

# Prodotti confezionati per l'età evolutiva



**Valutazione dell'etichetta nutrizionale e  
della sua utilità per indirizzare i consumatori alla scelta**

**Report per gli operatori sanitari:**

**"Prodotti confezionati per l'età evolutiva: valutazione dell'etichetta nutrizionale e della sua utilità per indirizzare i consumatori alla scelta ( report per gli operatori sanitari: i dati del progetto) "**

A cura di Lo Bartolo Debora, Spagnoli Teresa Denise  
*Servizio Igiene Alimenti e Nutrizione - ASL TO 3*

Il Documento è stato realizzato nell'ambito del Progetto della Regione Piemonte "Incremento della cultura nutrizionale finalizzata alla prevenzione nei responsabili ed operatori di imprese alimentari e miglioramento dell'offerta e qualità nutrizionale delle produzioni alimentari: azioni 1 e 2" promosso da:

- M. Audenino Dirigente del Settore Promozione della Salute e Interventi di Prevenzione Individuale e Collettiva della Regione Piemonte.  
R. Magliola Direttore del Dipartimento di Prevenzione dell'ASL TO 4 e responsabile del progetto regionale "Sorveglianza e Prevenzione dell'obesità" (Piano Nazionale di Prevenzione Attiva).  
M. Caputo Dirigente Medico Servizio Igiene Alimenti e Nutrizione ASL CN 1 e componente del gruppo di coordinamento tecnico scientifico del progetto regionale "Sorveglianza e Prevenzione dell'obesità" (Piano Nazionale di Prevenzione Attiva).

Il Sottogruppo di Lavoro Regionale per l'azione 2 "Miglioramento dell'offerta e qualità nutrizionale delle produzioni alimentari" è composto da:

- L. Cesari Direttore S.C. Igiene Alimenti e Nutrizione ASL TO 3 e Coordinatore del Gruppo  
T.D. Spagnoli Dirigente Medico di Dietetica Servizio Igiene Alimenti e Nutrizione ASL TO 3  
D. Lo Bartolo Dietista Servizio Igiene Alimenti e Nutrizione ASL TO 3  
L. Bioletti Dietista Servizio Igiene Alimenti e Nutrizione ASL TO 3  
M. Croce Direttore S.C. Igiene Alimenti e Nutrizione ASL TO 4 (Ciriè)  
R. Berruti Dirigente Medico Servizio Igiene Alimenti e Nutrizione ASL AT  
C. Rendo Direttore S.C. Igiene Alimenti e Nutrizione ASL AL (Casale Monferrato)  
S. Santoli Dietista Servizio Igiene Alimenti e Nutrizione ASL AL (Casale Monferrato)  
P. Maimone Direttore S.C. Igiene Alimenti e Nutrizione ASL CN 2

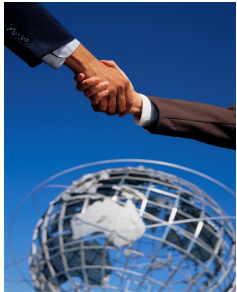
Si ringraziano le Dott.sse Alessandra Suglia, Eleonora Tosco, Simonetta Lingua del Dors (Centro Regionale di Documentazione per la Promozione della Salute), Pellegrino Elisabetta collaboratrice del Servizio Igiene Alimenti e Nutrizione ASL TO 3 e tutto il gruppo di lavoro regionale per la revisione critica del documento.

## 1. PROGETTO: GRUPPO DI LAVORO E FINALITA'

Il lavoro, iniziato a marzo del 2007, si inserisce nell'ambito di una serie di progetti di "Contrasto all'obesità" promossi dalla Regione Piemonte in linea con gli obiettivi del Piano Nazionale della Prevenzione 2005-07 del CCM<sup>a</sup>.

In particolare il progetto in questione è il n. 4 ed è strutturato in due azioni.

Il gruppo di lavoro si è occupato di sviluppare l'azione 2, denominata "Miglioramento dell'offerta e qualità nutrizionale delle produzioni alimentari"



A questa azione hanno collaborato diversi operatori SIAN<sup>b</sup> di differenti ASL del Piemonte:  
ASL TO 3,  
ASL AL (Casale Monferrato),  
ASL AT,  
ASL CN 2,  
ASL TO 4 (Ciriè).

Partendo dalla considerazione che l'obesità in età pediatrica è predittiva dell'obesità in età adulta, sono stati scelti come destinatari dell'intervento i soggetti in età evolutiva: bambini e adolescenti (dai 6 ai 17 anni).



<sup>a</sup> CCM: Centro nazionale per la prevenzione e il Controllo delle Malattie (organismo di coordinamento tra Ministero della Salute e le Regioni per attività di sorveglianza e prevenzione).

<sup>b</sup> SIAN: Servizio Igiene Alimenti e Nutrizione

Un report dell'Organizzazione Mondiale della Sanità del 2003, sui fattori nutrizionali influenti sulle malattie cronico degenerative tra cui l'obesità, indica tra i determinanti di eccesso ponderale in età evolutiva il ridotto apporto di ortaggi e frutta, la scarsa attività fisica e il consumo di alimenti e bevande ad alta densità energetica, soprattutto negli spuntini.

