

POSITION PAPER DELLA SISA

Uno dei problemi più rilevanti e urgenti di salute pubblica è certamente il controllo e la prevenzione dell'eccedenza ponderale e delle malattie metaboliche croniche, conseguenza della malnutrizione per eccesso. Numerosi alimenti, particolarmente ricchi di calorie, grassi, sale e zuccheri, sono oggi largamente disponibili e non solo vanno incontro ai gusti dei consumatori, ma, contrariamente a un tempo, sono ampiamente diffusi e venduti a prezzi estremamente bassi. Questo fenomeno, unito alla diminuzione del dispendio energetico conseguente alla sedentarietà e alla diminuita attività fisica giornaliera, sta determinando un importante rischio per la salute e un significativo carico di malattia, anche se non si hanno al riguardo dati epidemiologici definitivi.

Di conseguenza è chiaro come sia improcrastinabile individuare strategie efficaci in grado di affrontare questa importante problematica di sanità pubblica.

A questo scopo, occorre tenere presenti i fattori che indirizzano il consumatore verso le diverse scelte e i diversi comportamenti alimentari che possono nel breve o nel lungo periodo portare ad un'alimentazione in eccesso rispetto all'effettivo fabbisogno energetico. I determinanti biologici che indirizzano verso il consumo di alimenti ricchi di grassi, calorie, zuccheri e sale dipendono prevalentemente dal corredo genetico di ogni essere vivente, secondo la teoria dell'"optimal foraging" [1]. In particolare, questa teoria si basa sul principio che ogni essere vivente compie le scelte più redditizie, vale a dire si orienta verso quegli alimenti che permettono di ottenere il massimo delle calorie con la minima spesa di tempo e di energia (per l'uomo, alimenti ricchi di calorie, a basso costo, dal sapore particolarmente attraente, molto disponibili e facili da masticare). Il consumo di cibi e bevande di questo tipo è in grado di fornire gratificazione immediata attivando i centri del piacere attraverso soprattutto una maggiore produzione di dopamina e serotonina e stimolando, mediante questo meccanismo, un comportamento alimentare emotivo e ripetitivo (circuiti della ricompensa) che comporta nell'immediato un miglioramento del tono dell'umore, ma che contemporaneamente aumenta il rischio di un eccessivo introito calorico [2]. Le scelte del consumatore dipenderanno quindi dalla lotta interiore tra due spinte contrastanti, quella istintiva che spinge verso la felicità e quella razionale che indirizza verso l'autocontrollo [3]).

Il livello culturale e socioeconomico, la capacità di acquisto, l'informazione e l'educazione alimentare, la pubblicità, sono tutti determinanti in grado di modulare, nel singolo individuo, la capacità di autocontrollo.

Agire sui determinanti biologici non è possibile e quindi è necessario trovare strategie utili per rafforzare la consapevolezza e l'autocontrollo [4] seguendo varie possibili opzioni: rendere meno accessibili determinati alimenti o attenuarne l'appeal (es., tassazione delle bevande zuccherate in alcuni paesi), controllare mediante norme istituzionali orari e modalità della pubblicità, soprattutto in fasce orarie accessibili ai bambini, i quali sono i più sensibili ed indifesi anche nei confronti di messaggi subliminali inerenti l'alimentazione, o anche inserire corrette e chiare indicazioni sulle etichette degli alimenti confezionati.

Un "claim" in etichetta incontra il gradimento dei consumatori, dei produttori e dei governi e viene visto in maniera benevola persino dall'Organizzazione Mondiale della Sanità, che incoraggia l'industria alimentare alla riformulazione dei prodotti al fine di "ottimizzarne" le caratteristiche

