



# *Ministero della Salute*

DIREZIONE GENERALE PER L'IGIENE E LA SICUREZZA DEGLI ALIMENTI E LA NUTRIZIONE  
UFFICIO V

**Obiettivi condivisi per il miglioramento delle  
caratteristiche nutrizionali dei prodotti  
alimentari con particolare attenzione alla  
popolazione infantile (3-12 anni)**

## Indice

<b>Introduzione</b> .....	3
<b>Area cerealicolo-dolciaria</b> .....	7
a) cereali da prima colazione.....	7
b) biscotti .....	9
c) snack salati .....	11
d) crackers .....	13
e) merendine .....	15
<b>Area bevande analcoliche</b> .....	17
a) soft drink .....	17
b) nettari/succhi e polpa di frutta.....	20
<b>Area lattiero-casearia e gelati</b> .....	21
a) yogurt e latticini fermentati.....	21
b) gelati .....	22
<b>Conclusioni</b> .....	24
<b>Scheda riepilogativa</b> .....	25

## INTRODUZIONE

In Europa, la proporzione di persone in eccesso ponderale rimane elevata e circa il 7% della spesa sanitaria europea è impiegata nella cura di patologie connesse all'obesità come il diabete, l'ipertensione arteriosa, le patologie cardiovascolari, ecc.(1)

Sovrappeso e obesità rappresentano un fenomeno che riguarda indistintamente bambini e adulti. I dati raccolti dalla *Childhood Obesity Surveillance Initiative (COSI)* della Regione europea dell'OMS, su un campione di ragazzi di età compresa tra i 6-9 anni, mostrano che la prevalenza di sovrappeso varia dal 18% al 57% tra i maschi e dal 18% al 50% tra le femmine; mentre il 6-31% dei ragazzi e il 5-21% delle ragazze risultano obesi.(2)

Nel nostro Paese, il sistema di sorveglianza "OKkio alla salute 2014" sulle abitudini alimentari e sull'attività fisica dei bambini delle scuole primarie (6-10 anni), ha rilevato che i bambini in sovrappeso sono il 20,9% e i bambini obesi il 9,8%, in leggera diminuzione rispetto al 22,2% e 10,6% del 2012.(3)

Indiscutibilmente nelle ultimi anni le trasformazioni sociali, economiche e demografiche hanno modificato in modo significativo gli stili di vita e conseguentemente le consolidate abitudini alimentari.

In Italia, benché si assista ad una certa flessione nel consumo di latte/yogurt da parte dei ragazzi, i consumi dei prodotti ad alto apporto energetico, come soft drink o merendine, non incidono significativamente sull'apporto calorico dei ragazzi della fascia di età 3-9,9 (Tabella 1).

**Tabella 1**

	<b>Dati di consumo SCAI 3-9,9 anni (g/d)</b>	<b>Apporto calorico medio x 100 g (kcal)</b>	<b>% in calorie del fabbisogno (1850 kcal)</b>
Merendine e dolci	28,1	350	5,1
Snack salati	6	490	1,5
Biscotti	18,5	450	4,3
Cereali colazione	4	440	0,9
Soft drink	27,9	40	0,6

*Leclercq C et al, Public Health Nutrition 2009: 12(12), 2504-2532*

L'impatto dei prodotti esaminati, secondo i consumi relativi all'alimentazione dei bambini/ragazzi, non appare particolarmente critico. Inoltre, l'impegno dell'industria ha portato ad una considerevole presenza di prodotti riformulati sul mercato.

L'eccedenza ponderale in età infantile è attribuibile ad una varietà di fattori che sono legati allo stile di vita e tra questi, la mancanza di regolare e adeguata attività fisica, è uno degli elementi principali. Analogamente, un altro fattore importante è rappresentato da un'alimentazione in cui non si tiene conto della qualità nutrizionale e del complesso degli alimenti assunti durante tutta la giornata. Molti bambini, infatti, saltano la prima colazione, non amano le verdure, mangiano la frutta in casi eccezionali.

**Adottare uno stile di vita corretto sin dalla giovane età è la prima regola per poter prevenire determinate malattie e mantenersi in forma, anche in età adulta.**

Diviene dunque un obiettivo primario *"invertire le tendenze all'aumento di sovrappeso e obesità in qualsiasi età e ridurre l'onere delle malattie croniche legate all'alimentazione"*, come indicato nella *"Rome Declaration on Nutrition"*.(4)

Ottimisticamente, se i fattori comportamentali e ambientali sono parte del problema, attraverso politiche nutrizionali e di comunicazione, è possibile *"rimodellare"* le abitudini e l'ambiente orientando i consumatori verso scelte più corrette e consapevoli degli alimenti.

La *"Vienna Declaration on Nutrition and Noncommunicable Diseases in the Context of Health 2020"*, rafforza l'impegno alla lotta all'obesità e rappresenta per i Governi europei una nuova responsabilità politica. Il documento tiene conto dell'importanza di svolgere un'azione decisiva per:

- ✓ ridurre la pressione del marketing sui prodotti per bambini,
- ✓ implementare approcci comuni per promuovere la riformulazione di alimenti ricchi di energia, grassi saturi, acidi grassi trans, zuccheri e sale,
- ✓ rendere l'etichettatura degli alimenti più fruibile per il consumatore.(5)

Allo stesso modo, con il documento europeo, *"Action Plan on Childhood Obesity 2014-2020"*, si presenta un Piano d'azione che riconosce, tra gli obiettivi da raggiungere, importante e necessario favorire la scelta di un'alimentazione corretta come opzione più semplice, incoraggiando ad una riformulazione degli alimenti che tenga conto dei fabbisogni nutrizionali.(6)

Occorre altresì incoraggiare il consumo di latte e derivati, frutta e vegetali da parte dei bambini, al fine di educarli all'adozione di sane abitudini alimentari e di contribuire alla lotta contro l'obesità.

