



# Progetto nazionale di ricerca-azione distribuzione automatica di alimenti e promozione della salute

settembre 2009



*Contatti:*

Dott. Giuseppe Fattori

Responsabile Coordinamento Nazionale Marketing Sociale

e-mail: fattori@marketingsociale.net - tel. 339 8332107

## PRODOTTI SALUTARI



## COMUNICAZIONE PER LA SALUTE



Segui il decalogo del benessere.

- 1 METTI IN MOTO LA TUA VOGGLIA DI STARE IN FORMA. Muoviti un poco ogni giorno. Fa bene alla salute, a qualsiasi età.
- 2 ATTENTO AL PORTAFOGLI CALORICO! Controlla la spesa calorica. Mantieni in equilibrio entrate e uscite (le calorie che assumi e quelle che consumi).
- 3 HAI 560 MUSCOLI E UN CERVELLO. NON METTERLI A DIASTA CON TE. Associate alla dieta dell'attività fisica aiuta a mantenersi in forma. Fa perdere il grasso, ma non il tono muscolare.
- 4 30'-60'-30' ANCHE IL BENESSERE HA LE SUE MISURE IDEALI. Cammina per 30 minuti al giorno a passo sveduto. Arriva a 60 minuti se devi perdere peso.
- 5 PIÙ CHE INSEGUIRE UN RECORD INSEGUI IL TUO BENESSERE. Scegli uno sport aerobico, da praticare a lungo ma senza affanno, come la corsa lenta, il nuoto, la bicicletta.
- 6 LA VITA È FATTA A SCALE. Lunga vita a chi le sale. Sfrutta tutte le occasioni per muoversi: vai a piedi o in bici, posteggia l'auto lontano, fa le scale.
- 7 FAI PALESTRA 2 ORE A SETTIMANA? BRAVO! E LE ALTRE 166? Muoviti anche solo mezz'ora, ma fallo ogni giorno.
- 8 RESTARE IN FORMA? UN GIOCO DA RAGAZZI. Da' il buon esempio ai tuoi figli: coinvolgili almeno un'ora al giorno in giochi fisici di movimento.
- 9 "CHI PORTA GIÙ FIDO STASERA?" Coinvolgi i tuoi figli nei lavori domestici. Portare fuori il cane, spacciare, rifarsi il letto, alzarsi per aprire la porta: anche questo è movimento.
- 10 MANGIA CIÒ CHE VOI. SE TI MUOVI PUOI. Non esistono cibi "buoni" e "cattivi" ma solo quantità adeguate a ciò che consumi. Se ti muovi di più potrai anche mangiare con più libertà.

Pubblidotto Progresso ringrazia i mediici per il lavoro che svolgono ogni giorno nella prevenzione dei problemi legati al disappuntato stile di vita sedentaria.

PUBBLICITÀ  
**PROGRESSO**  
Fondazione per la  
Comunicazione Sociale

Poster f.to A3

Iniziativa di comunicazione per la salute a cura di:

Progetto nazionale di ricerca-azione  
**DISTRIBUZIONE AUTOMATICA E PROMOZIONE DELLA SALUTE**



**MONITORAGGIO DATI**  
DI VENDITA PRODOTTI SALUTARI



**FAVORIRE IL CONSUMO**  
DI ALIMENTI SALUTARI



**COMUNICAZIONE PER LA SALUTE**  
NELLE AREE DI RISTORO





## MONITORAGGIO DATI DI VENDITA PRODOTTI SALUTARI

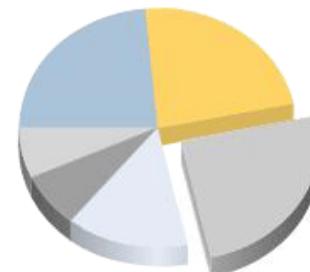
**A. RILEVAZIONE QUADRIMESTRALE** dell'offerta di prodotti salutari erogati nel vending:

- per area geografica
- per contesto di installazione  
(scuole, università, aziende/uffici, ospedali e amministrazioni pubbliche, altro).

**B. VALORIZZAZIONE DEI DATI** attraverso:

- pubblicazioni scientifiche
- articoli divulgativi
- convegni
- materiali informativi ...

Oltre 20.000 distributori monitorati, per un totale di 37.893.191 prodotti



**Se lo snack automatico  
promuove la salute**

**SCELTE ALIMENTARI CONSAPEVOLI  
ANCHE AI DISTRIBUTORI AUTOMATICI**

INVECE CHE MERENDINE E SNACK  
**Dal distributore  
frutta e panini**



## FAVORIRE IL CONSUMO DI ALIMENTI SALUTARI

### A. VALORIZZAZIONE DELL'OFFERTA

di prodotti salutari erogati nel vending, in particolare frutta e verdura: •••••

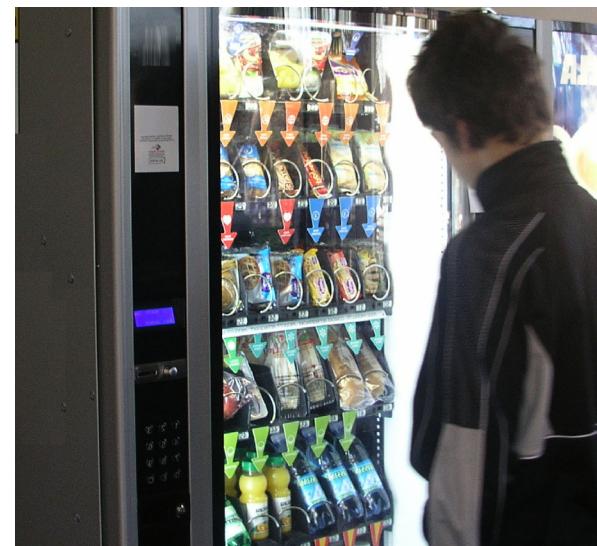
- bollino su alimenti e bevande salutari



