Vending **Responsabile** per un'Alimentazione **Consapevole**

Dott.ssa Olivia Palmieri

Dottorato di Ricerca

Alimentazione e □Nutrizione Umana

Università degli Studi di Palermo

What’s up? - Europe
Sovrappeso - Obesità

- Regno unito (5 ai 17 anni, 29% maschi/femmine)
- Italia (6-11 anni, **27% maschi, 25% femmine**)
- Portogallo (7-9 anni, 32%)
- Spagna (2-9 anni, 31%)

- i valori più bassi si riscontrano in:
  - Germania (5-6 anni, 13%)
  - Cipro (2-6 anni, 14%)
  - Serbia e Montenegro (6-10 anni, 15%)

Dati International Obesity Task Force (IOTF 2007)

What’s up? - Italy

- l’incidenza del sovrappeso e dell’obesità è aumentata del 50% negli ultimi 10 anni
- in particolare nei bambini e negli adolescenti
- il fenomeno interessa soprattutto i **bambini dai 6 ai 9 anni**
- è più diffuso nei maschi rispetto alle femmine
- è più frequente nelle regioni meridionali
- la prevalenza di sovrappeso e obesità in età pediatrica è tra le più elevate in Europa

I**ndagine multiscopo ISTAT 1999-2000**

Sovrappeso/obesità
Cause - fattori di rischio

- Fattore di rischio n°1 - **alimentazione scorretta**:
  - eccesso di alimenti ad elevata densità energetica, zuccheri semplici, grassi saturi e sale
  - ridotto apporto di frutta e verdura

- Fattore di rischio n°2 - sedentarietà:
  - uso eccessivo del mezzo televisivo, del computer e dei video-giochi
  - riduzione attività fisica e ludica

Aumento patologie cronico-degenerative - Cause

- 1. alimentazione scorretta
- 2. eccessivo aumento di peso durante l'infanzia e l'adolescenza
- 3. consumo di alcol e tabacco

- Fattori prevenibili …se presi in tempo

Come ridurre i fattori di rischio?

Piano organico di

educazione ad un corretto stile di vita

Chi, cosa, come, dove, quando?

- Precocità degli interventi
- Follow-up periodico
- Aspetto intersettoriale e multidisciplinare:

  Scuola (curriculum, ambiente scolastico, studenti, insegnanti) famiglia, disegno urbano, produttori e distributori di cibo e bevande, mass media.

Come modificare abitudini alimentari e stile di vita di bambini e adolescenti?

- Garantire nella scuola **ambiente favorevole** al benessere globale degli alunni
- rendere possibili scelte alimentari corrette
- limitare vendita snack e bevande ad elevato contenuto calorico e scarso valore nutrizionale

Analisi 3 snack-campione dove: scuole superiori

Ingredienti:

- Bounty: zucchero, cocco essiccato, sciroppo di glucosio, burro di cacao (266kcal/57g)
- M-Joy: zucchero, burro di cacao, cereali croccanti, oli vegetali idrogenati (306kcal/60g)
- Maltesers: zucchero, latte scremato disidratato, burro di cacao, sciroppo di glucosio, malto d’orzo, grassi del latte, grassi vegetali (187 kcal/37g)

Snacks - caratteristiche comuni

Too much!

- calorie
- zuccheri
- grassi □
- sale
- iper-gusto!

Too little!

- micronutrienti (vitamine, minerali)
- fibre

Abitudini alimentari bambini e adolescenti - Italy and Europe

- scarsa varietà nella dieta
- consumo ridotto di frutta e verdura
- consumo eccessivo di snack ipercalorici e bevande gassate fuori pasto
- apporto oltre le righe di grassi animali e zuccheri semplici
- distribuzione irregolare dei pasti
- attività fisica limitata/stile di vita sedentario

- **Indagine multiscopo ISTAT 1999-2000**

Abitudini alimentari bambini/adolescenti - Italy

- Risultati OKkio alla salute (ISS, 2008-2009: 2009-2010):
  - un bambino su quattro (6 - 10 anni) non consuma frutta e verdura quotidianamente

