



Gli orientamenti nei confronti dell'educazione alimentare
Sintesi dei risultati di una ricerca
a cura di Paolo Anselmi – Università Cattolica di Milano

Questa presentazione

Questa presentazione comprende **2 parti**:

- Nella prima vengono presentati **dati tratti da indagini recenti** utili a comprendere **le principali tendenze in atto in ambito alimentare oggi nel nostro Paese**.
- Nella seconda viene dato in estrema sintesi conto di quanto emerso da **20 interviste sul tema dell'educazione alimentare condotte con enti/organizzazioni operanti nell'area milanese**.
- Questa seconda fase ha costituito l'oggetto della **tesi di laurea magistrale preparata dal Dr. Adriano De Carlo** nell'ambito del corso di Marketing Sociale dell'Università Cattolica nell'anno accademico 2020-2021 (relatore Prof. Paolo Anselmi), grazie al supporto e all'indirizzo fornito dall'ufficio Food Policy del Comune di Milano.

1. Alcuni dati sugli orientamenti alimentari degli Italiani

Una repubblica fondata sulla tavola

Nel 2019, un quarto della spesa degli Italiani è stata legata al cibo: 18% spesa alimentare, 2% bevande, 5% per la ristorazione fuori casa.

Una quota storicamente in calo nell'insieme dei capitoli di spesa ma che negli ultimi due decenni è rimasta inalterata, nonostante l'ingresso di nuove voci di spesa, il processo di invecchiamento della popolazione e la nuclearizzazione delle famiglie.



25%

spesa media delle famiglie
italiane per l'acquisto di
generi alimentari e
ristorazione fuori casa
(Istat)

La spesa alimentare pro-capite

Nel 2019, la spesa domestica alimentare pro-capite è stata di 2.600 € a persona (+1.400 € per il fuori casa), superiore del 4% a quella francese, del 18% a quella tedesca e del 37% a quella inglese e spagnola, con una spesa aggregata di 250 miliardi di euro (pari ad un settimo del PIL).



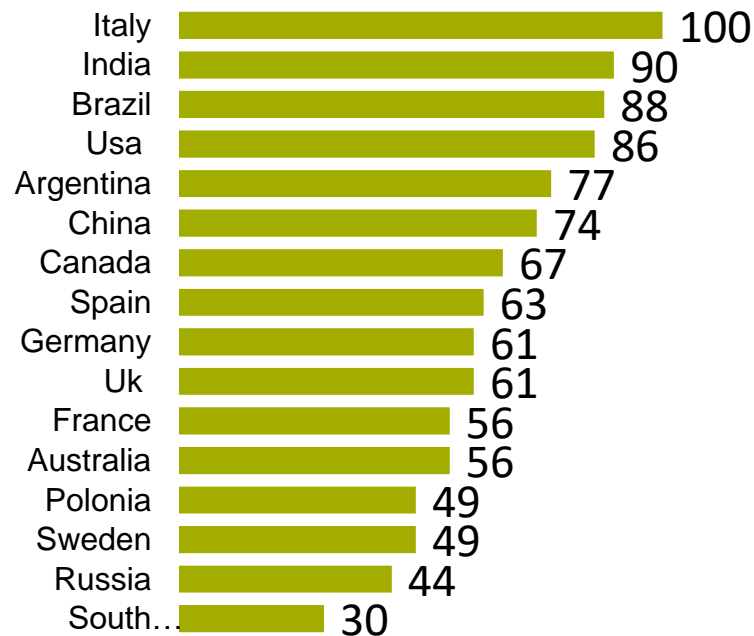
250 miliardi

la spesa complessiva degli
Italiani per mangiare e bere
(Istat)

La centralità del cibo nella cultura...

Dal punto di vista del coinvolgimento emotivo e culturale, la passione italiana per il cibo non trova riscontro in nessun altro Paese.

Si dichiarano molto appassionati di cibo e cucina
(Indice Italia (43%)=100)