A livello europeo sono stati adottati due Regolamenti con l'intento di informare, educare e proteggere i consumatori:

- ✓ REGOLAMENTO (UE) N. 1169/2011 del Parlamento europeo e del Consiglio del 25 ottobre 2011 relativo alla fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori
- ✓ REGOLAMENTO (CE) N. 1924/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio del 20 dicembre 2006 relativo alle indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari

Il *Regolamento (UE) 1169/2011* aggiorna e semplifica le norme precedenti sull'etichettatura degli alimenti. Lo scopo di tale innovazione è quello di tutelare ulteriormente la salute dei consumatori e assicurare un'informazione chiara e trasparente.

Il *Regolamento (CE) 1924/2006* armonizza i cosiddetti "claims", ossia indicazioni nutrizionali e sulla salute fornite sui prodotti alimentari, allo scopo di garantire ai consumatori l'accuratezza e la veridicità delle informazioni.

Tuttavia, il lavoro di informazione e comunicazione, per non essere vano, deve essere affiancato da una reale innovazione sul mercato per garantire prodotti e soluzioni più adeguate alle esigenze di una corretta alimentazione. Per questo motivo vi è sempre una maggiore attenzione da parte delle Istituzioni e delle aziende alimentari alle caratteristiche nutrizionali dei prodotti alimentari e delle modalità di vendita, ivi compresi specifici accorgimenti per favorire la moderazione nei momenti di consumo.

Come sancito nella "*Carta di Milano*" è di fondamentale importanza "produrre e commercializzare alimenti sani e sicuri, informando i consumatori su contenuti nutrizionali, impatti ambientali e implicazioni sociali del prodotto; tutti abbiano il diritto di accedere a una quantità sufficiente di cibo sicuro, sano e nutriente, che soddisfi le necessità alimentari personali lungo tutto l'arco della vita e permetta una vita attiva".(7)

Disporre di un'ampia gamma di alimenti, riformulati e migliorati, consente scelte più facili al consumatore, che meglio si adattano al proprio stile di vita.

La riformulazione degli alimenti si realizza attraverso una modifica della composizione degli alimenti esistenti, cercando comunque di mantenere le caratteristiche organolettiche, quali il sapore, la consistenza, nonché la conservabilità del prodotto.

Il Ministero della salute agisce in quest'ottica già attraverso il Programma nazionale "Guadagnare salute: rendere facili le scelte salutari", che si caratterizza per un approccio alla salute e alla prevenzione basato su strategie intersettoriali e supportato dall'impegno istituzionale a diversi livelli.

In tal senso sono nate, su base volontaria, le iniziative del settore produttivo agroalimentare in cui ogni produttore ha fissato obiettivi e traguardi.

Il Ministero della salute ha messo a punto il presente documento, redatto in collaborazione con alcuni settori dell'industria alimentare, che fa il punto della situazione attuale, indicando gli interventi di riformulazione fino ad ora realizzati e mettendo in evidenza possibili opportunità e priorità per azioni future.

In questo contesto, sono state individuate alcune aree merceologiche (cerealicolo-dolciaria, bevande analcoliche, lattiero-casearia e gelati) per le quali il settore produttivo si impegna ad un contenimento di zuccheri, grassi saturi, acidi grassi trans e sale, ad un costante sforzo per rimodulare le porzioni e ad offrire informazioni aggiuntive in etichetta.

Tale impegno rientra tra le iniziative utili a contrastare sovrappeso e obesità infantile e si inserisce nel contesto delle strategie già intraprese in questi ultimi anni, quali i Protocolli di Intesa sottoscritti tra Ministero della salute e Associazioni per la riduzione del sale in alcune categorie di prodotti come pane, zuppe e passati di verdura surgelati.

In conclusione, sovrappeso e obesità sono un problema di sanità pubblica la cui soluzione non può essere demandata esclusivamente al sistema sanitario: la potenziale ricetta per il successo della riformulazione dei prodotti alimentari spesso consumati dalla popolazione infantile in quanto preferiti, richiede interventi che siano il più possibile trasversali e multi-settoriali e che vedano una stretta collaborazione tra autorità e industria.

Gli impegni assunti fino ad ora sono importanti per il conseguimento degli obiettivi di miglioramento delle caratteristiche nutrizionali dei prodotti ma è fondamentale che lo sforzo di studio e ricerca di nuove formulazioni sia costantemente perseguito, unitamente alla diffusione di una cultura che promuova stili di vita sani, a partire dalla giovane età.

