

**L'adozione di stili di vita sani come
possibilità di scelta: il ruolo della
distribuzione automatica.**

**Sperimentazione Demil s.p.a., Buonristoro
Vending Group**

Berti Pietro, Balzano Valentina,

Sicura – Sicurezza Alimentare

Modena, 20 ottobre 2006

L'importanza per la salute del mangiare sano

- È noto da tempo che bisognerebbe consumare 5 porzioni di frutta e verdura al giorno, ma



... come fare a motivare le persone in tal senso?

Il Modello degli stadi del cambiamento (Di Clemente e Prochaska 1998)

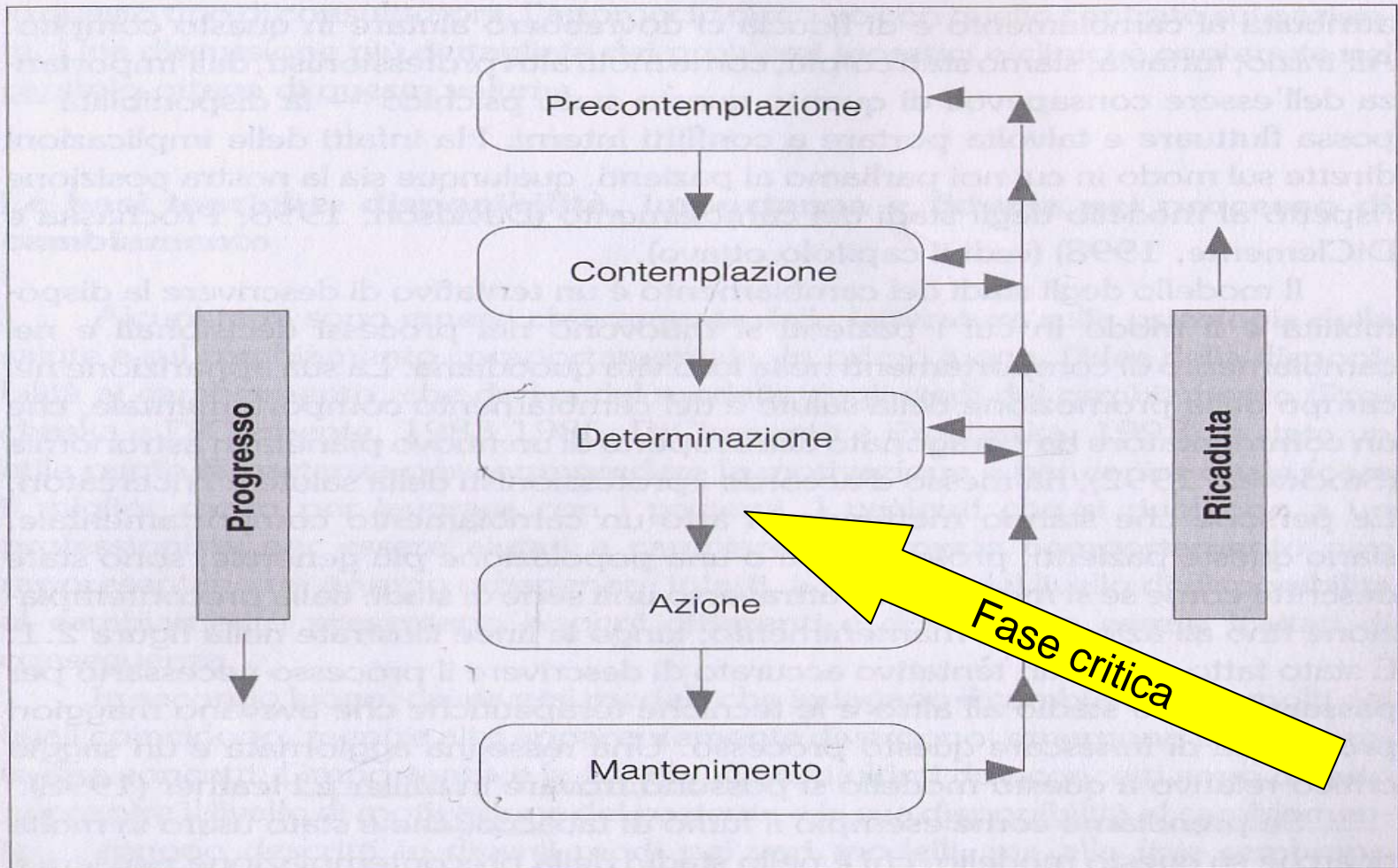


Fig. 2.1 Il modello degli stadi del cambiamento.

L'informazione da sola NON BASTA

È assodato da molti anni che il fumo di sigaretta è nocivo, ma circa il 26% degli adulti fuma.

Perché?

Manca l'informazione? NO

Mancano le evidenze scientifiche? NO

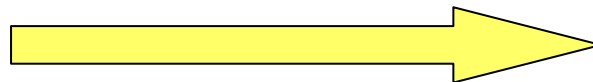
Fra scienziati, ci sono pareri contrastanti in merito? NO

L'esempio del fumo di sigaretta è esemplificativo del fatto che L'INFORMAZIONE, DA SOLA, PUO' NON BASTARE A MODIFICARE IL COMPORTAMENTO

Un esempio: il progetto “S. Mauro si mette in moto”

- Cominciato nell'estate 2003 a San Mauro Pascoli (FC) per la promozione dell'attività fisica
- La presenza media, 3 volte alla settimana, è stata di 60-70 persone
- Oltre 30 hanno continuato a svolgere attività fisica anche dopo l'estate

