

## LA PROMOZIONE DI ALIMENTI SALUTARI ATTRAVERSO I DISTRIBUTORI AUTOMATICI. SOSTITUZIONE COMPLETA O AFFIANCAMENTO? IL PROGETTO "PAUSA AMICA" IN PROVINCIA DI TRENTO, ANNO 2010-11

Laura Ferrari e Pirus Fateh Moghadam

*Dipartimento di Prevenzione, Azienda Provinciale per i Servizi Sanitari di Trento*

**G**li stili di vita dipendono da molti fattori di diversa natura attribuibili, in parte, alle scelte individuali ed in parte al contesto ambientale, economico e sociale. È ormai un dato di fatto che molti di questi stili di vita non risultino più sostenibili, né per la salute delle singole persone e della popolazione nel suo insieme, né per l'ambiente (1, 2). È altrettanto vero che le scelte più salutari per i singoli e la comunità sono nel contempo quelle più rispettose dell'ambiente (3). Nonostante il suo potenziale in termini di impatto sull'opinione pubblica, questa sinergia ambiente-salute viene solo raramente evidenziata nei messaggi e nei programmi di promozione della salute.

Tuttavia, la scelta di una vita più attiva e di un'alimentazione corretta non è solo una questione personale: il contesto in cui si vive e si lavora condiziona molto questo tipo di scelte. Da parte della sanità pubblica risulta quindi fondamentale intervenire anche sul contesto per far sì che la scelta più salutare e rispettosa dell'ambiente sia quella più facile ed immediata, come suggerito dal programma ministeriale Guadagnare salute (4), al quale la provincia e l'Azienda Provinciale per i Servizi Sanitari di Trento (APSS) hanno aderito.

La presenza capillare, all'interno delle strutture sanitarie, di distributori automatici di alimenti "spazzatura" risulta in aperta contraddizione con questi principi e nuoce alla credibilità dei messaggi aziendali di promozione della salute. Occorre superare queste contraddizioni per ristabilire la coerenza tra i messaggi di promozione della salute e il contesto e la prassi aziendali, cercando nel contempo di salvaguardare gli interessi di tutti gli attori coinvolti (5). In questo ambito esistono alcune esperienze a livello internazionale ed anche in Italia (6) ma, per quanto ci è noto, nessuna in cui si è valutata la fattibilità di una sostituzione completa del contenuto dei distributori.

Con il progetto pilota "Pausa amica", sempre nell'ambito del programma Guadagnare salute, l'APSS ha voluto sperimentare - cominciando da se stessa - come rendere più facile la scelta a dipendenti ed utenti desiderosi di fare una pausa più salutare e più rispettosa dell'ambiente. Ha quindi provveduto a trasformare la distribuzione automatica di alimenti, presso le proprie strutture, in un mezzo per la promozione di sani stili di vita, facendo emergere la sinergia ambiente-salute ed offrendo a dipendenti ed utenti l'opportunità di riflettere e sperimentare i benefici connessi ad abitudini salutari.

Sostituire il contenuto dei distributori non è stato un compito facile, data la diversità degli interessi che occorre mettere d'accordo. I consumatori vorrebbero prodotti gustosi e di buona qualità, ma non troppo costosi, mentre ai produttori ed alle ditte di distribuzione occorre garantire il rendimento economico; gli esperti di sanità pubblica sono preoccupati di far rispettare i criteri che individuano la salubrità di un alimento.

Alla fine di un percorso che ha coinvolto i produttori locali (con la collaborazione del Dipartimento Agricoltura della Provincia Autonoma di Trento), le ditte di distribuzione automatica e il Dipartimento di Prevenzione dell'APSS, si è deciso di realizzare il progetto - in una prima fase - solo in due sedi "pilota" dell'APSS: in una sede i distributori salutari hanno completamente sostituito quelli tradizionali (con due distributori, uno a prevalente uso dei dipendenti e l'altro dell'utenza esterna), nell'altra sono stati affiancati ai distributori tradizionali (con utenza mista).

I prodotti "Pausa amica" sono stati scelti da un elenco fornito dai produttori locali e dalle ditte di distribuzione, utilizzando le "Linee d'indirizzo per la distribuzione automatica di prodotti alimentari" elaborate dalla regione Friuli-Venezia Giulia (7). A parità di punteggio, è stata data priorità al prodotto

più rispettoso dell'ambiente. Sono state escluse tutte le bevande fredde con zuccheri aggiunti.

