



Alimentazione e Coaching

L'uomo è l'animale più resistente al cambiamento, perché abbandonare gli schemi consolidati e le routine richiede fatica cognitiva, espone all'ansia di non essere capaci di raggiungere gli obiettivi e i risultati sperati e comporta un adattamento dell'ambiente sociale che potrebbe non sostenere (se non osteggiare) il cambiamento.

Se poi il processo di cambiamento riguarda lo stile di vita (alimentazione, attività fisica, ritmi di vita), la situazione è ancora più impegnativa: è fondamentale possedere una motivazione solida, costante nel tempo, capace di rinnovarsi davanti alle difficoltà impreviste e intervenienti.

Allora, per perseguire questo cambiamento e raggiungere i risultati desiderati, è importante che il paziente alleni la mente a pensare in modo diverso e sappia auto-motivarsi: ecco perché il coach può essere definito come un allenatore delle performance mentali. Il coaching è infatti un processo di empowerment, che libera le potenzialità del coachee attraverso una relazione non giudicante, in cui egli è protagonista e artefice del proprio percorso, guadagnandone in autostima e in autoefficacia ("self-efficacy"), cioè la consapevolezza di essere in grado di modificare in meglio la propria condizione.

Il coaching è definito, a livello teorico, come una partnership con il cliente che stimola la riflessione, ispirando il cambiamento e valorizzando le potenzialità di ciascuno. Potenzialità che consentono di raggiungere l'obiettivo prefissato e mantenere il risultato raggiunto: empowerment, appunto.

Si tratta di un processo di "allenamento" in cui non si trattano le disfunzioni sulla base di una relazione asimmetrica (come nel caso della terapia psicologica), ma si cerca di migliorare le performance o la qualità dell'esperienza sulla base di un rapporto paritario. La relazione che si viene a creare tra coach e coachee è caratterizzata da simmetria, bi-direzionalità e fiducia reciproca: il coachee è libero di scegliere quali obiettivi di sviluppo e di crescita desidera raggiungere e le modalità per farlo. Attraverso il processo di coaching, il coachee impara a tradurre i desideri in obiettivi realizzabili, elabora nuove strategie e nuovi piani d'azione orientati al raggiungimento dello scopo e alla soluzione di eventuali ostacoli.

Si tratta quindi di un processo di apprendimento al cambiamento in cui il soggetto prima diventa consapevole riguardo le proprie potenzialità e risorse, in seguito apprende ad utilizzarle in maniera produttiva, modificando il proprio pensiero, creatività e immaginazione, finalizzandoli in azioni.

Il coach è un professionista competente e certificato, empatico e esperto di tecniche di ascolto attivo, che supporta e accoglie, che incoraggia, grazie a un approccio inclusivo e non giudicante, quando il coachee si sente demotivato. In particolare, lo fa attraverso consigli tecnici, ma soprattutto aiutandolo a esplorare nuove possibilità, rompendo schemi mentali abituali che restringono il "mondo possibile".



Attraverso la comunicazione e la relazione, coach e cliente lavorano per modificare abitudini non efficaci o disfunzionali al benessere, mettendo in pratica strategie nuove e concrete.

I vantaggi di un coaching "a distanza", inoltre, sono oggi dimostrati da numerosi studi sull'e-health coaching: il coachee si sente più libero di esprimere anche quello che sarebbe difficile dire in una relazione face-to-face perché, mancando l'incontro dal vivo, si azzerano ogni forma di giudizio, controllo o imbarazzo, rimanendo centrati solo sul problema e sulla ricerca di soluzioni.

Il servizio di wellness coaching personale e mobile per il benessere della persona di Yukendu è stato oggetto di un sofisticato lavoro di ricerca durato oltre due anni, svolto dal Centro di Studi e Ricerche di Psicologia della Comunicazione dell'Università Cattolica di Milano.

Lo studio, presentato in occasione di due congressi internazionale Cybertherapy (Bruxelles 2013 e Washington 2014), ha dimostrato che, nonostante la relazione di coaching avvenga in un contesto virtuale e tecnologicamente mediato, questo non ne riduce l'efficacia.

