



SOCIETA' CONSORTILE A.R.L.



## COMUNICATO STAMPA

### AL MEETING DELL'AMICIZIA DI RIMINI LA CAMPAGNA "NUTRITEVI DEI COLORI DELLA VITA" PORTA IL SUO MESSAGGIO A 800MILA PERSONE

*Dal 24 al 30 agosto la campagna di informazione e comunicazione promossa da Unaproa ha fatto tappa nei padiglioni di Rimini Fiera coinvolgendo in molte attività i ragazzi e le loro famiglie*

Del tutto positivo il bilancio sulla prima partecipazione della campagna di informazione e comunicazione di UNAPROA "Nutritevi dei colori della vita" - promossa da Unaproa (Unione Nazionale tra le Organizzazioni dei Produttori Ortofrutticoli, Agrumari e di Frutta in Guscio) con il cofinanziamento dell'Unione Europea e dello Stato Italiano - al **Meeting dell'Amicizia tra i Popoli di Rimini**. La 35esima edizione della kermesse romagnola non ha tradito le aspettative, richiamando dal **24 al 30 agosto** centinaia di migliaia di persone da tutt'Italia, tra affezionati alla manifestazione, curiosi, turisti, media, esperti ed operatori di settore.

*«Obiettivo raggiunto! - commenta il presidente di UNAPROA **Ambrogio De Ponti** -. Abbiamo scelto un appuntamento importante e trasversale come il Meeting dell'Amicizia di Rimini per diffondere al massimo i contenuti della nostra campagna e così è andata. Grazie all'appuntamento riminese, che ogni anno propone un confronto aperto su temi culturali, religiosi, politici, artistici, attraverso una serie di incontri, dibattiti, mostre, eventi musicali, letterari, sportivi che coinvolgono centinaia di migliaia di persone della più varia estrazione sociale e culturale, il nostro messaggio è arrivato forte e chiaro a un numero enorme di consumatori: bisogna essere consapevoli delle proprie scelte alimentari e di quanto siano direttamente correlate con la salute. Mangiare frutta e verdura di colori diversi almeno cinque volte al giorno ci aiuta a stare bene e ad alimentarci in maniera corretta. Il nostro primo pensiero, in questo appuntamento riminese, - continua De Ponti - è stato rivolto alle giovani generazioni che troppo spesso vivono problemi di obesità e di disturbi alimentari e sono il bersaglio più facile di mode e operazioni pubblicitarie fuorvianti. Divulgando i messaggi della campagna "Nutritevi dei colori della vita" abbiamo dato e vogliamo continuare a dare il nostro contributo sociale per migliorare la cultura dell'alimentazione, a cominciare, appunto, dalle nuove leve».*

La partecipazione al Meeting di Rimini della Campagna nazionale per il consumo di ortofrutta "Nutritevi dei colori della vita" si è sviluppata lungo l'intera settimana di manifestazione, con una presenza informativa costante tra gli incontri che hanno riunito nomi illustri della politica, manager, alti rappresentanti di religioni e culture di tutto il mondo, intellettuali e protagonisti dello scenario economico e istituzionale globale.

CAMPAGNA FINANZIATA CON IL CONTRIBUTO DELL'UNIONE EUROPEA E DELLO STATO ITALIANO





SOCIETA' CONSORTILE A.R.L.



Quartier generale dell'attività svolta all'interno del Meeting è stato il “**Villaggio Ragazzi**”, un'area di circa **4.500 mq** in grado di ospitare oltre **4.000 visitatori**. Tutti i giorni (domenica 24, lunedì 25, martedì 26, venerdì 29 dalle 13,30 alle 14,15; mercoledì 27 e giovedì 28 dalle 11,30 alle 12,15), esperti animatori hanno intrattenuto ragazzi provenienti da tutta Italia con giochi e quiz ideati con appositamente con l'obiettivo di sensibilizzare loro e le loro famiglie a un consumo più consapevole di frutta e verdura.

In premio a ogni bambino un **gadget** (colorate shopper tascabili a forma di frutta), una **pesca** e una copia della **guida informativa** approvata dal Ministero della Salute “**Segui la linea dei 5 Colori**”, ricca di tutte le nozioni fondamentali sulle diverse **proprietà nutritive dell'ortofrutta** dei vari colori e di preziosi suggerimenti per una corretta alimentazione a base di frutta e verdura.

Tutti i giorni, dalle 19.00 alle 19.15, sempre all'interno del “Villaggio Ragazzi”, la biologa **nutrizionista Simona Bracaglia**, ha approfondito, rispondendo alle domande dei presenti e invitando i ragazzi a intervenire raccontando le proprie esperienze alimentari, le principali tematiche nutrizionali, a cominciare dalla spiegazione dei **benefici** che derivano da un'**alimentazione ricca di ortofrutta**.

La campagna “Nutritevi dei colori della vita” non si è fermata al Villaggio Ragazzi: l'**Area Food** è stata brandizzata con un **totem pentagonale** alto 4 metri con grafiche esplicative sui contenuti della campagna, mentre tutti i **tavoli dei punti Bar** all'interno della fiera sono stati personalizzati con il **logo** della campagna “Nutritevi dei colori della vita”.

Tutti i partecipanti al Meeting hanno inoltre trovato la guida informativa presso i numerosi **Info Point** dell'evento, mentre nei due **maxi schermi** presenti nella hall sud è stato proiettato ripetute volte nel corso di tutta la settimana il **video istituzionale** realizzato in collaborazione con la nutrizionista **Elisabetta Bernardi**.

Quasi 2000 guide sono infine state distribuite a quanti hanno preso parte ai convegni “**La cultura alimentare italiana: una tradizione innovativa**” (lunedì 25 ore 11.15) e “**La ricerca in medicina: una utilità per tutti**” (venerdì 29 ore 15.00), le cui sale sono state allestite con totem informativi e locandine della campagna. Agli incontri sono rispettivamente intervenuti, tra gli altri ospiti, il Ministro delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali **Maurizio Martina** e il Ministro della Salute **Beatrice Lorenzin**.

*«Il bilancio finale, – spiega il presidente **De Ponti** – conferma la scelta di partecipare alla kermesse riminese non con un'unica iniziativa, ma con una presenza costante e varia, veicolata con differenti azioni mirate, pensate a seconda delle situazioni e dei momenti della manifestazione. In questo modo – conclude De Ponti – abbiamo potuto sfruttare appieno la ricchezza, in termini numerici e di varietà, di presenze al Meeting, riuscendo a raggiungere con il messaggio della nostra campagna “Nutritevi dei colori della vita” una quantità di persone davvero ampia ed eterogenea».*

CAMPAGNA FINANZIATA CON IL CONTRIBUTO DELL'UNIONE EUROPEA E DELLO STATO ITALIANO

