

## Executive Summary

# Valutazione della piramide alimentare svizzera e del servizio informativo nutrinfo®

---

Su incarico dell'Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria USAV

**gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung**

**Dr. Andreas Schaub**

**Dr. Andrea Umbricht**

**Novembre 2016**



## Informazioni legali

Contratto n.:	714000452
Periodo della valutazione:	Giugno 2016 - febbraio 2017
Periodo di rilevamento dei dati:	Interviste agli esperti: luglio 2016 – agosto 2016 Sondaggio online: ottobre 2016 - novembre 2016 Sondaggio telefonico: gennaio 2017
Affiancamento specialistico nell'USAV:	Liliane Bruggmann, del reparto Derrate alimentari e nutrizione, settore Nutrizione, Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria USAV
Responsabile del progetto di valutazione presso la Confederazione:	Christine Heuer, servizio specializzato di Ricerca pubblica & valutazione, Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP)
Metavalutazione:	<p>La presente relazione è stata affidata dall'USAV a un istituto esterno al fine di ottenere una risposta indipendente e scientificamente fondata a domande centrali. L'interpretazione dei risultati, le conseguenze e le eventuali raccomandazioni all'USAV e ad altri attori possono divergere dalle opinioni ovvero dal punto di vista dell'USAV.</p> <p>La bozza della relazione è stata sottoposta alla metavalutazione del servizio specialistico Ricerca pubblica &amp; valutazione dell'UFSP. La metavalutazione (controllo di qualità scientifico ed etico di una valutazione) si basa sugli standard qualitativi della Società svizzera di valutazione (standard SEVAL). Il risultato della metavalutazione è stato comunicato al team di valutazione e considerato nella presente relazione.</p>
Riferimento:	Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria USAV, 3003 Berna
Indirizzo per la corrispondenza:	gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung Riedtlistrasse 9 8006 Zürich

# Indice

---

<b>1 SITUAZIONE DI PARTENZA E OBIETTIVO .....</b>	<b>3</b>
Situazione di partenza.....	3
Scopo e obiettivo .....	3
Modello d’impatto .....	3
Gruppi target.....	4
Catalogo delle domande .....	4
<b>2 ATTUAZIONE METODICA.....</b>	<b>5</b>
Sondaggio tra gli esperti .....	5
Sondaggio tra gli utenti.....	5
Sondaggio tra la popolazione.....	5
<b>3 I RISULTATI DELLA PIRAMIDE ALIMENTARE SVIZZERA .....</b>	<b>6</b>
Notorietà della piramide alimentare svizzera .....	6
Gruppi target e utenti della piramide alimentare svizzera .....	6
Messaggi e contenuti della piramide alimentare svizzera.....	7
Punti di forza, punti deboli e valutazioni della piramide alimentare svizzera.....	8
<b>4 RACCOMANDAZIONI PER INTERVENTI SULLA PIRAMIDE ALIMENTARE SVIZZERA .....</b>	<b>10</b>
Concentrarsi sui mediatori.....	10
Ottimizzazione della piramide alimentare svizzera.....	10
<b>5 I RISULTATI DEL SERVIZIO INFORMATIVO NUTRINFO®.....</b>	<b>11</b>
Notorietà di nutrinfo® .....	11
Gruppi target e utenti di nutrinfo® .....	11
Punti deboli, punti di forza e valutazioni di nutrinfo® .....	12
<b>6 RACCOMANDAZIONI DI INTERVENTO PER NUTRINFO®.....</b>	<b>14</b>
Mantenere un organo ufficiale per domande relative alla nutrizione, ma ripensare al posizionamento strategico.....	14
Aumento del livello di notorietà .....	14

Per ragioni di leggibilità si rinuncia al duplice utilizzo della forma maschile e femminile. Tutte le designazioni di persone sono valide nel medesimo modo per entrambi i sessi.