La valutazione del progetto pilota è stata sia quantitativa, che qualitativa: nel corso della sperimentazione sono stati monitorati sia il volume di vendita dei singoli prodotti, che il gradimento da parte dei dipendenti.

La valutazione quantitativa è consistita: nella rilevazione bimestrale dei prodotti venduti, suddivisi per tipologia di prodotto (merendina dolce, merendina salata, yogurt, acqua, succhi, frullati, mousse, frutta fresca, frutta secca, ecc.); nel raffronto con i volumi di vendita degli stessi prodotti o di quelli corrispondenti nell'anno precedente; nell'impatto del progetto sulla distribuzione automatica di bevande calde (caffè, ecc.), non toccata dal progetto e - dove v'è stato l'affiancamento - nello "spostamento" della scelta da un prodotto tradizionale all'analogo prodotto biologico/locale (ad esempio, yogurt).

La valutazione qualitativa è consistita: nella realizzazione di focus group fino alla saturazione (raggiunta dopo il terzo focus group). Complessivamente, hanno partecipato (in orario di lavoro) 28 dipendenti del Centro per i Servizi Sanitari, dove è stata effettuata la sostituzione completa dei distributori automatici.

Oltre ai focus group è stata effettuata una raccolta di commenti inviati ad un indirizzo e-mail aziendale specificatamente messo a disposizione dei dipendenti.

Dove i distributori salutari sono stati sostituiti con quelli tradizionali, il volume di vendita complessivo è diminuito del 2,6% rispetto all'analogo periodo dell'anno precedente (compresa la diminuzione della vendita delle bevande calde, non interessata direttamente dal progetto, che è diminuita del 3,5%). Nonostante l'esclusione di bevande gassate/zuccherate, la vendita di bevande fredde è aumentata dell'8%. La vendita di acqua è aumentata del 22%, quella dei succhi è più che raddoppiata. Tra gli altri prodotti, è quasi raddop- ►

piata la vendita di frutta, è aumentata considerevolmente quella di yogurt (soprattutto dopo il miglioramento nel packaging), mentre si è ridotta di circa il 10% la vendita di prodotti da forno salati, brioches e altri dolci. Le mele a fette non vengono consumate (l'inserimento nel distributore è stato sospeso); tra le merendine biologiche vanno molto di più quelle apparentemente più simili a quelle tradizionali e quelle del commercio equo e solidale. Non sono stati venduti, perché non inseriti nei distributori salutari, 1.213 bevande gassate/zuccherate (corrispondenti a 43 kg di zucchero non consumati) e 610 panini imbottiti.

Dal punto di vista del fatturato dell'azienda, la sperimentazione ha comportato una leggera diminuzione causata sia dal minor numero di vendite, sia dal minor margine su prodotti con un costo superiore, che dall'elevato numero di resi (durante la fase di avvio e rodaggio iniziale).

Dove c'è stato l'affiancamento dei due tipi di distributori (salutare e tradizionale), si è registrato un incremento generale delle vendite, rispetto al medesimo periodo dell'anno precedente (osservato anche in altre postazioni), particolarmente rilevante per quanto riguarda caffè e bevande calde (+13,2%). Rispetto al totale dei prodotti venduti dalle due tipologie di distributori, i prodotti salutari "Pausa amica" rappresentano circa il 10% delle vendite (acqua esclusa). Tra questi, i prodotti più venduti in assoluto sono gli yogurt biologici - la cui vendita ha quasi sostituito quella dello yogurt tradizionale, incrementandone anche il volume di vendita di circa il 30% - e le spremute biologiche in vetro che, insieme, rappresentano il 51% dei prodotti salutari venduti. Hanno riscontrato un certo successo anche le merendine ed i prodotti salati (soprattutto le gallette di mais e di riso). Non ha trovato molto gradimento la mousse di frutta e anche in questo caso è stata sospesa la vendita delle mele a fette a causa degli scarsi consumi. Tra i prodotti tradizionali, è stata registrata una flessione dell'1,6% delle bevande gassate/zuccherate (54 lattine non vendute), mentre la vendita degli altri prodotti tradizionali, nel loro insieme, è risultata sostanzialmente invariata. Per quanto riguarda lo yogurt, la scelta si è spostata sull'alternativa locale/biologico. Dal punto di vista del fatturato dell'azienda, la sperimentazione ha comportato un aumento.

