgroep wil aansluiting zoeken bij de het nationale schoolontbijt.

Er zijn begin 2016 zeven scholen/locaties deelnemer; de werkgroep streeft op den duur naar 100%.

### **3. Communicatiestrategie en boodschap**

Belangrijk is dat de campagnestrategie en de missie van de werkgroep centraal staan in alle communicatieve uitingen. In de vormgeving zullen het nieuwe Fairtradelogo (met als lokaal tintje de wokkels) en het motto “Koop fair en duurzaam” vaste elementen zijn. Verder sluiten we aan op de strategie van de Fairtradegemeenten Campagne. Hier wordt gebruik gemaakt van een push en pull strategie. Pushstrategie: stimuleren van Waddinxveense winkels en horeca om meer Fairtrade producten op de kaart te zetten. Hiermee wordt het aanbod van Fairtradeproducten breder, gevarieerder en meer op de voorgrond geplaatst. Daarnaast hanteert de campagne een pull strategie. Hierbij worden de Waddinxveense consumenten, bedrijven en instellingen gestimuleerd om meer Fairtradeproducten te kopen en wordt de vraag daarnaar gestimuleerd.

De communicatiekanalen zijn: “gedrukte media”, website en facebook. Inhoudelijk wordt de communicatie per kanaal en per evenement bepaald door een of meer daarvoor verantwoordelijke werkgroepleden.

De werkgroep zal dit Activiteiten- en communicatieplan eind 2017 actualiseren.

#### 4. Overzicht communicatieinstrumenten

Hieronder volgt het overzicht van de communicatie instrumenten waarover de werkgroep Fairtradegemeente Waddinxveen beschikt of zal gaan beschikken. Per instrument is aangegeven wat de doelgroep is en hoe deze ingezet zal worden.

Communicatie instrument	Doelgroep	Activiteiten
Website FTWaddinxveen <a href="http://www.waddinxveen.nl">www.waddinxveen.nl</a> <a href="http://www.Fairtradegemeenten.nl">www.Fairtradegemeenten.nl</a> (eigen pagina)	Consumenten, horeca, winkels, bedrijven, kerken, scholen en organisaties	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Teksten maken</li> <li>• Aansluiten huisstijl Fairtradegemeenten</li> <li>• Werkgroep bepaalt inhoud</li> </ul>
<b>Social Media:</b> - <b>Facebook</b>	Consumenten, winkels, horeca, bedrijven, kerken/moskeeën, scholen en verenigingen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aansluiten huisstijl Fairtradegemeenten,</li> <li>• Link met website(s)</li> <li>• Werkgroepleden plaatsen en reageren</li> </ul>
<b>Voorlichting en bewustwording</b>	Onderwijs, zowel basis,- als middelbaar  Burgers en consumenten  Deelnemers en potentiële partners	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voorlichting aan inwoners; direct en via deelnemers</li> <li>• Viermaal per jaar themapagina's in Hart van Holland over het thema Fairtrade en duurzaamheid (in 2016: 25/5, 7/9 en 14/12)</li> <li>• Scholen faciliteren m.b.t. lesprogramma's</li> <li>• Werkgroep bepaalt inhoud</li> <li>• Werkgroep biedt handreiking voor tekst in hun eigen media</li> </ul>
<b>Nieuwsbrief (digitaal)</b>	Horeca, winkels, bedrijven en instellingen (educatie), gemeente(raadsleden)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werkgroep bepaalt inhoud</li> <li>• Thema's per nieuwsbrief</li> <li>• Logo en motto altijd in beeld</li> </ul>
<b>Free Publicity</b>	Media in regio Waddinxveen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werkgroep bepaalt inhoud</li> <li>• N.a.v. acties of activiteiten</li> <li>• Logo en motto altijd aanwezig op uitingen</li> </ul>
<b>Promotiemateriaal</b>	Acties en evenementen  Deelnemers en werkgroep	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werkgroep bepaalt inhoud</li> <li>• Logo en motto altijd aanwezig op uitingen</li> <li>• Gebruik van landelijke materialen</li> <li>• Vlag en plakkaat voor evenementen</li> <li>• Raamstickers voor deelnemers</li> <li>• Visitekaartjes voor werkgroepleden</li> </ul>