# 1 Situazione di partenza e obiettivo

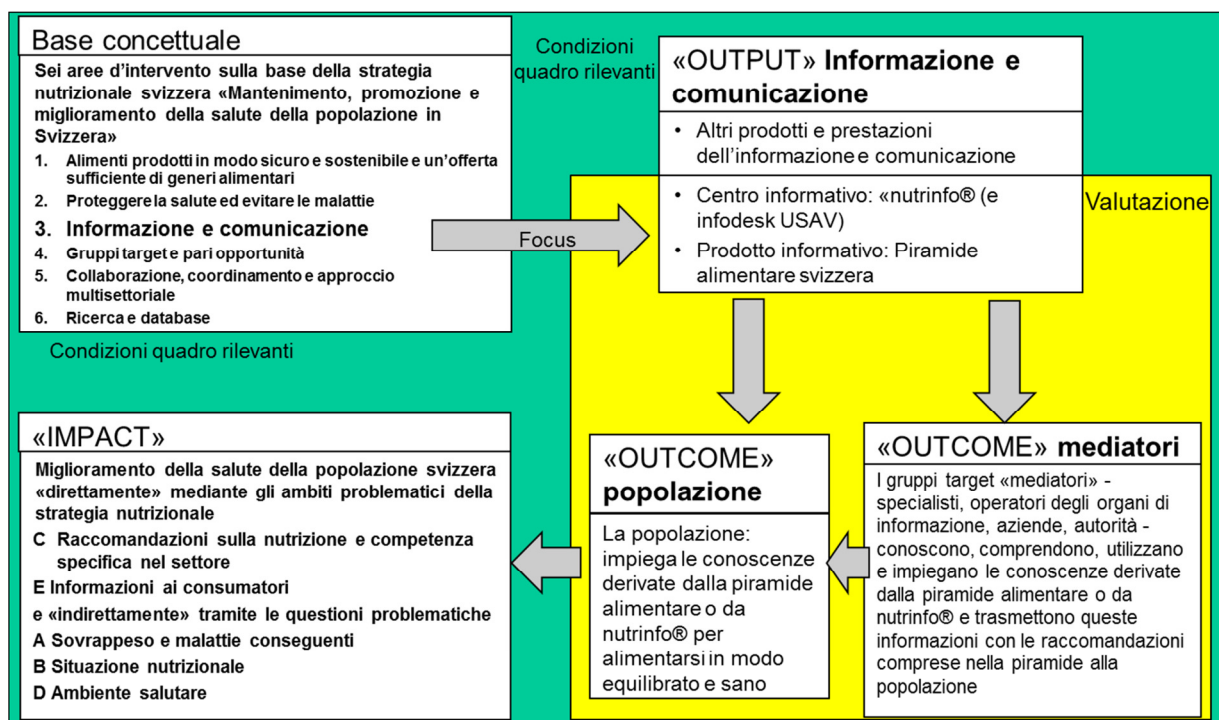
## Situazione di partenza

Vent'anni dopo l'acquisizione del servizio informativo nutrinfo® da parte della Società Svizzera di Nutrizione SSN e considerando che la piramide alimentare svizzera nel prossimo futuro dovrà essere modificata sulla base delle più recenti cognizioni scientifiche, su incarico dell'Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria USAV vengono valutati i due prodotti informativi.

## Scopo e obiettivo

La valutazione ha come obiettivo quello di generare conoscenza in merito a nutrinfo® e alla piramide alimentare svizzera per quanto riguarda il raggiungimento del gruppo target, l'uso e la qualità. Questa conoscenza dovrebbe fluire in concrete raccomandazioni operative per l'ottimizzazione di nutrinfo® e della piramide alimentare svizzera.

## Modello d'impatto



Il presente modello d'impatto definisce la posizione del servizio informativo nutrinfo® e della piramide alimentare svizzera nella strategia nutrizionale e dichiara ciò che viene valutato con il progetto di studio selezionato:

la Strategia nutrizionale svizzera con l'obiettivo "mantenimento, promozione e miglioramento della salute della popolazione in Svizzera" ha individuato sei campi d'intervento. In questo ambito, nutrinfo® e la piramide alimentare svizzera sono due prodotti (output) centrali del campo

d'intervento "Informazione e comunicazione" con l'obiettivo (outcome) di consentire alla popolazione di acquisire le cognizioni derivanti da nutrinfo® e dalla piramide alimentare. La popolazione può impadronirsi di queste conoscenze, che indicano come nutrirsi in modo equilibrato e sano, sia direttamente tramite nutrinfo® e la piramide alimentare oppure indirettamente mediante i cosiddetti mediatori, ad esempio tramite consulenti nutrizionali o rappresentanti degli organi di informazione. Le conoscenze più approfondite della popolazione svizzera dovrebbero consentire di migliorarne le condizioni di salute (impact). La valutazione esamina il settore giallo del modello d'impatto, vale a dire i due prodotti informativi nutrinfo® e la piramide alimentare svizzera e il loro utilizzo.

### Gruppi target

I gruppi target dei due prodotti informativi e della valutazione sono:

- Specialisti del settore nutrizionale, sanitario e dell'istruzione
- Operatori degli organi di informazione
- Aziende del settore alimentare e di simili settori
- Autorità, associazioni e organizzazioni
- Popolazione

In questo ambito gli specialisti, gli operatori degli organi di informazione, le aziende del settore alimentare, le autorità e le organizzazioni vengono definiti come "mediatori" (cfr. il modello d'impatto qui sopra).

### Catalogo delle domande

Le domande della valutazione sulla piramide alimentare svizzera e del servizio informativo nutrinfo® trattano in sintesi le seguenti tematiche:

- Notorietà: chi conosce ovvero non conosce la piramide alimentare svizzera e nutrinfo®?
- Utilizzo: chi usa ovvero non usa la piramide alimentare svizzera e nutrinfo®? Gli utenti corrispondono ai gruppi di utenti definiti? Per cosa vengono utilizzati la piramide alimentare svizzera e nutrinfo®?
- Valutazione: come vengono valutati la piramide alimentare svizzera e nutrinfo®? Quali sono i punti di forza e di debolezza?
- Ottimizzazione: dove esistono potenzialità di miglioramento?

