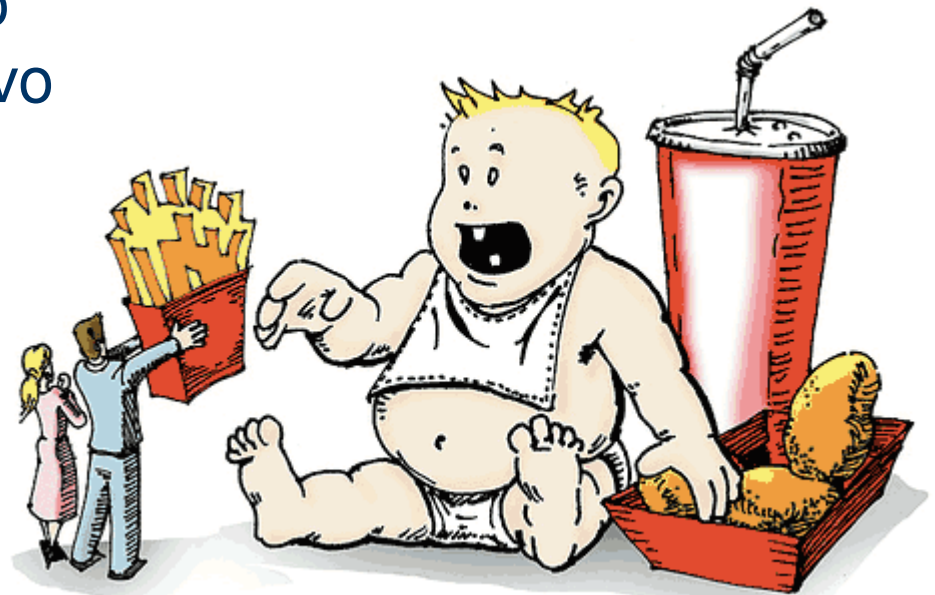


# Obesità, lontano da me

- 
- Lu Mengqian
  - Wu Qiong
  - Xu Yuan
  - Zhang Xuan
  - Zhao Yenan

## Che cosa e' OBESITA'?

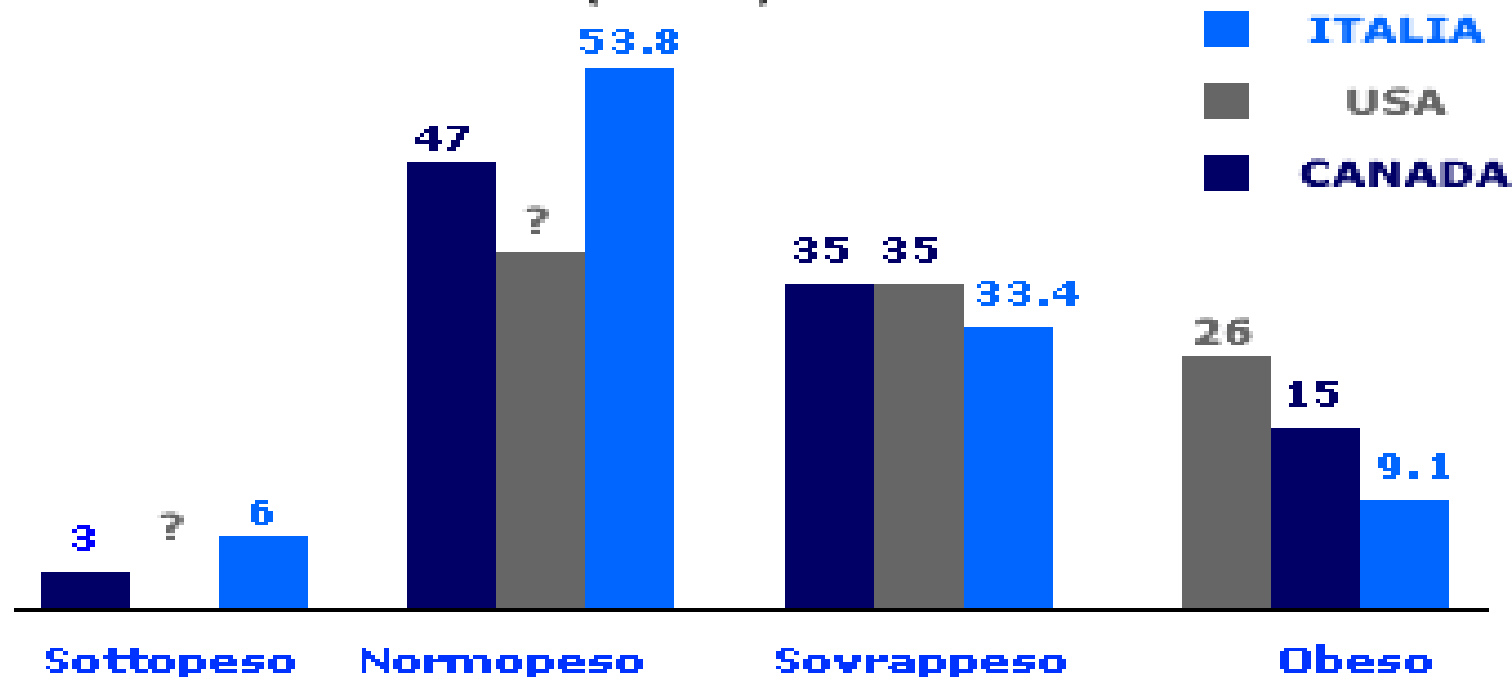
E' una condizione medica in cui si e' accumulato del grasso corporeo in eccesso nella misura in cui esso puo' portare ad un effetto negativo sulla salute, con una conseguente riduzione dell'aspettativa di vita e un aumentato dei problemi di salute.



