



Ulteriori informazioni sulla campagna

«5 al giorno» · Lega svizzera contro il cancro · Ursula Zybach · Effingerstrasse 40 · Casella Postale · 3001 Berna
Telefono 031 389 91 51 · Fax 031 389 91 60 · zybach@swisscancer.ch · info@5amtag.ch
www.5algiorno.ch · www.flipthefruit.ch



Rapporto annuale 2008

«5 al giorno» è una campagna della Lega svizzera contro il cancro per la promozione del consumo di verdura e frutta. La campagna è sostenuta dalla Lega svizzera contro il cancro, da Promozione salute Svizzera e dall'Ufficio federale della sanità pubblica.

Ben preparati – la ricetta di «5 al giorno»	3
Buoni propositi – gli obiettivi della campagna	4
Obiettivi che uniscono – sostenitori, partner e licenziatari	5
E via dicendo... – le misure di comunicazione	8
Sani e produttivi – attività per gruppi target e setting	10
Espresso in cifre – bilancio 2008	11
Contatto	12

Il logo della campagna «5 al giorno» è sinonimo di qualità, benessere e piacere e trasmette un messaggio chiaro: chi consuma 5 porzioni al giorno di verdura e frutta si alimenta in modo equilibrato, contribuendo in maniera decisiva alla propria salute e al proprio benessere. Possono essere muniti del logo della campagna soltanto prodotti che soddisfano severi criteri: vale a dire, la licenza viene concessa soltanto a prodotti con un'alta percentuale di frutta e verdura. Ciò aiuta i consumatori ad orientarsi, facilitando la scelta di prodotti adatti a un'alimentazione equilibrata e sana.

Alla fine del 2007 oltre al già noto logo «5 al giorno» è stato introdotto il logo per porzioni. Il logo per porzioni contraddistingue una porzione di almeno 120g di frutta o verdura pronta per l'uso. Dopo un anno dall'introduzione, un sondaggio rappresentativo svolto dalla Coop indica che già circa un quarto degli intervistati conosce il logo per porzioni.

Nell'anno in questione la campagna «5 al giorno» ha potuto estendere ulteriormente le attività già avviate, ma è anche riuscita ad attirare l'attenzione con mezzi non convenzionali, come l'opuscolo di ricette per Euro 08. Gli spot televisivi della serie «Gut vorbereitet?» hanno riscosso un buon successo e sono stati mandati in onda con il doppio della frequenza prenotata. Si è potuto così raggiungere il vasto pubblico in modo divertente, evidenziando quanto è semplice – con una buona preparazione – mangiare 5 porzioni di frutta e verdura al giorno. Nei prossimi anni incrementeremo ulteriormente questo tipo di spot televisivi.

Ursula Zybach, responsabile della campagna



Buoni propositi – gli obiettivi della campagna

Nel 2007 insieme ai sostenitori della campagna «5 al giorno» sono state fissate le nuove strategie e i nuovi contenuti da attuare a partire dal 2008. L'obiettivo rimane lo stesso: la popolazione svizzera dovrebbe mangiare ogni giorno 5 porzioni di frutta e verdura, vale a dire che ogni giorno in Svizzera si dovrebbero consumare 4'440'000 kg di frutta e verdura. Affinché ovunque siano disponibili frutta e verdura fresche,

- occorre migliorare l'offerta di frutta e verdura in tutti gli ambiti della vita,
- i prezzi devono essere alla portata di tutti gli strati della popolazione,
- va promossa l'offerta di frutta e verdura stagionali e locali,
- la qualità «sensoriale» della frutta e della verdura dev'essere ottima e
- il messaggio della campagna dev'essere compreso.

La campagna «5 al giorno» dev'essere condotta ancora per anni, poiché occorrono ancora molti sforzi per far sì che la popolazione svizzera faccia un consumo adeguato di frutta e verdura.

La campagna «5 al giorno» non è teorica, bensì invita a mangiare alimenti gustosi che coprono la metà del fabbisogno di un'alimentazione sana. La campagna «5 al giorno» non può attuare da sola questi obiettivi e ha bisogno dell'impegno dei produttori di verdura e frutta e delle relative associazioni, della collaborazione di chi lavora prodotti a base di frutta e verdura, dei licenziatari, delle autorità, delle scuole e delle aziende nonché della collaborazione di vari progetti per il movimento della salute e per la prevenzione.



Obiettivi che uniscono – sostenitori, partner e licenziatari

Sostenitori

«5 al giorno» è una campagna della Lega svizzera contro il cancro, di Promozione Salute Svizzera e dell'Ufficio federale della sanità pubblica.