## 2 Attuazione metodica

---

La valutazione della piramide alimentare svizzera e del servizio informativo nutrinfo® viene attuata mediante tre sondaggi nel modo seguente.

### **Sondaggio tra gli esperti**

Nella prima fase di valutazione qualitativa sono stati intervistati telefonicamente 6 esperti sulla base di determinate linee guida. Gli esperti vengono selezionati dai gruppi target, in modo tale che la piramide alimentare svizzera e il servizio informativo nutrinfo® vengano valutati da diversi punti di vista. Il risultato del sondaggio qualitativo è dunque una presentazione sistematica di tutte le possibili risposte. La finalità principale del sondaggio non è un'analisi di tipo statistico.

### **Sondaggio tra gli utenti**

Le tesi del sondaggio qualitativo vengono testate nella seconda fase di valutazione quantitativa mediante un sondaggio online condotto su 327 persone che conoscono almeno minimamente la piramide alimentare svizzera o il servizio informativo nutrinfo®. Oggetti del sondaggio sono i mediatori.

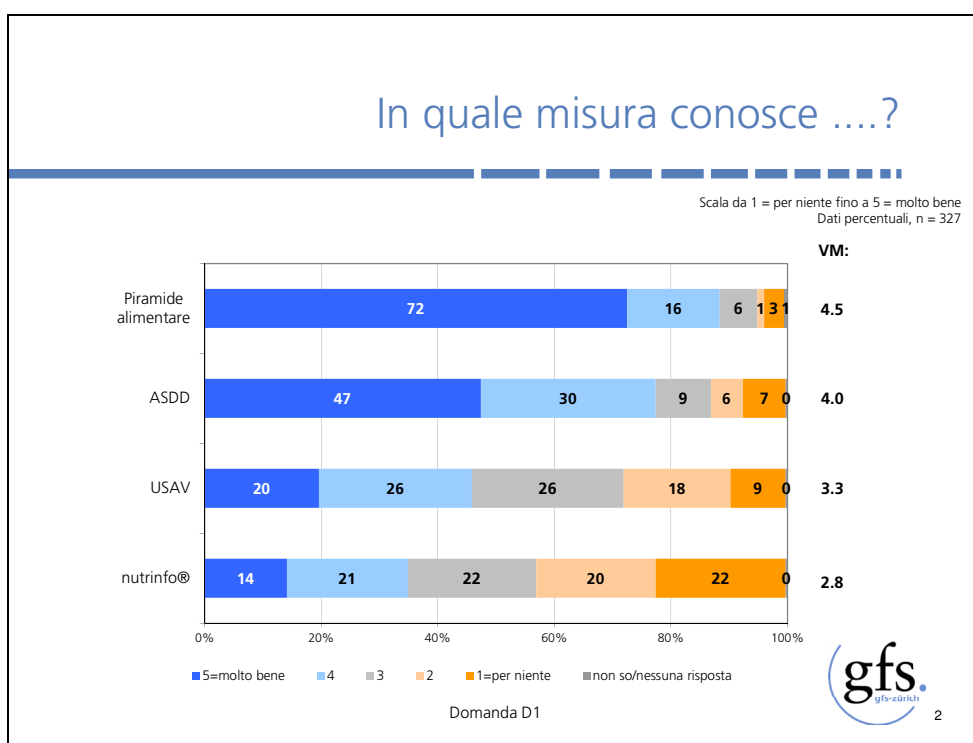
### **Sondaggio tra la popolazione**

Inoltre, nell'ambito di un sondaggio tra la popolazione condotto da Omnibus viene intervistato un campione rappresentativo di 1005 persone della Svizzera tedesca e occidentale.

## 3 I risultati della piramide alimentare svizzera

### Notorietà della piramide alimentare svizzera

Il 95% dei partecipanti al sondaggio condotto tra gli utenti, vale a dire i mediatori, conosce la piramide alimentare svizzera (valori da 2 a 5), l'88% di tutti gli intervistati la conosce bene (16%) o addirittura molto bene (72%) e dunque molto meglio della Società Svizzera di Nutrizione SSN (92%; 30% bene, 47% molto bene), dell'Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria USAV (90%; 26% bene, 20% molto bene) e del servizio informativo nutrinfo® (77%; 21% bene, 14% molto bene) che è conosciuto solo a 3/4 degli intervistati.



