



Fai la scelta giusta, ogni giorno.

Progetto sperimentale di marketing sociale
**Distribuzione automatica di alimenti
e promozione della salute**

Un'iniziativa promossa da

Il marketing sociale



Bollino
sui prodotti salutari



Alimentazione
SANA, buona
SCELTA
quotidiana.



Una regolare
attività fisica
è una scelta
SANA.



agli ALTRI è
donare a
se STESSI.

Slogan
per la salute su
900.000 bicchieri



Locandine a fianco dei distributori



Per approfondire:

per promuovere la salute



Alimentazione
SANA, buona
SCELTA
quotidiana.

di sani stili di vita
900.000 bicchieri,
locandine con messaggi sulla salute.

del progetto
conferenza stampa di Confindustria;
adesivo sul pavimento; bollino
sugli alimenti salutari.

Promozione



Prezzo

Canale di distribuzione

Distribuzione automatica
nelle Imprese e in Università



Prodotti salutari

Frutta, verdura, panino fresco
al prosciutto crudo,
yogurt, succo al 70% di frutta
e altri ancora

Partner

Una rete di attori
per promuovere la salute
presso la comunità locale



L'obiettivo del progetto

Il progetto si propone di **trasformare la distribuzione automatica di alimenti in un mezzo per la promozione di sani stili di vita**, offrendo ai cittadini opportunità per riflettere e sperimentare i benefici connessi ad abitudini salutari.

Le motivazioni

1. IL DISTRIBUTORE AUTOMATICO DI ALIMENTI COME LUOGO DELLE SCELTE

Promuovere sani stili di vita presso i distributori automatici consente di intervenire nel momento in cui le scelte alimentari si concretizzano nell'acquisto degli alimenti.

2. LE SINERGIE TRA GLI STRUMENTI DI PROMOZIONE DELLA SALUTE

Utilizzare i distributori automatici per favorire l'adozione di sani stili di vita permette una sinergia tra diversi mezzi di promozione della salute, associando a strumenti di informazione e comunicazione la possibilità di scegliere alimenti salutari.

3. GLI ORIENTAMENTI A LIVELLO INTERNAZIONALE

Negli ultimi anni è sorto un dibattito in merito al ruolo svolto dai distributori automatici sulle scelte alimentari, soprattutto dei bambini nelle scuole. In conseguenza di ciò, l'opinione pubblica sempre più spesso richiede una maggiore attenzione agli alimenti proposti tramite i distributori automatici.

I temi

IL PROGETTO INTENDE PROMUOVERE IN PARTICOLARE:

- un'alimentazione varia ed equilibrata;
- la pratica di una regolare attività motoria;
- la cultura della donazione.

Distribuzione automatica di alimenti e promozione della salute.

Alimentazione SANA, buona SCELTA quotidiana.

Fai la scelta giusta, ogni giorno.

Un'iniziativa promossa da:

Distribuzione automatica di alimenti e promozione della salute.

Una regolare attività fisica è una scelta SANA.

Fai la scelta giusta, ogni giorno.

Un'iniziativa promossa da:

Donare agli ALTRI è donare a se STESSI.

Fai la scelta giusta, ogni giorno.

Un'iniziativa promossa da:

Le fasi

Il progetto, della durata di sei mesi, ha riguardato i distributori automatici dell'Università e di alcune imprese del territorio della provincia di Modena.

1. PIANIFICAZIONE E PREDISPOSIZIONE

- Definizione e **condivisione** delle linee di sviluppo attraverso incontri preliminari tra i rappresentanti dell'Azienda USL di Modena, di Buonristoro e di Confindustria Modena;
- individuazione delle categorie di **prodotti** da proporre nei distributori automatici sulla base di:
- la ricognizione dei prodotti che Buonristoro offre tramite la propria catena di distribuzione;
- il giudizio tecnico degli operatori dell'Azienda USL (Servizio di Igiene degli Alimenti e della Nutrizione, Dipartimento di Sanità Pubblica) sugli **aspetti nutrizionali** degli alimenti;



- le **esigenze/preferenze** dei destinatari del progetto raccolte attraverso focus group realizzati con l'Università degli Studi di Modena e Reggio Emilia e con l'Istituto Tecnico Commerciale Statale "J. Barozzi" di Modena;
- definizione dei **contenuti dei messaggi** da parte dell'Azienda USL in collaborazione con Buonristoro;
- individuazione delle imprese da coinvolgere nel progetto attraverso Confindustria Modena.

2. PRESENTAZIONE E PROMOZIONE



- Caratterizzazione grafica e definizione del **logo**;
- presentazione del progetto durante la conferenza stampa tenutasi presso Confindustria Modena nell'ambito di attività di promozione della salute realizzate nel mondo del lavoro;

- organizzazione di **seminari** di approfondimento e partecipazione a **fiere**:



- *Le nuove frontiere della distribuzione automatica: dalle sperimentazioni gestionali alle garanzie per i cittadini* Convegno a EXPOSANITÀ, Bologna, 27 maggio 2006;
- *Distribuzione automatica: dalla promozione della salute alla Carta dei Servizi* Convegno a SICURA, Modena, 29 settembre 2005;
- *Responsabilità sociale e salute: nuove diseguaglianze?* Seminario a CIVITAS, Padova, 7 maggio 2005;
- *Stand dedicato durante il Salone Europeo della Comunicazione Pubblica e dei servizi al cittadino e alle imprese* COM-PA, Bologna, 3-5 novembre 2005;

- promozione della conoscenza del progetto attraverso articoli sulla stampa locale e sulle riviste dei partner coinvolti.