Fonti:

- (1) Global status report on non-communicable diseases 2010- World Health Organization April 2011
- (2) WHO European Childhood Obesity Surveillance Initiative: implementation of round (2007/2008) and round 2 2009/2010 WHO/Europe, 2014
- (3) <http://www.epicentro.iss.it/okkioallasalute/>
- (4) Second International Conference on Nutrition - <http://www.fao.org/about/meetings/icn2/en/>
- (5) Vienna Declaration on Nutrition and Noncommunicable Diseases in the Context of Health 2020Vienna, Austria 4-5 July 2013
- (6) [http://ec.europa.eu/health/nutrition\\_physical\\_activity/docs/childhoodobesity\\_actionplan\\_2014\\_2020\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/health/nutrition_physical_activity/docs/childhoodobesity_actionplan_2014_2020_en.pdf)
- (7) <http://carta.milano.it/>

Sono stati considerati i seguenti sottogruppi:

- a) cereali da prima colazione
- b) biscotti
- c) snack salati
- d) crackers
- e) merendine

## a) CEREALI DA PRIMA COLAZIONE

E' stata valutata la qualità nutrizionale di tutti i tipi di cereali pronti al consumo: corn flakes, riso soffiato, essiccato o tostato, muesli ecc.

I punti critici evidenziati sono:

- sale
- zuccheri

Gli interventi mirati riguardano:

**Sodio/sale:** sin dal 1999 il contenuto di sodio in questi prodotti è stato attentamente monitorato e gradualmente ridotto. Le aziende si impegnano ad accelerare tale programma di riformulazione sino ad una ulteriore riduzione del contenuto medio attuale di sodio.

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione media (g/100g)	0,900 g	0,600 g	0,400 g
% riduzione	-	33%	56%

**Zuccheri:** le aziende sono da diversi anni impegnate nella ricerca di soluzioni per contenerne il tenore entro i limiti tecnologici e di accettabilità da parte del consumatore. Una ulteriore riduzione del contenuto medio di zuccheri è comunque prevista per il 2017.

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione media (g/100g)	35 g	33 g	30 g
% riduzione	-	6%	14%

**Acidi grassi trans:** le aziende sono impegnate a ridurre drasticamente, sino alla completa eliminazione, il contenuto di acidi grassi trans derivanti da processi di produzione industriale dei grassi (idrogenazione) in linea con la seguente tempistica:

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione TFA da grassi idrogenati (g/100 g)	2 g	0,4 g	tracce
% riduzione	-	80%	100%

**Fibre:** le aziende sono impegnate ad incrementare gradualmente il contenuto medio di fibre nei prodotti consumati dai bambini.

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione media (g/100g)	2 g	3,5 g	4,5 g
% incremento	-	75%	125%

**Porzioni:** da parte del settore c'è un forte impegno a livello nazionale e Comunitario per individuare la corretta porzione di riferimento, non solo in relazione al nuovo Regolamento 1169/2014 sulle informazioni ai consumatori, ma al fine di proporre un corretto utilizzo del prodotto in linea con le attuali esigenze nutrizionali.

**Etichettatura:** l'etichettatura nutrizionale diventerà obbligatoria a partire dal 2016. Le aziende si impegnano volontariamente a fornire le informazioni nutrizionali per 100 g e per porzione riferite almeno ai macronutrienti previsti. Si impegnano, inoltre, a indicare la % dei consumi di riferimento (RI ex GDA - Guideline Daily Amounts), almeno sul valore energetico.

Anno	2008	2014	2017
% Aziende	60%	80%	100%

*Gli impegni assunti dall'Associazione di categoria che copre il 90% del mercato nazionale, si riferiscono alla media dei prodotti (tipologie destinate al target bambini e prodotti destinati a tutta la famiglia c.d. "all family", spesso consumati anche dai bambini).*



## b) BISCOTTI

Sono stati considerati tutti i tipi di biscotti, inclusi quelli senza zucchero.

I punti critici evidenziati sono:

- grassi (sia per quantità che qualità)
- zuccheri

Gli interventi mirati riguardano:

**Acidi grassi trans:** le aziende sono impegnate a ridurre drasticamente, sino alla completa eliminazione, il contenuto di acidi grassi trans derivanti da processi di produzione industriale dei grassi (idrogenazione) in linea con la seguente tempistica:

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione TFA da grassi idrogenati (g/100 g)	2 g	0,4 g	tracce
% riduzione	-	80%	100%

**Acidi grassi saturi:** le aziende sono da diversi anni impegnate nella ricerca di soluzioni per contenere il tenore di tali nutrienti entro i limiti tecnologici e di accettabilità da parte del consumatore. Una ulteriore riduzione del contenuto medio è comunque prevista per il 2017.

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione media (g/100g)	11 g	10,5 g	10 g
% riduzione	-	4,5%	9%

**Zuccheri:** le aziende sono da diversi anni impegnate nella ricerca di soluzioni per contenerne il tenore entro i limiti tecnologici e di accettabilità da parte del consumatore. A tale riguardo, sono stati immessi sul mercato nuovi prodotti senza zuccheri aggiunti o a ridotto contenuto di zuccheri.

Una riduzione del contenuto medio di zuccheri, compatibilmente con le esigenze tecnologiche, è comunque prevista per il 2017.

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione media (g/100g)	35 g	33 g	28 g
% riduzione	-	6%	20%

**Fibre:** le aziende si impegnano gradualmente a incrementare il contenuto medio di fibre nei prodotti consumati dai bambini.

Anno		2008	2014	2017
Concentrazione (g/100g)	media	2 g	2,5 g	3 g
% incremento		-	25%	50%

**Etichettatura:** l'etichettatura nutrizionale diventerà obbligatoria a partire dal 2016. Le aziende si impegnano volontariamente a fornire le informazioni nutrizionali per 100 g e per porzione riferite almeno ai macronutrienti previsti. Si impegnano, inoltre, a indicare la % dei consumi di riferimento (RI ex GDA- Guideline Daily Amounts), almeno sul valore energetico.