nutrizionali. Il consumatore gradisce la facile soluzione dell'offerta di alimenti classificati come più sani e l'industria vede, per esempio, nella sostituzione dello zucchero con edulcoranti, nella riduzione della quantità di grasso, ecc. la possibilità di vantare in etichetta vantaggi per la salute come "light", "30% di grasso", "senza zuccheri aggiunti", con la certezza che il consumatore, convinto, a torto, di avere a disposizione un prodotto migliore in quanto così etichettato, sarà spinto ad acquistarlo e ad aumentarne il consumo. L'etichettatura Front-of-Pack (FOP) è pertanto uno degli interventi di politica sanitaria alimentare che ha ricevuto e sta ricevendo notevole interesse dal momento che non è ancora stato definito l'intervento migliore per affrontare in maniera adeguata la problematica dell'eccessivo fascino esercitato dai prodotti alimentari più processati (oppure: più ricchi o a più alta densità calorica). E' tuttavia necessario sottolineare che ciò che si chiede ad una etichettatura FOP non è certamente educazione alimentare, per la quale abbiamo necessità di sviluppare campagne di informazione e formazione, sin dai banchi di scuola, poiché il tema della salute e degli stili di vita salutari deve far parte dell'educazione complessiva del consumatore. Si chiede però un'informazione chiara, fruibile e oggettiva che aiuti il consumatore ad effettuare scelte alimentari adeguate e consapevoli e sia di supporto alle varie fonti di educazione alimentare. Solo in questo modo si possono formare consumatori responsabili, in grado di saper fare scelte giuste a tavola, fondamentali per il mantenimento del benessere e per un aumento dell'aspettativa di vita, non delegando ad una etichetta l'orientamento educativo del consumatore. Nel contesto attuale è quindi fondamentale rendere il consumatore più consapevole delle proprie scelte così che la maggiore conoscenza possa diventare un fattore fondamentale ed anche uno strumento per aumentare l'autocontrollo e quindi indirizzare le scelte dei consumatori verso alimenti "sostenibili". Una corretta etichettatura può contribuire all'educazione del consumatore, in accordo con le indicazioni fornite dalle Istituzioni scientifiche.

Alla luce della dichiarata volontà della UE di procedere con una scelta unica e comune tra i vari metodi di etichettature FOP proposti, diventa fondamentale orientare la scelta verso quel sistema che, seppur non in grado di svolgere "per sé" un ruolo di educatore alimentare del consumatore, possa contribuire a guidare le sue scelte nel modo più salutare possibile e soprattutto a non indurlo in comportamenti volti a preferire o a rifiutare alimenti solo perché penalizzati o premiati per la presenza o assenza di un determinato nutriente, ma che al contrario sia maggiormente in grado di coinvolgere il consumatore stesso in un processo informativo e responsabilizzante.

Tra i diversi sistemi proposti, quelli basati sui colori (dai traffic-light proposti dal Regno Unito al Nutri-score, evoluzione francese che unisce profili nutrizionali e traffic-light) stanno incontrando il gradimento dei consumatori, ma anche, in maniera sorprendente, di molti stakeholder. Questa etichettatura, nelle intenzioni degli autori, dovrebbe mettere il consumatore nelle condizioni di fare scelte sempre più idonee e salutari con un semplice sguardo, senza tuttavia fornirgli sufficienti informazioni su ciò che realmente lui stesso sta comprando e consumando. Infatti, molteplici evidenze in letteratura mostrano come il consumatore risponda positivamente a questi sistemi, modificando le proprie scelte cioè aumentando l'acquisto di alimenti etichettati con il verde e diminuendo l'acquisto di alimenti contrassegnati con il rosso.

Va però detto che questo orientamento non è necessariamente positivo per la alimentazione del consumatore, ma potrebbe anzi, e paradossalmente, esporlo ad un rischio maggiore. Infatti, i consumatori, anche se consapevoli della elevata quantità di calorie, sale, grassi e zuccheri presenti in determinati alimenti particolarmente gratificanti, possono facilmente sviluppare atteggiamenti

contraddittori nei confronti del loro acquisto. L'autocontrollo è uno dei meccanismi che possono determinare le decisioni nell'acquisto degli alimenti: consumatori con basso autocontrollo hanno perciò maggiori probabilità di sviluppare un'eccedenza ponderale e sono spesso destinati anche ad avere minore successo nella perdita di peso, nel caso in cui iniziassero un percorso nutrizionale a scopo dimagrante.

Ad oggi la recente letteratura riguardante la valutazione dell'effetto delle etichette alimentari dimostra chiaramente come il consumatore associ al colore verde il significato di "sano", "naturale", "leggero", a causa della valenza positiva legata a questo colore (indicazione di via libera) e come quest'associazione sia in grado di influenzare i giudizi relativi alla salute, indipendentemente dalle informazioni nutrizionali riportate in etichetta. La ricerca ha anche dimostrato come, in presenza di uno stesso prodotto confezionato con due differenti etichette, una verde e una rossa, non solo il consumatore scelga istintivamente il prodotto etichettato con il colore verde, ma non si soffermi sulle altre informazioni riportate in etichetta[5]. I consumatori percepiscono il prodotto come maggiormente salutare, fino ad aumentarne la porzione consumata. Questo comportamento è già stato descritto per altri prodotti alimentari, quali gli alimenti light, la cui associazione con presunte migliori qualità salutari potrebbe facilitare, piuttosto che arginare, lo sviluppo dell'obesità[5-7].