3. ATTUAZIONE

- Costruzione di appositi distributori;
- organizzazione del flusso di approvvigionamento (produttori di panini freschi, trasporto dei prodotti, ecc);
- realizzazione dei bicchieri e stampa dei materiali;
- allestimento dello spazio dedicato all'interno dell'Università e delle aziende coinvolte.

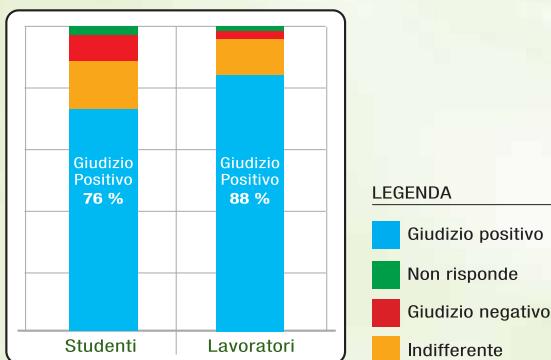
Le verifiche

Un valido indicatore per misurare il successo del progetto è stato il confronto dei dati sui prodotti venduti attraverso i distributori automatici all'avvio e al termine della sperimentazione. Monitoraggio e valutazione dell'esperienza sono stati inoltre effettuati grazie alla collaborazione con:

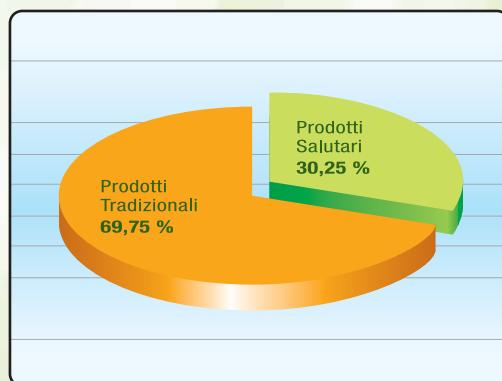
- Corso di Laurea specialistica in Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e Politica - Università degli Studi di Bologna
- Corso di Laurea triennale in Comunicazione e Marketing - Università degli Studi di Modena - Reggio Emilia.

I risultati

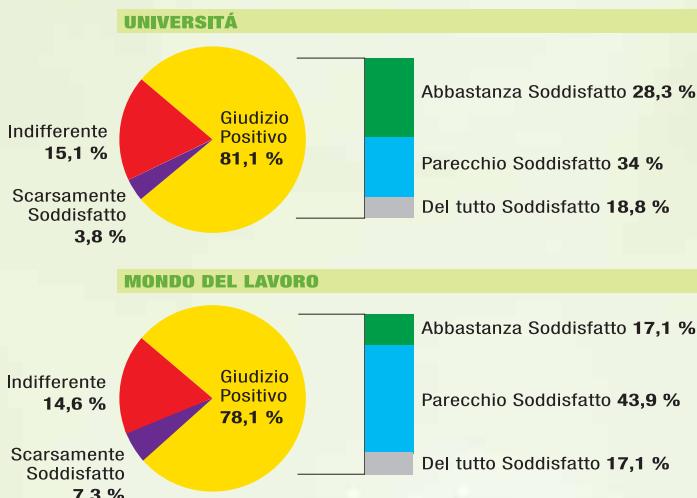
Giudizio su UTILITA' DI SVILUPPARE UN PROGETTO PER PROMUOVERE SANI STILI DI VITA attraverso il vending
(Fonte: Università di Modena - Reggio Emilia)



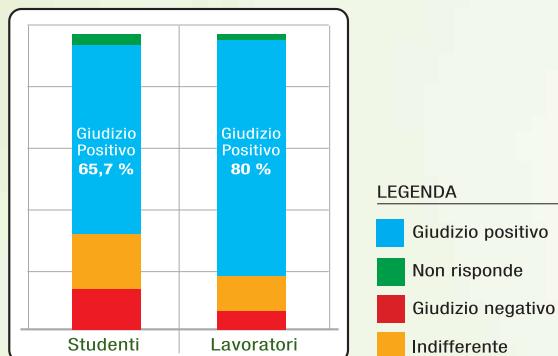
I DATI SULLA VENDITA DEI PRODOTTI durante i sei mesi di sperimentazione
(fonte: Buonristoro Vending Group)



Giudizio su PRODOTTI SALUTARI
(Fonte: Università di Modena - Reggio Emilia)



Giudizio su UTILITA' DELL'ATTIVITA' INFORMATIVA
(Fonte: Università di Modena - Reggio Emilia)



Estratto dalla ricerca "COMUNICARE LA SALUTE"
(Fonte: Università di Bologna)

- La comunicazione pubblica **facilita** il processo di **costruzione sociale della salute**;
- l'Istituzione agisce come **garante** del progetto e delle sue implicazioni commerciali;
- modello di **comunicazione "esperienziale"**, che offre una **opportunità pratica** di accesso a prodotti controllati dal punto di vista nutritivo;
- **uguaglianza** di opportunità per i cittadini e rispetto delle **scelte** individuali.

