



# NUTRIVENDING

**"DISTRIBUZIONE AUTOMATICA DI ALIMENTI E  
PROMOZIONE DELLA SALUTE"**

*(progetto sperimentale e modalità di appalto presso gli enti pubblici)*

**Dott. Chilese Saverio**

**Referente Regione Veneto**

**Scheda Tematica Ristorazione Collettiva Sociale**

**Piano Triennale Sicurezza Alimentare 2005 - 2007**

**Bologna 27 maggio 2006**



# Il Progetto

**nasce dalla collaborazione con i seguenti enti ed organizzazioni:**

- ❖ **REGIONE VENETO** Piano Triennale Sicurezza Alimentare 2005 – 2007 - Area 2 Nutrizione -
- ❖ **REGIONE VENETO** Assessorato alle Politiche Agricole e alle Attività Produttive
- ❖ **CONFIDA** Associazione Italiana Distributori Automatici Nazionale e la Delegazione Regionale del Veneto
- ❖ **Centro Servizi Amministrativi (CSA)** Regione Veneto
- ❖ **CONFINDUSTRIA** Regione Veneto
- ❖ **UNIVERSITÀ DI PADOVA** Facoltà di Agraria Corso di Laurea in scienze e cultura della gastronomia e della ristorazione



# Finalità

- Favorire l'acquisizione di sani stili di vita  
*attraverso*

la realizzazione di una serie di interventi presso i **distributori automatici di alimenti**

situati in alcune scuole ed imprese della Regione Veneto nonché presso le sedi ULSS ed ospedaliere che aderiranno al progetto.

- Sperimentare la possibilità di acquistare prodotti salutari  
*abbinata*  
ad una informazione in tema  
di alimentazione ed attività motoria.



# Obiettivi

**Il canale dei distributori automatici consente:**

- ❖ di **entrare in contatto** con un numero molto elevato di persone,
- ❖ di intervenire nel momento stesso in cui si sceglie quali alimenti consumare, **potenziando quindi l'efficacia** dei messaggi di sensibilizzazione **nell'orientare i comportamenti.**

**La sperimentazione è coerente con le richieste dell'opinione pubblica**

- ❖ di una maggiore attenzione alla **qualità nutrizionale** degli alimenti offerti nei distributori.



# Strategie

## Marketing mix

Si caratterizza per l'innovativo utilizzo  
del marketing sociale

le **4 "P"** del marketing mix.

**Promotion:** attività di comunicazione per la salute

**Product:** interventi sul prodotto

**Place:** interventi sui canali di distribuzione

**Price:** interventi sul prezzo



# Azioni

## *Promotion*

informazione, educazione e sensibilizzazione su sani stili di vita e sul progetto mediante:

- ❖ l'utilizzo nei distributori automatici di **bicchieri** di plastica con **slogan** di sensibilizzazione;
- ❖ l'allestimento di un **dispenser** accanto al distributore, su cui vengono poste delle locandine o dei volantini sul progetto e su sani stili di vita: *ad esempio "Salute è piacere", "Due passi di salute ogni giorno"*;



# Azioni

## Promotion

- ❖ l'animazione del "punto vendita" con un adesivo sul pavimento ("**Fai un passo verso la salute**") per favorire l'individuazione del distributore con gli alimenti salutari e per stimolare l'interesse dei destinatari del progetto;
- ❖ l'utilizzo di **adesivi sui prodotti salutari**, per renderli facilmente distinguibili rispetto a quelli tradizionali.



# Azioni

## Product

**l'offerta degli alimenti salutarì attraverso i distributori automatici**

**Frutta e vedura**

**Yogurt**

**Succhi di frutta**





# Azioni

## Place

la scelta di utilizzare i **distributori automatici dislocati**

- in alcune **scuole ed aziende**
- presso le **sedi ULSS ed ospedaliere**

**consente di raggiungere un elevato numero di persone** e di intervenire proprio nel momento in cui si sceglie quali alimenti consumare.



# Azioni

## Price

l'elevata quantità di prodotti venduti ogni giorno  
attraverso i distributori  
permette  
**di contenere i prezzi degli alimenti**



# Fasi

## **1° semestre 2006 Pianificazione**

- Definizione e condivisione delle linee di sviluppo del progetto
- Raccolta e valutazione di precedenti esperienze in altre regioni

## **2° semestre 2006 Presentazione e promozione**

## **2007 Attuazione del progetto con verifica finale**

tramite il confronto delle vendite dei prodotti all'avvio ed al termine del progetto NUTRIVENDING



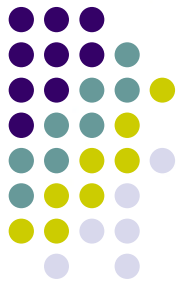
## Linee Guida

**IN MATERIA DI MIGLIORAMENTO DELLA QUALITA'  
NUTRIZIONALE NELLE ASTE PUBBLICHE E NEI  
CAPITOLATI D'APPALTO  
PER DISTRIBUTORI AUTOMATICI DI ALIMENTI E  
BEVANDE**