## L'obesita' nel mondo

### SOVRAPPESO E OBESITA' - 1999

DATI PERCENTUALI (ISTAT)



## Obesita': la situazione in Italia e' molto preoccupante

Gli uomini, il 67% ha un peso eccessivo (50% e' in sovrappeso, 17% e' obeso)

Le donne, il 55% (34% e' in sovrappeso, 21% e' obeso)

In Italia la malattia colpisce il 10% degli adulti e il 15% dei bambini.

## Targhet

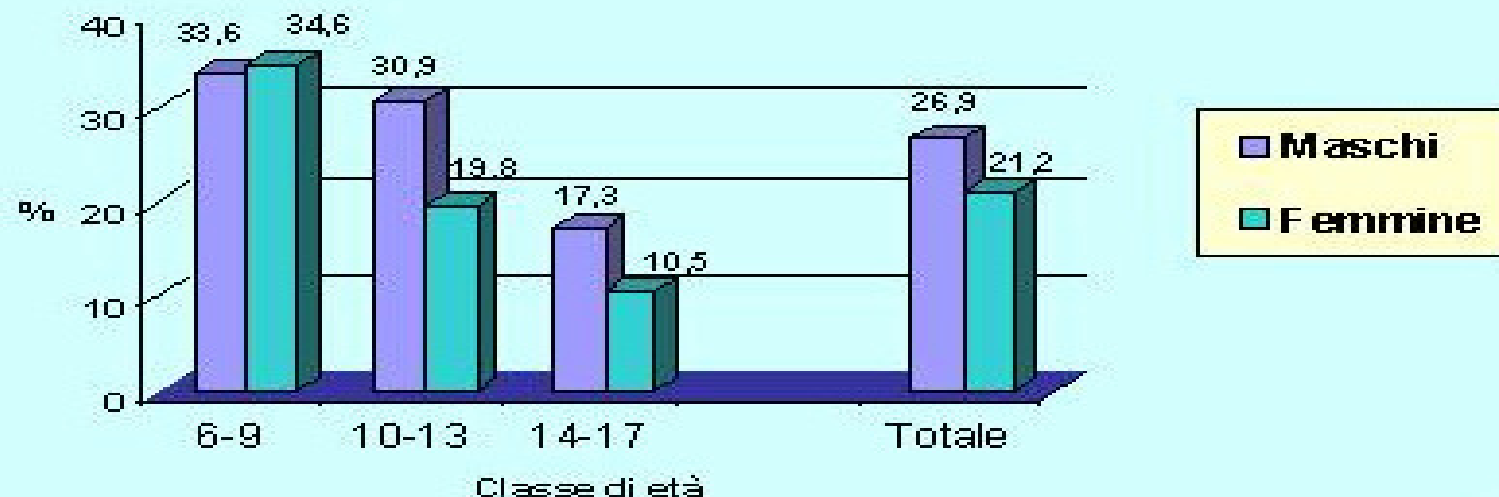


## I bambini sotto 11 anni



# Marketing analitico

Fig. 1 - Bambini e adolescenti con eccesso di peso in Italia, 1999 - 2001

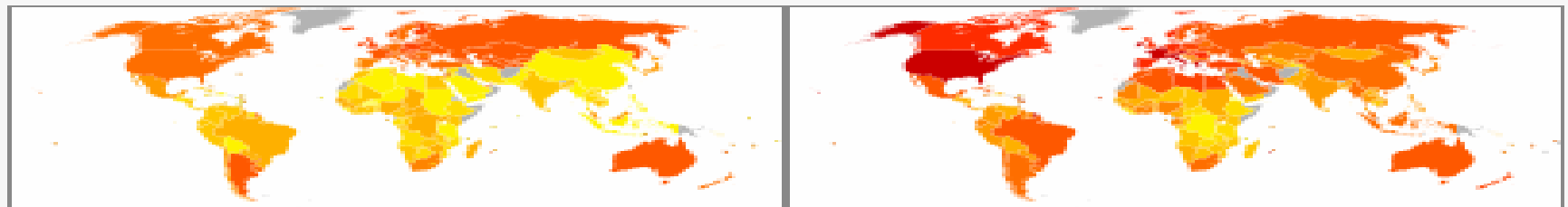


Fonte: *Eccesso di peso nell'infanzia e nell'adolescenza* - S.Brescianini (Istituto Superiore di Sanità), L.Gargiulo (Istat), E.Gianicolo (Istat) - Convegno Istat, settembre 2002