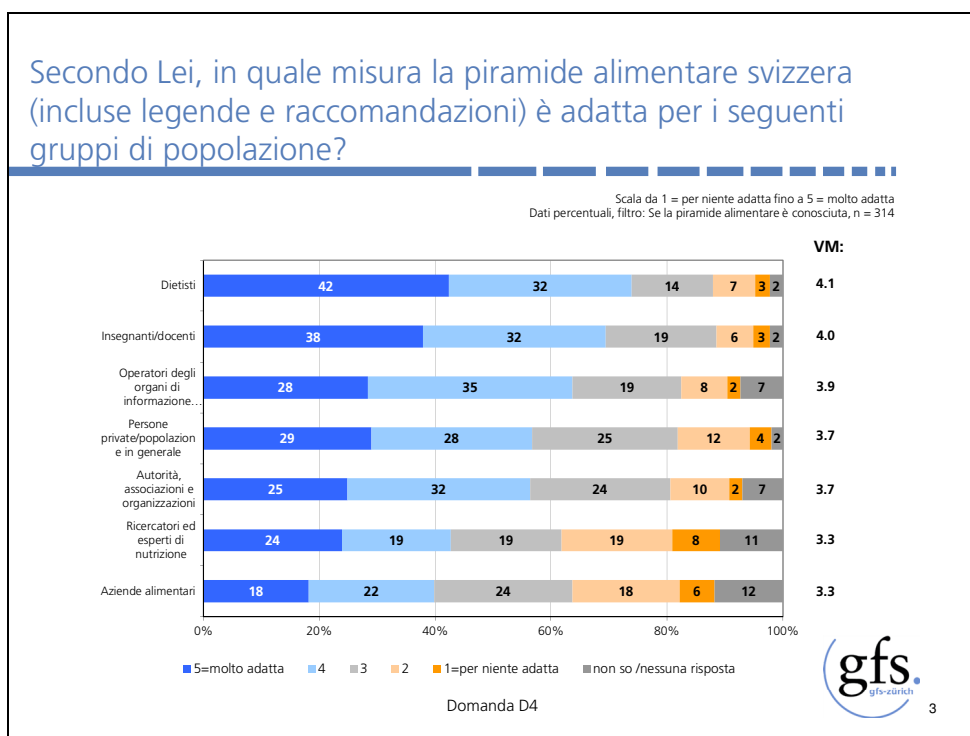
Circa 2/3 (65%) della popolazione svizzera conosce invece la piramide alimentare svizzera (il 26% molto bene e il 15% bene).

### Gruppi target e utenti della piramide alimentare svizzera

*Chi usa la piramide alimentare svizzera e a quale scopo? Gli utenti corrispondono al gruppo target?*

Dal punto di vista dei mediatori (gli specialisti, gli operatori degli organi di informazione, le aziende alimentari, le autorità e le organizzazioni) la piramide alimentare svizzera è particolarmente adatta per i dietisti (4.1 su una scala di 5), ma anche per insegnanti/docenti (4.0) e operatori degli organi di informazione (3.9). Con determinate restrizioni la piramide alimentare è adat-

ta anche per la popolazione (3.7) e le autorità, le associazioni e le organizzazioni (3.7). È meno adatta per i ricercatori nell'ambito della nutrizione (3.3) e per le aziende alimentari (3.3).



## Messaggi e contenuti della piramide alimentare svizzera

*Quali messaggi trasmette la piramide alimentare svizzera e in quale misura sono chiari e comprensibili?*

Le differenze nell'utilizzo si spiegano con i messaggi e i contenuti della piramide alimentare svizzera. La piramide alimentare svizzera spiega quali caratteristiche dovrebbe avere un'alimentazione equilibrata e versatile e fornisce consigli in merito a quali alimenti dovrebbero essere consumati di più e quali meno. I messaggi sono chiari e comprensibili. La piramide alimentare è adatta, dal punto di vista dei mediatori, soprattutto per comunicare le conoscenze di base sull'alimentazione, sia durante colloqui di consulenza (54%), conferenze (51%) sia in una lezione e in un corso (45%) vale a dire attività che i dietisti e gli insegnanti/i docenti eseguono quotidianamente.

La piramide alimentare sarebbe meno adatta per l'attuazione pratica di ogni giorno. Di conseguenza, secondo gli intervistati, è meno utilizzabile per la consulenza individuale. Dal momento che la piramide alimentare è stata realizzata per una persona adulta, sana, non è adatta anche per molte persone o gruppi di popolazione, come ad es. i bambini, gli sportivi, le donne incinte, i malati, in particolare senza spiegazioni o adeguamenti. E questo non è l'obiettivo della piramide alimentare svizzera.