Dopo UN ANNO dalla sperimentazione
(Fonte: Università di Modena - Reggio Emilia)

Nel contesto universitario

- il 18,8% degli intervistati dichiara di acquistare i prodotti "Scegli la salute";
- il 65,4% di chi acquista i prodotti è soddisfatto o più che soddisfatto degli alimenti salutari presenti nei distributori.

Nei contesti lavorativi

- il 70% degli intervistati dichiara di avere acquistato prodotti identificati dal bollino;
- il 56% di chi acquista i prodotti è soddisfatto o più che soddisfatto degli alimenti salutari presenti nei distributori.

I riconoscimenti

In **ambito scientifico**, il progetto è stato pubblicato da:

- Fattori G., Artoni P., Tedeschi M., "Choose Health in Food Vending Machines: Obesity Prevention and Healthy Lifestyle Promotion in Italy", in Hong Cheng, **Philip Kotler**, Nancy Lee (a cura di) Social Marketing for Public Health: Global Trends and Success Stories, Jones and Bartlett Publishers, 2009.
- **CCM** (Centro per il controllo e la prevenzione delle malattie) in occasione del convegno *Servizi di Igiene Alimenti e Nutrizione e Strategie di popolazione contro l'Obesità* Roma, 24 novembre 2006.

L'iniziativa ha ottenuto il **Premio Responsabilità Sociale di Impresa in provincia di Modena - 2006** nella sezione "Marketing Sociale".



La **rassegna stampa** raccolta comprende oltre 55 articoli di carattere divulgativo pubblicati dalla stampa periodica locale e nazionale, da riviste di settore e da siti internet.

Le evoluzioni

- Promozione di nuovi temi di salute: **screening, fumo, alcol.**
- Sperimentazione tecnologica: utilizzo di schermi LCD e **video** per la diffusione di messaggi di salute.
- Nuovi prodotti salutari: **alimenti freschi, tradizionali, locali, per celiaci.**
- Nuovi contesti: estensione del progetto alle **scuole** secondarie di primo e secondo grado, con l'utilizzo di un distributore dedicato e apposite caratterizzazioni grafiche, favorendo **l'integrazione** con le attività di **educazione alla salute**.



Le proposte

In coerenza con **"Guadagnare salute"**, programma interministeriale per la prevenzione e il controllo delle malattie croniche del febbraio 2007, con il **Piano Nazionale della Prevenzione** 2005-2007 e con i relativi Piani Regionali, definizione delle **"Linee di indirizzo per i capitolati d'appalto per la distribuzione automatica di alimenti"**.

Tale strumento favorisce la promozione di determinati valori:

- attenzione al **rapporto alimentazione - salute**;
- valorizzazione delle **produzioni alimentari locali** (acqua, frutta e verdura);
- **tutela ambientale** e sviluppo della "filiera corta".

Nel capitolato, attribuire punteggi elevati all'offerta di:

Prodotto fresco:

- Macedonia con frutta
- Frutta/verdura
- Panino al prosciutto crudo
- Yogurt con fermenti lattici attivi

Succo di frutta al 70%

Prodotti locali (acqua, frutta, verdura)

Prodotti da agricoltura biologica

Prodotti equo solidali

Totale

40 punti su 100

Distribuzione automatica e promozione della salute
Linee di indirizzo per i capitolati d'appalto per la distribuzione automatica di alimenti

Proposta a cura di:

Giuseppe Fattori

Responsabile Coordinamento Nazionale Marketing Sociale
Piano per la salute, Azienda USL di Modena

Marco Boni

FARE - Federazione Associazioni Regionali Economi e Provveditori

Carlo Cannella

Professore Ordinario di Scienza dell'Alimentazione, Università "La Sapienza" di Roma

Vincenzo Scrigna

Presidente Gruppo Imprese di Gestione Confida

Eriuccio Nora

Direttore Coordinamento Agende 21 Locali Italiane

Mauro Zanini - Renata Frammartino

Federconsumatori Nazionale, Vicepresidente - Responsabile per l'agroalimentare



Il progetto sperimentale **“Distribuzione automatica di alimenti e promozione della salute”** nasce da un’idea dell’Azienda USL di Modena e di Buonristoro Vending Group, con la collaborazione di Confindustria Modena e Confida. Vuole favorire l’adozione di sani stili di vita attraverso la realizzazione di una serie di interventi presso i distributori automatici di alimenti situati in alcune imprese della provincia di Modena, nonché presso l’Università degli Studi. Si caratterizza per l’innovativo utilizzo del marketing sociale, che pone, a fianco delle attività di comunicazione per la salute, interventi sul prodotto, sui canali di distribuzione e sul prezzo.



Progetto sperimentale di marketing sociale promosso da