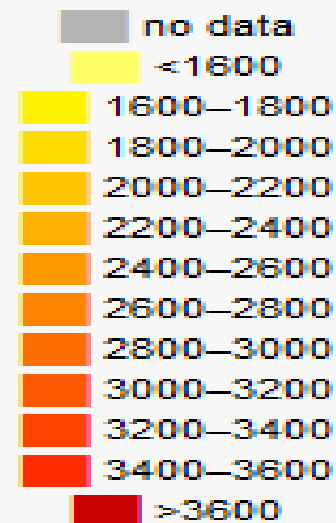
## La Causa

- Dieta
- Stile di vita sedentario
- Genetica
- Farmaci e malattie psichiatriche

## Dieta

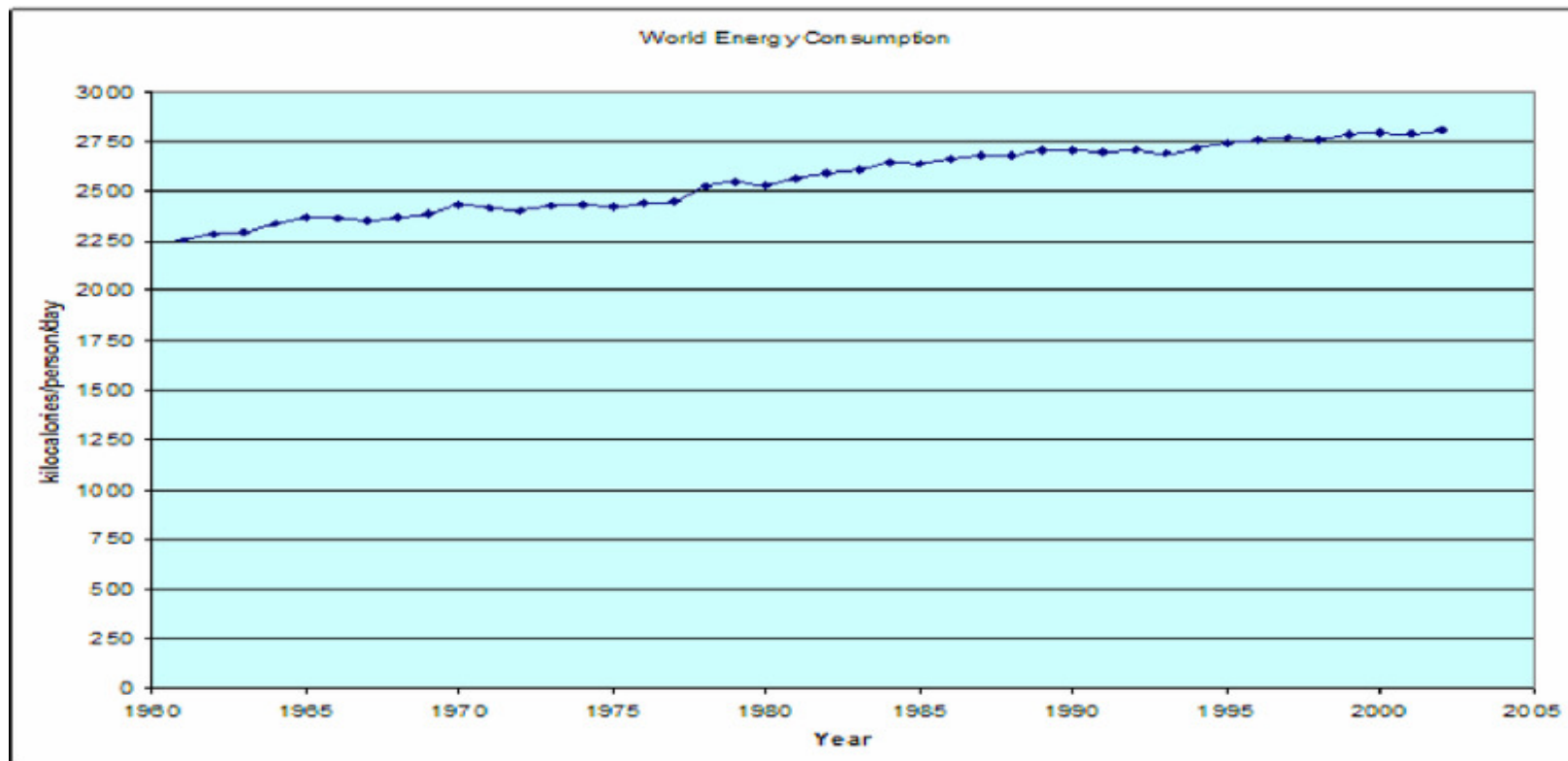


Mappa della disponibilità di energia alimentare per persona al giorno nel 1961 (sinistra) e tra il 2001–2003 (destra) in kcal/persona/giorno. <sup>[68]</sup>





## Stile di vita sedentario



# Marketing analitico

## Genetica



# Marketing analitico

## Farmaci e malattie psichiatriche



# Marketing Strategico

- **Calories Counter**, si tratta di una app in grado di monitorare le proprie abitudini alimentari .
- Per far ciò, l'applicazione necessita delle informazioni base dell'individuo, come l'altezza e il peso, ecc.



# Marketing Strategico



- **Il tempo lanciato:** 11, Novembre, 2011.
- **Il Focus:** cambiare i comportamenti che possono provocare l'obesità
- **I targets:** le famiglie, particolare quelle con i ragazzi inferiore 18.
- **Il Budget:** 2 milioni euro. La provincia di Bologna ha annunciato 2 milioni per questa programma.



# Marketing Strategico



- **Prima Fase: Ridefinire il problema**

In Novembre 2011, il Calories Counter è lanciato ufficialmente al pubblico con la pubblicità televisiva, la pubblicità stampata, e un sito ufficiale. È collaborato con la provincia di Bologna, la palestra di Bologna, e il supermercato Pam.

- **Sconda Fase: Personalizzare il problema**

Il questionario 'Come sono i ragazzi?' È stato distribuito ai cinque milioni delle famiglie a rischio. L'indagine è stata disponibile on-line e su carta. È distribuito direttamente alla zona ad alto rischio. Il questionario è disponibile alle farmacie, i uffici postale e le riviste femminili.

