

91

COMUNICAZIONE public@

RIVISTA DELL'ASSOCIAZIONE ITALIANA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E ISTITUZIONALE
aderente alla Federazione Europea delle Associazioni di Comunicazione Pubblica **feacp**

TARIFFA REGIME LIBERO "POSTE ITALIANE S.P.A. - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - 70% - DCB BOLOGNA"

ANNO XIV - APRILE/MAGGIO 2005

Distribuzione automatica di alimenti e promozione della salute

Giuseppe Fattori, Paola Artoni

Nasce dalla collaborazione dell'Azienda USL di Modena e di Buonristoro, con il patrocinio dell'Unione Industriali di Modena, il progetto innovativo di marketing sociale per trasformare la distribuzione automatica di alimenti in uno strumento che comunica salute e promuove sani stili di vita.

La sperimentazione, che verrà realizzata in alcune imprese presenti sul territorio modenese, prevede una serie di interventi per sensibilizzare i cittadini sull'importanza di avere corrette abitudini di vita e per offrire loro la possibilità di acquistare cibi e bevande salutari. La pausa sul lavoro diventa dunque l'occasione per pensare alla propria salute e per provare a modificare alcuni comportamenti, che a lungo termine, potrebbero favorire l'insorgenza di malattie. Tre sono gli argomenti trattati: alimentazione, attività motoria e cultura della donazione. La comunicazione, integrandosi con gli altri elementi del marketing mix (prodotto, prezzo e canale di distribuzione), è tra i principali protagonisti del progetto. Sui bicchieri di plastica, utilizzati negli erogatori di bevande, sarà presente sotto forma di brevi slogan che invitano a riflettere sui temi proposti dal progetto. Sui cartelloni a fianco dei distributori diventa veicolo di semplici consigli e suggerimenti per mantenersi in buona salute.

Sugli adesivi apposti al pavimento è uno stimolo a sperimentare una sana alimentazione.

Infine, la presenza di un operatore commerciale nella giornata di avvio e l'utilizzo degli strumenti di comunicazione delle imprese aderenti intendono favorire il coinvolgimento dei cittadini al progetto.

Comunicare sani stili di vita nel momento delle scelte è infatti il principale punto di forza della sperimentazione: la possibilità di intervenire nel momento in cui si decide quale comportamento adottare, fornendo gli strumenti per scegliere in modo libero e consapevole cosa è bene per la propria salute. Alla campagna di comunicazione verranno associati interventi sul prodotto: nei distributori automatici, i cittadini potranno trovare alimenti sani, fondamentali per una dieta varia ed equilibrata, come un buon frutto di stagione o uno snack genuino a base di cracker e formaggio.

Buonristoro utilizzerà tecniche innovative per garantire la corretta produzione, distribuzione e conservazione delle diverse tipologie dei prodotti offerti, che richiedono di essere mantenuti a temperature tra loro differenti.

I risultati conseguiti dalla sperimentazione verranno rilevati grazie alla collaborazione con il Corso di Laurea Specialistica in Scienze della Comunicazione Pubblica, Sociale e Politica dell'Università di Bologna. Verrà inoltre effettuato un confronto tra il consumo di prodotti venduti attraverso i distributori automatici all'avvio del progetto ed al termine dello stesso, per valutare se sono cambiati i comportamenti di acquisto.

Questo progetto si inserisce nell'ambito del Piano per la salute (PPS) della provincia di Modena - il nuovo modo di promuovere la salute, portato avanti dalla Regione Emilia Romagna e caratterizzato dall'attiva partecipazione dei diversi settori della società e dei cittadini per il raggiungimento di comuni obiettivi di salute (patto di solidarietà per la salute) - che nel maggio 2004 ha individuato la promozione di sani stili di vita come una delle aree prioritarie d'intervento, coerentemente con le indicazioni del Piano Sanitario Nazionale 2003-2005.

Secondo lo spirito del PPS, il progetto nasce dalla consapevolezza che solo attraverso un sistema di alleanze tra diversi Soggetti si può agire efficacemente sulla salute.

In questo senso, si tratta di una sperimentazione interessante, che affianca alle compe-

tenze scientifiche e professionali dell'azienda sanitaria, la possibilità di raggiungere un ampio numero di persone attraverso il coinvolgimento del mondo del lavoro e l'oppor-

tunità di valorizzare le potenzialità della distribuzione automatica di alimenti nell'orientare i comportamenti.

**Spunti di approfondimento:
alcuni fattori che influenzano le scelte alimentari**

1. International Association of Consumer Food Organizations for the World Health Organization consultation on a global strategy for diet and health. "Broadcasting bad health" 2003: p. 7. Online: www.foodcomm.org.uk/Broadcasting_bad_health.pdf
2. Byrd-Bredbenner C. "An internationally shared health frame of reference created by television program: The Simpson, a content analysis of health messages". Health Education 2004; 104 (1): pp. 18-24.
3. Center for Science in the Public Interest. "School vending machines Pyramid". Online: http://cspinet.org/new/pdf/school_vending_machine_pyramid.pdf

