

# PROGETTO ARGENTOVIVO



*La distribuzione automatica mette  
al centro la salute*



**GRUPPOARGENTA**  
RISTORAZIONE AUTOMATICA

*“La distribuzione automatica mette al centro la salute”*



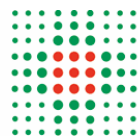
**ArgentoVivo**

# Argentovivo:

*La distribuzione automatica mette al centro la salute*

Nasce da un'idea di Gruppo Argenta S.p.a

in collaborazione con:



SERVIZIO SANITARIO REGIONALE  
EMILIA-ROMAGNA  
Azienda Unità Sanitaria Locale di Parma



con il patrocinio:



COMUNE DI PARMA



Al fine di educare l'utente del servizio di ristorazione automatica,  
ad un consumo più critico dei prodotti, “mettendo al centro la salute”,  
attraverso un'innovativa configurazione del distributore.

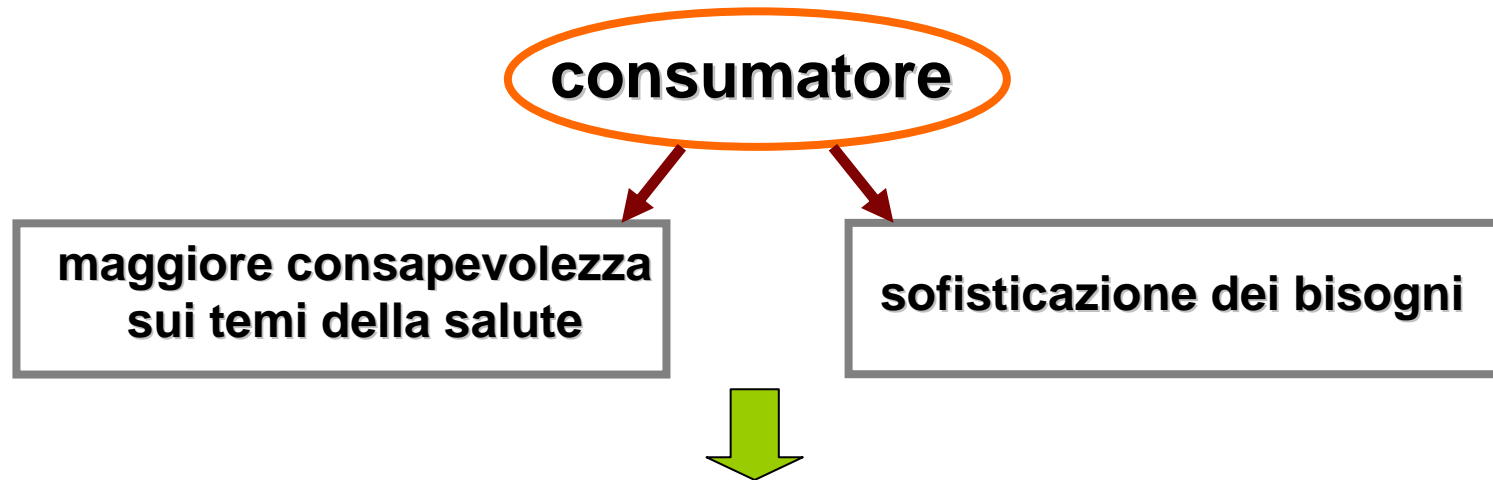


*“La distribuzione automatica mette al centro la salute”*



Argentovivo

# Case History



ci ha portato a sviluppare

concrete conoscenze, competenze e know how grazie

alla sperimentazione di una varietà sempre più ampia di referenze:

- 2000 → “Mela più: una mela nel mirino”;
- 2003 → “Mitosnack”;
- 2004 → “Il fresco di IV gamma Bonduelle e Macè”;
- 2006 → “Frutta e Verdura Dimmidisi”.

# Customer Satisfaction Measurement:

- Il **tasso di conoscenza e sperimentazione** del prodotto è fin dalle prime settimane molto elevato;
- La **probabilità di riacquistare** il prodotto è molto scarsa a fronte di un tasso di soddisfazione molto elevato;
- Le **determinanti all'acquisto** sono la curiosità e il fatto che si tratta di prodotti sani e alternativi alle solite proposte, mentre le **ostacolanti** sono dettate dal costo più elevato delle referenze alternative;
- Gli **attributi** che intervengono nella fase di valutazione del prodotto e le motivazioni all'acquisto sono direttamente collegate ai dettami di una corretta alimentazione;
- Il **modello di consumo** associato al prodotto è quello dello snack fuori casa di metà mattina o metà pomeriggio;
- Il **prezzo** incide fortemente sulla scelta e nella maggior parte dei casi queste referenze sono ritenute troppo costose dagli intervistati;
- La **promozione** sul punto vendita è centrale alla diffusione di questi prodotti innovativi.