In linea generale, i dipendenti si sono espressi favorevolmente in merito al progetto, con alcune riserve. Le criticità maggiori sono rappresentate dalla scarsa varietà dei prodotti e dal loro prezzo. L'opzione di affiancamento ha incontrato maggiore consenso rispetto alla sostituzione totale. Le numerose osservazioni in difesa della "libertà di scelta" evidenziano invece la scarsa efficacia del messaggio di coerenza del progetto. La valutazione del gradimento del progetto ha fatto emergere una serie di proposte di modifica, sia relativa ai singoli prodotti o alla loro presentazione, che alla gestione del distributore salutare. Gli argomenti più dibattuti riguardano: la frutta e gli snack. Emerge chiaramente che la frutta viene consumata molto poco: chi è abituato a consumarla, la porta da casa; chi non ha questa abitudine, non è attirato dalla frutta proposta nei distributori. Questo elemento trova peraltro pieno riscontro con i dati riferiti dalle ditte di distribuzione che, a metà progetto, hanno sospeso il rifornimento dei sacchetti di mele a fette.

In conclusione, il bilancio complessivo del progetto pilota è positivo: le ditte hanno riconosciuto la fattibilità economica del progetto, anche nella versione più radicale della sostituzione completa dei distributori (la diminuzione del fatturato non viene giudicata tale da compromettere il progetto) e dipendenti ed utenti hanno dimostrato apertura e curiosità verso i nuovi prodotti, sebbene con alcune riserve.

L'affiancamento dei prodotti salutari a quelli tradizionali non ha comportato una significativa diminuzione del consumo degli alimenti tradizionali: i prodotti salutari non vengono consumati in alternativa a quelli tradizionali, ma in aggiunta a questi. Tale modalità non comporta quindi guadagni in termini di salute. Alla luce di questi risultati, l'affiancamento dei distributori salutari a quelli tradizionali assume un significato ambiguo e presta il fianco alla legittima accusa di rappresentare, più che altro, un intervento "di facciata".

Dal punto di vista della promozione della salute risulta quindi ineludibile (e possibile) puntare sulla sostituzione completa dei distributori tradizionali con quelli salutari. Il passaggio alla sostituzione completa dei distributori automatici dovrebbe essere graduale ma continuo, stabilendo un crono-programma e fissando una data per la "messa a regime" di tutti i distributori automatici aziendali. Que-

sto processo dovrebbe essere supportato da un accordo su agevolazioni economiche alle ditte partecipanti, da percorsi formativi rivolti agli operatori sanitari e da un'adeguata campagna di comunicazione e d'informazione. Questa dovrebbe essere centrata non solo sull'alimentazione, ma anche sull'impatto ambientale delle scelte alimentari e, soprattutto, sulla coerenza tra "il dire e il fare" di un'azienda sanitaria, cioè sulla necessità di superare la contraddizione rappresentata dalla vendita, presso le proprie strutture, di prodotti di cui sconsiglia il consumo nei messaggi di promozione della salute. È in questa direzione che l'APSS intende muoversi nel prossimo futuro. ■

### Riferimenti bibliografici

1. Kickbush I. The Food System: a prism of present and future challenges for health promotion and sustainable development. Health Promotion Switzerland; 2010 (<http://graduateinstitute.ch/webdav/site/globalhealth/shared/1894/White%20Paper%20-%20The%20Food%20System.pdf>).
2. Roberts I. *The energy glut: the politics of fatness in an overheating world*. Londra; 2010.
3. Barilla Center for Food and Nutrition. Doppia piramide: alimentazione sana per le persone, sostenibile per il pianeta ([www.barillacfn.com/images/download/barilla\\_focus\\_ita\\_ok.pdf](http://www.barillacfn.com/images/download/barilla_focus_ita_ok.pdf)).
4. Ministero della Salute. Il programma Guadagnare Salute ([www.salute.gov.it/stiliVita/stiliVita.jsp](http://www.salute.gov.it/stiliVita/stiliVita.jsp)).
5. Lawrence S, Boyle M, Craypo L, et al. The food and beverage vending environment in health care facilities participating in the healthy eating, active communities program. *Pediatrics* 2009;123(Suppl. 5):S287-92.
6. Fattori G, Papouchado F. Merendine sane contro l'obesità. *Il Sole 24 ore - Sanità*, 14-20 settembre 2010.
7. Direzione centrale salute e protezione sociale, Regione Autonoma Friuli-Venezia Giulia. Linee di indirizzo per la distribuzione automatica di prodotti alimentari, giugno 2008 (disponibile presso gli autori).

#### Comitato editoriale BEN

Paola De Castro, Carla Faralli,  
Marina Maggini, Alberto Perra,  
Stefania Salmaso  
e-mail: [ben@iss.it](mailto:ben@iss.it)