Intervistate, tutte le persone hanno affermato di essere già a conoscenza dei vantaggi dell'attività fisica, ma erano (quasi) tutti sedentari!!!



Mancavano le **offerte concrete** per praticare attività fisica

Obiettivo dell'azione

- Incentivare il consumo di cibi sani, introducendoli nella Distribuzione Automatica

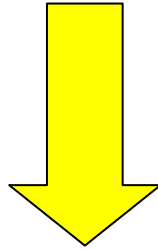


Le fasi del processo

- 1) Individuazione dei possibili prodotti da introdurre nella D.A.
- 2) Conduzione di **due gruppi focus/ nominali** per testare l'interesse verso i cibi salutaris nella D.A. e per capirne le intenzioni d'acquisto
- 3) Preparazione della **campagna informativa** da associare all'introduzione dei prodotti
- 4) **Introduzione sperimentale per 6 mesi** dei prodotti nelle macchine distributrici

Risultati (1)

La sperimentazione è partita con 13 macchine distributrici (novembre 2004)



Il **30% circa dei prodotti venduti** in queste macchine era costituito da **prodotti salutari**

Risultati (2)

Oggi i distributori automatici di questo tipo installati da Buonristoro sono molti di più

Fra i motivi del successo:

- la campagna di comunicazione di supporto
- l'offerta di un ampio panel di prodotti, che ha permesso a molti di passare dalla **determinazione** all'**azione** (Di Clemente e Prochaska 1998)

Il Modello degli stadi del cambiamento (Di Clemente e Prochaska 1998)

