

*D.N.Da*



## **STUDIO CONOSCITIVO**

***“Le donne e l’alimentazione come strumento  
di salute per sé e i propri cari”***

**Sintesi dei risultati di ricerca**



## SCENARIO E OBIETTIVI DELLA RICERCA

L'Osservatorio Nazionale sulla salute della Donna ha deciso di condurre uno studio conoscitivo volto a valutare **se, e quanto, le donne siano consapevoli del fatto che l'alimentazione corretta possa essere uno strumento per la propria salute e quella dei propri cari.**

In particolare si è cercato di comprendere:

1. quali sono le principali **abitudini di scelta e consumo** alimentare,
2. **cosa viene ricercato** negli alimenti e cosa si cerca di evitare,
3. cosa si intende per **alimentazione sana** e quanto il proprio stile alimentare risulta soddisfacente in tal senso.

## METODOLOGIA E CAMPIONE DELLA RICERCA

Per il raggiungimento degli obiettivi di ricerca è stata scelta la metodologia delle **interviste telefoniche** condotte su tutto il territorio nazionale.

In particolare il campione è composto da **500 donne di età compresa tra i 30 e i 60 anni**, distribuite in maniera rappresentativa della distribuzione della popolazione italiana:

- Nord Ovest 27%
- Nord Est 19%
- Centro 19%
- Sud 24%
- Isole 11%

La rilevazione si è svolta nel mese di ottobre 2009.



## KEY LEARNINGS

**“Un'alimentazione corretta rappresenta uno strumento di prevenzione e tutela della propria salute”**

Secondo quanto emerge dall'indagine, risulta un concetto noto e condiviso, i principi di un'alimentazione “sana ed equilibrata” sono infatti ben declinati dalle donne intervistate, per le quali l'alimentazione per dirsi tale deve essere:

1. Varia e regolare
2. Ricca di frutta e verdura
3. Povera di grassi
4. Naturale e genuina
5. Con pochi condimenti e salse
6. Senza cibi fritti
7. Ricca di alimenti freschi
8. Leggera e digeribile

**La maggioranza delle donne mette di conseguenza in atto comportamenti di salute alimentare:**

- cerca di evitare conservanti, coloranti ed elevato contenuto di grassi,
- consuma o prepara quotidianamente della verdura,
- riduce il consumo di carne rossa e salumi a due/tre volte alla settimana,
- limita il consumo di fritti,
- e attribuisce importanza alla leggerezza e digeribilità oltre che al gusto.

**Tali comportamenti fanno sì che il 70% delle donne si ritenga soddisfatta del proprio stile alimentare EPPURE metà del campione vorrebbe migliorare ulteriormente il proprio stile alimentare:**

- al **sud** aumentando ad esempio il consumo di **verdura**,
- mentre al **nord** vorrebbero poter dedicare più tempo alla **preparazione personale dei cibi**, evitando così il ricorso a cibi precotti e preconfezionati.

**C'è dunque una “tensione” evidente verso l'alimentazione sana, ma altrettanto evidenti appaiono i suoi “nemici”:**

- il tempo a disposizione
- i pasti fuori casa
- i limiti culturali in senso ampio (quasi una donna su quattro non legge mai la lista degli ingredienti degli alimenti che acquista – soprattutto al sud d'Italia)
- **e in modo particolare il PREZZO:** che risulta un driver di selezione del prodotto alimentare acquistato tanto importante quanto gli ingredienti in esso contenuti.



L'informazione sulla "sana alimentazione" è ormai onnipresente su televisione e stampa, tanto che solo **1 donna su 10 si sente poco informata** sul tema.

Resta comunque l'esigenza di capire e conoscere maggiormente come fare dell'alimentazione uno strumento di salute, **3 donne su 4 infatti apprezzerrebbero che si facesse ancor più informazione** e richiedono la partecipazione di un'istituzione che ha ancora poco ruolo in tal senso: la **scuola**.

- Come giustamente a dire : per sostenere uno stile di vita sano, *l'informazione è certamente importante ma non basta*, i consumi alimentari sono così fortemente influenzati da fattori culturali e socio-economici che una loro trasformazione richiede un'azione più profonda:

**Dall'informazione → all'educazione alimentare.**

## **ANALISI DEI CLUSTER**

Dall'analisi dei profili socio-demografici delle donne italiane nella fascia di età tra i 30 e i 60 anni emergono 4 diversi profili di donna:

- le massaie (31%)
- le giovani mamme (29%)
- le mamme di adolescenti (22%)
- le donne senza figli (18%)

Tra parentesi è indicata la prevalenza di ciascun gruppo presso la popolazione in analisi (donne in età 30-60 anni).