La Lega svizzera contro il cancro (LCS) è responsabile dell'organizzazione, pianificazione e coordinamento della campagna. Presta un contributo finanziario alla campagna e la sostiene con numerose iniziative proprie. Ursula Zybach (dipl. Lm Ing. PF) ha diretto la campagna. Katrin Haldemann si è occupata del tema della pubblicità e dei media, nonché dell'assistenza ai licenziatari. Il nuovo progetto «5 al giorno inside!» è stato elaborato da Claudia Wiediger. Daniela Amsler nel ruolo di assistente si è occupata principalmente dell'assistenza ai licenziatari e dell'aggiornamento del sito internet di «5 al giorno». Il team è stato sostenuto inoltre da Corinne Rentsch in qualità di assistente e dalla studentessa Ursina Anderegg come aiutante.

L'Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP) ha continuato ad appoggiare la campagna con mezzi finanziari.

Partner

I sostenitori della campagna «5 al giorno» mirano ad una stretta collaborazione con diversi rappresentanti di industria, commercio, associazioni del settore di frutta e verdura ed istituzioni per la promozione della salute. Nel 2008 la campagna ha collaborato con le seguenti organizzazioni o progetti:

- **action d**, Berna
- **Centro di formazione Insel**, Berna
- **Fona Verlag**, Lenzburg
- **Go for 5**, Berna
- **Unione Frutta Svizzera**, Zugo
- **Società Svizzera di Nutrizione (SSN)**, Berna
- **Suissebalance**, Berna
- **Unione svizzera produttori di verdura**, Berna
- **Schtifti**, Zurigo

Lizenze

Marchio e diritti

All'inizio del 2008 la protezione dei quattro marchi «5 am Tag», «5 par jour», «5 al giorno» e «5 a day» è stata estesa alle classi di prodotti e servizi 21, 25, 28 e 43.

Licenziatari

Nell'anno in questione sono stati stipulati tre nuovi contratti di licenza. I prodotti ammessi a fregiarsi del label «5 al giorno» sono: non lavorati, lavorati, essiccati o pressati. Poiché molti prodotti portano il logo, a differenza che negli anni passati rinunciamo alla quantificazione esatta.

Nuovi licenziatari

La ditta **Mutzner AG** opera nei settori event catering e ristoro aziendale. Conduce ristoranti per il personale per diversi clienti oppure fornisce quotidianamente su richiesta menù cucinati di fresco, pronti per l'uso. La ditta pone particolare attenzione ad una moderna alimentazione consapevole della salute e pertanto da febbraio 2008 dispone della licenza di «5 al giorno».

Cap Gourmand SA, società affiliata della società di navigazione Neuenburg (LNM SA), è stata fondata nel 2003. Cap Gourmand SA non si limita a servire tutti i clienti della LNM, ma opera anche come fornitore di menù per diverse altre aziende. Cap Gourmand SA è la fondatrice dell'offerta HappyLunch.ch. Da marzo 2008 Cap Gourmand SA è licenziataria di «5 al giorno».

Appleaday.ch è una giovane ditta presso la quale si può ordinare frutta fresca online. La fornitura, in imballaggi ecologici riutilizzabili, viene effettuata da produttori o commercianti della regione, garantendo così brevi percorsi di trasporto. Protezione dell'ambiente, salute e piacere sono elementi chiave della filosofia aziendale. Da maggio 2008 Appleaday.ch ha la licenza di «5 al giorno».

Licenziatari già esistenti

Da settembre 2007 la **COOP** è licenziataria della campagna «5 al giorno». Coop è la prima licenziataria ad apporre il logo per porzioni «5 al giorno» sui tutti i prodotti delle marche proprie che soddisfano i criteri di «5 al giorno» e sostiene la campagna nel settore della comunicazione. In tal modo la Coop intende contribuire ad aumentare il consumo di verdura e frutta in Svizzera.

Da gennaio 2007 **FRESH AG.CH** è licenziataria della campagna «5 al giorno». La ditta importa ed esporta alimentari, in particolare frutta e verdura, contribuendo così all'approvvigionamento quotidiano.

healthy&snacky AG offre spuntini e snack moderni e sani. I prodotti integrali a base di frutta, verdura, noci, semi e grani sono costituiti da ingredienti per lo più allo stato naturale e in agosto 2007 hanno ottenuto la licenza di «5 al giorno».

Da gennaio 2007 la ditta a conduzione familiare **Rammelmeyer AG** ha la licenza di «5 al giorno». La ditta è uno dei maggiori distributori di frutta e verdura della Svizzera centrale e rifornisce di prodotti freschi e accuratamente selezionati dettaglianti, hotel, ristoranti, ospedali e mense.

Da gennaio 2006 **Obipektin AG** è licenziataria della campagna «5 al giorno». La gamma di Obipektin contiene una serie di polveri di frutta e verdura ottenute al 100% da polpa di frutta. Si tratta di prodotti che vengono forniti a produttori di generi alimentari e non direttamente ai consumatori.