Il Nutri-score, attraverso un apposito (e piuttosto arbitrario) algoritmo classifica gli alimenti con differenti gradazioni di colore, che vanno dal verde al rosso, sintetizzando e condensando in questo modo in un unico valore la valutazione circa i contenuti in calorie, grassi saturi, zuccheri e sale di 100 g di alimento. Ci si propone, in questo modo, di spingere il consumatore ad aumentare le scelte di alimenti etichettati con il colore verde e a limitare le scelte di alimenti caratterizzati da un colore dall'arancio scuro al rosso. Nelle intenzioni dei sostenitori del Nutri-score questo sistema dovrebbe facilitare il consumatore nella scelta tra due o più alimenti della stessa categoria, spingendolo ad optare per quello "migliore". Questo sistema, tuttavia, ha una visione poco aderente alla vita pratica di tutti i giorni. Proviamo ad immaginare cosa può pensare un consumatore di fronte ad una pizza margherita (verde chiaro per il Nutri-score, categoria B). Certamente questo tipo di pizza, rispetto ad una pizza quattro stagioni o capricciosa, può considerarsi una scelta migliore, ma il verde finisce col superare troppo facilmente (oppure: con l'indebolire eccessivamente) la normale resistenza al consumo di un prodotto come questo, ossia molto appetibile e a basso prezzo ma ritenuto (giustamente) troppo calorico e troppo ricco di grasso e di sale. Ne derivano un vero e proprio inganno al consumatore e un attentato alla sua salute, che con il Nutri-score è possibile grazie proprio al fatto che appiattisce il giudizio su di un alimento ad una porzione-standard di 100 grammi e non tiene conto che l'alimentazione è costituita da alimenti che si consumano in quantità estremamente diverse: alcuni a chili, altri ad etti, altri a grammi. Il verde della pizza margherita è un valore riferito a 100 grammi di prodotto, porzione che nessuno consumerà, poiché una pizza di media grandezza ha un peso nettamente maggiore, apporta circa 900 kcal, più di 14 grammi di acidi grassi saturi e 3,5 grammi di sale. Il consumatore, fuorviato dal Nutri-score, riterrà invece di trovarsi di fronte ad una scelta salutare e leggera, e di conseguenza il rischio di eccedere nel consumo diverrà probabile.

Lo stesso può accadere in presenza del colore verde che il sistema Nutri-score attribuisce a pasta, riso o pane, o patate fritte, così come alle bevande gassate se contengono edulcoranti: la sensazione di una maggiore valenza salutare e di una maggiore leggerezza comporteranno come conseguenza il concreto rischio di un aumento della quantità consumata.

Altro importante punto di discussione è l’impatto sulla salute degli alimenti molto processati. La scala di valutazione del Nutri-score diventa un incentivo alla produzione di alimenti ad alto valore tecnologico, costruiti in laboratorio con il preciso obiettivo di rispettare gli equilibri tra i vari cut-off di quei nutrienti che influenzano e modificano i punteggi del sistema.

Inoltre, sussiste il problema di un individuo affetto da un’eventuale patologia cronica o che desideri evitare di assumere elevate quantità di grassi saturi, zucchero o sale. Questa persona non sarà mai in grado di comprendere tali caratteristiche del prodotto mediante il Nutri-score posto sulla etichetta. Un prodotto potrebbe avere un elevato contenuto di sale, ma per un artificio dell’algoritmo potrebbe ottenere un miglioramento di qualche casella mediante l’aggiunta di proteine, di frutta/verdura, oppure di fibra. Questo stesso equivoco potrebbe verificarsi per un prodotto con elevate quantità di zucchero che però potrebbero venire mascherate o confuse dal sistema Nutri-score mediante gli stessi meccanismi.

Un altro punto critico del Nutri-score è l’algoritmo attraverso il quale viene ottenuto il punteggio.