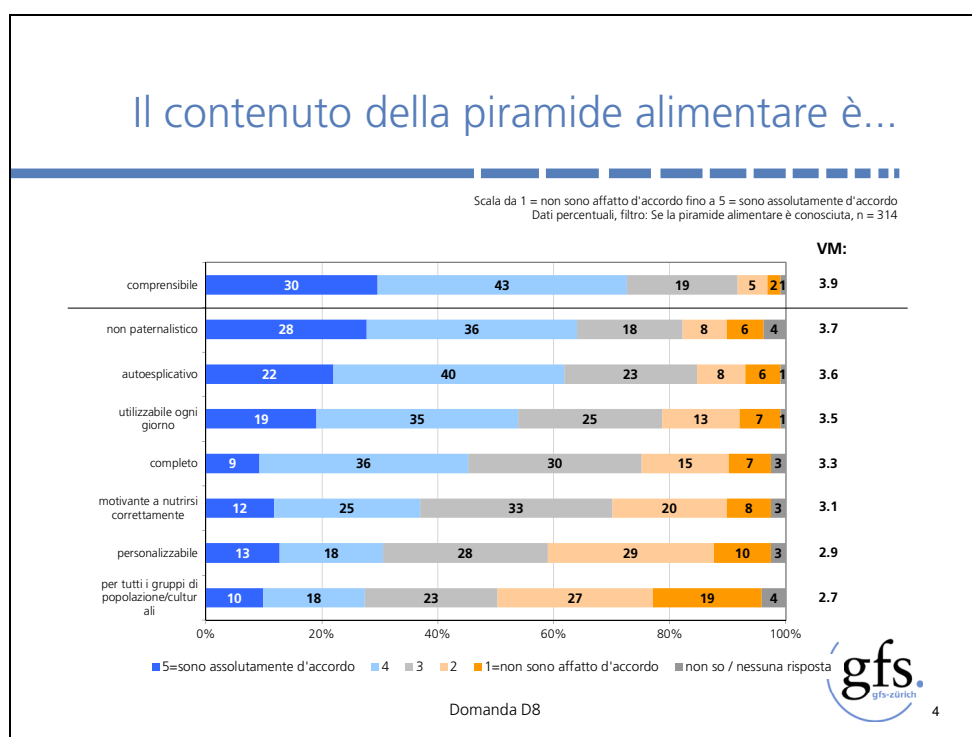


## Punti di forza, punti deboli e valutazioni della piramide alimentare svizzera

La piramide alimentare svizzera e i mezzi di comunicazione per i diversi gruppi target sono realizzati in modo tale da essere attraenti (ad es. foto invece di disegni), motivanti e comprensibili? Quali testi (ad es. legenda, brevi raccomandazioni) vengono utilizzati, in quale modo e da chi?

I punti di forza della piramide alimentare svizzera, secondo i mediatori, risiedono nella rappresentazione visiva (46% delle persone) semplice (30%), chiara e generale (29%), che consente di formarsi una buona visione d'insieme delle raccomandazioni sulla nutrizione (16%).

La piramide alimentare svizzera viene inoltre considerata comprensibile (3.9) ed è caratterizzata da una rappresentazione visiva chiara (4.0), semplice e generale che sostiene il messaggio principale (3.9). È soprattutto la forma piramidale che veicola il messaggio principale e che viene più frequentemente usata (51% (molto) spesso) delle legende (32%) o delle brevi raccomandazioni (24%).



I punti deboli della piramide alimentare svizzera si suddividono in diversi ambiti. Dal punto di vista dei mediatori, la difficoltà più grande è rappresentata dall'attuazione della piramide alimentare nella vita quotidiana (30% delle persone) che dipende dal fatto che è molto generica e semplificata (7%). Vengono criticati anche aspetti relativi al contenuto che si riferiscono alla scelta di alimenti concreti (20%) o gruppi di alimenti (26%), le indicazioni sulla quantità ovvero le porzioni (13%), la mancanza di informazioni aggiuntive (10%) come il movimento o gli elementi ecologici della nutrizione. Infine, anche la presentazione viene considerata come punto debole (6%).

Il contenuto della piramide alimentare svizzera viene considerato dai mediatori come non del tutto autoesplicativo (3.6) e non del tutto utilizzabile nella vita quotidiana (3.5), non completo (3.3), non motivante a nutrirsi in modo corretto (3.1), non personalizzabile e ancora meno adatto ad essere impiegato per tutti i gruppi della popolazione e culturali. La presentazione viene considerata poco attraente (3.4), poco realistica (3.4) e non moderna (3.2).

## 4 Raccomandazioni per interventi sulla piramide alimentare svizzera

---

La valutazione della piramide alimentare svizzera mostra molto chiaramente che non è possibile con UNA semplice rappresentazione fornire sia le informazioni generali sulla nutrizione SIA una guida pratica personalizzabile per l'uso quotidiano. Se si intende servirsi dei punti di forza della piramide alimentare, vale a dire una facile rappresentazione di un'alimentazione equilibrata, gfs-zürich fornisce le seguenti raccomandazioni d'intervento.

### Concentrarsi sui mediatori

Non è possibile venire incontro con UNA SOLA piramide alimentare alle esigenze di tutti i gruppi target ovvero degli specialisti, degli organi di informazione, delle aziende, delle autorità e della popolazione. L'uso pratico della piramide alimentare svizzera è centrale per la popolazione elvetica. Tuttavia ciò non è possibile senza spiegazioni e adeguamenti alla propria situazione individuale ed è necessaria la guida di dietisti oppure di docenti/insegnanti che, come ha mostrato la valutazione, sono già oggi il gruppo più grande di utenti. Per quanto riguarda il contenuto è necessario pertanto concentrarsi sulle esigenze dei mediatori.

### Ottimizzazione della piramide alimentare svizzera

La forma a piramide è generalmente conosciuta e accettata e non deve essere messa in dubbio. Questa forma deve continuare a rimanere semplice e chiara come lo è ora.

