

CO-OP Hungary Zrt. – „Együtt az egészségért” az egészséges családjáért! 2013

A program a MAF Társadalmi Befektetések Díj 2014-as pályázatán a MAF Junior Különdíját nyerte el

A program időtartama: 2013. május - június

A programra fordított támogatás a pályázat benyújtásáig:

- Pénzben: üzleti titok, nem közölhető
- Természetben: több tonna gyümölcs, 4 millió Ft értékben sporteszköz támogatás, 3 000 db prevenció csomag
- Önkéntes munkában: 130 fő 5 órában

A program előzményei:

Lehangoló a magyar lakosság általános egészségi állapota, és alacsony az egészséges életmódot követők száma. A COOP üzletlánc szinte az ország minden településén jelen van, így testközelből ismeri a vásárlóit. Szükségletek feltérképezéséhez azonban a szakmai háttérrel a programban résztvevő alábbi szakértői szervezetek kutatásai, elemzései adták:

- OÉTI: táplálkozástudomány

- Magyarország átfogó egészségvédelmi szűrőprogramja 2010-2020: lakosság általános egészségi állapota

- MOB: sportolási szokások

A program célja:

A cél egy olyan értékteremtő szakmai rendezvénysorozat megvalósítása volt, amely magában hordozza a COOP által mindig is felvállalt üzleti, társadalmi, családi értékek jelentőségét.

A programsorozattal az üzletlánc az egészséges táplálkozásra, a szűrővizsgálatok fontosságára és a mindennapi mozgás egészségmegőrzésben betöltött nélkülözhetetlen szerepére kívánta ráirányítani a figyelmet szakértő szervezetek bevonásával.

Illeszkedés a vállalat támogatási stratégiájába:

A COOP kiáll az egyetemes értékekért, hagyományosan jelentős támogatója a nemzeti identitás és kulturális értékek megőrzését célzó rendezvényeknek, civil szervezeteknek, művészeti alkotócsoportoknak, sportegyesületeknek. A Coop Segély Alapítványon keresztül megvalósuló, a COOP kiemelt országos támogatási programja az EMMI közreműködésével végzett közintézményekben élő, különleges ellátást igénylő gyermekek alapélelmiszerekkel történő támogatására fókuszál. Társadalomtudatos tevékenységének középpontjában a családok támogatása áll, az egészséges és mozgásban gazdag életmód előtérbe



helyezésével, az értéket képviselő kultúra, minőségi művelődés közvetítésével, amely az *Együtt az egészségért!* program minden elemében megvalósult.

A program leírása:

Felhívást tettünk közre *Szeretsz mozogni?* címmel, amelyre gyerekek rajzait vártuk. A versenyre 7 000 pályamunka érkezett, és ezekre összesen 60 000 szavazatot adtak le. A COOP akciós újságjában és online felületein (honlap, Facebook) egészségtudatos táplálkozással kapcsolatos cikkeket helyeztünk el az OÉTI támogatásával.

18 állomásos roadshow keretében, kijelölt COOP üzleteknél ingyenes szűrővizsgálatok, edukációs szakmai programok, sport és kulturális műsorok szervezése az alábbi pillérekre épült:

1. Szűrőkamionon átfogó, 33 vizsgálatból álló szűrés, helyszínenként több mint 150 fő részére
2. OÉTI szakértők dietetikus tanácsadása. Egészségügyi kiállítások, anatómiai bemutató, újraélesztési oktatás
3. A program ideje alatt egészségtudatos termékek kiemelt akciója, rendezvény helyszínen termékbemutató, kóstoltatás
4. Sportprogramok olimpiákon és helyi sportklubok közreműködésével
5. Gyermekprogramok (játsszóház, arcfestés, ugrálóvár)
6. Szórakoztató programok (helyi óvodások, iskolások fellépése és országosan ismert előadók műsora)

A COOP üzletlánc tudatosan választotta ki azon 18, többnyire hátrányos helyzetű vidéki települést, ahol a program szolgáltatásai a legnagyobb segítséget jelenthették az ott élő családok számára.

