



**“Distribuzione automatica di alimenti e promozione della salute”**

## **LE ATTIVITA' ORGANIZZATIVE**

**Modena, 29 settembre 2005**

**Alex Gozzi  
Demil S.p.A.  
Buonristoro Vending Group**

## PREMESSA

**Maggio 2003: primo test relativo alla distribuzione di mele e yogurt**

- **ricerca del target:** pubblico femminile e giovane
- **macchine utilizzate:** a piatti a temperatura controllata
- **durata del test:** 6 mesi
- **distributori interessati:** 13
- **pubblico interessato:** 7.000 utenti

## ESITI



- **40 pezzi al mese per macchina per i primi due mesi**
- **25 pezzi a macchina per i 4 mesi successivi**



- **20 pezzi mese per distributore**

## RAGIONI

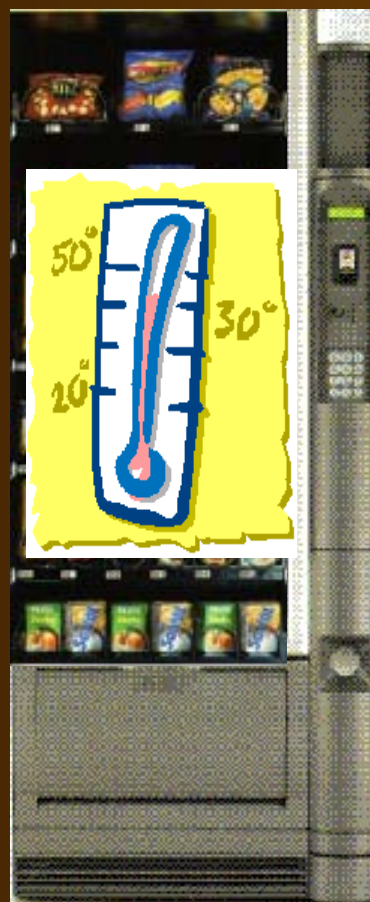


- scarsa visibilità del prodotto
- scarsa fiducia del consumatore nei confronti del prodotto “fresco”
- scarsa possibilità di offerta
- difficoltà a supportare la distribuzione con strumenti di comunicazione

## **DISTRIBUZIONE AUTOMATICA E PROMOZIONE DELLA SALUTE**

**“Consapevolezza che per la riuscita del progetto fosse indispensabile l’individuazione di una diversa strategia”**

## IL DISTRIBUTORE AUTOMATICO



- spirale per offrire più referenze e sfruttare “l’effetto vetrina”

- temperatura controllata

## LA CONFIGURAZIONE

### PRODOTTI FRESCHI

- panini a doppia farcitura

- focacce

- pizzette

- brioches

### •ALTRI PRODOTTI

- succhi di frutta

- bevande energetiche

- tramezzini



### •PRODOTTI SALUTARI

- panino al prosciutto crudo

- yogurt da bere

- bevanda probiotica

- mela

- macedonia

- formaggio e crackers

- barretta ai cereali

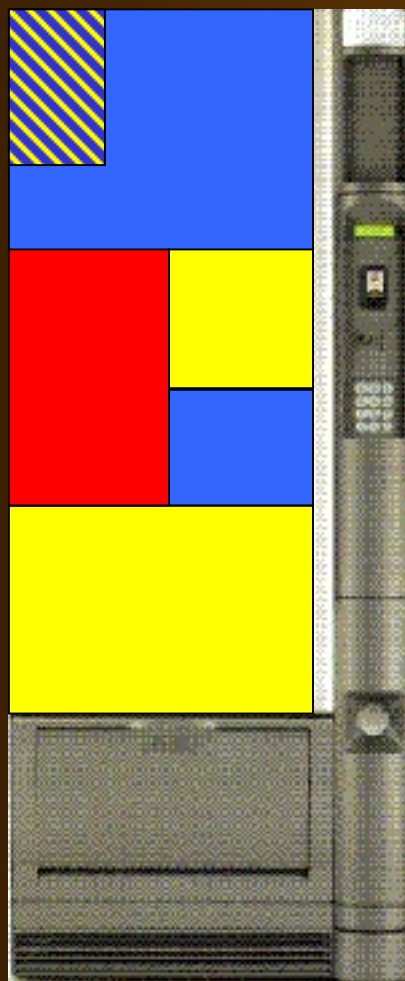
- cioccolato dietetico

- succo di frutta al 70%





## LA CONFIGURAZIONE



25%

•prodotti freschi

44%

•prodotti salutari

31%

•altri prodotti



## LA CARATTERIZZAZIONE GRAFICA

- un adesivo a pavimento invita ad avvicinarsi al distributore



## LA CARATTERIZZAZIONE GRAFICA

- lo stesso adesivo caratterizza i prodotti selezionati



- un adesivo sul distributore invita a preferire i prodotti salutari



## LA COMUNICAZIONE



**11 locandine posizionate in prossimità dei distributori automatici a rotazione hanno illustrato il progetto e sensibilizzano all'adozione di stili di vita sani**