L'ottimizzazione deve facilitare ovvero contribuire all'attuazione pratica quotidiana. Dal momento che ciò è possibile solo con l'aiuto dei mediatori, l'ottimizzazione dei contenuti deve essere orientata alle loro esigenze. È opportuno però integrare solo informazioni generalmente valide nella forma a piramide. Ulteriori informazioni devono essere offerte separatamente dalla piramide, in modo tale che essa rimanga chiara e semplice nella sua struttura. Una costruzione "modulare" della piramide alimentare che vada oltre le legende e le raccomandazioni già esistenti e che la renda utilizzabile ad esempio per persone più anziane, bambini e sportivi, potrebbe creare la necessaria flessibilità.

Inoltre, sembra indicata una rielaborazione grafica della piramide alimentare che ormai comincia a mostrare i segni dell'età. Le proposte di miglioramento da parte dei partecipanti al sondaggio sono nella maggior parte dei casi superficiali. Per una rielaborazione sistematica sono necessari, dal nostro punto di vista, esperti di nutrizione e utenti. Le ricerche di mercato evidenziano dunque che sarebbe opportuno ai fini della rielaborazione grafica e dei contenuti della piramide alimentare organizzare gruppi specifici con specialisti appositamente selezionati.

## 5 I risultati del servizio informativo nutrinfo®

### Notorietà di nutrinfo®

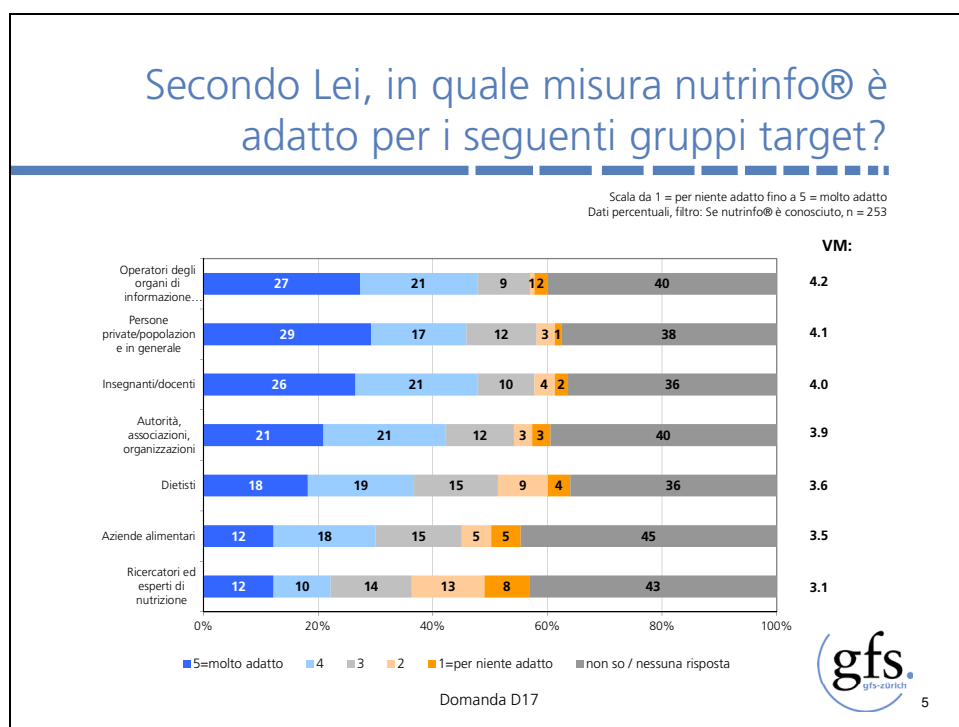
*Qual è il grado di notorietà di nutrinfo® per i gruppi target?*

Il servizio informativo nutrinfo® è molto meno conosciuto ai mediatori (gli specialisti, gli operatori degli organi di informazione, le aziende alimentari, le autorità e le organizzazioni) (il 78% degli intervistati lo conosce e solo il 35% bene (o molto bene)) della piramide alimentare svizzera (95%). Il gruppo target è venuto a conoscenza di nutrinfo® mediante la Società Svizzera di Nutrizione (77%) e, in percentuale decisamente minore, mediante ricerche in Internet (11%). Tra la popolazione svizzera solo una persona su sette (15%) conosce nutrinfo®, mentre due persone su tre (65%) conoscono la piramide alimentare svizzera.

### Gruppi target e utenti di nutrinfo®

*Chi usa nutrinfo®, come (e-mail, telefono, fax, per iscritto), perché? Gli utenti corrispondono ai gruppi target? Ci si rivolge ai gruppi target corretti?*

Circa un mediatore ogni tre (32%) che conosce nutrinfo® lo ha già utilizzato. Il canale di comunicazione preferito con nutrinfo® è la posta elettronica (57%) seguita in percentuale molto minore dal telefono (14%). Nel complesso le risposte relative a nutrinfo® si basano però su poche esperienze concrete.