Infatti, il Nutri-score è la somma dei punteggi che derivano dalle quantità presenti di nutrienti da limitare, che hanno un valore positivo, e dalla presenza di fattori “premiati” valorizzati da numeri negativi. Viene attribuito un punto di score ogni 4,5 grammi percentuali di zuccheri semplici, oppure ogni grammo di grassi saturi, oppure ogni 90 mg di sale. Ora, è vero che tali valori sono stati stabiliti da una commissione di scienziati di alto livello, ma tuttavia – occorre tenere presente- che tutto ciò è stato fatto con un giudizio piuttosto arbitrario. Ad esempio, se invece di attribuire un punto per ogni 4,5 grammi di zucchero lo si attribuisse ogni 4 o ogni 5 (non essendoci un rationale per la scelta della quantità di zucchero) si assisterebbe ad un notevole cambiamento nello score di decine di prodotti.

Il Nutri-score oltretutto lascia spazio alla discrezionalità e alla negoziabilità. E’ già successo con l’olio extravergine di oliva: quando è stato proposto il sistema, l’olio extravergine di oliva apparteneva alla categoria D, arancione, al penultimo posto, subito prima del rosso. Dopo innumerevoli (e giuste) proteste, ad agosto 2019, con un artificio, è stato abbassato lo score mediante attribuzione di un “premio” per gli oli di oliva, colza e nocciola, ma non, in maniera piuttosto sorprendente per altri oli vegetali di ottima qualità come girasole, arachide, soia o mais.: in questo modo l’olio extravergine di oliva è stato quindi promosso a tavolino, e da arancione è diventato giallo (C). Insomma, è salito arbitrariamente di una posizione.

Di tutt’altra natura, per nulla discrezionale e soggettivo, è invece il sistema di etichettatura FOP proposto dall’Italia. Il Nutrinform è un sistema informativo e non direttivo, non guidato dai colori, ma dalla porzione¹ di alimento effettivamente consumata. Non è suscettibile di interpretazioni distorte da parte del consumatore e non lo distoglie dalla consultazione della dichiarazione nutrizionale costruita sui 100 grammi, presente sul Back-of-Pack e con la quale il consumatore potrà paragonare prodotti simili.

E’ importante ricordare come la porzione standard dei diversi alimenti sia stata definita e stabilita e pubblicata nell’ultima revisione dei LARN [8], ben descritta ed applicata nelle Linee Guida per una

¹ Le porzioni dei vari alimenti e gruppi di alimenti sono state definite dai LARN (8)

sana alimentazione[9], ed è un concetto fondamentale per le corrette raccomandazioni sulle frequenze di consumo.

Il Nutrinform focalizza l'attenzione del consumatore sulla porzione effettivamente consumata dell'alimento, senza vietarne o promuoverne nessuno, ma fornendo informazioni relative a come e quanto quella porzione di alimento si inserirà nel complesso della giornata alimentare. Mediante questo sistema si potrà indirizzare il consumatore verso scelte nutrizionali più consapevoli, costruendo un percorso di miglioramento delle sue conoscenze alimentari e sostenendo (e non contrastando) gli sforzi che le Istituzioni e le Società Scientifiche dei diversi Paesi stanno compiendo per la promozione della educazione alimentare. Strumento fondamentale ed indispensabile, se non unico, quest'ultimo, per operare scelte alimentari migliori indirizzate al mantenimento dello stato di salute dei cittadini e alla prevenzione dell'obesità così come di altre malattie metaboliche croniche.

Un'etichetta sul modello del Nutrinform può aiutare il consumatore ad acquisire una maggiore consapevolezza delle porzioni di un prodotto, stimolando, allo stesso tempo, l'industria alimentare non solo alla riformulazione di eventuali prodotti critici, ma anche alla riduzione della porzione proposta, in modo che il consumatore, nella sua giornata alimentare, assuma alimenti caratterizzati da un impatto calorico minore. La letteratura scientifica dimostra chiaramente come l'aumento delle dimensioni delle porzioni sia stato, e sia, grandemente responsabile degli eccessi nell'introito calorico, mentre al contrario una riduzione della singola porzione possa ridurre efficacemente la quantità complessiva di alimento che si consuma (8).