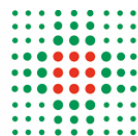
# Argentovivo

Non si concretizza solamente nell'elaborazione di un piano di marketing  
(4P – price, product, place, promotion –)



ma anche nell'attività formativa di educazione alla salute  
per i ragazzi delle scuole medie, inferiori e superiori.

Grazie alla collaborazione della  
Commissione Nutrizione della AUSL di Parma



SERVIZIO SANITARIO REGIONALE  
EMILIA-ROMAGNA  
Azienda Unità Sanitaria Locale di Parma



*"La distribuzione automatica mette al centro la salute"*



Argentovivo

# Argentovivo

Il progetto prevede la collocazione di distributori automatici dedicati, in tutte le aree della AUSL di Parma e del Comune di Parma, attraverso i quali verranno veicolati al consumatore i seguenti messaggi :

## Esercita la creatività:

Mangia sano e vario: **Crea salute**



Muoviti e mantieniti in forma: **Crea benessere**



Fai girare la solidarietà: **Crea un sorriso**



Rispetta l'ambiente: **Differenziati**



# Argentovivo nella scuola

- ✓ **4 istituti** superiori della provincia di Parma, **24 classi** e **400 studenti** coinvolti;
- ✓ L'iniziativa è rivolta alle **classi 2<sup>^</sup> e 3<sup>^</sup>** che durante l'anno scolastico in corso affronteranno il tema dell'educazione a sani stili di vita;
- ✓ Attraverso l'utilizzo della **forma teatrale** perseguiremo gli obiettivi del progetto, disponendo di esperti che adeguatamente formati, terranno **2 sessioni da 3 unità didattiche ciascuna** interattive e dinamiche per avvicinare i ragazzi in modo creativo all'educazione alla salute;
- ✓ I ragazzi, se vorranno partecipare, potranno realizzare, a conclusione del ciclo di incontri, un **elaborato visivo** (uno spot pubblicitario, opera artistica, cortometraggio ecc..), il migliore dei quali verrà premiato.



*“La distribuzione automatica mette al centro la salute”*



**Argentovivo**

# Configurazione D.A. a vetrina



incentra la comunicazione sulla  
“bontà del consumo”  
e sull'importanza di seguire  
un'alimentazione varia e controllata.

TASCA E FOLDER  
INFORMATIVO

BOLLINI  
IDENTIFICATIVI





# Configurazione D.A. a vetrina



## PRODUCT →

- snack di **frutta e verdura** a pezzi;
- **mela** e mousse di frutta;
- **yogurt**;
- **Parmigiano Reggiano**;
- snack **poveri di grassi ed equilibrati**;
- merendine da agricoltura **biologica**;
- barrette di cereali **ipocaloriche**;
- snack e bevande **senza glutine**;
- prodotti da forno **non salati** in superficie e con olio d'oliva extravergine;
- succhi di frutta **senza zuccheri aggiunti**;
- snack del **commercio equo e solidale**.

# Configurazione D.A. bevande calde



**PRODUCT →**  
**Caffè commercio equo e solidale**

**TASCA E FOLDER  
INFORMATIVO**

**BICCHIERI  
PERSONALIZZATI**



# Argentovivo: timing del progetto

- Maggio 2006 → Definizione della strategia comunicativa del progetto;
- Ottobre 2006 → Definizione dei prodotti e delle marche da inserire nel distributore automatico secondo le indicazioni nutrizionali dell'AUSL di Parma;
- Novembre 2006 → Collocazione delle vetrine così configurate per prodotti e promozione presso le aree della AUSL e delle scuole coinvolte;
- Dicembre 2006 → 1° sessione di interventi negli istituti superiori coinvolti;
- Gennaio 2006 → CSM e analisi dei risultati della prima fase del progetto;
- Febbraio 2007 → 2° sessione di interventi negli istituti superiori coinvolti;
- Maggio 2007 → CSM e analisi e valutazione dei risultati ottenuti: prestazioni delle referenze alternative e valutazione della soddisfazione del consumatore.

# Argentovivo

**Tramite questo progetto che prevede:**

- 1. Il coinvolgimento di istituzioni e istituti scolastici;**
- 2. lo sviluppo di partnership con i fornitori;**
- 3. l'inserimento di prodotti alternativi alle tradizionali referenze di marca a prezzi contenuti;**
- 4. comunicazione e promozione sul punto vendita (folders, bicchierini, adesivi, bollini identificativi ecc...) .**



**il distributore automatico diventa lo strumento ideale per “creare salute”**



*“La distribuzione automatica mette al centro la salute”*



**Argentovivo**