



Titolo progetto
Pranza sano fuori casa

Studente: Lorenzo Borgianni

Scuola/Università: Università degli Studi di Firenze – Dipartimento di Scienze dell'educazione e dei processi culturali e formativi: Corso di perfezionamento “Social Media Strategies. Strumenti e tecniche”.

Eventuale indirizzo web:

Tempistica prevista (data di inizio e data di conclusione del progetto): Attività prevista per i primi 12 mesi (senza necessaria conclusione):

- Apertura immediata dei profili di progetto su social media indicati.
- Produzione contenuti: giornaliera/settimanale (in base al mezzo).
- Monitoraggio attività, calcolo ROI e KPI: settimanale/mensile.
- Report attività al gruppo di lavoro PSFC: mensile per i primi tre mesi poi trimestrale..

Parole chiave/tag che descrivono l'iniziativa: Benessere; stili di vita; wellness; well-being; ambiente; alimentazione; EDNOS; DCA; pranzo; ristorazione; INRAN; guadagnare salute; Regione Toscana; PAT; social media.

Descrizione del progetto: Il progetto “Pranza sano fuori casa” è stato presentato nel maggio del 2011 da Regione Toscana, Asl Toscane, Unioncamere Toscana, Confcommercio, Confesercenti, Comitato regionale consumatori e Centro Tecnico per il Consumo, con l’obiettivo di offrire ai cittadini che pranzano fuori casa, la possibilità di consumare un piatto gustoso, sano e bilanciato che rispetti il modello nutrizionale della dieta mediterranea. Il progetto si compone di una prima parte che prevede la creazione di una rete di esercizi di ristorazione i quali garantiscono di offrire pasti che presentano caratteristiche nutrizionali e organolettiche dettate dai principi della Piramide Alimentare Toscana con particolare attenzione alla stagionalità e alla tipicità degli alimenti. La seconda parte è orientata a divulgare l’iniziativa tra i consumatori, lavoratori, studenti e tutta la cittadinanza coinvolta.

Il progetto candidato al concorso #web2salute 2013 riguarda esclusivamente lo sviluppo di un piano di comunicazione del progetto “Pranza sano fuori casa” sul web e in particolar modo sulle reti sociali che è stato oggetto di tesi di laurea in Media & giornalismo, Università degli studi di Firenze, discussa ad aprile 2013.

Le strategie di promozione sui social media prevedono la realizzazione di un sito internet di progetto, apertura di pagine pubbliche su aggregatori sociali e di app. mobile.

Sito internet di progetto: canale web istituzionale dal quale si diffondono tutte le informazioni riguardanti le iniziative, passate e in corso. L’archivio stampa permette di consultare tutti i documenti prodotti fin dall’inizio della campagna. Il sito contiene anche una sezione contatti con tutti i riferimenti dei promotori e dei responsabili del progetto. In home page è pubblicata una lista di siti, blog o forum di medici, nutrizionisti e specialisti che affrontano i temi sul cibo e l’alimentazione, ed anche i collegamenti diretti alle pagine di progetto sui social media e links di download per le applicazioni.

Facebook page: tipologia causa/comunità, categoria Health/Wellness website, intitolata “Pranza sano fuori casa”, integrata con “Healthy Tuscan Cooking”, un'app entertainment dedicata al cibo che si compone di sfide culinarie tra utenti che si cimentano nella realizzazione di piatti con ingredienti salutari e di stagione.

You Tube e Pinterest: pagina organizzata in album che trattano attraverso immagini, foto e video, diversi argomenti riguardo al cibo, l’alimentazione e lo stile di vita salutare. Per esempio cartelle che raccolgono foto di cibi organizzate per stagionalità oppure album con foto di frutta e verdura divise per colore.

Foursquare: profilo con tips e lists del network dell’iniziativa. Il check-in permette di geolocalizzare i ristoratori più vicini alla propria posizione, consigliarli o lasciare un feedback.

Instagram: profilo di progetto dove gli utenti producono contenuti sulla sana alimentazione attraverso l’hashtag #pranzosano che rappresenta il leitmotiv dell’iniziativa.

Sintesi degli obiettivi: La campagna di comunicazione del progetto “Pranza sano fuori casa”, sviluppata sui social media, nasce dall’intenzione di informare un numero sempre maggiore di cittadini dell’ampia offerta di pasti salutari presso diverse attività toscane di ristorazione e diffondere buone pratiche alimentari che possono migliorare lo stile di vita e lo stato di salute di singole persone e di un’intera cittadinanza.

- Promuovere
- Coinvolgere

- Sensibilizzare

Destinatari: Sono oltre 600 mila i toscani che consumano abitualmente il pasto fuori casa, spendono mediamente 8,20 euro e prediligono consumare il pasto presso ristoranti, bar e tavole calde anziché restare in ufficio col pranzo portato da casa.

Pubblico di riferimento:

- segmento focale, uomini e donne di età compresa tra 16 e 65 anni, studenti, lavoratori dipendenti o liberi professionisti;
- rete sociale che include anche i datori di lavoro, i familiari e gli amici delle persone che pranzano abitualmente fuori casa;
- politici ovvero soggetti pubblici interessati all'iniziativa, che in questo caso sono anche i promotori della campagna.

Partner eventualmente coinvolti: Regione Toscana; Asl Toscane; Unioncamere Toscane; Fipe Confcommercio; Fiepet Confesercenti Toscana; Comitato regionale dei consumatori e degli Utenti; Centro tecnico per il Consumo; 500 imprese toscane di ristorazione.

Risultati raggiunti (o previsti):

- Interazione tra soggetti promotori e cittadinanza;
- Costruzione e condivisione delle esperienze tra gli utenti;
- Favorire migliori abitudini alimentari;
- Promuovere il consumo consapevole degli alimenti;
- Condivisione dell'iniziativa da parte di soggetti terzi (settore salute e alimentazione).