

Kovács Ildikó
dietetikus, programvezető

Szívbarát program – 2004

A Szívbarát program hosszú távú célkitűzése a keringési megbetegedések megelőzése, előfordulásuk csökkentése a fogyasztónevelés eszközeivel, illetve a korszerű, szívre egészséges élelmiszeripari termékek elérhetőségének elősegítése. A cél elérése érdekében Szívbarát táplálkozási útmutatóinkat, hírlevélünket és más speciális táplálkozási üzeneteket igyekszünk minél szélesebb körben elérhetővé tenni a lakosság és a szakma számára. A 2003-ban kibővített és aktualizált, nyomtatott formátumú (16 oldalas) Szívbarát táplálkozási útmutató (szívárvány) utányomása folyamatos, terjesztése közvetlenül (rendezvényeken és postai úton), valamint dietetikus szakemberek, egészségfejlesztők, védőnők segítségével történik. 2004-ben mintegy 8000 db 16 oldalas, és 2000 db kétoldalas prospektust postáztunk országsszerte kb. 30 intézmény kérésére. Konkrét programok, rendezvények támogatásához 11 ÁNTSZ, 6 védőnői szolgálat, 11 dietetikai szolgálat és 3 egyéb, nagyobb projekt igényelt tájékoztató anyagot. Utóbbiak között szerepelt a MOL szűrőprogramja, a Talentis program és a Fővárosi Gázművek tankonyhája.

Emellett természetesen az iskolai oktatásban is használtuk a kiadványt, továbbá speciális segédanyagot fejlesztettünk ki együttműködésben a Magyar Dietetikusok Országos Szövetségével (MDOSz), kisiskolások (6-7 évesek) számára. A dietetikus által szövegezett, színes, kevés szöveggel, sok illusztrációval ellátott anyag hiánypótló, hiszen ennek a korosztálynak még nem készült ilyen útmutató. Az iskolás korosztály számára a speciális táplálkozási üzenetek (hírlevelek) eljuttatása iskolai egészségnapok és előadások keretében történt. Az Álmos vezér általános iskolában a MDOSz-el együttműködve folytak az előadások csoportfoglalkozások formájában, osztályonként (ötödiktől nyolcadikig), forgószínpadszerűen. Az egész napos rendezvény egyik állomása a Szívbarát program volt. A többi iskolában néhány osztály hallott a programról, tanóra keretében, a pedagógusok kezdeményezésére. A gyerekek és a tanárok mindenhol kaptak táplálkozási útmutatót is.

Az MDOSz és a Szívbarát program fővárosi pályázat keretében is végzett táplálkozási prevenciót az iskolás korosztály körében. Egyesületünk anyagi támogatást nyújtott a program teljes körű lebonyolításához, vállalta a szakmai program kidolgozását, a szervezést és az eredmények feldolgozását. 2004 júniusáig 44 általános iskola ötödik osztályában tartott foglalkozásokat 12 dietetikus az egészséges táplálkozással kapcsolatos tudásanyag bővítése céljából. Eredményeinkről 2004. októberi számunkban számoltunk be. Az év második felében további iskolákat kerestünk fel táplálkozási tanácsadó programunkkal.

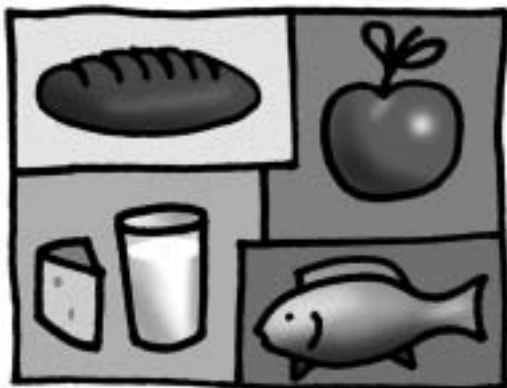
A családi egészségnapokon (a fővárosi ÁNTSZ Egészségfejlesztési osztálya szervezésében) két fő önkéntes dietetikus segített az érdeklődők tájékoz-



