



**L'indagine nazionale
sui consumi alimentari
in Italia:
INRAN-SCAI 2005-06**



**Parte C:
I RISULTATI DEI
QUESTIONARI SULLE
ABITUDINI ALIMENTARI**

A cura di:

Laura D'Addezio, Marisa Capriotti, Antonella Pettinelli, Aida Turrini

A nome del gruppo di studio INRAN-SCAI 2005-06:

Davide Arcella, Noemi Bevilacqua, Pasquale Buonocore, Marisa Capriotti, Giovina Catasta, Laura D'Addezio, Guglielmo Di Lena, Marika Ferrari, Catherine Leclercq, Cinzia Le Donne, Simona Martines, Lorenza Mistura, Antonella Pettinelli, Raffaella Piccinelli, Romana Roccaldo, Stefania Sette, Fulvia Spadoni, Elisabetta Toti, Aida Turrini

Questa parte della monografia dovrebbe essere citata nel seguente modo:

Laura D'Addezio, Marisa Capriotti, Antonella Pettinelli, Aida Turrini. L'indagine nazionale sui consumi alimentari in Italia INRAN-SCAI 2005-06. Parte C: I risultati dei questionari sulle abitudini alimentari. Osservatorio Consumi Alimentari, INRAN. Roma, 2011.

Roma - 2011

INDICE

Introduzione	4
1. IL QUESTIONARIO INDIVIDUALE (per persone dai 15 anni in su)	4
Sezione A – Informazioni generali.....	5
Sezione B - Istruzione e lavoro	6
Sezione C - Abitudini in generale	7
Sezione D - Attività ed interessi.....	9
Sezione E - Stile alimentare	10
Sezione F - Alimentazione e Salute.....	12
Sezione G - Preferenze, opinioni, atteggiamenti.....	15
2. IL QUESTIONARIO INDIVIDUALE (per persone da 3 a 14 anni).....	19
2.1 Le caratteristiche socio-demografiche.....	19
2.2. Attività fisica e stile di vita	20
3. IL QUESTIONARIO sulle ABITUDINI ALIMENTARI della FAMIGLIA.....	21
Sezione A – Acquisti.....	22
Sezione B – Organizzazione	29
Sezione C – Cambiamenti.....	31
BIBLIOGRAFIA.....	33
APPENDICE C1 - I dati dal Questionario Individuale (persone da 15 anni in su).....	35
APPENDICE C2 - I dati dal Questionario Individuale (persone da 3 a 14 anni).....	145
APPENDICE C3 - I dati dal Questionario sulle Abitudini Alimentari della Famiglia	161

Introduzione

Nella presente monografia sono riportati i risultati relativi alle informazioni di carattere socio-demografico, alle abitudini e agli stili di vita legati all'alimentazione che sono stati rilevati attraverso la somministrazione di tre questionari descritti nella parte A3 della monografia: due questionari individuali somministrati a ciascun componente della famiglia inserita nel campione, uno per i soggetti di 15 anni in su e l'altro per i bambini da 3 a 14 anni, ed un questionario sulle abitudini alimentari della famiglia riferito a ciascun nucleo familiare coinvolto e compilato dalla persona responsabile degli acquisti alimentari.

Per facilitare la consultazione, i paragrafi che seguono sono intitolati come le sezioni dei questionari, fatta eccezione per quelli riguardanti il questionario somministrato ai bambini che è più breve e non è suddiviso in sezioni. Tutte le tabelle a cui si fa riferimento nel testo sono presentate nelle tre appendici (Appendice C1 – I dati dal Questionario Individuale (persone da 15 anni in su), Appendice C2 – I dati dal Questionario Individuale (persone da 3 a 14 anni) e Appendice C3 – I dati dal Questionario sulle Abitudini Alimentari della Famiglia) e seguono la stessa numerazione delle domande contenute nei questionari somministrati. Le tabelle relative ai due questionari individuali riportano le risposte per sesso, classe di età e area geografica, mentre per il questionario familiare le risposte sono riportate per area geografica, dimensione del comune di appartenenza e numero di componenti della famiglia. Per una descrizione dettagliata delle domande contenute nei tre questionari si può fare riferimento alla parte A3 della monografia, pp. 4-15.