La scelta non corretta degli spuntini può dipendere da diversi fattori: sicuramente è implicato il gusto ma anche la praticità d'uso dei prodotti confezionati che, proprio per questo, hanno trovato nelle famiglie italiane un'ampia diffusione.



I dati di letteratura indicano che anche i consumatori più attenti agli aspetti salutistici dell'alimentazione trovano spesso difficoltà nell'interpretare le etichette nutrizionali riportate sui prodotti in commercio.

Pertanto scopo del lavoro è stato quello di individuare un piano di azione per promuovere una corretta scelta degli spuntini confezionati fornendo degli strumenti per una lettura ragionata dell'etichetta nutrizionale da parte di bambini ed adolescenti (insieme ai loro educatori) e di gettare le basi per future alleanze con Enti a potenziale ricaduta sulla salute della popolazione (istituzioni/società scientifiche, industria alimentare ecc.).

La popolazione target e l'obiettivo del progetto hanno indotto il gruppo di lavoro a selezionare le seguenti tipologie di prodotti: spuntini dolci (merendine da forno, merendine frigo, snack al cioccolato, gelati), spuntini salati (cracker, schiacciatine, salatini, patatine), bevande (succhi di frutta<sup>c</sup>, nettari, bevande alla frutta, tè, camomilla, bevande gassate, bevande isotoniche).

<sup>c</sup> I termini sottolineati nel testo sono approfonditi nel glossario

## 1.1 Fasi del progetto

Per valutare se fosse possibile stabilire delle linee di indirizzo per orientare i consumatori alla scelta dei prodotti confezionati è stata effettuata dapprima un'analisi bibliografica con un duplice obiettivo:

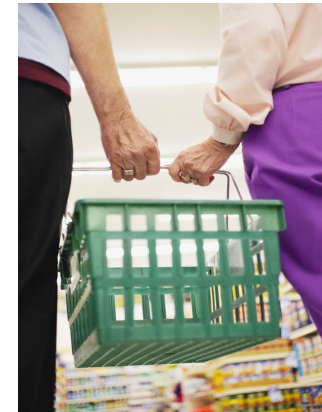
- a. identificare esperienze efficaci in altri Paesi in ambito di etichettatura chiara per il consumatore;
- b. trovare eventuali parametri qualitativi e/o quantitativi identificativi della salubrità di uno spuntino e che possano essere ricercati dal consumatore in etichetta.



L'analisi bibliografica ha dato esito favorevole su entrambi gli obiettivi; a questo punto per valutare se anche nell'ambito del progetto potesse essere possibile educare i consumatori alla scelta degli spuntini tramite l'etichetta nutrizionale, si è reso necessario stabilire quanto quest'ultima fosse diffusa sui prodotti di nostro interesse e quali parametri, oltre a quelli obbligatori per legge (proteine, grassi totali, carboidrati totali, kcal), venissero eventualmente riportati.

Le fasi successive del progetto hanno pertanto previsto:

1. collaborazione con una ditta di marketing alla quale è stato chiesto di individuare, per le categorie di prodotti in esame, quelli più acquistati in Piemonte;
2. selezione dei prodotti individuati dalla ditta di marketing come i più venduti (in totale 641; essi coprono il 70% del volume complessivo delle vendite in Piemonte);
3. acquisto di tali prodotti presso punti vendita dislocati in diverse aree della Regione Piemonte;
4. revisione critica delle etichette nutrizionali dei prodotti e caricamento di tutti i dati su apposite griglie in formato excel;
5. elaborazione dei dati raccolti.



## 2. RISULTATI DEL PROGETTO

Nei paragrafi che seguono si riportano sia i risultati derivati dalla ricerca bibliografica (in sintesi) sia quelli emersi dall'analisi delle etichette dei prodotti.

### 2.1 La ricerca bibliografica

I risultati della ricerca bibliografica sono riportati in dettaglio nel manuale per gli operatori sanitari: "Carta d'identità dello spuntino", realizzato nell'ambito del progetto.



#### Parametri di idoneità dello spuntino

Qui di seguito, in tabella 1, vengono riassunti alcuni parametri ricavati dall'analisi di letteratura e descritti dettagliatamente nel manuale sopra citato, al quale si rimanda per approfondimenti.

Sulla base di tali parametri è stata effettuata la valutazione dell'idoneità nutrizionale dei prodotti più venduti.