# Marketing Strategico

- **Terza Fase: Radicare i comportamenti**

Le persone che hanno risposto alla campagna sono stati inviati un “welcome package” di materiale: un manuale di salute “lose it ,win the health”, con i dettagli dei comportamenti della sana alimentazione. Anche si possono diventare i nostri soci, ricevere le notizie fresche immediatamente, e partecipare l'attività che interessano.

# Marketing Strategico

- **Quarta Fase: Ispirare il cambiamento**

Sono presentati i esempi di successi e i video dell'evento sul sito, tutti soci possono studiare dall'esperienze degli altri.



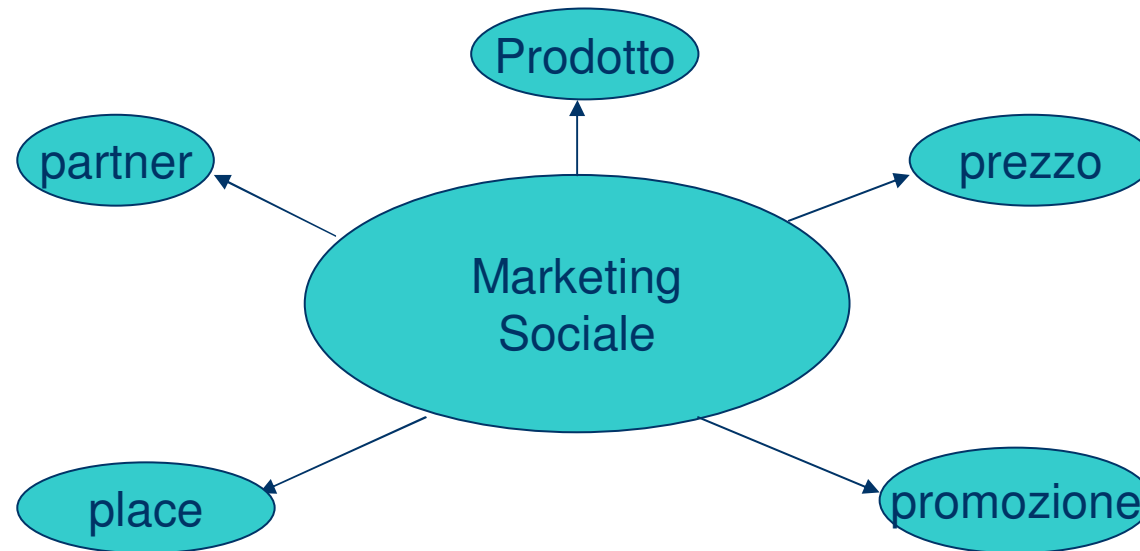
- **Quinta Fase: Sostenere il cambiamento**

Pam ha la responsabilità di creare un pacchetto comunicativa integrata sui comportamenti di alimentazione.

La palestra di Bologna offre un corso scientifico per le persone che vogliono dimagrire.



# Fase Operativa



# Prezzo



Costo economico	Non economico
<p>“0”</p> <p>(gratis per i destinatari a scaricare, basta che uno possieda uno smartphone e che sia in grado di collegarsi a Internet)</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>*Reducing sugar intake</li><li>*Increasing consumption of fruit and vegetables</li><li>*Having structured meals, especially breakfast</li><li>*Reducing fat consumption ('Cut Back Fat')</li><li>*60 minutes of moderate intensity activity ('60 Active Minutes')</li></ul>

# Promozione



- All'inizio del lancio sul mercato del nostro prodotto, faremo le pubblicità attraverso diversi media di massa come l'internet, la televisione, le riviste
- Nelle pubblicità forniremo il collegamento del sito per scaricare l'applicazione e incoraggeremo di utilizzarla chi l'ha scaricato.
- Organizzeremo e faremo il forum sul sito dove gli utenti potranno condividere le loro esperienze dell'utilizzo e qui i nuovi utenti potranno trovare tutte le informazioni dell'uso.

# Partner



PROVINCIA di BOLOGNA



facebook

twitter



THANK YOU