I 4 gruppi si caratterizzano come segue:

### **Massaia: donna over 50**

- livello di istruzione medio-basso
- 1 su 2 casalinga/pensionata
- sposata ma anche divorziata o vedova
- 1 su 2 ha un figlio grande in casa
- il suo nucleo familiare è di 2-3-4 persone
- 1 su 5 ha una persona over 65 in famiglia

### **Giovane mamma: ha figli di età inferiore ai 12 anni**

- età media 41 anni
- livello istruzione medio-alto



- 3 casi su 4 è una mamma lavoratrice
- sposata
- con un nucleo familiare è di 3-4 persone
- non ha persone over 65 in famiglia

### **Mamma di adolescenti: ha figli adolescenti**

- età media 46 anni
- 1 su 2 casalinga, più al sud e con livello di istruzione medio-basso
- 1 su 2 lavoratrice, più al centro-nord e con un livello di istruzione medio-alto
- il suo nucleo familiare è di 3-4 persone
- non ha persone over 65 in famiglia

### **Donna senza figli: non ha figli**

- età media 40 anni
- livello di istruzione medio-alto
- lavoratrice
- sposata o nubile (vive con i genitori)
- il suo nucleo familiare è di 1-2-3 persone
- 1 su 4 ha una persona over 65 in famiglia

I 4 gruppi di donne individuano abbastanza efficacemente anche **4 diversi modelli di comportamento alimentare**, in termini di acquisto, consumo, conoscenza e percezione di sé:

### **Massaia**

- È la responsabile della spesa, in parte insieme al marito, più raramente ai figli.
- Nel scegliere un nuovo prodotto alimentare guarda in primo luogo al **prezzo**, poi alla **lista degli ingredienti** e in terzo luogo alla **zona di provenienza**. Rispetto a questa abitudine si differenzia dagli altri profili di donna, specie verso le più giovani, che poco peso danno alla zona di provenienza del prodotto che invece per la massaia può arrivare ad essere elemento di dissuasione dall'acquisto di un prodotto.
- **Raramente consuma pasti fuori casa.**
- Tutti i giorni prepara verdura per la sua famiglia e dà importanza alla leggerezza e digeribilità dei cibi.
- È certa di offrire alla propria famiglia un'alimentazione "sana ed equilibrata" e cioè per lei **naturale/genuina**, con **pochi condimenti**, quanto più priva di conservanti e coloranti, con **alimenti freschi**, come le verdure, **preparati in casa**, utilizzando **ingredienti di qualità**. Si riconosce nella dieta mediterranea.



- È dunque **soddisfatta del suo stile alimentare** ed si dice **consapevole che l'alimentazione corretta rappresenti uno strumento di prevenzione e tutela della salute.**
- Si ritiene **molto informata**, dalla TV e dalla stampa. Ritiene che si dovrebbe fare ulteriore informazione, sia attraverso la TV che attraverso **materiali ed opuscoli cartacei.**

### **Giovane mamma**

- È la responsabile della spesa alimentare, una su tre insieme al marito.
- Nel scegliere un nuovo prodotto alimentare considera soprattutto la **lista degli ingredienti**, solo secondariamente il **prezzo** e la **data di scadenza**. Nella lista degli ingredienti ciò che teme maggiormente sono i grassi, i grassi idrogenati e il contenuto calorico dell'alimento, che possono essere elementi di dissuasione dall'acquisto di un prodotto.
- **Una su tre pranza abitualmente fuori casa**, scegliendo verdure o primi piatti.
- In famiglia prepara quasi tutti i giorni verdura, ma anche pasta e almeno tre volte alla settimana salumi e carne rossa.
- Non è del tutto certa che lo stile alimentare della sua famiglia si possa dire "sano ed equilibrato", per esserlo, a suo avviso, dovrebbe infatti essere vario, apportando il giusto fabbisogno giornaliero, **senza eccessi di dolci e merendine, più ricco di verdure e pesce.**
- Se potesse quindi **dedicherebbe più tempo alla preparazione dei pasti**, per migliorare lo stile alimentare della sua famiglia, riducendo snack e cibi pronti. Teme soprattutto il sovrappeso/obesità e **per i suoi figli cerca di scegliere alimenti più naturali, magari biologici**, con meno coloranti, conservanti e calorie.
- Si ritiene **molto informata**, dalla TV, dalla stampa e anche da internet. Ritiene che si dovrebbe fare ulteriore informazione, sia attraverso la TV che attraverso la **scuola**, internet e campagne pubblicitarie.

### **Mamma di adolescenti**

- È la responsabile della spesa alimentare.
- Se è casalinga nel scegliere un nuovo prodotto alimentare, considera in primo luogo il **prezzo** (più di qualsiasi altro profilo), poi la **marca dell'azienda produttrice**, insieme alla **zona di provenienza**. Questo sottoprofilo **non ha l'abitudine di leggere la tabella nutrizionale e la lista degli ingredienti.** E' soddisfatta del proprio stile alimentare, pur non ritenendolo assolutamente "sano ed equilibrato". Non ha interesse per i valori di leggerezza e digeribilità, consuma molta pasta, carne e verdura, compresi i legumi.