Anno	2008	2014	2017
% Aziende	60%	80%	100%

*Gli impegni assunti dall'Associazione di categoria che copre l'80% del mercato nazionale, si riferiscono alla media dei prodotti sul mercato, tenuto conto dell'ampia varietà di ricetta all'interno della categoria (biscotti secchi, frollini, con ripieno, ecc.). La media comprende inoltre sia le tipologie destinate al target bambini che i prodotti destinati a tutta la famiglia spesso consumati anche dai bambini.*

*Le tipologie di biscotti la cui composizione è vincolata da normative specifiche (es. savoiardo e amaretto) non permettono interventi di riformulazione.*

### c) SNACK SALATI

Sono stati considerati prodotti quali patatine, crackers ed altri snack salati.

Nonostante gli snack salati non incidano significativamente sull'apporto calorico dei ragazzi della fascia di età 3-9,9, come indicato nella Tabella 1, le aziende sono intervenute negli ultimi anni per migliorare il profilo dei prodotti agendo su diversi aspetti produttivi: tecnologie, scelta degli ingredienti e controllo qualità.

Inoltre, consapevoli della necessità di interventi anche di tipo educativo, le aziende hanno intrapreso attività di educazione e di promozione dell'attività fisica dei bambini, componente fondamentale, insieme all'alimentazione, dei corretti stili di vita.

Sul piano della riformulazione si è intervenuti sui seguenti ingredienti/nutrienti:

- sale
- grassi

Gli interventi mirati hanno riguardato:

**Grassi totali, saturi e trans:** le principali aziende sono da alcuni anni impegnate a contenere i livelli di grassi totali e di grassi saturi. Per quanto riguarda le quantità di acidi grassi trans, vengono riferite, ad oggi, trascurabili ed ininfluenti. Le riduzioni, che tengono conto di limitazioni di tipo tecnologico e di accettabilità del prodotto, hanno riguardato la categoria delle patatine (potato crisps o chips) sia per i tenori di grassi totali che di grassi saturi.

<b>GRASSI TOTALI potato crisp o chips</b>		
Anno	2008	2009-2017
% di riduzione	-	25%

<b>GRASSI SATURI potato crisp o chips</b>		
Anno	2008	2009-2017
% di riduzione	-	35%

**Sale/sodio:** le principali aziende sono da alcuni anni impegnate nel contenere i livelli di sale/sodio, tenendo conto di limitazioni di tipo tecnologico e di accettabilità del prodotto.

<b>SALE/SODIO patate crisp o chips</b>		
Anno	2009	2010-2017
% di riduzione	-	19 %

<b>SALE/SODIO snacks salati</b>		
Anno	2009	2013-2017
% di riduzione	-	10 %

**Porzioni:** sul mercato sono facilmente disponibili monoporzioni per facilitare il consumo controllato di questi prodotti.

Inoltre, rispetto alla porzione di riferimento di 30 g indicata da ESA ([www.esa.org.uk](http://www.esa.org.uk)) per le AR (assunzioni di riferimento), le maggiori aziende, laddove il formato supera i 50 g, attestano la porzione di riferimento in etichetta a 25 g, riducendola quindi di 5 g.

**Etichettatura:** diverse aziende del settore già utilizzano da anni la dichiarazione nutrizionale per 100g e per porzione, anche se diventerà obbligatoria nel 2016. Le AR sono già ampiamente presenti con il riferimento di 2000 kcal, in quanto i prodotti in questione sono destinati a tutta la famiglia e non sono specifici per il target tra i 3 e i 12 anni.

*Gli impegni assunti dall'Associazione di categoria si riferiscono alla media dei prodotti sul mercato.*

## d) CRACKERS

I punti critici evidenziati sono:

- sale
- grassi

Gli interventi mirati riguardano:

**Acidi grassi trans:** le aziende sono impegnate a ridurre drasticamente, sino alla completa eliminazione, il contenuto di acidi grassi trans derivanti da processi di produzione industriale dei grassi (idrogenazione) in linea con la seguente tempistica:

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione TFA da grassi idrogenati (g/100 g)	1 g	0,5 g	tracce
% riduzione	-	50%	100%

**Sodio/sale:** le aziende, da diversi anni, sono impegnate nella ricerca di soluzioni per contenere il tenore di tale nutriente entro i limiti tecnologici e di accettabilità da parte del consumatore. Sono stati immessi sul mercato nuovi prodotti senza sale/sodio aggiunto o a basso contenuto di sale/sodio. Un ulteriore sforzo di riduzione del contenuto medio di sale/sodio, compatibilmente con le esigenze tecnologiche, è comunque previsto per il 2017.

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione media (g/100g)	1,1 g	0,9 g	0,8 g
% riduzione	-	18%	27%

**Fibre:** le aziende si impegnano gradualmente a incrementare il contenuto medio di fibre nei prodotti consumati dai bambini.

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione media (g/100g)	2,5 g	3,5 g	4 g
% incremento		40%	60%

**Etichettatura:** l'etichettatura nutrizionale diventerà obbligatoria a partire dal 2016. Le aziende si impegnano volontariamente a fornire le informazioni nutrizionali per 100g e per porzione riferite almeno ai macronutrienti previsti. Si impegnano, inoltre, a indicare la % dei consumi di riferimento (RI ex GDA-Guideline Daily Amounts), almeno sul valore energetico.

Anno	2008	2014	2017
% Aziende	60%	80%	100%

## e) MERENDINE

Sono stati considerati tutti i tipi di merendine e torte, anche ripiene di creme e frutta.