Al fine di guidare il lettore, si fa presente che, nelle tabelle, i valori n contrassegnati con (*) corrispondono a sub-campioni che presentano una numerosità $n \geq 30$ che li caratterizza come campioni sufficientemente grandi (Rizzi, 1992). Inoltre, per le classi di età, l'età è espressa in anni compiuti, ad esempio: la classe "15-17 anni" include gli individui dal 15° compleanno fino al giorno precedente il 18°.

1. IL QUESTIONARIO INDIVIDUALE (per persone dai 15 anni in su)

La metodologia di campionamento delle famiglie coinvolte nello studio è descritta nella parte A1 della monografia (pp. 3-9). I nuclei familiari campionati

comprendevano 2920 individui dai 15 anni in su, ma tra questi 5 persone non hanno compilato il questionario, per cui i risultati qui presentati sono relativi ad un totale di 2915 soggetti.

Sezione A – Informazioni generali

Il suddetto campione è risultato composto per il 45% da maschi e per il 55% da femmine (Tabella A). La suddivisione tra i due sessi rimane pressoché invariata in riferimento alle quattro ripartizioni geografiche e alle diverse classi di età, tranne per gli anziani dove c'è una maggiore prevalenza delle femmine (61%) rispetto ai maschi (39%). Al Sud e Isole si ha quasi il doppio delle presenze rispetto al Centro ed al Nord-Est, sia per il totale degli individui che per le diverse classi di età. Il 98% dei soggetti è di nazionalità italiana, il restante 2% è formato da persone di varie nazionalità (comunitaria e extracomunitaria, africana, asiatica, statunitense, canadese, sudamericana) oltre che da coloro che hanno preferito non rispondere.

Riguardo allo stato civile (Tabella A1) il 54% dei soggetti intervistati ha dichiarato di essere coniugato, il 29% di essere celibe o nubile (libero), il 4% separato o divorziato, il 9% vedovo. Tra i maschi si ha una più alta percentuale di coniugati (60%) e più bassa di vedovi (2%) in confronto ai rispettivi valori sul totale, mentre tra le femmine la percentuale delle coniugate è inferiore (50%), quella delle vedove è superiore (14%) rispetto ai valori sul totale degli intervistati. Con riferimento alle classi di età, tra gli adulti si ha una più alta percentuale di soggetti coniugati (57%) mentre i vedovi sono più numerosi tra gli anziani (40%).

Il 49% degli intervistati, sia nel totale che nella classe 18-64 anni, ha dichiarato di avere da 1 a 2 figli (Tabelle A2, A.3); il 12% del totale ha 3-4 figli, valore che scende al 9% tra gli adulti (18-64 anni) mentre sale al 26% tra gli anziani (65+ anni). Rispetto alle ripartizioni geografiche, al Nord-Ovest si registra la più alta percentuale di individui con 1-2 figli (52%), al Centro la più bassa percentuale di individui con 3-4 figli (7%).

Le donne in gravidanza (n=18) e in periodo di allattamento (n=10) rappresentano due sub-campioni molto esigui che presentano un'età media di 35 e di 34 anni rispettivamente e sono inserite in nuclei familiari composti da 2 componenti (coppie giovani); le donne in allattamento risultano equamente distribuite fra le varie

ripartizioni geografiche mentre le donne in gravidanza sono maggiormente presenti in nuclei familiari residenti al Nord-Est e al Nord-Ovest.

Sezione B - Istruzione e lavoro

Il livello di istruzione degli individui di 15 anni e oltre che sono inseriti nella presente analisi è stato rilevato registrando l'ultimo titolo di studio conseguito (Tabella B1). Risulta che il 14% ha la licenza elementare, il 24% ha la licenza media inferiore, il 37% un diploma di scuola media superiore, il 14% una laurea magistrale (a cui si aggiunge un 3% di individui con diploma di laurea o laurea triennale), infine il 3% possiede un titolo post laurea. Il livello generale di istruzione del campione è superiore rispetto a quello risultante dai dati ISTAT per la popolazione residente di 15 anni e oltre nell'anno 2006 (ISTAT, 2007), secondo i quali il 9,7% della popolazione ha un diploma universitario, laurea, o dottorato, il 26,9% ha conseguito la maturità, il 31,5% la licenza media e il 26,6% ha la licenza elementare o nessun titolo di studio.