Tabella 1 I parametri per l'idoneità dello spuntino ricavati dalla letteratura e applicati ai prodotti confezionati oggetto dello studio

Prodotti	Parametri nutrizionali
Con contenuto di zuccheri solubili <65% delle kcal del prodotto: merendine, biscotti, snack al cioccolato, cracker, schiacciate, patatine, gelati.	Kcal per porzione $\leq 150$ Grassi totali per porzione $\leq 5$ g
Con contenuto di zuccheri solubili $\geq 65\%$ delle kcal del prodotto: ghiaccioli, sorbetti, succhi di frutta, nettari di frutta, bevande alla frutta, tè, camomilla bibite gasate, bibite isotoniche.	Kcal per porzione $\leq 150$ Controllo sulla confezione del contenuto percentuale di frutta (purea) o succo

#### Educare i consumatori attraverso la lettura dell'etichetta: esperienze efficaci in letteratura internazionale

Dal panorama internazionale sono emerse le seguenti strategie:

- 1) regolamentazione dei claims nutrizionali<sup>a</sup>,
- 2) campagne/manuali informativi per la lettura "ragionata" dell'etichetta,
- 3) simboli "salute" apposti sull'etichetta.

La strategia 1) è la più diffusa nella Comunità Europea ed in molti stati extraeuropei. Sicuramente importante come primo step, non è da sola sufficiente. I cut-off fissati per l'inserimento dei claims appaiono restrittivi se si desidera utilizzarli per educare la popolazione alla scelta di prodotti di largo consumo [diverse varietà di frutta o il latte totalmente scremato superano i cut off di 40 kcal/100 g o 20 kcal/100 ml fissati dal Regolamento CE (Comunità Europea) 1924 del 20/12/2006 per il claim "A basso contenuto calorico"]; pertanto l'utilità sembra limitata ad alimenti destinati a consumatori selezionati (ad esempio prodotti light).

La strategia 2) è stata adottata dai Ministeri della Salute di Canada/USA e dalla New Zealand Heart Foundation; appare però impegnativa per il consumatore perché richiede una lettura approfondita dei manuali informativi e rischia di essere poco utile nell'immediatezza della scelta al supermercato.

La strategia 3) applicata nel Regno Unito, Canada, Svezia, Nuova Zelanda e Finlandia si basa sulla possibilità volontaria da parte dei produttori di inserire in etichetta un "simbolo salute" su alimenti con caratteristiche nutrizionali (Kcal, grassi saturi, sodio, fibre su 100 g/porzione) conformi a quelle stabilite da un'istituzione scientifica/governativa erogatrice del simbolo; la scelta dei cut off deriva da un'ampia valutazione dei prodotti in commercio e può basarsi su criteri meno restrittivi rispetto ai claims.

<sup>a</sup> CLAIMS NUTRIZIONALI: indicazioni nutrizionali che affermano, suggeriscono o sottintendono che un alimento ha determinate proprietà benefiche derivanti dalla sua composizione relativamente all'energia o a una determinata sostanza nutritiva.



Gli studi sulle ricadute in ambito di popolazione hanno evidenziato risultati significativi soprattutto per la strategia 3 (simboli salute apposti sull'etichetta).

Essa richiede un lavoro di monitoraggio ampio e continuo sui prodotti da parte delle istituzioni detentrici del simbolo, ma rappresenta un'uscita estremamente semplice e pratica per il consumatore.



Figura 1. Simbolo cuore (Finlandia)

In Finlandia il simbolo "cuore" (figura 1) in etichetta esiste dal 2000 ed il 42% dei consumatori lo utilizza spesso o occasionalmente per effettuare gli acquisti.

In Nuova Zelanda invece la scelta sempre più diffusa degli alimenti con il simbolo "tick" (figura 2), presente dal 1998, ha indotto i produttori a ridurre il sale negli alimenti in commercio di circa 33 tonnellate attraverso la riformulazione delle ricette del pane confezionato, dei cereali da colazione e della margarina.

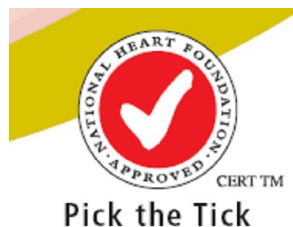


Figura 2. il simbolo "tick"

Nelle figure 3-6 sono illustrati i simboli adottati da Svezia, Francia Regno Unito, Canada.



Figura 3. Chiave Svedese



Figura 4. Curseur Nutritionnel® (Francia)

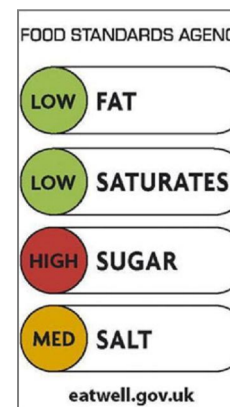


Figura 5. Il Semaforo (Regno Unito)



Figura 6. Health Check (Canada)

Nei paesi in cui è stato possibile inserire sui prodotti confezionati un "simbolo salute" il percorso di collaborazione tra le aziende produttrici e le Istituzioni Sanitarie è stato complesso e ha richiesto un impegno di molti anni.

Pur auspicando che questo possa essere in futuro possibile anche in Italia, il gruppo di lavoro ha ritenuto opportuno dare comunque l'avvio a un percorso di sensibilizzazione dei consumatori attraverso strumenti il più possibile semplici ("Etichetta tipo" con al massimo due parametri da ricercare) illustrati nel documento: "Scegliere bene gli spuntini: atlante per l'orientamento dei consumatori" elaborato nell'ambito del progetto ed al quale si rimanda per approfondimenti.

I corso del progetto