tatásában tanácsokkal és táplálkozási segédanyagokkal. Néhány esetben kóstoló is kiegészítette a megjelenést. A vidéki szűrőprogramokon és egészségnapokon a tanácsadást helyi dietetikus kollégák vállalták. Érdekes kombinációja volt az egészségnapnak és a szakmai tájékoztatónak a győri Gyógyír 2004 kiállítás, ahol félórás előadás keretében ismertettük a program lényegét és eredményeit, s emellett a termékek bemutatására is lehetőség volt a standon. A Szívünk Világnapja rendezvény (2004. szeptember 26.) országsszerte zajlott. Budapesten két helyszínen képviseltette magát a Szívbarát program. A Petőfi csarnok mögött, az Országos Egészségfejlesztési Intézet standján tartott dietetikusunk táplálkozási tanácsadást, az Orczy kertben (a VIII. kerületi ÁNTSZ szervezésében) saját standunk volt termékbemutatóval és kóstolóval, ahol a Szívbarát Ringa Vitál sonkát, az Abonett kenyeret, valamint a Flora margarint népszerűsítettük.

Honlapunk, a www.szivbarat.hu oldal folyamatosan frissül. A fogyasztók informálását szolgáló menüpontok: szívárvány (letölthető élelmiszer-útmutatóval), cikkek, hírlevél (letölthető), termékek, aktivitás (várható megjelenések) folyamatosan frissülnek. A honlap egyre népszerűbb, melyet a látogatói statisztikán kívül a kiadványt igénylők és a hírlevélre feliratkozók számán is lemérhetünk.

A médiában folyamatos fenntartó megjelenés (Ideál magazin május-június, október-december) mellett egy TCR-kampányt valósítottunk meg november-december hónapban. Mivel az elmúlt évben készült kreatív anyag a tv-reklám figuráira épül, amire már nem emlékeznek a fogyasztók, szükségesnek tartottunk bevezetni egy sokoldalúan felhasználható új arculati elemet. Hirdetéseinkben, cikkekben, matricán, pólon, szakmai anyagokon, névjegyeken és a honlapon is használjuk, egyértelműen kedvező visszajelzések mellett. A fogyasztók és a gyártók szerint egyaránt modern, játékos, de emblémaszerű megjelenést kölcsönöz, jól megjegyezhető, emellett összefoglalja a program lényeges elemeit, fő táplálkozási ajánlásait.



A Szívbarát program ismertségét az arculati elemek minél többszöri megjelenítésével kívántuk elérni. A cikkekben a program lényegéről, az egészséges táplálkozás alapelveiről, valamint egyes szívbarát termékcsoportokról igyekeztünk pontos információkat eljuttatni az olvasókhöz. Az elmúlt évben végzett felmérés eredményeként médiaválasztásunk a női, családi, wellness és életmód témájú havilapokra, gasztronómiai havilapokra és szakmai folyóiratokra irányult (Wellness, Családi Lap, Patika Tükör, Baba Patika és Anyák Lapja). Interaktív megjelenésre törekedtünk, ezért hirdeteinkben visszaküldhető kupont helyeztünk el. A visszaküldők Élelmiszer-útmutatót és hírleveleket kaptak ajándékba. Több száz olvasó élt a lehetőséggel (lásd grafikont). Szintén sikeres volt a Patika Tükörben elhelyezett keresztretjvény és a matrica behúzása a Baba Patika újságba. Szponzorált recepteket a Fakanál decemberi, valamint a Praktika decemberi számában jelentettünk meg. Szakmai hirdetést az Élelmiszer magazin Foodapest számában, cikket az Élelmiszer 2004/3-as, a Szupermarket nyári és téli számában adtuk közre. A folyóiratokon kívül két olyan kiadványban is hirdettünk, mely hosszabb ideig marad a fogyasztók „keze ügyében”. A Színes Kalóriakönyv és a Táplálkozási ajánlások kiadvány (utóbbi ingyenes) jól közvetíti a táplálkozási információkat az érdeklődőknek.