Il 54% del totale dei rispondenti risulta avere un'occupazione lavorativa, il 22% è in pensione, l'11% svolge attività casalinga, il 9% è studente, il 2% dichiara di essere disoccupato. Tra i maschi la percentuale di occupati (65%) è più alta che tra le femmine (45%), mentre i disoccupati non variano nei due sessi rispetto al totale, salgono invece al 4% tra i residenti al Sud e Isole. Solo le donne risultano dedite ad attività casalinghe, precisamente il 20% delle intervistate, percentuale che sale al 33% se si considerano le residenti al Sud e Isole. La percentuale di pensionati è invece più bassa al Sud e Isole (17%) rispetto al Nord-Ovest e Nord-Est (25% e 26% rispettivamente) (Tabella B2).

Considerando i soli individui che hanno un'occupazione lavorativa (1566 in totale) essi hanno dichiarato di appartenere, prevalentemente, alle seguenti classi professionali: professioni intellettuali (18%), professioni esecutive relative all'amministrazione e gestione (18%), professioni intermedie (tecnici, funzionari) (17%), artigiani, operai specializzati e agricoltori (14%), professioni relative alle vendite e ai servizi per le famiglie (13%) (Tabella B4).

Sempre considerando i soli occupati, l'8% lavora nel settore agricolo, il 18% nell'industria e artigianato, il 20% nella pubblica amministrazione, il 17% nel commercio, il 4% nel credito e assicurazioni, il 3% nei trasporti e il 29% in altri

servizi. Tra i maschi la percentuale di coloro che lavorano nell'agricoltura (10%) e nell'industria/artigianato (25%) è più alta che tra le femmine (6% e 9% rispettivamente), mentre tra le femmine è più alta la percentuale di coloro che lavorano nella pubblica amministrazione (28%) rispetto ai maschi (13%) (Tabella B5). Questi risultati sono accostabili, seppure non esattamente comparabili, ai dati ISTAT sull'attività economica degli occupati nell'anno 2006, secondo i quali il 4% lavora nell'agricoltura, il 30% nell'industria e il 66% nel settore terziario (ISTAT, 2007).

Alle sole persone occupate è stato anche chiesto di definire l'attività svolta dal punto di vista della fatica fisica (Tabella B6). Il 40% di esse ha definito mediamente faticosa la propria attività, il 29% sedentaria, il 23% faticosa e solo il 6% l'ha definita molto faticosa. Un'altra informazione utile, come la precedente, alla definizione di un indicatore dello stile di vita è quella relativa al mezzo di trasporto utilizzato abitualmente per svolgere l'attività giornaliera (lavoro, scuola o altro) (Tabella B7). Risulta che il 49% degli individui utilizza un'auto propria, il 14% va a piedi o usa la bicicletta, il 10% usa i mezzi pubblici, ed il 20% si reca in vari modi (ad es.: in parte con l'auto in parte con un mezzo pubblico). Analizzando il dato a livello di ripartizioni geografiche si ha che al Nord-Ovest la percentuale di coloro che usano l'auto propria scende, rispetto al totale campione, al 42% e salgono al 14% e al 19% rispettivamente le percentuali di coloro che usano i mezzi pubblici e vanno a piedi/in bicicletta. Al contrario, al Nord-Est aumenta la percentuale di coloro che usano l'auto (54%) e si riduce sia l'uso dei mezzi pubblici che l'andare a piedi/in bicicletta. Analizzando il dato per sesso, tra i maschi si evidenzia un più diffuso uso dell'automobile (59%), rispetto al totale campione, in particolare per i maschi del Nord-Est (68%) mentre per le femmine tale percentuale scende a favore dell'uso del trasporto pubblico o dell'andare a piedi, e ciò accade in modo più evidente al Nord-Ovest.

Sezione C - Abitudini in generale

In questa sezione del questionario si trovano domande relative all'abitudine al fumo e al consumo di alcol, informazioni ritenute di notevole importanza al fine di tracciare un quadro dello stile di vita e dello stato di salute degli individui. Da quanto rilevato emerge che il 22% degli intervistati dichiara di essere un fumatore,

