



# CONFIDA

Associazione Italiana Distribuzione Automatica

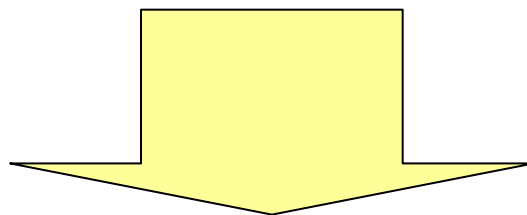
- Il quadro di riferimento italiano
- Le iniziative CONFIDA

**Sig. Vincenzo Scrigna**

Presidente Gruppo Imprese di Gestione



# **IL QUADRO DI RIFERIMENTO IN ITALIA**



**Piano Sanitario Nazionale  
2006 – 2008  
del Ministero della Salute**



## “OBESITA’ INFANTILE”

### Obiettivo da raggiungere nel triennio:

- Controllare e diminuire il sovrappeso e l’obesità nelle giovani generazioni tramite interventi che devono riguardare:
  - La casa e la famiglia
  - La scuola e la città
  - I mass media
- Gli organismi di controllo devono:
  - Diffondere la cultura dei cibi salutari (frutta e verdura)
  - Combattere la pubblicità alimentare ingannevole



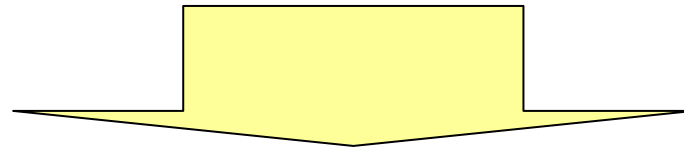
## **LE AZIONI:**

- a) La promozione attiva di abitudini non sedentarie
- b) La promozione attiva di corrette abitudini alimentari anche attraverso il sostegno alla produzione e alla vendita di alimenti salutari



# **RICERCA CNR AVELLINO**

Il consumo di snack dolci ad elevata densità calorica è limitato in ambiente scolastico (8%) mentre aumenta cospicuamente (40%) in ambiente extra-scolastico



Obiettivo dell'intervento: incidere sui genitori e sul contesto domestico in generale



**LE INIZIATIVE E LE AZIONI DI  
CONFIDA  
PER LA VALORIZZAZIONE  
DEL VENDING  
NELLA LOTTA ALL'OBESITA'**



# INIZIATIVE INTERNE

- Costituzione della **Commissione CONFIDA “Dieta e nutrizione”**
- **Documenti CONFIDA:**
  - “Distribuzione Automatica e Stili di vita”
  - Il “decalogo” del Vending per la lotta all’obesità



# **IL DECALOGO DEL VENDING PER LA LOTTA ALL'OBESITÀ**

- 1. L'OBESITÀ È UN PROBLEMA MULTIFATTORIALE.**
- 2. NESSUN ALIMENTO È DANNOSO.**
- 3. UNA DIETA VARIATA ALLA BASE DI UN CORRETTO STILE DI VITA.**
- 4. LA RISPOSTA DEVE ESSERE UN'AMPIA GAMMA DI ALIMENTI PER RISPONDERE A QUALSISI ESIGENZA NUTRIZIONALE.**
- 5. LA QUALITÀ ALIMENTARE CERTIFICATA CONTRO L'IMPROVVISAZIONE.**
- 6. NELLE SCUOLE, ELEMENTARI E MEDIE INFERIORI ITALIANE, NON CI SONO DISTRIBUTORI AUTOMATICI A LIBERA DISPOSIZIONE DEI BAMBINI.**
- 7. CIBI CONFEZIONATI COME GARANZIA DI CONTROLLI.**
- 8. CIBI MONOPORZIONE COME EDUCAZIONE ALLE GIUSTE QUANTITÀ.**
- 9. GLI ALIMENTI DA INSERIRE NEI DISTRIBUTORI VANNO CONCORDATI.**
- 10. IL DISTRIBUTORE COME VEICOLO DI COMUNICAZIONE CAPILLARMENTE DIFFUSO.**





## **CREAZIONE DI UNA RETE DI COLLABORAZIONI**

- **Ministero della Salute:** illustrazione delle posizioni EVA/CONFIDA e come il vending può collaborare per una più ampia offerta di prodotti e “comunicare” sani stili di vita (le prime iniziative sperimentali...)
- **Istituzioni regionali: locali e sanitarie**
- **Incontri sul territorio con le autorità scolastiche e i referenti** (Commissione genitori, dietologi, Presidi)
- **Associazioni:**
  - AIDI – Associazione Italiana delle Industrie Dolciarie
  - UNAPROA – Unione Nazionale Organizzazione Prodotti Ortofrutticoli