Il sistema italiano è stato sottoposto al giudizio dei consumatori per quanto riguarda comprensione, gradimento e utilità nell'indirizzare verso scelte migliori e i risultati hanno confermato come si tratti di un sistema semplice, di immediata comprensione ed in grado di permettere di effettuare scelte migliori. A confronto con il sistema Nutri-score, il Nutrinform si è dimostrato capace di aiutare i consumatori a comprendere le informazioni in modo semplice e facile da memorizzare, così da ottenere migliori prestazioni in tutti i paesi rispetto al Nutri-score[10], riguardo al quale è apparso anche più informativo e utile[11].

Un manoscritto, non ancora pubblicato, riguardante i risultati di uno studio d'intervento, (manoscritto in preparazione,) ha dimostrato come il Nutrinform sia in grado di stimolare ed aumentare le conoscenze nutrizionali del consumatore e come la promozione dell'educazione alimentare sia una delle migliori strategie per far avvicinare i consumatori alla adozione di una dieta migliore[12], strumento indispensabile per il mantenimento del benessere del soggetto e per la prevenzione delle patologie tipiche della modernità. In ogni caso, è bene tener conto della variabilità individuale legata ad aspetti fisiopatologici e comportamentali per i quali le etichettature potrebbero non essere completamente informative. Quindi ogni modello di etichettatura nutrizionale può avere dei limiti e non assolvere alle funzioni di educazione alimentare.

In conclusione, la funzione di un'etichettatura FOP è quella di aiutare in una scelta consapevole dei prodotti e non è certamente quella di attuare un'educazione alimentare, per la quale abbiamo necessità di sviluppare campagne di sensibilizzazione, sin dai banchi di scuola, poiché il tema della salute e degli stili di vita salutari devono far parte dell'educazione alimentare complessiva. Si chiede quindi un'informazione chiara, fruibile e oggettiva che aiuti il consumatore ad effettuare scelte alimentari adeguate e sia di supporto alle varie fonti di educazione alimentare. Solo in questo modo

si possono formare consumatori responsabili e consapevoli, in grado di saper fare scelte giuste a tavola, fondamentali per il mantenimento del benessere e per un aumento dell'aspettativa di vita.

Bibliografia

1. Cook, R.M. and B.J. Cockrell, *Predator Ingestion Rate and its Bearing on Feeding Time and the Theory of Optimal Diets*. Journal of Animal Ecology, 1978. **47**(2): p. 529-547.
2. Singh, M., *Mood, food, and obesity*. Front Psychol, 2014. **5**: p. 925.
3. Hoch, S.J. and G.F. Loewenstein, *Time-inconsistent Preferences and Consumer Self-Control*. Journal of Consumer Research, 1991. **17**(4): p. 492-507.
4. de Ridder, D.T.D. and J.B.F. de Wit, *Self-Regulation in Health Behavior: Concepts, Theories, and Central Issues*, in *Self-Regulation in Health Behavior*. 2006. p. 1-23.
5. Schuldt, J.P., *Does green mean healthy? Nutrition label color affects perceptions of healthfulness*. Health Commun, 2013. **28**(8): p. 814-21.
6. Geyskens, K., et al., *The Backdoor to Overconsumption: The Effect of Associating "Low-Fat" Food with Health References*. Journal of Public Policy & Marketing, 2007. **26**(1): p. 118-125.
7. Wansink, B. and P. Chandon, *Can "Low-Fat" Nutrition Labels Lead to Obesity?* Journal of Marketing Research, 2006. **43**(4): p. 605-617.
8. *LARN, Standard quantitativi delle porzioni*. LARN - Livelli di Assunzione di Riferimento di Nutrienti ed energia per la popolazione italiana. IV Revisione. 2014, Milano: SICS, 2014.: SINU.
9. CREA - Centro di ricerca Alimenti e la nutrizione. Linee Guida per una sana alimentazione. Available at <https://www.crea.gov.it/web/alimenti-e-nutrizione/-/linee-guida-per-una-sana-alimentazione-2018>
10. Mazzu, M.F., et al., *A cross-country experimental study on consumers' subjective understanding and liking on front-of-pack nutrition labels*. Int J Food Sci Nutr, 2021: p. 1-15.
11. Mazzu, M.F., S. Romani, and A. Gambicorti, *Effects on consumers' subjective understanding of a new front-of-pack nutritional label: a study on Italian consumers*. Int J Food Sci Nutr, 2021. **72**(3): p. 357-366.
12. Capacci, S., et al., *Policies to promote healthy eating in Europe: a structured review of policies and their effectiveness*. Nutr Rev, 2012. **70**(3): p. 188-200.