il 75% un non fumatore (Tabella C1). La percentuale di fumatori è più alta tra i maschi (27%) rispetto alle femmine (18%), risulta inoltre più alta tra gli adulti (25%) rispetto agli adolescenti e agli anziani (10% e 11%). Questi risultati confermano quanto rilevato dall'ISTAT poiché, nel 2006, sulla popolazione di 14 anni e oltre i fumatori sono il 22,7%, il 28,8% degli uomini e il 17% delle donne (ISTAT, 2006). La domanda "A che età ha iniziato a fumare?" presenta un'alta percentuale di risposte mancanti (72%), tuttavia tra coloro che hanno fornito risposta l'età prevalentemente indicata è tra i 15 e i 19 anni (Tabella C2). La grande maggioranza dei fumatori fuma sigarette (97%), solo il 2% fuma sigari e si tratta di un'abitudine che riguarda i soggetti di sesso maschile, prevalentemente anziani (Tabella C3.1). Riguardo alla quantità giornaliera di sigarette o sigari, il 54% del totale dei fumatori fuma fino a 10 volte al giorno, essi sono il 48% dei maschi e il 60% delle femmine; il 40% del totale fuma da 10 a 20 volte al giorno, percentuale più alta tra i maschi (44%) che tra le femmine (35%). Gli adolescenti risultano essere coloro che fumano di meno in quanto prevale l'abitudine di fumare fino a 10 sigarette al giorno (78%). Infine, il 5% del totale fuma abitualmente da 20 a 30 volte al giorno (Tabella C3.2). I non fumatori che dichiarano di aver fumato in passato (ex fumatori) ammontano al 18%, salgono al 28% tra i maschi, sono ancora più numerosi tra gli anziani di sesso maschile (49%), mentre scendono all'11% tra le femmine (Tabella C4). Il 62% degli ex fumatori ha fumato per più di 10 anni, percentuale che aumenta tra i soggetti anziani; il 21% ha fumato per un periodo dai 5 ai 10 anni ed il 14% da 1 a 5 anni (Tabella C6).

Il 50% degli intervistati dichiara di consumare bevande alcoliche (Tabella C7). La percentuale dei consumatori abituali di alcol è maggiore al Nord-Est (59%) rispetto alle altre aree, più alta tra i maschi (63%) che tra le femmine (39%), inoltre risulta più alta nella fascia di età 18-64 anni, sia nei maschi che nelle femmine, mentre è pari al 10% degli adolescenti. Il 40% dei consumatori di alcol dichiara di berne qualche bicchiere a settimana, il 32% ne consuma giornalmente uno o due bicchieri ed infine solo il 4% dichiara di consumarne 3 o più bicchieri al giorno (Tabella C8). L'età in cui si è iniziato a bere alcol è prevalentemente tra i 18 e i 29 anni (62%), il 31% ha iniziato durante l'adolescenza e solo l'1% prima degli 11 anni (Tabella C9).

Sezione D – Attività ed interessi

Questa sezione contiene domande sulla quantità di tempo libero dedicato sia alle attività fisiche che a quelle sedentarie e sullo stile di vita in generale.

Il 74% dei soggetti intervistati dichiara di avere del tempo libero durante la giornata, percentuale che cresce all'80% al Nord-Est. Come era d'aspettarsi, tale caratteristica riguarda la quasi totalità degli adolescenti e degli anziani, in misura minore gli adulti (Tabella D1).

La maggioranza degli intervistati dichiara di non praticare alcuna attività sportiva organizzata (63%) - come frequentare la palestra, la piscina o giocare a tennis (Tabella D2) -, il 15% la pratica per meno di due ore settimanali, un altro 15% da due a quattro ore ed infine il 6% la pratica per più di quattro ore settimanali. Tra gli adolescenti prevale invece la percentuale di coloro che fanno attività sportiva organizzata e salgono al 19% coloro che vi dedicano più di quattro ore settimanali. Riguardo l'attività sportiva agonistica, essa viene praticata solo dal 4% del totale degli intervistati, dal 7% dei maschi e dal 2% delle femmine, mentre la pratica il 17% degli adolescenti, in particolare quelli residenti al Nord (Tabella D3).

Riguardo l'attività motoria leggera, come camminare, salire le scale a piedi o fare i lavori di casa, il 50% dei soggetti dichiara di praticarla per meno di due ore settimanali e tale percentuale è più alta tra i maschi (56%) e tra gli adolescenti (63%), più bassa tra le femmine (44%) e tra gli anziani (42%); il 24% la pratica da due a quattro ore settimanali, percentuale che sale tra le femmine (31%) e gli anziani (32%) mentre scende tra i maschi (16%) e tra gli adolescenti (17%); il 14% del totale pratica un'attività motoria leggera per più di quattro ore a settimana, tale percentuale aumenta al 17% tra le femmine, mentre scende all'11% tra i maschi e all'8% tra gli adolescenti (Tabella D4).