BASE: POPOLAZIONE 18+; FONTE: GfK 2020

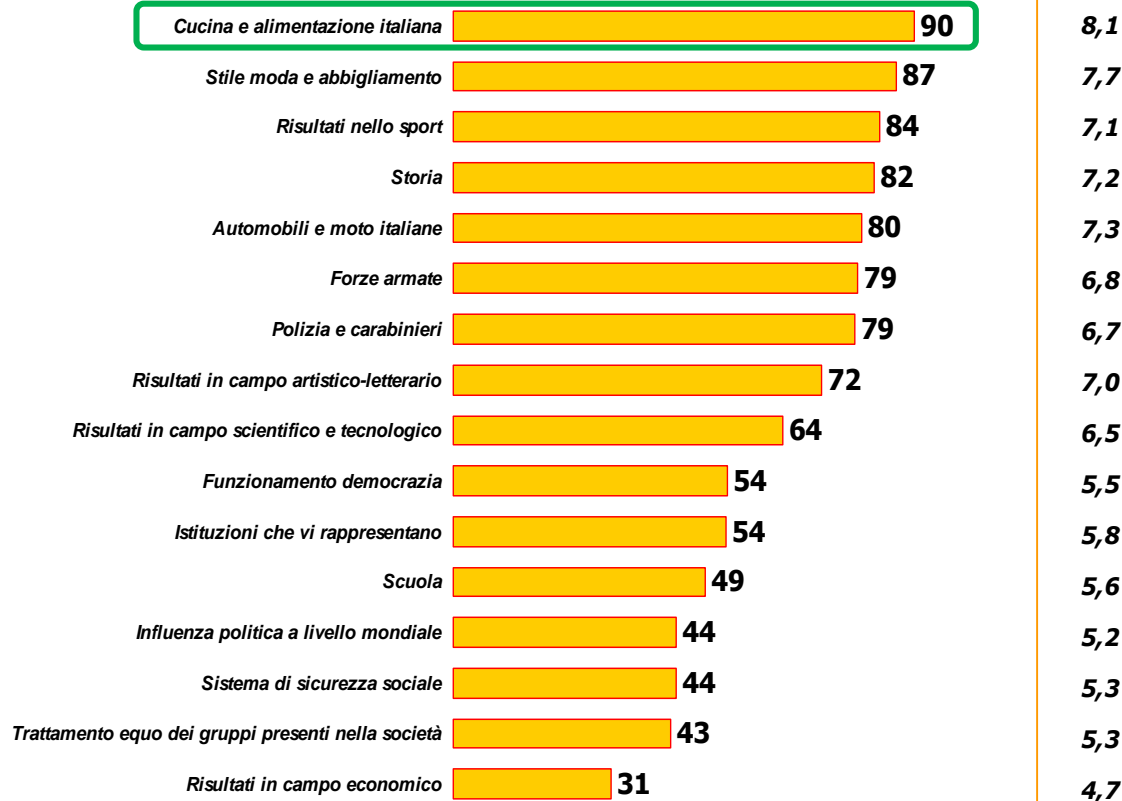
...e nell'identità degli Italiani

“In che misura Lei è orgoglioso dell'Italia per quanto riguarda...?”

Scala valutazione (punteggi 1-10)

% orgogliosi (punteggi 6-10)

MEDIA



Piacere e salute come premesse fondative

«Mangiare bene è uno dei piaceri più importanti nella vita»



«Sento molto il dovere di nutrire me stesso e la mia famiglia in modo sano»



Il progressivo affermarsi della dieta mediterranea

I CAPITOLI DI SPESA ALIMENTARE DELLE FAMIGLIE ITALIANE

	1971	1981	1991	2001	2011	2019	2019/1971
Numero famiglie (migliaia)	16,000	18,600	19,900	21,400	24,500	25,700	+9,700 (+60%)
Spesa alimentare (quota su totale)	34,0	31,0	24,0	18,9	19,1	18,1	-15,9
Frutta e verdura	12,7	15,2	15,9	17,6	17,8	22,8	+10,1
Cereali e derivati	12,5	12,9	15,3	16,7	16,7	16,5	+4,0
Pesce	3,4	3,9	7,1	8,7	8,6	8,9	+5,5
Carne e salumi	33,1	34,3	26,0	22,8	23,7	21,1	-12,0
Latte e derivati, uova	14,7	13,6	13,8	13,8	13,7	12,7	-2,0
Oli e grassi	7,7	5,3	6,0	3,8	3,3	3,6	-4,1
Caffè, zucchero e dolci	5,0	6,8	6,7	7,4	7,1	7,3	+2,3
Dieta «MEDITERRANEA» (CEREALI, FRUTTA E VERDURA, PESCE, OLIO)	36,3	37,3	44,3	46,8	46,4	51,8	+15,7
Dieta «NORDICA» (CARNE, LATTICINI, UOVA, DOLCIUMI)	52,8	54,7	46,5	44,0	44,5	41,1	-11,7

FONTE: ISTAT, INDAGINE SUI BILANCI DELLE FAMIGLIE

L'alimentazione come fattore primario di salute/benessere

"I am interested in food and drink products that have proven health benefits"

ITALIA: 61%

UE 10: 57%

"I feel under pressure to feed myself and my family healthy meals"