I punti critici evidenziati sono:

- zuccheri
- grassi
- variabilità delle porzioni

Gli interventi mirati riguardano:

**Acidi grassi trans:** le aziende sono impegnate a ridurre drasticamente, sino alla completa eliminazione, il contenuto di acidi grassi trans derivanti da processi di produzione industriale dei grassi (idrogenazione) in linea con la seguente tempistica:

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione TFA da grassi idrogenati (g/100 g)	4 g	0,4 g	tracce
% riduzione	-	90%	100%

**Acidi grassi saturi:** le aziende sono da diversi anni impegnate nella ricerca di soluzioni per contenere il tenore di tale nutriente entro i limiti tecnologici e di accettabilità da parte del consumatore. Un'ulteriore riduzione del contenuto medio è comunque prevista per il 2017.

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione media (g/100g)	11 g	10,5 g	10 g
% riduzione	-	4,5%	9%

**Zuccheri:** le aziende sono da diversi anni impegnate nella ricerca di soluzioni per contenerne il tenore entro i limiti tecnologici e di accettabilità da parte del consumatore. A tale proposito, sono stati immessi sul mercato nuovi prodotti senza zuccheri aggiunti o a ridotto contenuto di zuccheri. Una sensibile riduzione del contenuto medio di zucchero, compatibilmente con le esigenze tecnologiche, è comunque prevista per il 2017.

Anno	2008	2014	2017
------	------	------	------

Concentrazione media (g/100g)	35 g	33 g	30 g
% riduzione	-	6%	14%

**Porzioni:** il settore delle merendine si è prefissato un graduale ridimensionamento delle porzioni con conseguente riduzione dell'apporto energetico della porzione media (con l'obiettivo di raggiungere nel 2017 un ulteriore 15% in meno dell'apporto energetico, rispetto alla media delle merendine presenti sul mercato negli anni passati).

Anno	2008	2014	2017
Porzione media	200 kcal	180 kcal	170 kcal
% riduzione	-	10%	15%

**Etichettatura:** l'etichettatura nutrizionale diventerà obbligatoria a partire dal 2016. Le aziende si impegnano volontariamente a fornire le informazioni nutrizionali per 100 g e per porzione riferite almeno ai macronutrienti previsti. Si impegnano, inoltre, a indicare la % dei consumi di riferimento (RI ex GDA – Guideline Daily Amounts), almeno sul valore energetico.

Anno	2008	2014	2017
% Aziende	60%	80%	100%

*Gli impegni assunti dall'Associazione di categoria che copre l'85% del mercato nazionale, si riferiscono alla media dei prodotti sul mercato in quanto merendine e torte presentano caratteristiche compositive dell'impasto e tecnologie produttive molto diversificate (a base di pan di Spagna, a base di pasta frolla, tipo brioche, ecc., semplici o farcite).*

I settori di cui alle lettere B, D, E, nell'ambito di un proprio Codice di iniziative volontarie, si astengono dal commercializzare prodotti attraverso il canale dei distributori automatici nelle scuole scuole primarie e secondarie di I grado.



Sono stati considerati i seguenti sottogruppi:

**a) soft drink**

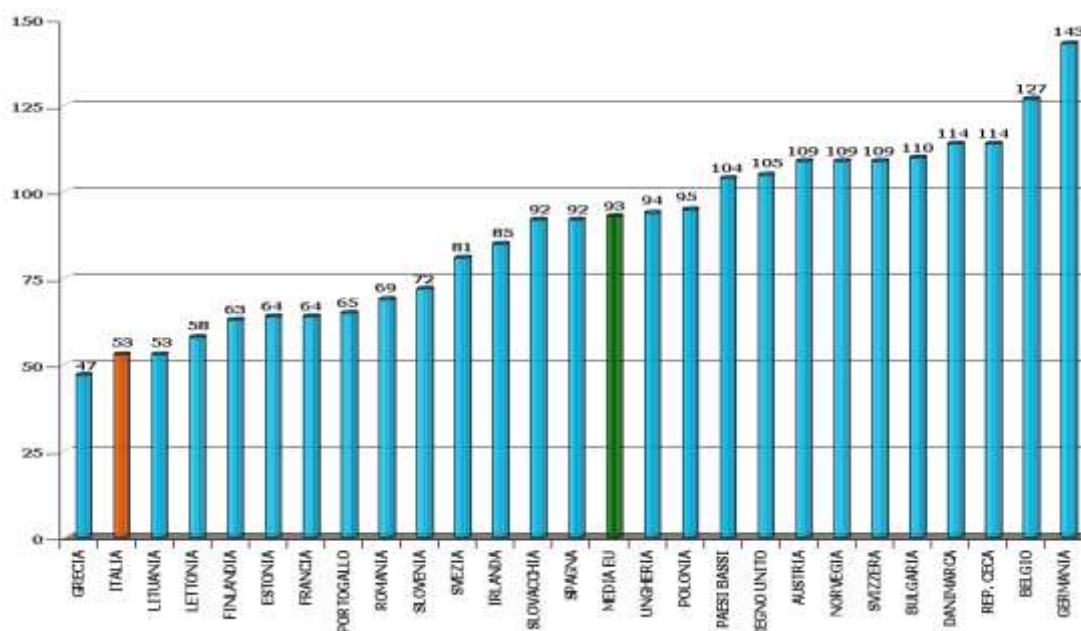
**b) nettari/succhi e polpa di frutta**

## a) SOFT DRINK

La categoria dei c.d. "soft drink" comprende una vasta gamma di bevande analcoliche: bevande gassate con aromi, estratti o succo di frutta (*cole, chinotti, gazzose, acque toniche, limonate, aranciate, etc.*) bevande a base di succo di frutta, thè/caffè freddi confezionati, nonché bevande funzionali con vitamine, sali minerali e/o sostanze energizzanti.