Gli intervistati hanno risposto anche sul tempo dedicato alle attività sedentarie - come guardare la TV, leggere, giocare a carte, giocare con i video games, usare il computer - ed è emerso che il 70% vi dedica meno di 4 ore al giorno, il 20% 4-6 ore ed il 4% 6-8 ore (Tabella D5).

Volendo fare un raffronto con dati analoghi sulla pratica sportiva per il 2006 pubblicati dall'ISTAT (ISTAT, 2006), ma riferiti alla popolazione con più di 3 anni, si riporta che: il 20,5% dichiara di praticare uno o più sport con continuità, il 10,3% lo pratica in modo saltuario; i sedentari, cioè coloro che non svolgono alcuna

attività fisica o sport, ammontano al 41,1%, al 45,6% delle donne e al 36% degli uomini; chi pratica sport in modo continuativo sono soprattutto i giovani tra 6 e 17 anni; infine, la popolazione residente al Nord pratica sport con continuità (24%) maggiormente che al Sud (15,4%).

Il 76% degli intervistati si dichiara abbastanza soddisfatto del proprio stile di vita, il 14% si dichiara molto soddisfatto e il dato sale al 23% tra i residenti al Nord-Est, mentre il 10% si dichiara non soddisfatto (Tabella D6). Il 23% definisce “poco tranquillo” il proprio stile di vita e tale percentuale è più alta al Nord-Ovest (33%) mentre si riduce tra gli adolescenti (8%) e tra gli anziani (11%); il 66% lo definisce “tranquillo” e in particolare tale opinione è espressa dalla grande maggioranza degli adolescenti (84%); infine il 10% del totale campione definisce “molto tranquillo” il proprio stile di vita, in particolare questa opinione viene espressa con più alta frequenza tra gli anziani residenti al Nord-Est (Tabella D7).

Per quanto riguarda invece l'attività lavorativa o lo studio, il 20% vi dedica fino a 2 ore al giorno, il 14% da 3 a 5 ore, il 45% da 6 a 8 ore, percentuale che è più alta per gli adolescenti (63%) e per gli adulti (52%) mentre è prevedibilmente più bassa tra gli anziani (15%); infine il 17% dei rispondenti dedica all'attività lavorativa (o allo studio) da 9 a 10 ore al giorno (Tabella D8).

Sezione E - Stile alimentare

Le informazioni raccolte in questa sezione riguardano abitudini generali relative al consumo dei pasti e di bevande, sia in casa che fuori casa.

Quasi tutti (96%) dichiarano di consumare solitamente la prima colazione, abitudine che risulta lievemente meno diffusa tra gli adolescenti in quanto il 9% dichiara di non consumarla (Tabella E1.1). Il pranzo e la cena sono consumati abitualmente dalla quasi totalità degli intervistati, solo l'1% dichiara di non pranzare e si tratta essenzialmente di persone tra 18 e 64 anni (Tabella E1.3 e Tabella E1.5).

Il 25% dei soggetti intervistati ha l'abitudine di consumare la prima colazione davanti alla TV tutti i giorni o quasi, abitudine più diffusa tra i residenti al Sud e Isole (45%), mentre è meno diffusa al Nord-Est (Tabella E2.1). Il pranzo viene consumato giornalmente davanti alla TV dal 50% dei soggetti, dato che aumenta sensibilmente se si considera il sottocampione degli anziani (65%) e quello dei

residenti nel Sud e Isole (75%) (Tabella E2.2). L'abitudine di consumare la cena giornalmente mentre si guarda la TV riguarda il 67% degli intervistati, è più diffusa tra gli anziani (72%) e tra i residenti nel Sud e Isole (84%), mentre è meno diffusa tra i residenti nel Nord-Est (50%) (Tabella E2.4).