# DALLE “PAROLE” AI “FATTI”

## I PROGETTI SPERIMENTALI

- **Azienda Sanitaria di Modena** – “Distribuzione Automatica: Alimenti e Promozione della Salute”
- **Regione Lombardia** – “Break Time: frutta e verdura in ogni momento”
- **Regione Veneto** – “NUTRIVENDING – Distribuzione Automatica degli alimenti e promozione della salute”
- **Regione Emilia Romagna e Provincia di Forlì-Cesena** – “Frutta Snack: Nuovi stili alimentari e nuove modalità di consumo”

Progetti attivi... i cui risultati saranno monitorati



# DALLE “PAROLE” AI “FATTI”

## I NOSTRI CONVEGNI CON LE ISTITUZIONI

- Modena, 25 novembre 2004 e 29 settembre 2005
- Bari e Conegliano Veneto, rispettivamente il 4 e il 10 ottobre 2005
- Rimini e Salerno, rispettivamente il 6 e il 21 febbraio 2006
- Cesena, 3 marzo 2006
- Bologna, 27 maggio 2006

## WORKSHOP CON GLI ASSOCIATI

- 12 incontri sul territorio nazionale

## ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE

- N. 63 presenze sui qualificati Mass Media nazionali e locali per far conoscere il “punto di vista” del Vending



---

Servizio, qualità e sicurezza alimentare:  
l'impegno della Distribuzione Automatica  
verso i consumatori italiani.

**CONFIDA**  
presenta  
la Carta dei Servizi



# Obiettivo

- Questa Carta descrive i principi fondamentali del servizio di distribuzione automatica e le garanzie offerte ai clienti.
- La Carta è stata elaborata da CONFIDA e si ispira ai valori generali in tema di qualità sviluppati nel Manuale Sistema Qualità nella D.A. presentati all'Assemblea Generale nel 1999.
- Tutti gli iscritti a CONFIDA si impegnano a rispettare le regole per la Qualità indicate nel presente documento.



# Professionalità e qualificazione nella Distribuzione Automatica di alimenti e bevande

La Carta dei Servizi si aggiunge ai manuali già patrimonio  
e valore per gli operatori del vending

Guida per  
gli  
Operatori



Manuale di  
corretta  
prassi  
igienica



Il sistema  
qualità nella  
Distribuzione  
Automatica

IL SISTEMA QUALITÀ  
NELLA  
DISTRIBUZIONE AUTOMATICA

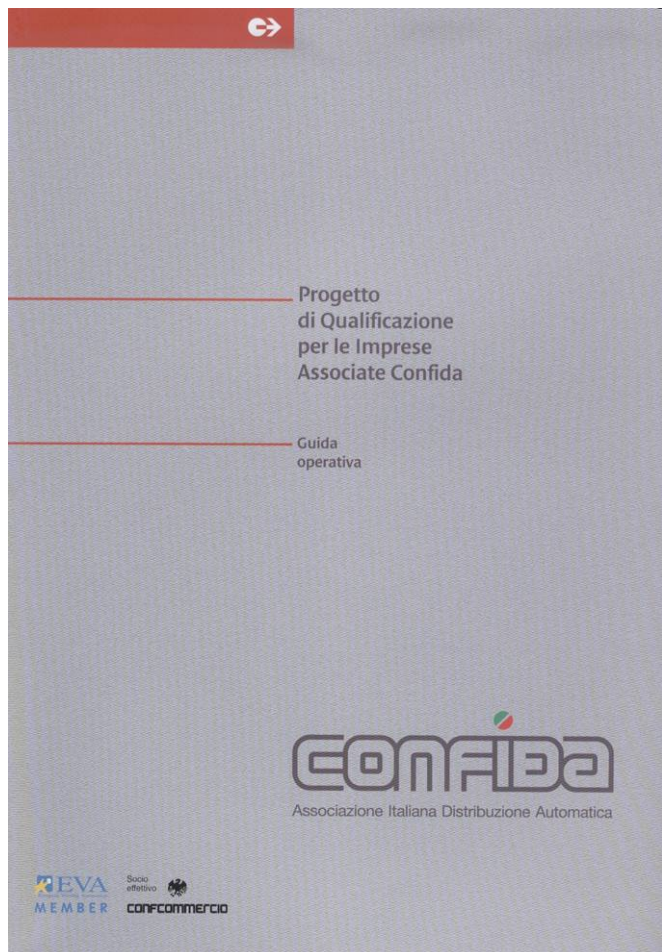
M.A.I.A. –  
Manuale di  
Autocontrollo  
e Igiene  
Aziendale