La maggioranza dei mediatori che conoscono il servizio informativo nutrinfo®, lo ritengono particolarmente adatto per operatori degli organi di informazione del settore nutrizione e salute (4.2 su una scala di 5), per persone private ovvero per il vasto pubblico (4.1), per insegnanti e docenti (4.0) e per autorità, associazioni e organizzazioni (3.9). Per quanto riguarda l' idoneità di nutrinfo® per i dietisti (3.6), le aziende alimentari (3.5) o per i ricercatori in tema di nutrizione (3.1) le opinioni non sono concordi.

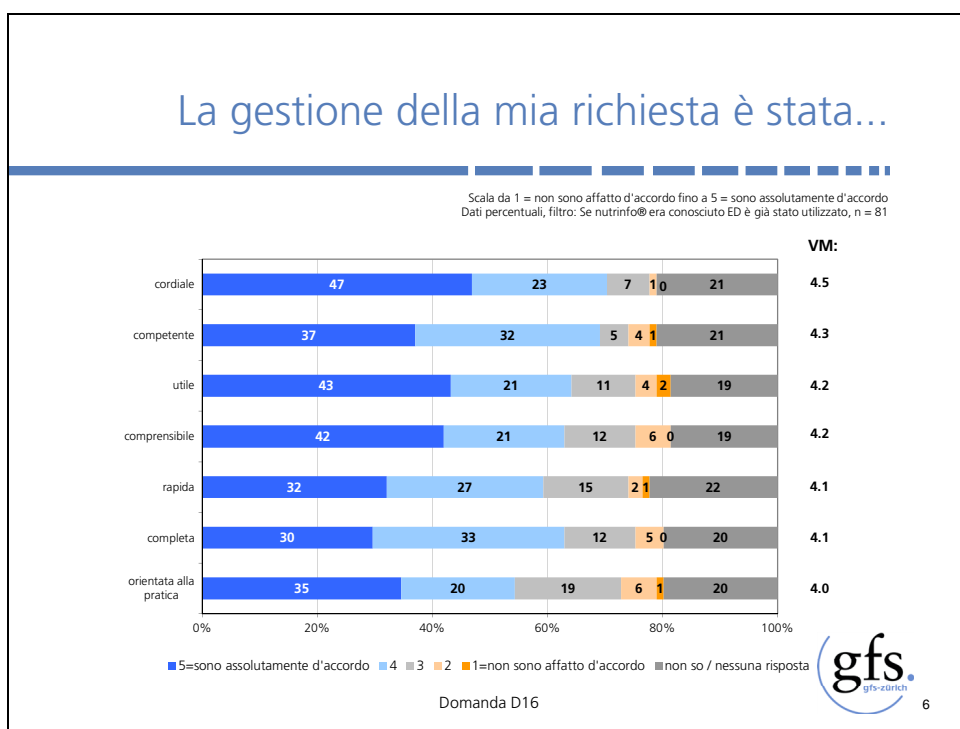
I mediatori che conoscono il servizio informativo nutrinfo® lo ritengono idoneo soprattutto per domande relative alla nutrizione generali e non individuali (49%). In prima linea nutrinfo® si rivolge al vasto pubblico (19%).

### Punti deboli, punti di forza e valutazioni di nutrinfo®

*Quali sono i punti di forza e di debolezza di nutrinfo®? Come viene impiegato nutrinfo® da parte degli utenti?*

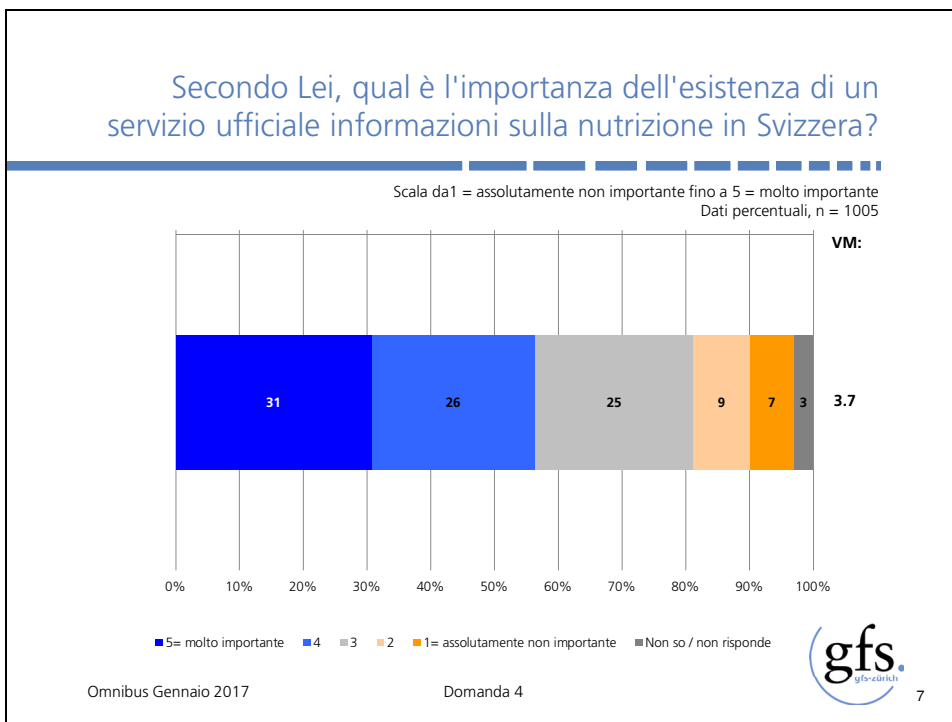
Dal punto di vista degli utenti (mediatori) il principale punto di forza del servizio informativo nutrinfo® risiede nelle risposte competenti che è in grado di fornire alle domande sulla nutrizione (30%). Viene apprezzata la facilità di accesso a nutrinfo® (12%). Le risposte sono indipendenti oppure neutrali (8%), coprono una grande varietà di tematiche (7%), sono mirate in modo individuale al richiedente (6%) e il feedback avviene rapidamente (5%).