Secondo i dati ISTAT riferiti al 2006, consumare il pranzo tra le mura domestiche risulta ancora un'abitudine molto diffusa che riguarda il 74,8% della popolazione di 3 anni e oltre, l'84,9% dei residenti nel Mezzogiorno ed il 68,1% dei residenti al Nord (ISTAT, 2006). Nel questionario dell'indagine INRAN-SCAI 2005-2006 la formulazione delle domande sul luogo di consumo dei pasti non permette di fare un confronto diretto con i dati ISTAT, tuttavia le prevalenze indicano che la maggioranza del campione non consuma fuori casa i pasti in generale. Dal campione oggetto di studio emerge che l'84% non consuma mai i pasti alla mensa oppure lo fa solo raramente, solo l'8% la frequenta spesso; in particolare il 95% degli anziani non vi si reca mai (Tabella E4.1). Il consumo dei pasti al bar/tavola calda non si verifica mai o comunque raramente per il 70% dei soggetti, il 20% vi consuma i pasti qualche volta (il dato sale al 38% se si considerano i soli adolescenti) e solo l'8% lo frequenta spesso (Tabella E4.2). Il 49% si reca qualche volta al ristorante, tale abitudine è più diffusa tra gli adulti rispetto alle altre classi di età, in particolare tra quelli residenti al Nord-Est e al Centro dove il 63% e 62% rispettivamente frequenta il ristorante occasionalmente; il 35% vi si reca raramente e solo il 6% spesso (Tabella E4.3). Consumare i pasti al fast food è un'abitudine più diffusa tra gli adolescenti poiché risulta che il 34% di essi vi si reca qualche volta e il 7% spesso; in generale, l'87% del campione non consuma mai i pasti al fast food oppure lo fa solo raramente (Tabella E4.4). Infine, riguardo il consumo dei pasti in casa di amici, per il 54% si verifica qualche volta ma la percentuale scende al 38% tra gli anziani; per l'8% si verifica spesso mentre per il 37% succede raramente oppure mai (Tabella E4.5).

Il quadro delle abitudini legate al consumo dei pasti viene completato esaminando le abitudini di consumo delle bevande alcoliche. Risulta che il vino viene consumato quasi esclusivamente durante i pasti, sia a casa (56%) che fuori casa (47%), abitudine più diffusa tra i maschi che tra le femmine, e più tra gli adulti e gli anziani rispetto agli adolescenti in quanto l'89% di questi non consuma mai vino (Tabella E5.1). Anche la birra viene consumata maggiormente durante i pasti, sia a

casa (30%) che fuori casa (29%), in entrambi i casi in maggior misura tra gli adulti che tra gli adolescenti e gli anziani, e più tra i maschi che tra le femmine (Tabella E5.2). Il consumo dei super alcolici è ridotto a occasioni al di fuori dei pasti, sia in casa (8%) che fuori casa (13%) (Tabella E5.4). Infine, gli intervistati dichiarano di consumare anche i liquori prevalentemente al di fuori dei pasti, sia a casa (12%) che fuori casa (14%) (Tabella E5.5).

Sezione F - Alimentazione e salute

Di seguito sono riassunte le risposte ad alcune domande generali circa la conoscenza della relazione tra alimentazione e salute, lo stile alimentare, il seguire una dieta, l'assunzione di farmaci, il consumo di integratori alimentari e di alimenti fortificati. Il 44% giudica sufficiente la propria conoscenza riguardo la relazione tra alimentazione e salute, il 29% la ritiene buona; tale conoscenza è più scarsa tra gli anziani e, soprattutto, tra i più giovani (Tabella F1). L'85% dichiara di aver ricevuto almeno una volta delle informazioni sul tema alimentazione e salute, in particolare questa percentuale è del 90% tra i residenti del Nord-Est (Tabella F2).

Tra le fonti di provenienza delle informazioni, i programmi radio/TV sono stati indicati dal 66% dei rispondenti, il medico dal 61%, i libri specializzati sul tema dal 38%, parenti o amici dal 33%, come si legge nel Grafico F3 di seguito riportato.

Il 92% del campione totale definisce mediterraneo/tradizionale il proprio stile alimentare, soltanto l'1% si dichiara vegetariano/vegetaliano/vegano (Tabella F4). 464 soggetti dichiarano di aver seguito una dieta nell'arco dell'anno precedente all'indagine, corrispondenti al 16% del campione totale; questa percentuale è più alta tra le femmine (20%) che tra i maschi (11%). Il 20% ha seguito la dieta per 1-3 settimane, il 34% per 1-4 mesi ed il 42% per più di 4 mesi (Tabella F5.F6).