MANUALE DI AUTOCONTROLLO  
DELL'IGIENE AZIENDALE

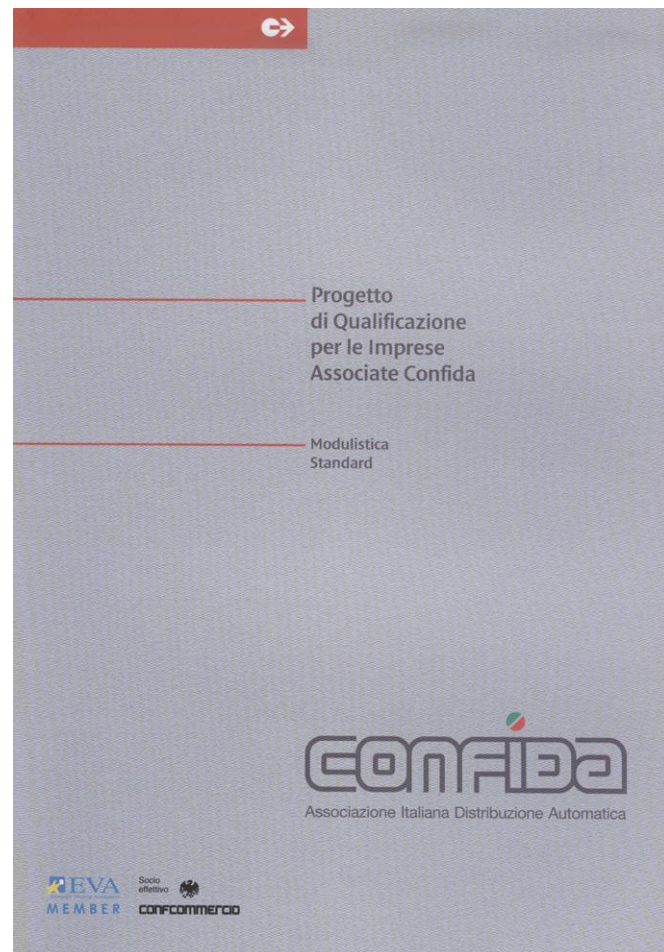


# La Carta dei Servizi

## Guida Operativa



## Modulistica Standard





# Il decalogo

1. Massima attenzione alle esigenze e aspettative dei clienti e impegno costante al miglioramento
2. Massima attenzione alla qualità e varietà dei prodotti somministrati
3. Professionalità e correttezza del personale e del servizio clienti
4. Affidabilità e regolarità del servizio
5. Rifornimento puntuale e assistenza tecnica tempestiva
6. Garanzia di pulizia e igiene dei distributori automatici e dei prodotti somministrati
7. Efficienza dei distributori e facilità di utilizzo
8. Efficienza dei sistemi di pagamento
9. Continua attenzione all'innovazione
10. Soluzioni personalizzate secondo le diverse esigenze ed orientamento ad anticipare i futuri bisogni





# Gli standard

- A. Aspetti sanitari, HACCP, autorizzazioni sanitarie per i magazzini e denuncia dei d.a. installati
- B. Aspetti legali per la comunicazione ai Comuni (D.Lgs. 114/98 art.17), polizza assicurativa per i d.a.
- C. Aspetti di sicurezza ai sensi della legge 626/94
- D. Rispetto del codice della privacy (D. Lgs. 196/2003)
- E. Conformità delle macchine ai requisiti della marchiatura CE
- F. Adeguamento ai capitolati di fornitura e accompagnamento con schede tecniche adeguate
- G. Certificazione dell'utilizzo di materiale per alimenti ai sensi del D. Lgs. 108/92
- H. Corretta etichettatura dei prodotti e dei d.a. secondo il D. Lgs. 109/92
- I. Trasporto dei prodotti alimentari nel rispetto del D. Lgs. 155/97 (HACCP)
- J. Adozione di una procedura per la tracciabilità (Reg. CE 178/2002)
- K. Formalizzazione del rapporto con il cliente tramite un contratto tra le parti