A COOP az alábbi szempontokat mérlegelte:

- település mérete
- vásárlóerő adatok
- egy főre jutó jövedelem mértéke
- munkanélküliek száma

A szűrővizsgálatok adták a program gerincét. A prevenciós vizsgálatok hatására sokan döntöttek az életmódváltás mellett. Tanácsadások, az egészséges életmódhoz kapcsolódó bemutatók is hozzájárultak a program sikeréhez, segítették szemléletmód-váltás népszerűsítését. 4 millió forint értékű sporteszköz kiosztása a rajzversenyben résztvevő iskolák között, több tonna gyümölcs szétosztása és a 3 000 prevenciós csomag kiosztása is erősítette a programot. Zárásként a 18 állomásos szakmai program eredményeit kommunikáltuk.

Innovativitás:



Az innovációt maga a program komplexitása adja. A három pillér - az OÉTI táplálkozástudományi szakértelme, a világviszonylatban is egyedülálló, orvosi szűrőkamionnal rendelkező „Magyarország átfogó egészségvédelmi szűrőprogramja 2010-2020”, valamint az olimpia szellemiségében a szabadidős és diáksportot képviselő MOB közreműködése - egy országos rendezvénysorozat keretében történő összekapcsolásával, a COOP egy

egyedülálló, széles réteget elérő programsorozatot valósított meg. Az egyediségét erősítette, hogy az említett szervezeteken túl a munkatársakat, települések óvodáit, iskoláit valamint a beszállító partnereit is sikerrel vonta be a COOP a programba.

A COOP az egészséges táplálkozásról, a prevenció és a mindennapi mozgás fontosságáról nemcsak beszél. A témában illetékes, szakmai háttérrel rendelkező szervezetek támogatásával a 18 helyszínen gyakorlatban szemléltette az egészséges életmód alapjait. A COOP „házhoz vitte az egészséget”, ráadásul több olyan települést is választott, ahol a lakosságnak korlátozottak a lehetőségei, hogy a programban biztosított egészségügyi szolgáltatásokkal, tanácsadással más keretek között találkozhatson.

Partnerség:

Kormányzat:

- Emberi Erőforrások Minisztériuma: Balog Zoltán miniszter vállalta a program fővédnökségét, és több állomáson államtitkárok jelentek meg
- Vidékfejlesztési Minisztérium szakmai támogató: Fazekas Sándor miniszter személyes jelenlétével, hozzászólásával erősítette a program fő üzenetét.

Szakmai partnerek:

- Országos Élelmezés- és Táplálkozástudományi Intézet (OÉTI): szakmai tanácsadás a helyszíneken
- Magyar Olimpiai Bizottság (MOB): olimpikonok, továbbá MOB vezetők részvétele helyi programokon,
- Magyarország átfogó egészségvédelmi szűrőprogramja 2010-2020: Szűrőkamion - ingyenes szűrés

Média:

- MTVA, Tv2 médiapartner: számtalan tudósítás a programról

Egyéb:

- A 18 helyszínen a település és megyei szintű protokoll, (polgármester, kormány megbízott) óvodák, iskolák, sportklubok részvétele: iskolák szervezett látogatása, továbbá sport és kulturális műsorok a színpadon, valamint sportklubok - helyszíni kitelepülései, bemutatók.

Eredmény, hatás:

A rendezvénysorozat tömegek megszólítását célozta. A program sikeressége a rendezvényre látogatók számától nagyban függött. A felvezető rajzverseny-pályázat, valamint a rendezvényt beharangozó kommunikáció gondoskodott a hatékony mozgósításról. Minden állomáson a helyi óvodások, iskolások készültek színpadi műsorokkal (sport, tánc, zene stb.), amelyek a helyi lakosság sikeres mozgósításához nagyban hozzájárultak.