In Italia i consumi sono molto contenuti rispetto alla maggior parte degli altri Paesi UE (53 litri/annui per persona contro i 93 di media). L'impatto sul totale delle calorie assunte da tutti gli alimenti è inferiore all'1%.

Fonte: Canadean 2014



Le aziende associate ad ASSOBIBE e MINERACQUA riconoscono le preoccupazioni dei consumatori sui temi della salute, causati anche da diete non equilibrate, mancanza di attività fisica e scarsa attenzione al bilancio tra le calorie assunte e quelle bruciate (c.d. bilancio energetico). L'industria dei "soft drink" è uno dei settori più ampi e innovativi e per questo motivo ritiene fondamentale assumere un ruolo attivo e responsabile.

Le aziende sono impegnate da anni in attività rivolte alla tutela dei bambini, ad ampliare la gamma dei prodotti e dei contenitori per facilitare scelte e comportamenti adeguati.

Gli interventi mirati riguardano:

**Marketing e bambini:** per rafforzare la tutela verso i bambini, le imprese associate ad ASSOBIBE hanno introdotto specifiche limitazioni alle forme di promozione e pubblicità, tra cui:

1. l'astensione di attività di marketing nei canali diretti a bambini sotto i 12 anni;
2. l'astensione di attività commerciali dirette nelle scuole primarie (anche a mezzo distributori automatici);
3. favorire nelle scuole secondarie di I e II grado un'ampia gamma di bevande (inclusi acqua, succhi e altre bibite, anche a ridotto contenuto calorico) in confezioni idonee a consentire il controllo del consumo.

**Riduzione zucchero/calorie:**<sup>1</sup> per ridurre l'impatto energetico (calorie) fornito dalle bibite, le imprese del settore sono costantemente impegnate nella ricerca di nuove formule ed ingredienti, entro i limiti tecnologici e di accettabilità del consumatore.

1. **calorie immesse in consumo.** Attraverso la sostituzione, parziale o totale, dei principali nutrienti impiegati - ed il ricorso a contenitori ridotti - si stanno gradualmente riducendo le calorie immesse in consumo attraverso i "soft drink". Negli ultimi anni i risultati sono stati importanti ed è possibile immaginare un'ulteriore riduzione.

Anno	2008	2012	2016
% riduzione	-	7 %	20 %

2. **nuovi prodotti a ridotto (o nullo) contenuto calorico.** Negli ultimi anni si è assistito ad una sostenuta crescita dell'offerta di bibite a ridotto contenuto calorico o senza calorie/zero calorie.

Anno	2008	2012	2016
%	-	+ 15 %	+ 30 %

---

<sup>1</sup> Su bibite analcoliche gassate, energy drink, thè/caffè freddi confezionati. Dati ASSOBIBE elaborati su fonte Canadean

3. **zucchero utilizzato nei prodotti.** Negli ultimi anni si è assistito ad una importante riduzione delle quantità di zucchero impiegato nella commercializzazione di bibite analcoliche. E' possibile immaginare un'ulteriore riduzione dello zucchero immesso in consumo tramite bibite.

Anno	2008	2012	2016
% riduzione	-	6 %	18 %

Significativo è anche lo sforzo di comunicazione al consumatore per promuovere le opzioni con meno calorie/zuccheri.

**Porzioni:** per contenere le dimensioni delle porzioni e le frequenze dei consumi, le imprese del settore sono impegnate ad individuare soluzioni nuove, quali:

1. **contenitori in formati ridotti**, per agevolare i consumi dei bambini;
2. **sistemi di chiusura per il consumo in più fasi**, utili ad evitare eccessi nel consumo stesso.

**Informazioni in etichetta e moderazione:** per facilitare scelte del consumatore in linea con il suo stile di vita e non volte agli eccessi, le imprese sono impegnate nel rafforzare specifiche azioni volontarie, tra cui:

1. **fornire** in etichetta le informazioni nutrizionali semplificate, per porzione e con evidenziata l'incidenza % rispetto ai valori giornalieri medi dei nutrienti (GDA);
2. **evitare** attività promozionali che inducano ad un consumo eccessivo del prodotto ai fini della partecipazione a manifestazioni a premio;
3. **evidenziare** in etichetta il suggerimento "*Non raccomandato ai bambini, durante la gravidanza e l'allattamento*" per le bevande c.d. energy drink, in ragione dell'elevato contenuto di caffeina.

## b) **NETTARI/SUCCHI E POLPA DI FRUTTA**

I nettari di frutta, denominati "succo e polpa di..." quando ottenuti esclusivamente da puree di frutta, sono prodotti aggiungendo acqua e zuccheri al succo o alla purea di frutta o ad entrambi.

La Direttiva UE 2012/12 (e successivi aggiornamenti) e i decreti nazionali di recepimento, prevedono un quantitativo minimo obbligatorio di contenuto in frutta (50,40,25%) a seconda del tipo di frutta utilizzata.

I nettari/succhi e polpa più consumati in Italia (pera, pesca, mela, albicocca) hanno tutti percentuali di frutta al 50% minimo, salvo l'albicocca (40%).