### B. CARATTERIZZAZIONE GRAFICA

dei distributori e delle aree di ristoro

- adesivo per identificare i distributori



UNA SCELTA  
PER LA SALUTE



## COMUNICAZIONE PER LA SALUTE NELLE AREE DI RISTORO

Promozione di sani stili di vita attraverso:

- A. LOCANDINE**
- B. MATERIALI INFORMATIVI**

nelle aree di ristoro, presso i distributori automatici



in collaborazione con:

## il ruolo di CONFIDA

- A. METTERE IN RETE I DIVERSI GESTORI COINVOLTI**
- B. CONDIVIDERE I CRITERI PER L'ESTENSIONE**  
del progetto ad altri associati
- C. GARANTIRE I FLUSSI INFORMATIVI**  
per la rilevazione periodica dell'offerta di prodotti salutari
- D. CREARE E PROMUOVERE IL BRAND "Sani e inForma"**



## CARATTERISTICHE DEL PROGETTO

### 1. Coerenza con i livelli di programmazione

- Piano Nazionale Prevenzione
- Guadagnare salute
- Piani Regionali Prevenzione
- Delibere attuative regionali
- Piani Attività Locali



### 2. Intersetorialità/integrazione tra diversi Soggetti



# www.marketingsociale.net

**Marketing sociale e comunicazione per la salute**

**Distribuzione automatica e promozione della salute**

**Collaborazioni**

**AGENZIE 31 LOCALI ITALIANE**

**AMBIENTE SALUTE**

**EpiCentro**

**confida**

**FIASO**

**PUBBLICITÀ PROGRESSO**

**Coni**

**DORS**

**Partecipasalute**

**participa.net**

**→ Progetto**

In linea con il Programma nazionale Guadagnare Salute, "Marketing sociale e comunicazione per la salute" e Confida hanno attivato un progetto di collaborazione che si concretizza in:

1. monitoraggio quadriennale dell'offerta di prodotti salutari erogati nel settore del vending;
2. favorire il consumo di alimenti salutari, sostenendone l'offerta e individuando una specifica caratterizzazione grafica;
3. attività di comunicazione su sani stili di vita nelle aree di ristoro mediante l'utilizzo di locandine e altri materiali informativi. In tale ambito è stata attivata una collaborazione con **Pubblicità Progresso**.

Nella foto sopra: il gruppo di pilotaggio del progetto riunito a Milano presso la sede di Confida.

In considerazione della diffusione capillare del vending sul territorio nazionale e dell'elevato numero di cittadini che usufruiscono ogni giorno del servizio, questa esperienza, tra le prime in Italia, intende sostenere e valorizzare le iniziative di **promozione della salute** effettuate nella distribuzione automatica di alimenti e i produttori/gestori che le realizzano. Una forte azione di **advocacy**, volta a coinvolgere nella partnership un numero quanto più alto possibile di stakeholder, costituisce l'elemento centrale dell'iniziativa in corso.

**→ Agenda attività**

> **Anche in Portogallo la distribuzione automatica sceglie la strada della salute**

In occasione del SICURA 2009 (Modena), c'è stato possibile incontrare **Cecília Maria Monteiro Soares de Almeida**, che lavora presso l'Administração Regional de Saúde do Centro - Portogallo. Cecília ha illustrato il progetto in corso di pianificazione per favorire l'offerta di prodotti salutari attraverso il vending, che si inserisce nelle strategie di contrasto all'obesità, al diabete e alle malattie cardiovascolari del suo Paese. Prevede in particolare una precisa classificazione dei prodotti erogati in base alle caratteristiche nutrizionali e si integra ad azioni di educazione alimentare. Nell'iniziativa è coinvolta anche APVA, l'Associazione portoghese della distribuzione automatica.  
**Il poster di sintesi del progetto** (pdf - 246 kb)

> **Presentazione del progetto in Friuli Venezia Giulia - marzo 2009**

Un primo incontro del Progetto 2009 è avvenuto a Feltre (UD) durante il convegno "Il ruolo dell'alimentazione", incentrato sul settore del vending e organizzato da Leonoro Rugby e Gruppo Illiria con il patrocinio della Provincia di Udine, del Coni provinciale e di Confida. Tra i relatori: Carlo Cannella, Giuseppe Fattori, Cesare Spinelli.

> **Riunione del gruppo di pilotaggio - marzo 2009**

Nella sede di Confida a Milano si è svolto il secondo incontro del tavolo tecnico. In tale occasione è stata validata la scheda per il monitoraggio dell'offerta di prodotti salutari e sono stati concordati aspetti inerenti la caratterizzazione grafica del progetto (folder illustrativo, logo, adesivo identificativo da apporre sui distributori). Sono stati inoltre discussi i criteri di adesione per i gestori che intendono prendere parte all'iniziativa.





[www.marketingsociale.net](http://www.marketingsociale.net)