***“NUTRIVENDING”***

***Criteria e parametri riguardanti l'intero ciclo  
dalla fornitura alla distribuzione***





# SOSTEGNO ALL'APPLICAZIONE DELLA NORMATIVA

L'impegno da parte della Regione Veneto di inserire le **Linee guida relative alla gestione del capitolato appalto per i Distributori Automatici** come allegato nelle LINEE GUIDA per il miglioramento della qualità nutrizionale della Ristorazione Scolastica DGR Veneto n° 3883/2001



# Fornitura Alimenti

## ❖ Gli alimenti

**dovranno provenire da ditte autorizzate ed essere confezionati, etichettati, trasportati e conservati secondo la normativa vigente nazionale e comunitaria.**



## Fornitura Alimenti

**Preferire i prodotti con caratteristiche igienico-nutrizionali migliorative:**

- ❖ prodotti di **provenienza nazionale**,
- ❖ prodotti **DOP** (denominazione di origine protetta)
- ❖ prodotti **IGP** (indicazione geografica protetta)
- ❖ prodotti provenienti da agricoltura biologica **BIO**  
(conformi al Regolamento CEE n.91/2092 e successive modifiche ed integrazione).

**Offrire possibilità di scelta di prodotti equo e solidali e prodotti destinati ad un pubblico specifico**  
(es. prodotti gluten free)



## **Fornitura Alimenti**

### **❖ I PRODOTTI ALIMENTARI**

**non devono essere derivanti da OGM  
e non devono contenere OGM  
o sostanze indesiderate**

**(Legge Regione Veneto n°6 del 01.03.2002)**





# Fornitura Alimenti

## Frutta e verdura:

Per favorire il consumo, e la soddisfazione degli utenti, si suggerisce di curare la presentazione delle preparazioni sia sotto l'aspetto gustativo che visivo

*ad es. con la cura nel taglio e nella cubettatura  
e nell'accostamento, quanto sono previste in forma mista*

La scelta avverrà nell'ambito di quelli appartenenti esclusivamente alla **prima categoria** di classificazione, di norma di provenienza nazionale.

Per favorire il consumo e la commercializzazione preferire i prodotti **conservati in atmosfera modificata o con altre modalità**



## Fornitura Alimenti

### Yogurt:

utilizzare yogurt intero o parzialmente scremato, alla frutta, ai cereali.

### Succhi di frutta:

Utilizzare i succhi di frutta senza zuccheri aggiunti con almeno il 70% di frutta.

### Formaggio:

utilizzare formaggi esenti da polifosfati aggiunti, sali di fusione e conservanti, evitare l'uso di formaggi fusi, scegliere i formaggi D.O.P.;

### Prosciutto:

va utilizzato prosciutto crudo oppure prosciutto cotto di prima qualità, senza polifosfati, ottenuto dalla coscia, scegliere i prodotti DOP o IGP



# Fornitura Alimenti

## Prodotti da forno:

preferire i crackers non salati in superficie e con grassi aggiunti a base di olio di oliva extravergine o di olio monoseme: di arachide, di mais o di girasole

## Merendine e Dolci:

orientare la scelta su dolci semplici, quali ad esempio le crostate di frutta o di confettura di frutta (marmellata), pane con l'uvetta, con grassi aggiunti a base di olio di oliva extravergine o di olio monoseme: di arachide, di mais o di girasole



## Fornitura Alimenti

### Grassi vegetali aggiunti:

sono da preferire i prodotti che contengono negli ingredienti:

olio extra vergine di oliva;

olio monoseme di arachide, di mais o di girasole

(evitando i grassi di cocco e di palma spesso mascherati con la dicitura grassi vegetali all'interno degli ingredienti nell'etichettatura.)



## Modalità di aggiudicazione

**Il servizio verrà aggiudicato**  
secondo criteri sia economici che di qualità

**RAPPORTO QUALITA' PREZZO**

*come previsto dall'art.23 del  
D.L. vo 17 marzo 1995 n. 157.*

i criteri i aggiudicazione mediante punteggio  
potranno essere i seguenti:

**prezzo : punti 50**



## Modalità di aggiudicazione

Qualora l'offerta della ditta sia riferita al **canone di concessione dei locali** per l'installazione dei distributori automatici  
si farà riferimento **all'offerta più alta.**

- All'offerta col prezzo più alto verranno attribuiti 50 punti mentre alle restanti offerte saranno attribuiti punteggi proporzionalmente inferiori, secondo la seguente formula:

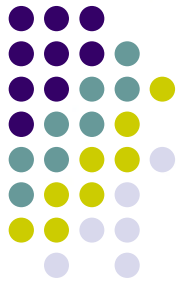
$$\text{PUNTEGGIO} = 50 \times \frac{\text{valore offerta più alta (riferito al canone di concessione)}}{\text{valore singola offerta}}$$



## Modalità di aggiudicazione

Se invece si fa riferimento all'offerta della ditta relativa ai **prodotti alimentari** si farà riferimento al prezzo più basso o alla **media dei prezzi più bassa**.