- Studio HBSC (11-13-15 anni) (2001-2002; 2005-2006):
  - solo il 30% dei ragazzi e il 37% delle ragazze consuma frutta tutti i giorni
  - riguardo alla verdura, percentuali inferiori: 28% dei ragazzi e il 34% delle ragazze
  - il consumo di frutta e verdura è più elevato nelle ragazze
  - il consumo quotidiano di verdura è minore nelle regioni meridionali

Progetto Scuola Amica Buona Alimentazione - Scuole primarie

Consumo di frutta:

Campione 201 bambini 6-10 anni (2008-2009)

- no fruit for breakfast!
- un bambino su 2 mangia un solo frutto al giorno
- solo un bambino su 5 consuma più di 2 frutti al giorno (raccomandazioni WHO)
- un bambino su 10 non ne consuma affatto

It’s green - is it alien staff? Insalata, verdura e legumi :

- solo 1 bambino su 7 mangia almeno 2 piatti di verdura/die (racc. WHO)
- solo un bambino su 3 mangia un piatto di verdura/die
- un bambino su 3 (media M/F) non mangia mai insalata
- solo un/a bambino/a su tre consuma legumi 1-2 volte a settimana.

Progetto Scuola Amica
Scuole secondarie

Campione 455 studenti (14 - 19 anni)

Consumo di frutta, verdura e insalata

- solo 1 ragazzo su 7 consuma più di 2 frutti al giorno (raccomandazioni WHO)
- solo 1 su 10 consuma due porzioni di verdura al giorno
- 1 ragazzo su 7 (1 ragazza su 10) non consuma mai verdura
- uno studente su 5 (media M/F) non mangia mai insalata
- il consumo di insalata è maggiore tra le ragazze

Snacks - scelte salutari

Esempi: frutta, macedonie, frullati, succhi di frutta yogurt, senza zucchero aggiunto

- 5-10% apporto energetico/die
- Apporto elevato:
  - Vitamine
  - Minerali
  - Phytochemicals
  - Fibre
  - Varietà, gusto, stagionalità

- Apporto ridotto: kcal, grassi saturi, zuccheri semplici, sale

Frutta e verdura -Benefici

- nutrienti essenziali (acqua, vitamine e minerali)
- snack ottimale (acqua, zuccheri, micronutrienti)
- reintegrare perdite sudorazione (summertime)
- controllo peso corporeo (elevato potere saziante)
- funzionalità intestinale (fibra)
- regolazione glucosio e colesterolo (fibra)
- azione protettiva (phytochemicals)
- soddisfare gusto dolce con poche calorie

Not the same salad, please Supersalads!

- Utilizzare più verdure fresche
- Abbinare più colori
- Aggiungere un pizzico di erbe aromatiche
- Poco sale, meglio iodato
- Condire con extra-virgin Olive Oil!
- Utilizzare “arricchitori a sorpresa”
- Benefici: assunzione di

  + polifenoli e vitamine = + effetti benefici!

Fibre -Benefici

- Effetto sazietà
- Controllo dell’appetito
- Riduzione densità calorica della dieta
- Controllo del peso corporeo
- Prevenzione sovrappeso/obesità/diabete/alcuni tumori

Frutta fresca ma anche secca

- apporto calorico elevato (550-650 kcal/100g)
- consumare con moderazione: 20-30g/die
- elevato potere saziante
- elevato profilo nutrizionale:
  - proteine
  - grassi salutari (ω6-ω3) nel giusto rapporto (4-8)
  - contenuto elevato di micronutrienti
  - fibre

Frutta secca: a scuola, al lavoro, in viaggio, the optimal supersnack!

La frutta secca fa male?

Es. 1: The Nurses'Health Study: donne che consumavano almeno 150g di noci a settimana (20-25g/die)

Effetto: ↓ 35% rischio cardiovascolare

Es. 2: Delta Study - consumatori di noci: ↓ livello di LDL

La frutta secca fa ingrassare?