Al contrario, l'interazione coach-coachee crea un nuovo contesto psicosociale che può essere definito un Cyberplace per il benessere ("Wellness Cyberplace"), ossia una relazione che funziona perché, sebbene avvenga all'interno di una dimensione virtuale, acquisisce realtà dal momento che sia le caratteristiche relazionali (es. interazione coach e coachee) sia quelle semiotiche (condivisione di parole, voce, testi ed immagini) sono ben definite e condivise. Questa nuova modalità di relazione rende il processo di cambiamento, dimagrimento e/o miglioramento del benessere che sia, molto efficace e rapido.



NOVITÀ GIUGNO 2015



YOGA PRESENTA I SUCCHI 100% SOLO FRUTTA, L'INTENSITÀ DI UN'ESPERIENZA UNICA

Bontà e naturalità al 100% per un nuovo modo di bere naturalmente. Una filosofia "slow fruit", dove il gusto è solo quello della frutta.

I SUCCHI YOGA sono il miglior sapore della frutta, perché hanno un'alta percentuale di frutta, una qualità innovativa, una gamma di prodotti ideali per tutti i target (con focus su famiglie con bambini) e un'attenzione costante ad un'alimentazione sana e corretta.

Tutti questi plus si ritrovano ora anche in una grande novità che Yoga propone come un nuovo modo di bere la frutta, una filosofia "slow fruit", dove il gusto è solo della frutta e nient'altro.

La nuova gamma di SUCCHI YOGA 100% SOLO FRUTTA nei gusti "main stream" è atipica, perché garantisce un'esperienza palatale superiore e un'intensità di sapore decisamente elevata che creano un legame emotivo con il consumatore.

I SUCCHI YOGA 100% solo frutta puntano sull'alta qualità del segmento PREMIUM, offrono un'alta presenza di frutti (9-10 per ogni bottiglia), superiore a tutti gli altri pro-

dotti e per questo arricchiscono il piacere di bere.

Senza zuccheri aggiunti, i SUCCHI YOGA 100% solo frutta sono "prodotti con orgoglio in Italia" e offrono la semplice ricchezza della naturalità della frutta, in 4 gusti classici che piacciono a tutti.

•**YOGA 100% Morbida di pera** è denso e morbido, dal sapore dolce naturale, appagante, soddisfacente anche quando si ha un po' di fame. È la prima pera 100%.

•**YOGA 100% Intensa alla Pesca** con uva è liscio e vellutato, ha il gusto naturale delle pesche estive che ricordano l'infanzia di ognuno di noi.

•**YOGA 100% Delicata di Mela** Golden Delicious ha il sapore delle mele italiane. Il succo è delicato, dolce, rotondo ed è ottenuto da una pressata di mele Golden Delicious italiana.

•**YOGA 100% Corposa di Bosco** dal colore viola intenso, ha il sapore delle bacche rosse (lampogni, fragole, mirtillo), è corposo, con la tipica astringenza che si unisce comunque ad una gradevole dolcezza.

I nomi di fantasia creano una storia da raccontare, un ricordo importante, un mondo in cui immergersi con attrazione e curiosità. Il tono spensierato è un ulteriore elemento di novità che avvicina il consumatore, ma al tempo stesso è estremamente chiaro nell'indicazione della frutta, del valore nutrizionale e del benessere che racchiude in sé.

Proposti in bottiglia di pet da 1000 ml caratterizzata da demi sleeve con effetto opaco/lucido, i SUCCHI YOGA 100% sono la grande novità dell'estate in grado di offrire al consumatore un'esperienza unica nel segmento PREMIUM, un mix dove la presenza della migliore frutta italiana fa la differenza sia per il palato che per la nostra salute.

I SUCCHI YOGA 100% hanno una shelf life di 10 mesi. Il prezzo di vendita consigliato è di 1,79 euro per ogni referenza.

I SUCCHI YOGA 100% sono disponibili nei punti vendita della Grande Distribuzione e della Distribuzione Organizzata.