La ditta **Exofrucht GmbH** è licenziataria da settembre 2006. Exofrucht produce frutta secca e candita a partire da prodotti naturali.


Dal marzo 2006 la ditta **Hero** di Lenzburg ha immesso sul mercato due bevande a base di pezzi, succo e purea di frutta che contengono oltre a vitamine e sali minerali anche preziose fibre alimentari.



Zeste Juice Bars SA è licenziataria dal maggio 2006. Questa ditta alimentare con sedi a Ginevra, Losanna e Neuchâtel vende smoothy e spremute di frutta freschi, mescolandovi – a seconda dei gusti del cliente – anche yogurt, latte o sorbetto.

La ditta **myGoodness International SA** ha ripreso i prodotti mySmoothie della ditta Kronenbourg SA che era licenziataria di «5 al giorno» da settembre 2005. Queste bevande sono fatte al cento per cento con frutta fresca, senza additivi o conservanti e pertanto soddisfano i requisiti di uno spuntino ricco di vitamine e sostanze nutritive.

Freshbox Switzerland GmbH, licenziataria dal 2004, è un'azienda innovativa che rifornisce quotidianamente ditte e privati con frutta fresca proveniente dal mercato all'ingrosso di Zurigo e pubblicizza la campagna «5 al giorno» sul suo premiato sito Internet.



E via dicendo... – le misure di comunicazione

Media

Sono stati inviati quattro testi per i media: «I prodotti regionali e stagionali sono più ecologici», «Gut vorbereitet? 5 am Tag – tagtäglich», «Colore e fantasia gastronomica per Euro 08» e «Il logo «5 al giorno» – semplice e utile».

Nell'anno in questione sono stati pubblicati 87 articoli. Con una tiratura di 24'842'812 si sono raggiunti 48'839'000 lettori. In confronto all'anno precedente si è raggiunto il 33 % in più di lettori, nonostante si siano pubblicati meno articoli. L'equivalente in inserzioni ammonta a 568'844 franchi. Inoltre sono stati pubblicati 10 articoli online. Con sette interviste alla radio si sono raggiunte 732'000 persone

Pubblicità

In primavera sono stati prodotti gli spot televisivi «Gut vorbereitet?». Il gruppo target erano uomini e donne di età compresa tra 25 e 44 anni. I simpatici spot mostrano in modo divertente com'è semplice inserire nel menu quotidiano cinque porzioni di verdura e frutta. Gli spot sono stati trasmessi dal 14 al 17 aprile 2008 nella Svizzera tedesca e nella Svizzera romanda. Alla fine di aprile e più che altro in giugno durante Euro 08 gli spot sono stati piazzati gratuitamente come riempitivo, per un controvalore di 228'500 franchi. Gli spot sono stati trasmessi sino a fine anno come riempitivo. Tuttavia per contenere i costi si è rinunciato alla valutazione di queste prestazioni gratuite.

Annunci

Nel 2008 sono stati pubblicati cinque annunci a condizioni molto economiche o gratuitamente, come ad esempio sul Blick, un riferimento alle ricette Euro 08 e nel booklet di Freshbox un riferimento all'offerta InfoMercato/RicordaMercato.

Internet

Il sito internet è stato continuamente aggiornato, ampliato e reso più pratico per l'utenza. Nel 2008 il sito www.5algiorno.ch è stato visitato oltre 116'000 volte, circa il 10 % in più rispetto all'anno precedente.

Il sito web www.flipthefruit.ch, gioco Internet interattivo contenente informazioni su svariati tipi di verdura e frutta, è stato visitato 16'060 volte nell'anno in questione. Il sito è stato sottoposto a lievi adattamenti tecnici e negli anni passati non è mai stato attivo senza che sia stata fatta pubblicità.

I 4 numeri della newsletter elettronica con le informazioni stagionali sono stati spediti a 2'000 destinatari. Con le newsletter abbiamo fornito direttamente al pubblico interessato informazioni attuali e specifiche.



Materiali

La richiesta dei pieghevoli «5 al giorno» è leggermente cresciuta rispetto all'anno precedente. Complessivamente nell'anno in questione sono stati spediti 33'600 pieghevoli; tuttavia la richiesta di pieghevoli nelle lingue dei migranti è notevolmente diminuita in confronto all'anno precedente. Del nuovo pieghevole «Sani e in forma a riunioni e conferenze» sono stati inviati o venduti circa 3'700 esemplari. La richiesta di tramezzi espositivi è leggermente calata. I tramezzi sono stati noleggiati sette volte per svariate manifestazioni. Lo strumento didattico «Pommyversum/Fruttiversum» è stato proposto ancora sia in lingua tedesca che in lingua francese.