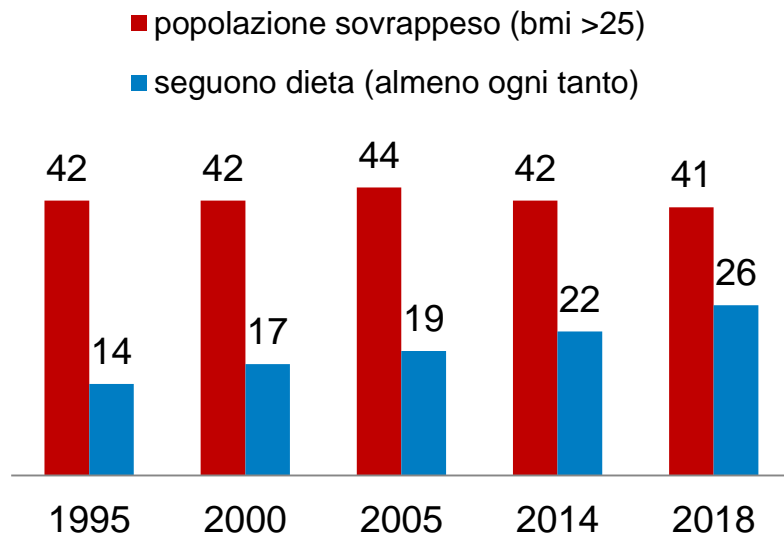
ITALIA: 73%

UE 10: 39%

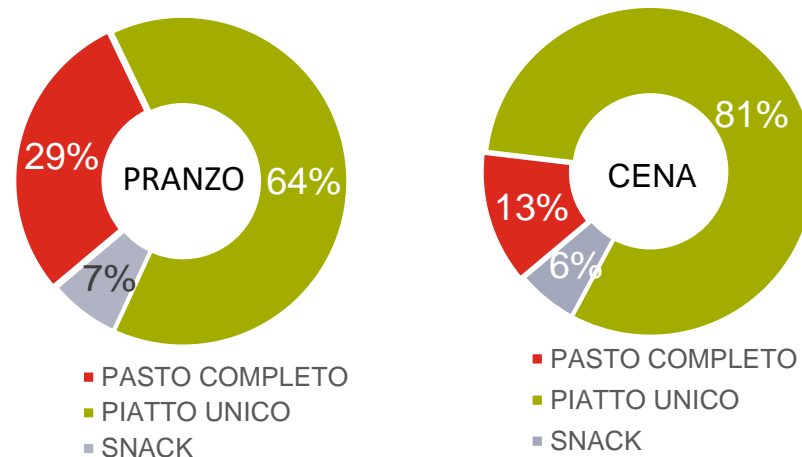


Diete e alleggerimento dei pasti

BMI (Body Mass Index) E DIETE ALIMENTARI



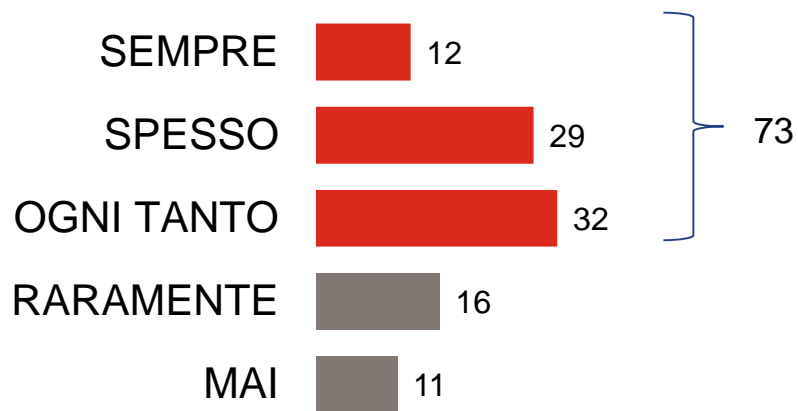
L'ALLEGGERIMENTO NELLA STRUTTURA DEL PASTO