Es.3: Studio su 34.000 Avventisti del Settimo Giorno (California): i soggetti che consumavano noci almeno 5 volte a settimana = peso corporeo ↓ rispetto agli altri

Linee Guida Ristorazione Scolastica 2010

Obiettivi nutrizionali:

- Ridurre calorie, grassi saturi, zuccheri semplici
- Favorire calcio, ferro, fibra
- Eliminare grassi trans-insaturi, di palma e di cocco

In sintesi:

- Elevare qualità nutrizionale e sensoriale

Gradimento sensoriale
Do children like it?

Fruit and vegetables - a few comments:

- è amara,
- it’s boring
- non mi va di sbucciarla
- non ho tempo
- mi vergogno a farmi vedere mentre la mangio
- non mangio roba verde

Distributori automatici pros and cons:

Aspetti positivi:

- varietà di scelte, soddisfare esigenze diverse
- abituare il consumatore al concetto di porzione, per es. una merendina = 30 – 40g
- igiene e sicurezza nella conservazione e manipolazione del prodotto

Aspetti negativi:

- offerte per lo più ad elevata densità calorica, ricche di grassi, zuccheri semplici e sale
- ipersensorialità – gusto artificiale
- un gusto extra-dolce, supercremoso, iper-croccante è molto difficilmente comparabile con quello naturale

Cambiamento struttura del pasto: Come, cosa, dove si mangia

- Aumento pasti fuori casa
- Convenience food
- Riduzione cibi cucinati a casa

What’s the problem?

- No time
- No inspiration
- No ideas
- No skills

Utilizzare cibi pre-pronti ad elevato profilo nutrizionale:

- A base di cereali (grano, riso, orzo, farro…)
- Aggiunta di vegetali e legumi
- Arricchitori del gusto: erbe e spezie
- No added salt!
- Varietà nella scelta
- Facilità d’uso
- Tradizione Mediterranea + Innovazione

Piatto unici ditta Tiberino
Tradizione e innovazione

- No salt
- No additivi
- Varietà
- Aggiunta vegetali, legumi, erbe e spezie
- Olio extravergine di oliva
- Elevato profilo nutrizionale e sensoriale
- Facilità di preparazione
- Si possono preparare anche a bordo dello Shuttle!

Children need inspiration and role models!

From space:

- ‘Mission X: Train Like an Astronaut’ health, well-being and nutrition

- ‘Greenhouse in Space’: greenhouse to grow plants and observe the life cycle of a flowering plant

Cambiamento consumi alimentari

Allontanamento:

- dalle abitudini alimentari
- e dallo **stile di vita “mediterranei”**
- in particolare nei più giovani

(INRAN 2007)

Is it cool to be “Mediterranean”?

Promuovere

- consumo alimenti vegetali
- dieta mediterranea
- **stile di vita attivo**

al fine di

- migliorare:
  - salute e benessere
- prevenire
  - sovrappeso/obesità
  - patologie croniche

Ingresso dei prodotti salutari nel vending

- miglioramento **qualità nutrizionale** dei prodotti
  - favorire scelte positive per la salute tra i consumatori
- cambiare **abitudini e comportamenti**
  - educare i consumatori a fare scelte positive
  - promuovere in particolare i prodotti della nostra tradizione

Solutions:
make it fun - make it cool!

The fitness camp!

- Target: bambini/adolescenti/famiglie

  Use creative, experimental approach
- Paint it, touch it, smell it, taste it, read it, sing it, play it, cook it, plant it, grow it!
- Get outside and play together!
- Premi ed incentivi per tutti!

"Every notion originates from a **sensation**"

Leonardo da Vinci

Physical activity - Fit and Fun!

- Dancing sessions
- Yoga
- Body building (prevenzione osteoporosi)
- Posture
- Climbing (arrampicata)
- Jumping (trampolino elastico)
- Breathing (respirazione corretta)
- Music: rhythm in motion

Think Pink!

Communicate:

- Enthusiasm
- Energy
- **Positive** thinking!

“Non si può risolvere un problema usando lo stesso modo di pensare che lo ha generato”

Albert Einstein

Sharing: the new way of thinking!