Gli interventi mirati riguardano gli zuccheri aggiunti.

Negli ultimi anni i produttori hanno gradualmente ridotto il quantitativo di zuccheri aggiunti ai nettari tra il 7 e l'8% dal 2009 al 2014, passando da una media di 9.0 g/100ml a una media di 8.0 g/100ml.

E' possibile considerare solo un dato medio perché la quantità di zuccheri aggiunti varia in funzione del contenuto naturale di zuccheri presente in ciascuna tipologia di frutta.

E' utile precisare che i nettari /succhi e polpa di frutta si distinguono dai "succhi di frutta" che la legge identifica e definisce come prodotti composti interamente da frutta cui non possono essere aggiunti zuccheri.

**Etichettatura dei nettari/succhi e polpa:** molte aziende del settore utilizzano da anni la dichiarazione nutrizionale per 100 ml. Laddove praticata, l'etichettatura riferita alla porzione considera una porzione di 200 ml, in linea con le raccomandazioni dell'Associazione europea dei produttori di succo. L'etichettatura riporta obbligatoriamente la quantità totale della frutta impiegata.

Sono stati considerati i seguenti sottogruppi:

- a) yogurt e latti fermentati**
- b) gelati**

### a) YOGURT E LATTI FERMENTATI

Yogurt e latti fermentati sono alimenti che conservano tutte le caratteristiche del latte, con in più il vantaggio di avere una maggiore digeribilità dovuta alle sostanze prodotte (peptidi e aminoacidi liberi) e all'azione dei microrganismi presenti nel prodotto finito<sup>2</sup>. Si tratta di prodotti molto vari per composizione (magri, interi, addizionati di vitamine/minerali/probiotici etc.), struttura (compatti, da bere, omogenei, colati) e formulazione (bianchi, alla frutta, alla vaniglia, con i cereali, etc.).

In particolare per i bambini, questi alimenti rappresentano una valida e utile alternativa a colazione, per uno snack o una merenda equilibrata; tali prodotti, ancor più se accompagnati da frutta, aiutano infatti ad assumere le quantità raccomandate di minerali e vitamine funzionali alla crescita, nonché proteine ad elevato valore biologico.

Interventi: il settore è già stato caratterizzato – dal 2006 in poi – da una continua riduzione degli zuccheri aggiunti, nei tempi e nei limiti dettati da motivi sensoriali e strutturali. Considerati tali limiti e la necessità di non ridurre – più di quanto già non sia – il consumo di yogurt e latti fermentati da parte dei più piccoli, le aziende intendono comunque proseguire negli sforzi di una graduale attività di riduzione degli zuccheri. Attività che si stima porterà entro il 2018 ad un ulteriore taglio degli zuccheri aggiunti, nei gusti dove ciò è possibile, fino anche al 5%.

Anno	2006	2011	2015	2018
Zuccheri totali/ 100 g prodotto	> 15g/100g	< 15g/100g	< 13,5g/100g	< 13g/100g
Zuccheri aggiunti*/ 100 g prodotto	>11,5 %	< 10,5 %	≤ 9 %	< 8,5 %
% riduzione effettuata su zuccheri aggiunti*	-	10%	23%	27% <sup>3</sup>

\* esclusi quelli naturalmente presenti nella frutta

<sup>2</sup> Milk and dairy products in human nutrition (FAO, 2013)

<sup>3</sup> Riduzione che va riferita alla categoria in generale di yogurt e latti fermentati. Non specificatamente ai prodotti destinati ai bambini.

## b) GELATI

I prodotti di gelateria industriale devono rispondere a precisi requisiti compositivi (proteine, grassi, frutta, ecc.) definiti dal "Codice di Autodisciplina dell'Istituto del Gelato Italiano"; a questi vincoli si aggiungono specifiche limitazioni tecnologiche e strutturali che rendono complessa la riduzione del contenuto di zuccheri e di grassi.

Le aziende da diversi anni stanno investendo in progetti di ricerca per sviluppare soluzioni innovative, il miglior compromesso tra bontà dei prodotti e profilo nutrizionale, contenere l'apporto energetico della singola porzione modulando il rapporto tra gli ingredienti e proponendo porzioni ridotte, in alternativa a quelle classiche.

Gli interventi mirati riguardano:

Il settore si è prefissato una graduale riduzione dell'apporto energetico della porzione media dei gelati destinati ai bambini. L'obiettivo è quello di raggiungere per il 2017 una diminuzione di almeno il 20% dell'apporto calorico medio rispetto ai gelati presenti sul mercato negli anni passati.

Anno	2008	2014	2017
Porzione media	210 kcal	190 kcal	170 kcal
% riduzione	-	10%	20%

**Acidi grassi trans:** le Aziende sono impegnate a ridurre drasticamente, sino alla completa eliminazione, il contenuto di acidi grassi trans derivanti da processi di produzione industriale dei grassi (idrogenazione) in linea con la seguente tempistica:

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione TFA da grassi idrogenati (g/100g)	1 g	0,2 g	tracce
% riduzione	-	80%	100%

**Acidi grassi saturi:** le Aziende sono da diversi anni impegnate nella ricerca di soluzioni volte a contenere il tenore di tali nutrienti entro i limiti tecnologici e di accettabilità da parte del consumatore. Una ulteriore riduzione del contenuto medio è comunque prevista per il 2017.