- Non è particolarmente interessata a migliorare il proprio stile alimentare**, al più cerca di limitare fritti e consumo di salumi e carne, ma anche latte e latticini (pur essendo il profilo che più teme l'osteoporosi).
- Se è lavoratrice (ha un livello di istruzione più alto) nel scegliere un nuovo prodotto alimentare, prima del prezzo considera abitualmente la **lista degli ingredienti**, poi la **marca dell'azienda** produttrice, insieme alla **zona di provenienza**. L'eccessivo contenuto di **grassi** e la presenza di **ingredienti non chiari o sconosciuti** possono dissuaderla dall'acquisto. Questa attenzione alla qualità degli ingredienti (di marca) le infonde sicurezza nel ritenere la propria alimentazione sana ed equilibrata, cioè naturale, con pochi grassi e pochi condimenti, fatta in casa.
  - Si ritiene **abbastanza informata**, principalmente dalla TV se casalinga, dalla stampa se lavoratrice. Solo in 2 casi su 3 ritiene che si dovrebbe fare ulteriore informazione, soprattutto attraverso la TV, ma anche attraverso la **scuola** e internet.

### **Donna senza figli**

- Se è sposata è la responsabile della spesa alimentare, se nubile spesso vive con i genitori e spesso quindi condivide o delega alla madre le scelte alimentari.
- Nel scegliere un nuovo prodotto alimentare, considera in primo luogo il **prezzo**, poi la **lista degli ingredienti** e la **data di scadenza**. Ma fa attenzione anche ad aspetti non considerati dagli altri profili, quali la **modalità di preparazione** e il **gusto**.
- **Non ha l'abitudine di leggere la tabella nutrizionale**, quando lo fa si sofferma sui grassi e la calorie, oppure su aspetti anche in questo caso non osservati dagli altri profili quale il contenuto di **sali**. Se legge la lista degli ingredienti lo fa più che altro per escludere la presenza di **ingredienti a cui è allergica (esempio glutine)**. E tra gli alimenti dannosi da limitare è l'unico profilo che include anche il pane/la pasta.
- È anche l'unico profilo che ha più fiducia nei piccoli produttori che nelle grandi marche alimentari.
- *Rispetto al consumo personale e alla percezione di sé i due sottoprofili (nubili e sposate) differiscono...*
- Se è nubile (età media 38 anni) pranza abitualmente fuori casa, spesso con un panino, dice di dare moltissima importanza alla leggerezza, ed è **il profilo consapevolmente più lontano dal concetto di alimentazione funzionale alla salute**. Considera l'alimentazione un piacere e un bisogno e non ritiene il proprio stile alimentare particolarmente "sano ed equilibrato". Non può dirsi del tutto soddisfatta del suo stile alimentare che potrebbe migliorare introducendo più verdura, frutta e pesce.



- Se è sposata (età media 42 anni) pur pranzando fuori casa sceglie un primo o un secondo piatto. **Sa che l'alimentazione è strumento di salute e ma alla leggerezza e digeribilità preferisce il gusto.** Considera il suo stile alimentare abbastanza "sano ed equilibrato", cerca di limitare il consumo di fritti e carne/salumi ma sa che dovrebbe dedicare più tempo alla preparazione dei cibi e limitare il consumo di cibi pronti e snack.
- Si ritiene **abbastanza informata, abbastanza poco se nubile in famiglia**, dalla TV, dalla stampa e anche da internet. Ritiene che si dovrebbe fare ulteriore informazione, soprattutto attraverso la TV, ma anche attraverso la **scuola**, internet e campagne pubblicitarie.

Dall'analisi delle attitudini e della percezione di sé dei diversi gruppi di donne emerge che :

**→ l'adesione al concetto di alimentazione funzionale alla salute cresce al crescere delle responsabilità alimentari della donna.**

- La responsabilità alimentare **per sé** (individuale).
- La responsabilità alimentare **per la coppia** (sé e il marito/compagno).
- La responsabilità alimentare **per i figli piccoli**.
- La responsabilità alimentare **per la famiglia**.

**→Ma si scontra con fattori culturali e sociali forti** (dal livello di istruzione, alla disponibilità economica, alle tradizioni alimentari, ecc) **che possono "deviare" questo percorso che sembrerebbe "naturale" di cura di sé e dei propri cari attraverso l'alimentazione.**

**Elma Research s.r.l.**

Viale V. Lancetti 40 - 20158 Milano - ITALY

Capitale Sociale versato € 30.000 – Codice Fiscale e P.IVA IT 06191320966