



Ministero della Salute



Centro nazionale per
la prevenzione e
il controllo delle malattie

Marketing sociale per prevenire l'obesità tramite la distribuzione automatica di alimenti

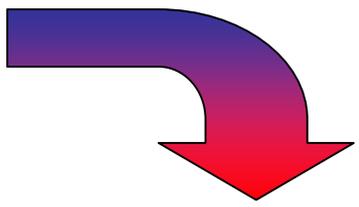


Giuseppe Fattori
Responsabile Piano per la salute
Azienda USL di Modena

Marketing commerciale - Azienda profit - Societal marketing

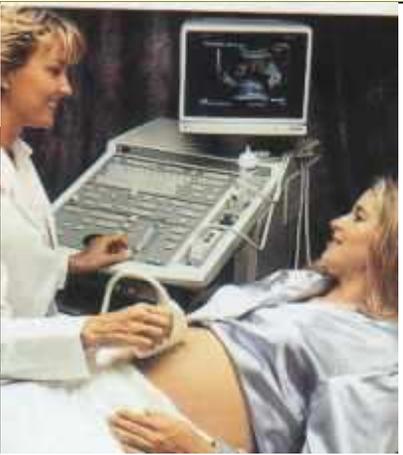


Marketing sociale



Azienda no profit

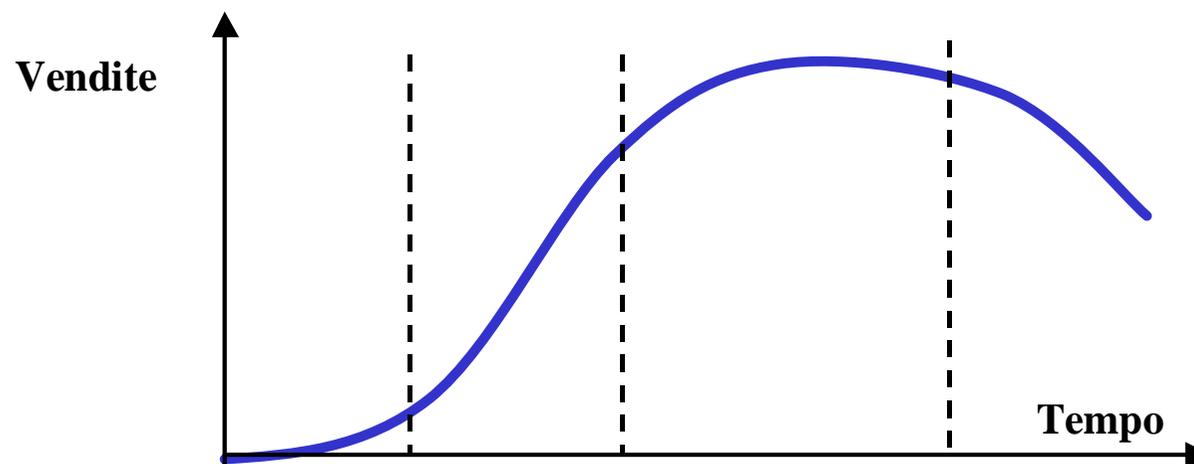
Servizi



Salute



Le strategie di marketing nel ciclo di vita del prodotto



Ciclo di vita del prodotto	Introduzione	Crescita	Maturità	Declino
Tipologia di consumatori	Innovatori	Pionieri	Maggioranza	Conservatori Ritardatari
Comunicazione - Pubblicità - Promozione - Propaganda - Contatti diretti				
Prezzo				
Distribuzione				



Department of Health and Human Services
Centers for Disease Control and Prevention

APPROACH 4

Adopt Marketing Techniques to Promote Healthful Choices



A REVIEW OF THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL MARKETING – NUTRITION INTERVENTIONS

ISM Institute for Social Marketing



The Open University



UNIVERSITY OF STIRLING



National SOCIAL MARKETING

Strategy for Health

“la revisione ha trovato forti evidenze che interventi nutrizionali sviluppati con i principi del marketing sociale possono essere efficaci”



Propensione all'adozione del comportamento che si intende promuovere

Resistenza all'adozione del comportamento che si intende promuovere

EDUCAZIONE ALLA SALUTE

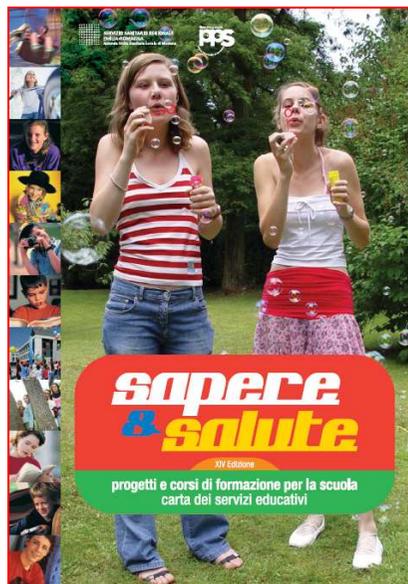
MARKETING SOCIALE

INTERVENTI NORMATIVI

**Sani
stili di vita**

PROMOZIONE DELLA SALUTE

EDUCAZIONE
ALLA SALUTE



MARKETING
SOCIALE



INTERVENTI
NORMATIVI



Linee di indirizzo
per i capitolati
d'appalto



Piani di prevenzione e distribuzione automatica

Piano di prevenzione – Valle d’Aosta
Piano di intervento per la prevenzione dell’obesità 2006-2008