Il più importante punto debole del servizio informativo nutrinfo® risiede nel fatto che solo circa una persona ogni sette (15%) tra la popolazione svizzera, il gruppo target principale, lo conosce.



Gli utenti (mediatori) del servizio informativo lo valutano come molto buono. Gli utenti giudicano molto cordiale (4.5), molto competente (4.3), molto utile (4.2), molto comprensibile (4.2), rapida (4.1), completa (4.1) e orientata alla pratica (4.0) la gestione delle richieste.

Per quasi la metà (48%) di coloro che conoscono nutrinfo® è importante (24%) o molto importante (24%) che questo servizio esista. Coloro che conoscono nutrinfo® e che lo utilizzano sono molto più convinti del servizio informativo e non vorrebbero rinunciarvi (41% molto importante, 36% importante che esista).



Più della metà della popolazione svizzera considera importante (31% molto importante, 26% importante) che in Svizzera esista un centro ufficiale che fornisce informazioni sulla nutrizione. Per quella parte della popolazione svizzera per la quale è importante un servizio ufficiale che fornisca informazioni (57%), la netta maggioranza dei due terzi (63%) ritiene che tale servizio sia da considerare nell'ambito dell'amministrazione federale, anche se non è stato accertato quale significato la popolazione attribuisca a "federale".

## 6 Raccomandazioni di intervento per nutrinfo®

---

Al centro della valutazione del servizio informativo nutrinfo® vi sono le domande sulla notorietà di nutrinfo®, sulle modalità con le quali vengono raggiunti i gruppi target, chi usa nutrinfo® e come viene valutato.

La valutazione del servizio informativo nutrinfo® mostra due risultati che appaiono in modo evidente come i più importanti.

Da un lato la notorietà di nutrinfo® anche tra gli esperti di nutrizione non è molto diffusa e tra la popolazione nutrinfo® è praticamente sconosciuto. Si tratta di un risultato particolarmente degno di nota se consideriamo che nutrinfo® esiste da 20 anni. Anche tra gli esperti la differenza tra la SSN e nutrinfo® di frequente non è del tutto chiara.

D'altro lato gli utenti sono estremamente soddisfatti del servizio informativo nutrinfo®. Al tempo stesso la maggioranza della popolazione svizzera auspica un organo ufficiale, neutrale, per le domande relative alla nutrizione che dovrebbe avere sede presso l'amministrazione federale.

Purtroppo non è stato chiarito cosa comprende la popolazione con "amministrazione federale" e d'altro canto se la Società Svizzera di Nutrizione SSN venga considerata dalla popolazione come organo federale ufficiale.

Su questa base gfs-zürich raccomanda i seguenti interventi:

### **Mantenere un organo ufficiale per domande relative alla nutrizione, ma ripensare al posizionamento strategico**

Nonostante la sua pluriennale esistenza, nutrinfo® è sconosciuto alla maggioranza della popolazione svizzera. Dal momento che nutrinfo® ha soddisfatto chi lo ha utilizzato e la maggioranza della popolazione svizzera auspica la presenza di un organo ufficiale e neutrale, specializzato nella risposta a domande sulla nutrizione, e localizzato presso l'amministrazione federale, il servizio informativo dovrebbe essere continuato. Il posizionamento del servizio informativo, comunque questo si presenti, dovrebbe in ogni caso venire ridiscusso dal punto di vista strategico.

### **Aumento del livello di notorietà**

Una volta chiarita la questione strategica relativa al posizionamento, è necessario aumentare la notorietà del servizio informativo per quanto riguarda le domande sulla nutrizione. Non devono essere eseguiti adeguamenti della consulenza o dei procedimenti, come indicano le valutazioni positive degli utenti del servizio informativo nutrinfo®. È necessario tenere presente che...

- la popolazione, come gruppo target potenzialmente maggiore di nutrinfo®, per trovare informazioni sull'alimentazione, esegue come prima cosa ricerche in Internet. Ai fini del marketing e della comunicazione bisogna considerare quest'abitudine.
- Il nome ovvero il marchio nutrinfo® si presta a essere confuso. Sono necessari due marchi? Dal punto di vista odierno: SSN e nutrinfo®?