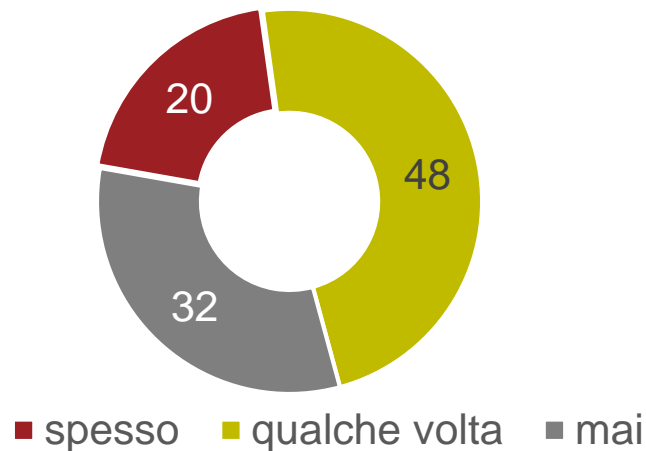
BASE: POPOLAZIONE 18+; FONTE: GfK SINOTTICA 2020

Più attenzione, più informazione

«*CONTROLLO INGREDIENTI E INFORMAZIONI NUTRIZIONALI PRIMA DI ACQUISTARE PRODOTTI ALIMENTARI*»



QUANTO SPESSO LE È CAPITATO DI NON ACQUISTARE UN PRODOTTO DOPO AVER LETTO GLI INGREDIENTI



L'importanza dello «slow food» e della filiera corta

*“È importante rallentare i ritmi di vita e
godersi il cibo”*

ITALIA: 76%

UE 10: 71%

*“Il cibo che consumo è importante sia
prodotto localmente o con ingredienti locali”*

ITALIA: 55%

UE 10: 37%



Sostenibilità della marca, organicità dei prodotti

“It’s very important the brand I choose is an environmentally responsible brand”

ITALIA: 62%

UE 10: 58%

“It’s important my food is organic or made from organic ingredients”

ITALIA: 42%

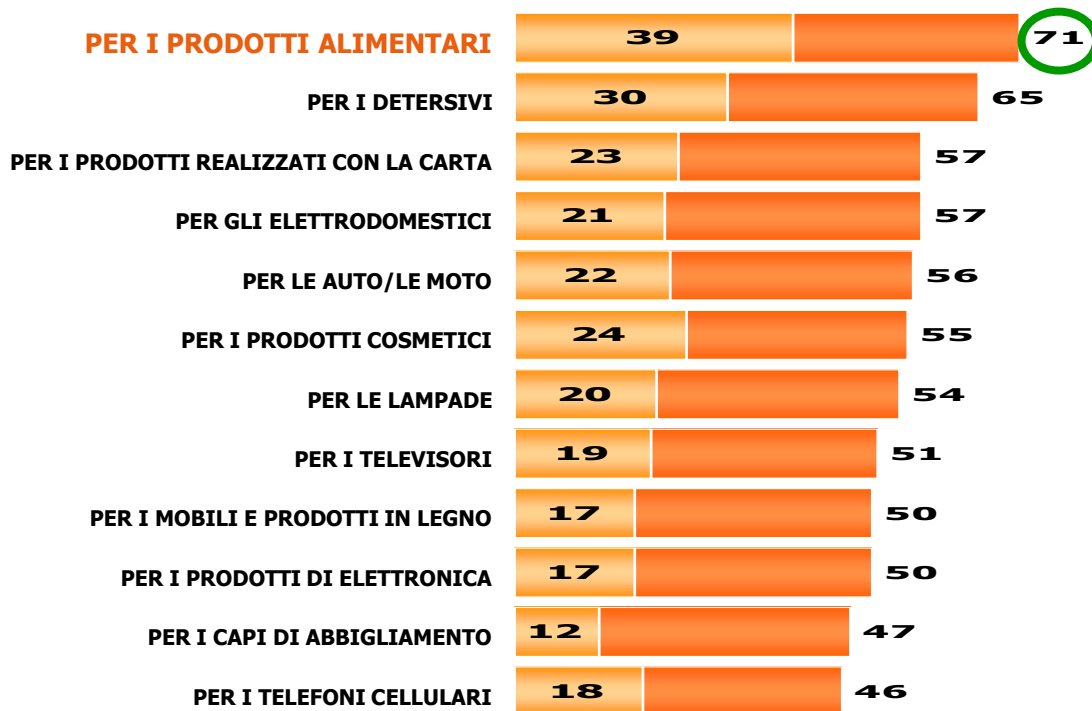
UE 10: 28%



Per i prodotti alimentari la “sostenibilità” è particolarmente importante

Per ciascuno dei prodotti qui sotto elencati, indichi in quale misura è importante fare attenzione all’aspetto della sostenibilità al momento dell’acquisto.