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione media (g/100g)	11 g	10,5 g	10 g
% riduzione	-	4,5%	9%

**Zuccheri:** le Aziende sono da diversi anni impegnate nella ricerca di soluzioni per contenerne il tenore entro i limiti tecnologici e di accettabilità da parte del consumatore. Una riduzione del contenuto medio di zuccheri, compatibilmente con le esigenze tecnologiche, è comunque prevista per il 2017.

Anno	2008	2014	2017
Concentrazione media (g/100g)	35 g	33 g	28 g
% riduzione	-	6%	20%

**Etichettatura:** l'etichettatura nutrizionale diventerà obbligatoria a partire dal 2016. Le Aziende si impegnano volontariamente a fornire le informazioni nutrizionali per 100 g e per porzione riferite almeno ai macronutrienti previsti. Si impegnano, inoltre, a indicare la % dei consumi di riferimento (RI ex GDA - *Guideline Daily Amounts*), almeno sul valore energetico.

Anno	2008	2014	2017
% Aziende	60%	80%	100%

Il settore, nell'ambito di un proprio Codice di iniziative volontarie, si astiene dal commercializzare i gelati attraverso il canale dei distributori automatici nelle scuole elementari e medie inferiori.

*Gli impegni assunti dall'Associazione di categoria che copre il 90% del mercato nazionale, si riferiscono alla media dei prodotti destinati ai bambini.*

## CONCLUSIONI

Gli impegni fin qui assunti sono importanti per il conseguimento degli obiettivi di salute ed è auspicabile che questi costituiscano un paradigma di collaborazione volontaria tra industria alimentare e Amministrazione, da estendere anche a beneficio di altre fasce di popolazione.

La sensibilità da parte dell'industria, che è consapevole del problema e si sente parte della soluzione, è imprescindibile e comprende non solo la consapevolezza della relazione con la salute delle diverse sostanze nutritive, ma anche la cognizione di un modello generale di corretto stile di vita inteso come binomio tra adeguata pratica dell'attività fisica e sana alimentazione che consideri anche la dimensione delle porzioni e la frequenza di consumo di talune categorie di alimenti.

In questo modo, i consumatori potranno scegliere di modificare le proprie abitudini consumando prodotti riformulati, ricorrendo a porzioni più piccole e praticando maggiore attività fisica.

Particolare importanza assume in questo contesto l'implementazione di una efficace e continua opera di "educazione alimentare istituzionale", di concerto con le altre Amministrazioni competenti, per esempio attraverso una maggiore pubblicizzazione del portale del Ministero della salute, per fornire ai cittadini informazioni adeguate e immediate.



### SCHEDA RIEPILOGATIVA

	Grassi totali	Grassi saturi	Grassi trans	Zuccheri aggiunti	Fibra	Sodio	Grandezza della porzione in termini di apporto energetico totale	Versione senza calorie	Altre opzioni
<b>Cereali per la colazione</b>									
2014			- 80%	- 6%	+75%	- 33%			<b>E</b>
2017			- 100%	- 14%	+125%	- 56%			
<b>Biscotti</b>									
2014		- 4,5%	- 80%	- 6%	+ 25%				<b>E</b>
2017		- 9%	- 100%	- 20%	+ 50%				
<b>Snack salati</b>									
2009/2017 (potato chips)	- 25%	- 35%							
2010/2017 (potato chips)						- 19%			<b>E</b>
2013/2017 (snack salati)						- 10%			
<b>Crackers</b>									
2014			- 50%		+ 40%	- 18%			<b>E</b>
2017			- 100%		+ 60%	- 27%			
<b>Merendine</b>									
2014		- 4,5%	- 90%	- 6%			- 10% AET		<b>E</b>
2017		- 9%	- 100%	- 14%			- 15% AET		
<b>Soft drink</b>									
2012				- 6%			formati contenitori ridotti		<b>E</b>
2016				- 18%				+30%	
<b>Succhi *</b>									
<b>Nettari</b>									
2009-2014				- 7/8%					
<b>Yogurt/latti fermentati</b>									
2011				- 10 %					
2015				- 23 %					
2018				- 27 %					Zuccheri totali < 13g/100g
<b>Gelati</b>									
2014		-4,5%	- 80%	-6%			- 10% AET		<b>E</b>
2017		-9%	- 100%	-20%			- 20% AET		

**E:** indica che la proposta si riferisce a criteri migliorativi di etichettatura

**•:** vincolati da normativa specifica (modifica della Direttiva CE 2001/112) che vieta l'aggiunta di zuccheri

**Si condivide quanto riportato nel presente documento.**

**Firmato:**

A.I.D.E.P.I.  
Associazione delle Industrie del Dolce e  
della Pasta Italiane

---

A.I.I.P.A. (*Gruppo Succhi e nettari - Gruppo  
Chips & Snacks*)  
Associazione Italiana Industrie Prodotti  
Alimentari

---

ASSOBIBE  
Associazione Italiana tra gli Industriali  
delle Bevande Analcooliche

---

ASSOLATTE  
Associazione Italiana Lattiero Casearia

---

CONFIDA  
Associazione Italiana Distribuzione  
Automatica

---

FEDERALIMENTARE  
Federazione Italiana dell'Industria  
Alimentare

---

FIPE  
Federazione Italiana Pubblici Esercizi

---

MINERACQUA  
Federazione Italiana delle Industrie delle  
Acque Minerali Naturali, delle Acque di  
Sorgente e delle Bevande Analcooliche

---

Il Ministro della Salute

---