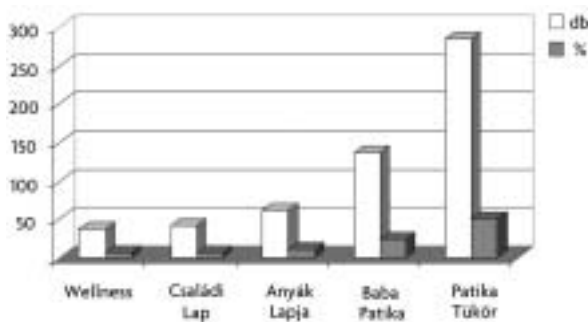
A fogyasztók informálásán túl fontos feladatunk az élelmiszer-ipari promóció, melynek tartalma a Szívbarát, egyúttal egészségmegőrző élelmiszerek hozzáférhetőségének javítása és fogyasztásának növelése. A különböző programok során arra törekedtünk, hogy bátorítsuk és támogassuk az élelmiszergyártókat, hogy a termékválasztékot erősítsék és bővítsék a Szívbarát élelmiszerek javára.

Szívbarát program hírlevelének, a Szívbarát Híradónak újraindítását sikerrel megvalósítottuk új arculattal és szerkezettel. A tervezett tavaszi szám májusban, az őszi októberben jelent meg 2000 ill. 4000 példányban. A hírlevelek anyaga letölthető www.szivbarat.hu honlapunkról is. A Híradó terjesztése egyrészt meglévő (tagság, szándéknyilatkozat a program támogatására, élelmiszer-ipari cégek) címlistánk alapján történt, másrészt a szakmai konferenciákon és kiállításokon juttattuk el az orvosok, dietetikusok, védőnők és élelmiszer-ipari gyártók és kereskedők számára. Felvettük címlistánkba a kuponokat visszaküldő érdeklődőket is.

12 szakmai konferencián és 4 kiállításon vettünk részt 2004-ben országszerte. A táplálkozási és keringési főtémájú szakmai konferenciák többségén előadással vagy poszterrel mutatta be szakmai eredményeit a Szívbarát program. Két poszterünk készült ebben az évben, egyik a 2003-as reklámhatékonysági vizsgálatunk eredményeit, másik az iskolai prevenciós programunkat ismertette. Előadást az iskolai prevencióról (védőnők), a táplálkozási prevencióról (dietetikusok), illetve a védjegyvezési folyamatról (Foodapest) tartottunk. Minden felsorolt konferenciát támogattunk Szívbarát Híradó és Élelmiszer-útmutató elhelyezésével a konferenciátáskába.

A májusi budapesti Tej- és Sajt fesztiválon, valamint a júniusi győri Agroraab kiállításon az 5M Marketinggel közös standon állítottunk ki. Dietetikus közreműködésével a szokott termékek kóstolóját is megtarthatuk. 2004 fő attrakciója azonban a szakmai rendezvények között a Foodapest volt november 23. és 25. között. Megjelenésében mutatós és egyben költségkímélő megoldást jelentett az 5M Marketing segítségével megvalósított 100 négyzetméteres szigetstand, ahol több gyártó társaságában 20 négyzetméteren méltóképp képviselhettük a Szívbarát programot. Külön előnyt jelentett, hogy a frissen védjegyezett Gyorsfagyasztott balatoni busafilé és az Okos tojás is ezen a standon mutatkozott be. Így a Ringa támogatásával folyamatosan biztosított kóstoló (Vital sonka, Flora margarin, Vita korpás kenyér, Abonett és Vivien ásványvíz) ezúttal busakóstolóval is kiegészült. Pályázati felhívásunk a Foodapest magazinban is megjelent. A kiállításon több céggel folytattunk eredménnyel kecsegtető tárgyalásokat a Szívbarát védjegy megszerzésére.

Kuponos hirdetések sikere 2004-ben



A táplálkozási szokások vizsgálata, monitorozása ebben az évben az ötödik osztályosok táplálkozási szokásaira irányult. Emellett bekapcsolódtunk az OKK-OÉTI élelmiszer-fogyasztási szokásokra irányuló reprezentatív felmérésébe, és ahhoz anyagi támogatást is nyújtottunk. A kutatási eredmények élelmiszer-fogyasztási adatainak feldolgozása jelenleg is folyik, rövid értékelést a következő számunkban közlünk. Úgy gondoljuk, hogy a felmérés eredményei elősegítik majd, hogy tisztábban lássuk az élelmiszer-felelősök döntéseit, és ennek eredményeként az élelmiszerek védjegyvezési eljárása során még nagyobb sikereket érjünk el.