- All'offerta col prezzo più basso verranno attribuiti 50 punti mentre alle restanti offerte saranno attribuiti punteggi proporzionalmente inferiori, secondo la seguente formula:
- $$\text{PUNTEGGIO} = 50 \times \frac{\text{valore offerta più bassa (riferito alla media dei prezzi)}}{\text{valore singola offerta}}$$



**qualità: punti 50**

**Per il calcolo di quest'ultimo valore si allegano**

**i parametri riportati nella successiva tabella**





## Tabella esemplificativa

Parametri qualità	Assegnazione punteggio (50 punti)
<b>1. Specializzazione nel campo del vending</b> da comprovarsi con il certificato del registro Imprese e possesso della Certificazione I.S.O. sia della ditta che dei fornitori e della Carta dei Servizi della CONFIDA	<b>Da 0 a 10 punti</b> a discrezione della apposita Commissione o del personale preposto dalla struttura appaltante
<b>2. Descrizione dei distributori</b> automatici e l'indicazione delle loro caratteristiche tecniche privilegiando quelli refrigerati	<b>Da 0 a 5 punti</b> a discrezione della apposita Commissione o del personale preposto dalla struttura appaltante



## Tabella esemplificativa

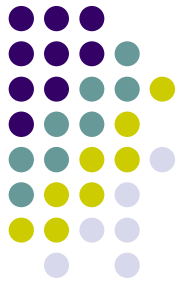
Parametri qualità	Assegnazione punteggio (50 punti)
<p><b>3. Utilizzo di prodotti nutrizionalmente migliorativi</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Frutta e vedura</li><li>● Yogurt</li><li>● Succhi di frutta</li><li>● Formaggio e prosciutto</li><li>● Prodotti da forno</li><li>● Merendine e dolci</li></ul>	<p><b>Da 0 a 10 punti</b></p> <p>a discrezione della apposita Commissione o del personale preposto dalla struttura appaltante</p> <p>Punteggio da graduare in base alla frequenza proposta e alle tipologie delle prodotti</p>
<p><b>4. Utilizzo di prodotti DOP o IGP o di prodotti biologici, del commercio equo e solidale, prodotti destinati ad un pubblico specifico (es. prodotti gluten free)</b></p>	<p><b>Da 0 a 5 punti</b></p> <p>a discrezione della apposita Commissione o del personale preposto dalla struttura appaltante</p> <p>Punteggio da graduare in base alla frequenza proposta e alle tipologie di prodotti</p>



## Tabella esemplificativa

Parametri qualità	Assegnazione punteggio (50 punti)
<b>5. Adesione a progetti di comunicazione nutrizionale e di socialmarketing</b>	<b>Da 0 a 15 punti</b> a discrezione della apposita Commissione o del personale preposto dalla struttura appaltante Punteggio da graduare in base al progetto di socialmarketing e alla qualità del messaggio nutrizionale e di stile di vita
<b>6. Monitoraggio sulla qualità percepita dall'utenza del servizio di vending</b>	<b>Da 0 a 5 punti</b> a discrezione della apposita Commissione o del personale preposto dalla struttura appaltante

*i punti 3, 4, 5, valorizzano l'utilizzo di prodotti nutrizionalmente corretti e i progetti di comunicazione nutrizionale e di socialmarketing al fine di promuovere il progetto "NUTRIVENDING"*



# ASTA PUBBLICA

## Modalità di aggiudicazione

**Qualora l'offerta della ditta sia riferita al  
canone di concessione degli spazi  
per l'installazione dei distributori automatici  
per cui si tratta di un  
contratto attivo con introito  
per l'ente pubblico**

**In tal caso si preferisce utilizzare lo strumento  
dell'asta pubblica**



# ASTA PUBBLICA

## Modalità di aggiudicazione

Lo strumento dell'asta pubblica risulta essere uno strumento rigido in quanto obbliga tutte le ditte a sottostare ai prerequisiti previsti nel bando di gara

**Il bando dovrà contenere come obbligatori**

- *l'utilizzo di prodotti nutrizionalmente corretti*
- *i progetti di comunicazione nutrizionale e di socialmarketing al fine di promuovere il progetto "NUTRIVENDING"*

***Alla fine si aggiudicherà solamente in base al prezzo***



## **NUTRIVENDING**

*"Io non credo che qualcuno abbia mai insegnato qualcosa a qualcun altro.....  
L'unica cosa che so è che chi vuole imparare impara.*

*Un insegnante, al massimo, è uno che facilita le cose, imbandisce la mensa e mostra agli altri che è eccitante e meravigliosa .....e li invita a mangiare."*

**(Carl Rogers)**

**GRAZIE PER L'ATTENZIONE E PER LA PAZIENZA**