**450.000 bicchieri supportano i messaggi delle locandine**

# I TEMI TRATTATI



**Alimentazione**



**Movimento**



**Donazione**





## **I NUMERI**

**6 i mesi di sperimentazione**

**9 aziende e 2 facoltà universitarie coinvolte**

**13 i distributori automatici con prodotti freschi e  
salutari**

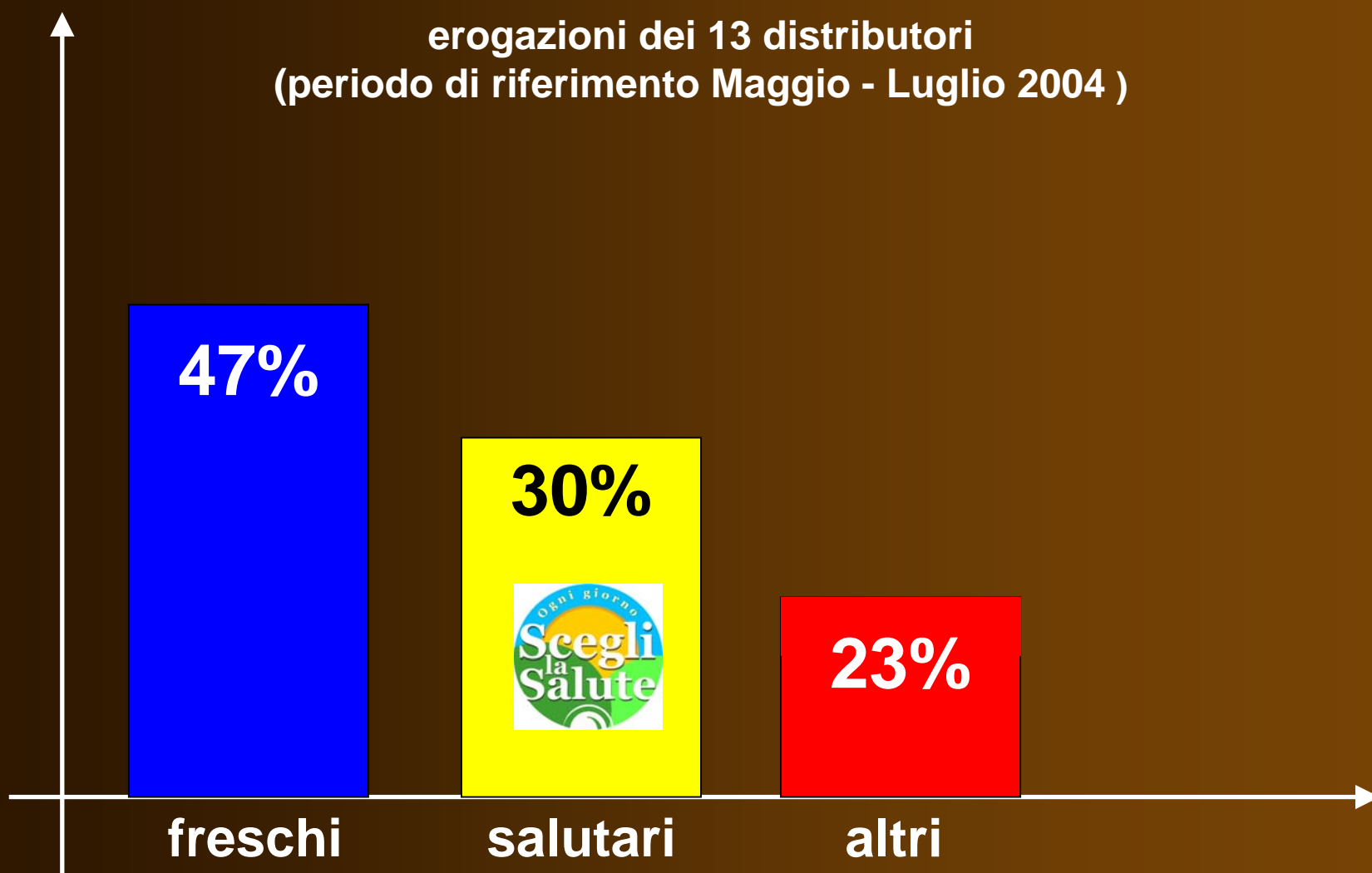
**450.000 bicchieri distribuiti all'interno di 25  
distributori di bevande calde**

**5.000 le persone potenzialmente interessate**



## I RISULTATI

erogazioni dei 13 distributori  
(periodo di riferimento Maggio - Luglio 2004 )