MOLTISSIMO+MOLTO



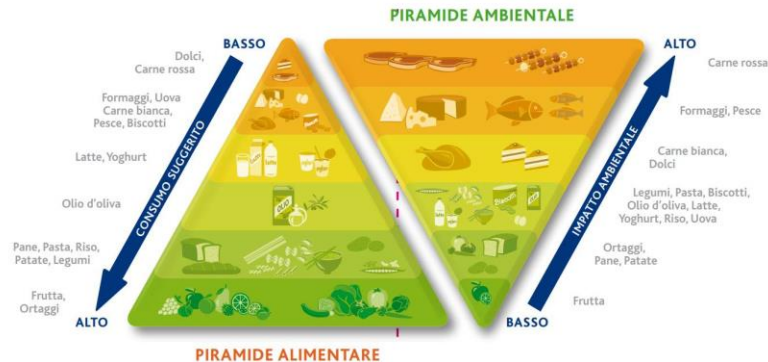
2. Gli orientamenti degli attori impegnati sul tema dell'educazione alimentare

Molti gli elementi condivisi

- Unanime l'accordo sulla **necessità di un diverso modello alimentare** – in termini di produzione, distribuzione e consumo - **ai fini del raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità**.
- **Decisivo il contributo attivo dei cittadini-consumatori** per tre motivi: 1) la rilevanza dei **quotidiani comportamenti di acquisto, consumo, smaltimento**; 2) **la pressione sulle imprese** per orientarle ad un'offerta più sana e sostenibile; 3) **il consenso/supporto alle scelte politiche** di Governo e amministrazioni locali.
- L'educazione è **strumento decisivo per favorire una modifica dei comportamenti quotidiani** delle persone nel loro ruolo di consumatori e di cittadini.
- Decisiva l'azione educativa nella **scuola primaria e secondaria** ma, ai fini di una piena efficacia, è **necessario il coinvolgimento di tutti i cittadini** (a cominciare da famiglie e insegnanti).

Salute e sostenibilità (ambientale e sociale)

- La salute è il driver primario di cambiamento in ambito alimentare seguita dal **desiderio di contribuire a ridurre l'impatto ambientale**, tema oggi molto sentito in particolare dai giovani.
- **Minore è la sensibilità agli aspetti di sostenibilità sociale** (povertà alimentare, sovranità alimentare...) in particolare quando rimandano a contesti lontani.
- Importante è far comprendere che **salute e sostenibilità sono obiettivi compatibili e convergenti** (molto citata al proposito la doppia piramide di Barilla).



Gli aspetti facilitanti

- Il tema del cibo è da tutti considerato **tramite molto efficace per trattare i temi della sostenibilità** per l'interesse/l'attenzione che sempre suscita e per la centralità che ha nella vita quotidiana delle persone, ad ogni età.
- **E' oggi ampiamente diffusa la consapevolezza della rilevanza di una buona alimentazione** ai fini della salute, del benessere, della longevità.
- **I comportamenti alimentari degli Italiani sono considerati tendenzialmente più corretti rispetto ad altri quelli prevalenti in altri contesti** (cfr. in particolare la cultura anglosassone) grazie alla diffusione della dieta mediterranea.

Le difficoltà

- **Ambivalenza della dimensione culturale**: da una parte elevata attenzione/elevato interesse per il discorso alimentare, dall'altra **resistenza a modificare abitudini consolidate e sancite dalla tradizione** (forte valenza culturale e identitaria del cibo nel nostro Paese).
- **Assenza di un «documento unico di riferimento»** (proposto dalle grandi organizzazioni internazionali: FAO, OMS, ONU, Unesco...) **su cui fondare l'educazione alla sostenibilità alimentare**.
- **Molteplicità** – e talvolta contraddittorietà - **delle voci che pretendono di istruire sulla «buona alimentazione»**.
- **Prevalere della dimensione economica** (il prezzo) - in particolare per i giovani e per le persone in condizione socialmente più fragili - **che conduce spesso a scelte non corrette**.

In prospettiva

- **Necessità di maggiore coerenza tra i diversi approcci.** Oggi ciascuna organizzazione valorizza l'aspetto che corrisponde alla propria missione: **la salute** le organizzazioni di ricerca medico-scientifica, **l'impatto ambientale e la riduzione degli sprechi** le organizzazioni ambientaliste, **la povertà alimentare** le organizzazioni impegnate nel sociale.
- **Alimentazione corretta come tema trasversale a tutte le materie** non come materia a se stante.
- **Informazione con base scientifica come base di un'educazione** che si proponga di produrre una modifica nelle credenze e nei comportamenti.
- **Necessità di individuare strumenti innovativi per migliorare l'efficacia dell'attività educativa** con forte enfasi su **concretezza e pratica** (ricerche-azione, corsi di cucina, laboratori esperienziali, orti scolastici...).