Libro di cucina

«Tendance fruits et légumes»


Il libro, pubblicato nel luglio 2007 ha continuato a godere successo. Per venire incontro alla grossa richiesta, nell'anno in questione sono state stampate 695 copie della versione tedesca e 330 di quella francese.

Il progetto di pubblicare un secondo libro di cucina per genitori e bambini con l'editore Fona non è andato a compimento perché le ricette scelte dall'editore non rispondevano ai requisiti nutrizionali della campagna.



Spuntini sani per gli Euro 2008

In occasione del campionato Euro 08 è stata creato l'opuscolo «Spuntini sani per gli Euro 2008» in collaborazione con i partner del settore alimentare (action d, Lega svizzera contro il cancro, Public Health Svizzera, Fondation suisse de l'obésité SAPS, Associazione svizzera per il diabete, Fondazione svizzera di cardiologia, Associazione svizzera obesità nell'infanzia e nell'adolescenza, Società Svizzera di Nutrizione, Fondazione svizzera per la Promozione dell'Allattamento al seno, Associazione Svizzera Dietiste-i diplomate-i e suissebalance). Per ogni Paese che ha giocato agli Euro 08 è stata presentata una ricetta per uno spuntino e una bevanda. L'opuscolo poteva essere scaricato in forma elettronica dal sito di «5 al giorno». Sull'opuscolo di ricette per Euro 08 sono state condotte sette interviste in stazioni radio regionali e sono stati scritti 15 articoli. La versione elettronica è stata pubblicata anche sui siti internet di diverse istituzioni e aziende (p.es. UFSP, Croce Rossa Svizzera, Coop, SF-TV, E-Balance).



Sani e produttivi – attività per gruppi target e setting

Eventi

Anche nel 2008 la campagna «5 al giorno», grazie al sostegno ricevuto dall'Unione Frutta Svizzera, ha potuto nuovamente sponsorizzare una serie di eventi con la fornitura di frutta e materiale espositivo e informativo:

- attività della Lega contro il cancro di Lucerna
- esposizione del modello d'intestino a Soletta
- Walking Day, Morges
- congresso UICC, Ginevra
- direzione della pubblica educazione del Cantone di Berna

Go for 5

Il 5.5.2008 si è svolto in diverse sedi l'evento «go for 5». Alle 5 e 5 (17.05) i numerosi partecipanti sono partiti per fare 5 km camminando, facendo walking o jogging. Arrivati al traguardo hanno ricevuto una mela fresca da «5 al giorno» e hanno avuto la possibilità di fare domande ad una dietista.

Offerta in «Setting Arbeitsplatz»

Nell'ambito di «Setting Arbeitsplatz», «5 al giorno» ha tenuto otto conferenze sul tema dell'alimentazione sana in diverse ditte; inoltre sono stati offerti anche altri moduli. Per un'azienda «5 al giorno» ha tenuto un corso di cucina per mostrare ai collaboratori la preparazione di pietanze sane. Per il giorno dedicato allo sport in un'altra ditta è stato organizzato un servizio di distribuzione di succhi di frutta per i collaboratori, finalizzato all'incremento del consumo di frutta. Inoltre, in collaborazione con Unione Frutta Svizzera, è stata messa della frutta a disposizione dei collaboratori.

«5 al giorno – inside!»

Su suggerimento dell'UFSP è stato concepito un nuovo progetto per i licenziatari: «5 al giorno – inside!». Per sei mesi i licenziatari riceveranno sostegno tecnico e finanziario affinché promuovano «5 al giorno» non solo presso i clienti ma anche presso i collaboratori. La condizione per questo aiuto di partenza era che le aziende continuassero a condurre autonomamente l'offerta di frutta per i collaboratori per almeno un altro anno.

Alla fine del 2008 i licenziatari hanno ricevuto un quadro generale con l'offerta di frutta per le pause nonché diversi moduli come ad esempio una conferenza sull'alimentazione, un corso di cucina o corsi per il personale. L'attuazione avverrà nel 2009.



Espresso in cifre – Bilancio 2008

Bilancio 2008	Entrate	Uscite
Fondi di riserva, riporto 2007	39'370.85	
Ufficio federale della sanità pubblica		
· Pagamento finale contratto 2007	20'000.00	
· Nuovo contratto 2008	80'000.00	
Lega svizzera contro il cancro		
· Contributo 2008	100'000.00	
Licenze	72'844.10	13'209.30
Pubblicità, eventi		138'506.70
Testi per i media		5'730.00
Materiali	5'349.00	39'394.60
Internet «5 al giorno»		18'204.65
Aziende	6'701.75	4'285.50
Attività mirate		7'163.45
Libro di cucina	27'041.70	12'492.80
Costi del personale		91'693.95
Fondi di riserva per attività pianificate per il 2009		20'626.45
Totale	351'307.40	351'307.40