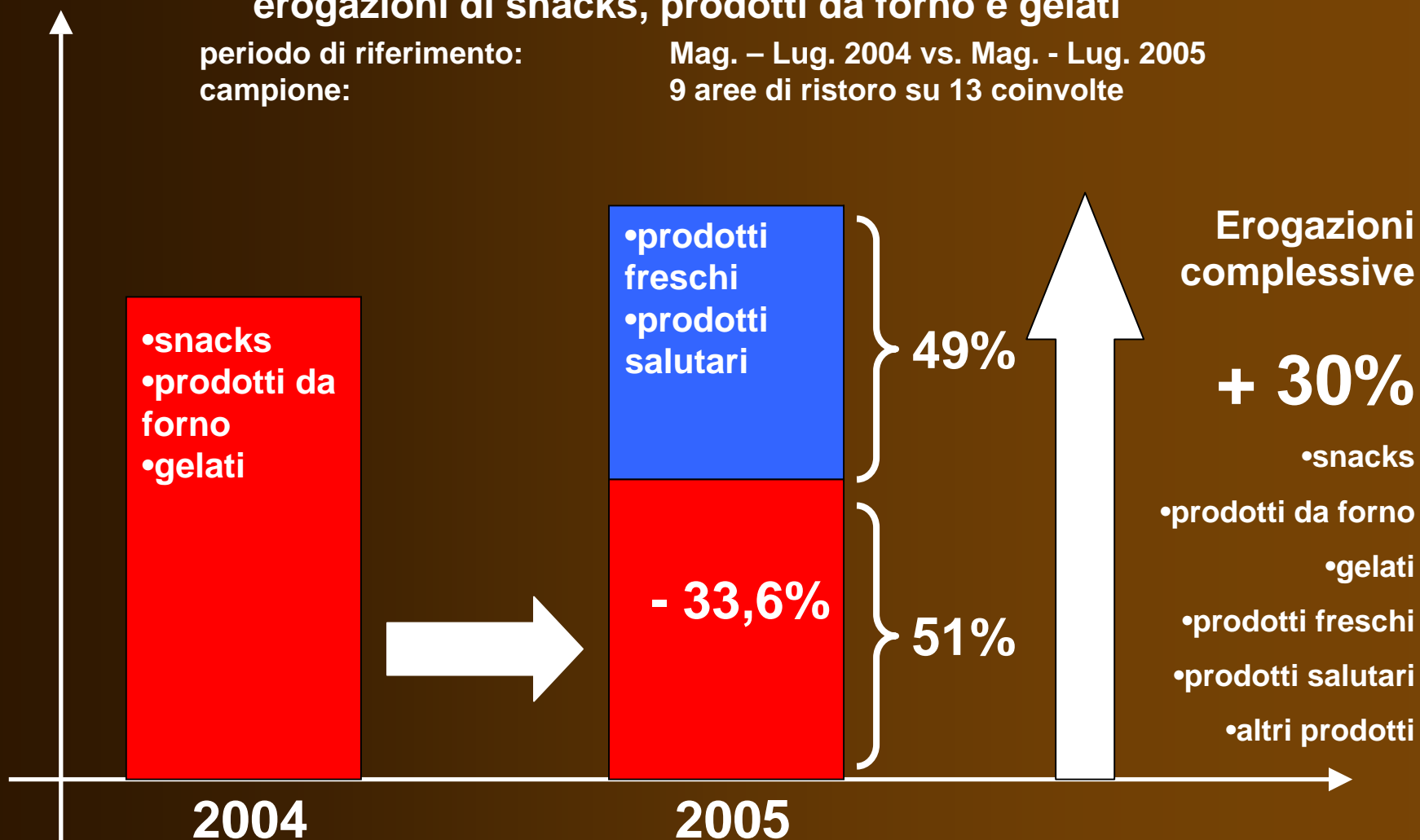


## CONFRONTO PRIMA E DOPO

erogazioni di snacks, prodotti da forno e gelati

periodo di riferimento:  
campione:

Mag. – Lug. 2004 vs. Mag. - Lug. 2005  
9 aree di ristoro su 13 coinvolte





## **CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE**

- La sperimentazione ha dato esiti positivi su tutte le postazioni**
- La vetrina ed il supporto di strumenti di comunicazione sono indispensabili per agevolare la vendita di alcuni prodotti**
- Ad oggi nuovi distributori sono già stati installati ed altri sono in fase di allestimento**
- Su tutte le aree di ristoro coinvolte, a livelli differenti, è stata utilizzata la stessa caratterizzazione grafica e gli stessi strumenti di comunicazione**

## PROSSIMI SVILUPPI

- Applicare la medesima metodologia su nuovi fronti come ad esempio:



- Prodotti provenienti da commercio equo e solidale



- Prodotti destinati a pubblici specifici

**Per informazioni:**

[www.ausl.mo.it/pps](http://www.ausl.mo.it/pps)

[www.buonristoro.com](http://www.buonristoro.com)



Alex Gozzi

Demil S.p.A.

Buonristoro Vending Group

e-mail: [a.gozzi@buonristoro.com](mailto:a.gozzi@buonristoro.com)