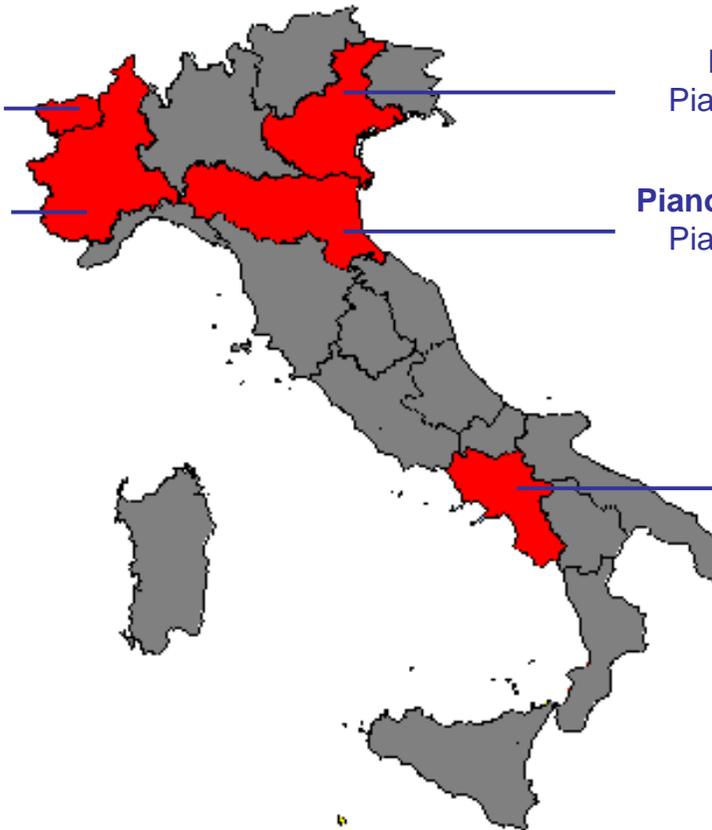
Piano di prevenzione – Piemonte
Piano di intervento per la prevenzione dell’obesità 2006-2008

Piano di prevenzione - Veneto
Piano di intervento per la prevenzione dell’obesità 2006-2008

Piano di prevenzione - Emilia-Romagna
Piano di intervento per la prevenzione dell’obesità 2006-2008

Piano di prevenzione - Campania
Piano di intervento per la prevenzione dell’obesità 2006-2008

**Piano Nazionale
della Prevenzione
2005-2007**



Temi:

- **capitolati d'appalto**, **linee guida** e **regolamentazione** di cibi e bevande
- progetto sperimentale di **marketing sociale** per la promozione della salute
- **miglioramento della tipologia e della qualità dei prodotti**, anche tramite **interventi educativi**, di **controllo** e **accordi con i gestori**
- sistema di **verifica**



BOLLINO
sui prodotti salutari



SLOGAN
per la salute su
900.000 bicchieri

ADESIVO SUL PAVIMENTO
per la segnalazione delle aree di
ristoro coinvolte nel progetto



**Possibilità di scegliere
PRODOTTI SALUTARI**



LOCANDINE
a fianco dei
distributori





- di sani stili di vita:
900.000 bicchieri e diverse locandine a fianco dei distributori con messaggi sulla salute



- del progetto:
attivazione di Confindustria; comunicato stampa; adesivo sul pavimento per segnalare i distributori; bollino "Scegli la salute" sugli alimenti salutari.

PROMOZIONE



Contenimento dei PREZZI



CANALE DI DISTRIBUZIONE

-Distribuzione automatica:
canale di promozione della salute.
- Imprese e Università:
amplificazione del n° di persone raggiunte



Offerta di PRODOTTI SALUTARI



Progetto “Distribuzione automatica di alimenti e promozione della salute” I risultati della sperimentazione

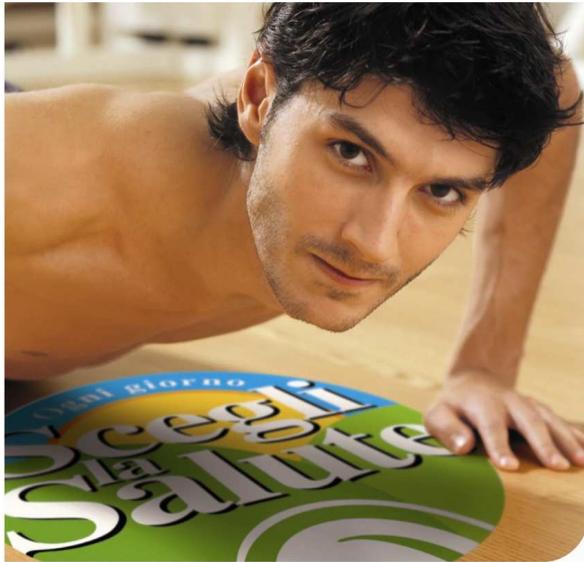
I dati sulle **VENDITE DEI PRODOTTI**

**Prodotti
tradizionali
69,75%**




**Prodotti
salutari
30,25%**





Una regolare
attività fisica
è una scelta
SANA.



Fai la scelta giusta, ogni giorno.



Possibili evoluzioni

Nuovi temi di salute:

- Screening**
- Fumo**
- Alcol**

Sperimentazione tecnologica:

- Video**

Sperimentazione organizzativa:

- Scuole**

Nuovi prodotti salutari:

- Alimenti freschi**
- Tradizionali**
- Locali**