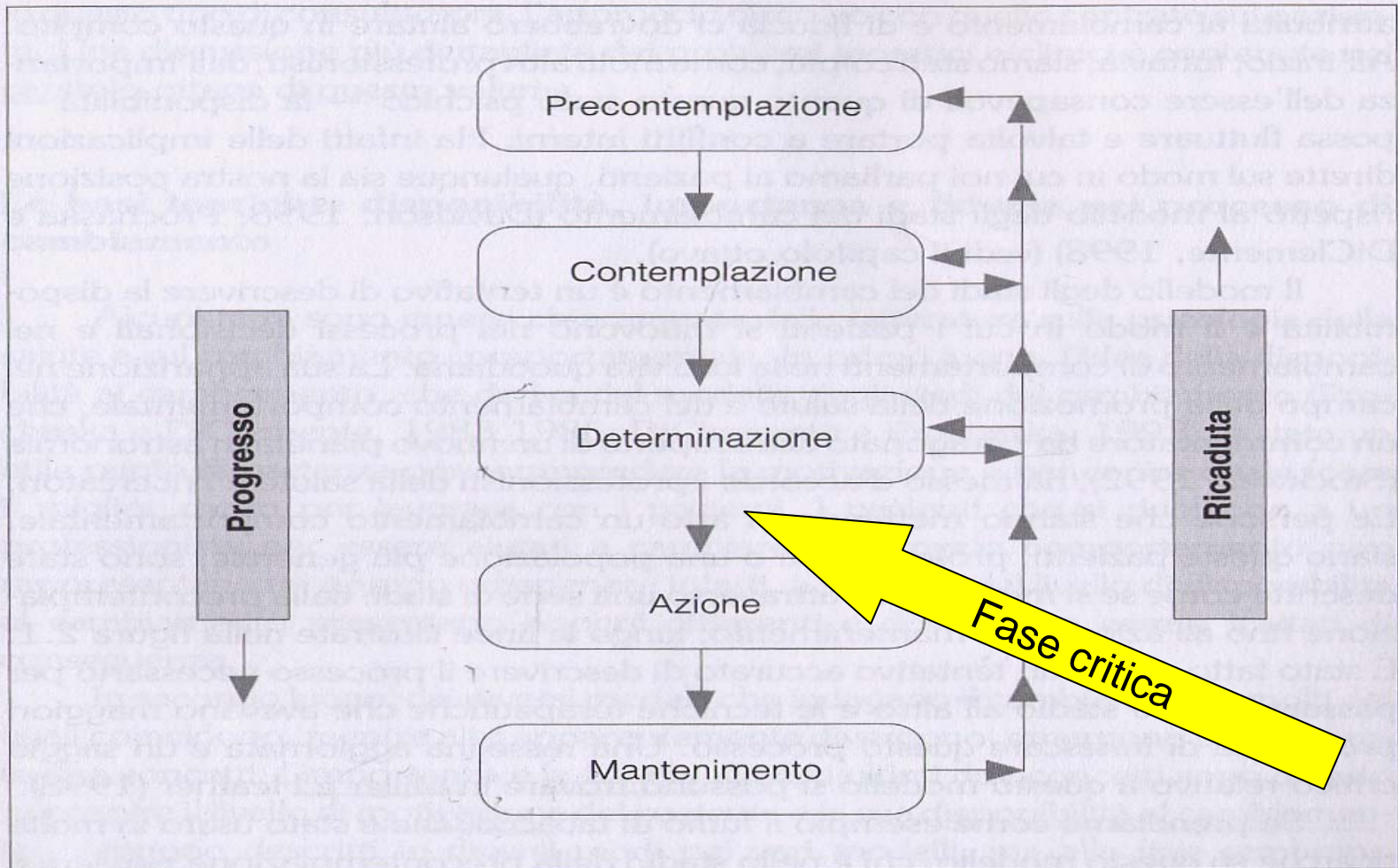


Fig. 2.1 Il modello degli stadi del cambiamento.

Il contributo dei gruppi

- Sono emerse dinamiche interessanti, che hanno spiegato **l'atteggiamento** dei partecipanti verso gli alimenti
- Abbiamo capito perché certi prodotti sono apprezzati e altri meno
- Abbiamo chiesto quali erano i loro **desideri**

Considerazioni conclusive

- È probabilmente aumentata la vendita di prodotti salutari
- L'iniziativa dell'azienda **non è filantropia, ma business etico**
- Nella promozione della salute, **è bene che lavorino insieme gli studiosi, i professionisti con coloro che possono offrire l'opportunità concreta di mettere in atto un comportamento salutare**

Grazie per l'attenzione

pietroberti@hotmail.com

pietro_berti@yahoo.it