A programmal közvetve, a média-megjelenéseket is figyelembe véve, több százezer embert sikerült elérni. Ha a közvetlen elérést nézzük, akkor a 18 állomásos programsorozat minden egyes állomásán kb. ezer emberről beszélhetünk, a részvételi arányt tekintve.

Ha a szűrővizsgálatok és táplálkozási tanácsadás részvételét értékeljük, akkor a 18 helyszínen, összesen a regisztráció alapján:

- 3 000 előre regisztrált résztvevőn, több mint 90 000 vizsgálatot végeztek
- 2 000 ember vett részt az OÉTI táplálkozási tanácsadásán és életmód tanácsadáson

- 2 000 diák vett részt anatómiai és újraélesztési bemutatókon

A szűrővizsgálatot követően több száz embernek további szakorvosi vizsgálatokat javasoltak a nagyobb baj megelőzése érdekében. A szűrések eredményét név nélkül az érintett polgármesteri hivatalok is megkapták.

A programokon való részvétel anonimitást biztosított, így közvetlen utókövetésre az üzletláncnak nem volt felhatalmazása. Azonban a bolti munkatársak továbbra is nap, mint nap találkoztak vásárlóikkal, akik jelezték számukra, hogy a program hatására életmódot váltottak. Összességében több ezer ember, rengeteg diák esetében sikerült szemléletmód-váltást elérni.

Vállalati szinten elért eredmények és hatások: a program állomásaira átlagban 1 000 fő látogatott ki, így az egyes helyszínek COOP boltjainak munkatársai nem lettek volna elegendőek a szervezésben betöltött feladataik ellátásához. Minden esetben az adott település másik boltjából, vagy épp a szomszédos város üzleteiből érkeztek önkéntes munkatársak segíteni. Az üzletekben dolgozó munkatársakra a vásárlók barátként, szinte családtagként gondolnak, akik valóban „jó szomszédként” részesei mindennapi életüknek, ismerik a problémáikat. A programnak köszönhetően a COOP munkatársak nyitottabbá, empatikusabbá váltak, a helyi közösségekben betöltött szerepük tovább erősödött.



A program hozzájárult a COOP imázsának növeléséhez, márkaértékének erősítéséhez a fogyasztók, valamint a COOP társadalmi és gazdasági környezetének körében. Ezt a kormányzat és a gazdasági partnerek, szakmai szervezetek, helyi közösségi partnerek közvetlenül visszaigazolták a program zárását követően az üzletlánc számára. Bár nem fogyasztásnövekedés volt a programsorozat célja, ennek ellenére a program időszakában látványosan növekedett az egészségtudatos termékek eladása, valamint a vásárlók több törzsvásárlói kártyát regisztráltak.

Kommunikáció:

A program sikere attól függött, hogy a marketingkommunikációs mix-szel hány embert sikerült a COOP-nak megszólítani a témában, és hány ember életét tudta pozitív irányban – életmódváltás – befolyásolni.

Kommunikációs csatornáinkon a COOP akciók újságban a COOP vásárlóit és dolgozóit közvetlenül szólítottuk meg, a boltjainkba plakátokat helyeztünk el, a COOP Facebook oldalán a fiatalabb korosztályhoz tartozó vásárlókat próbáltuk elérni. A megyei napilapok, Tv, rádió és online médiumokon keresztül a rendezvényhelyszínek vonzáskörzetében élő lakossághoz juttattuk el az információkat. Az országos napi és havi lapok, TV, rádió és online médiumok felületeinek segítségével a program fő üzenetének minél szélesebb körbe történő eljuttatását céloztuk.

Eredményként 900 riport, és 40 Tv csatorna, 25 rádió, 40 újság és 120 online hírportál beszámolója jelent meg a programról.

Információ:

[http:// www.egeszsegprogram.eu/index.php?page=1](http://www.egeszsegprogram.eu/index.php?page=1); <http://www.coop.hu/egyutt-az-egeszsegert>