Tra i motivi per cui si segue una dieta quello più indicato è "perdere peso" (67% dei rispondenti) seguito da "problemi di salute" (31%) e da "mantenere un buono stato di salute" (20%). Tutte le risposte sono riassunte nel Grafico F7.

Grafico F3 – Sintesi delle risposte degli individui alla domanda "Da quale fonte ha ricevuto informazioni sul tema alimentazione e salute?" (*valori percentuali, ogni intervistato poteva indicare più di una fonte*)

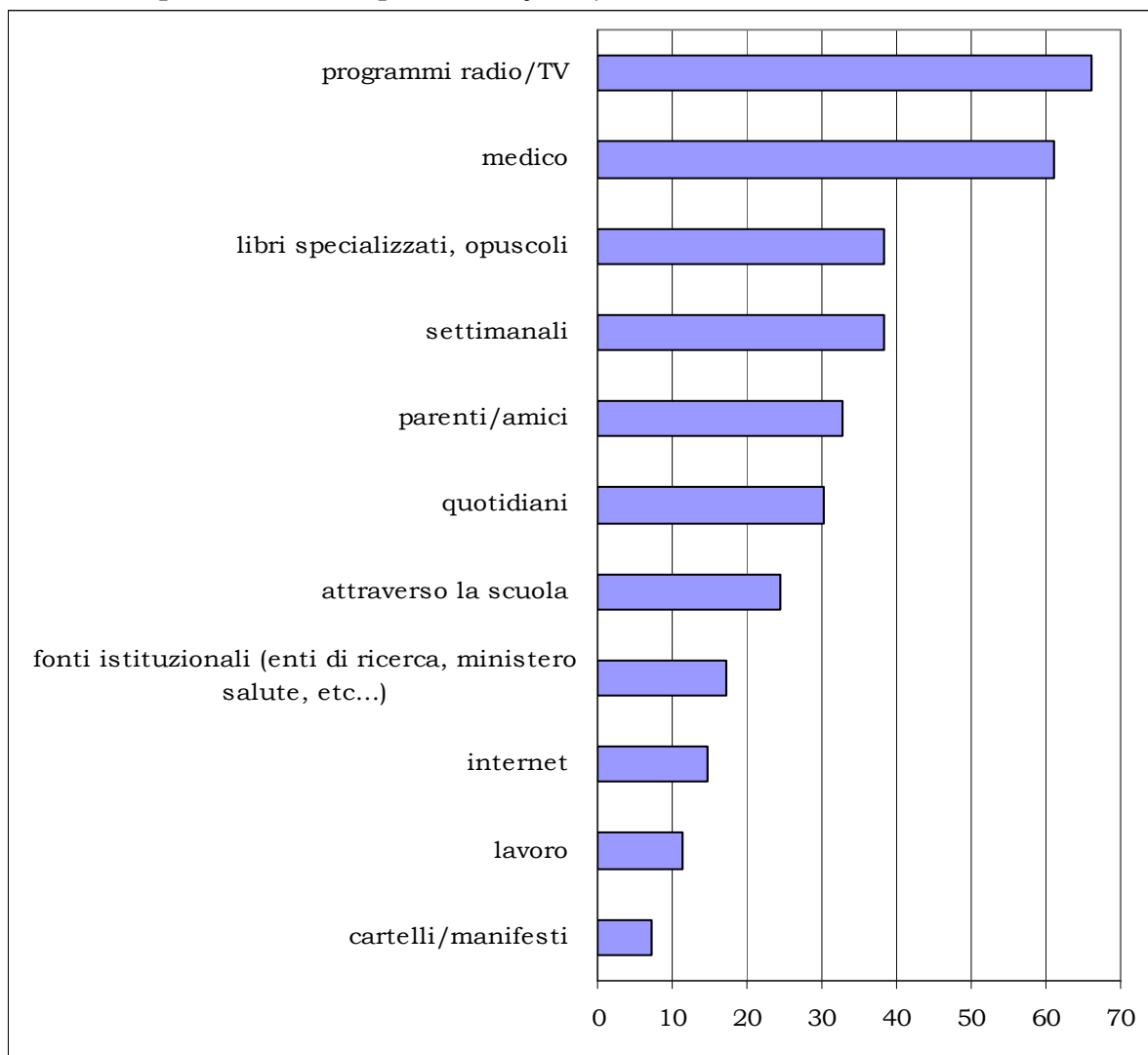
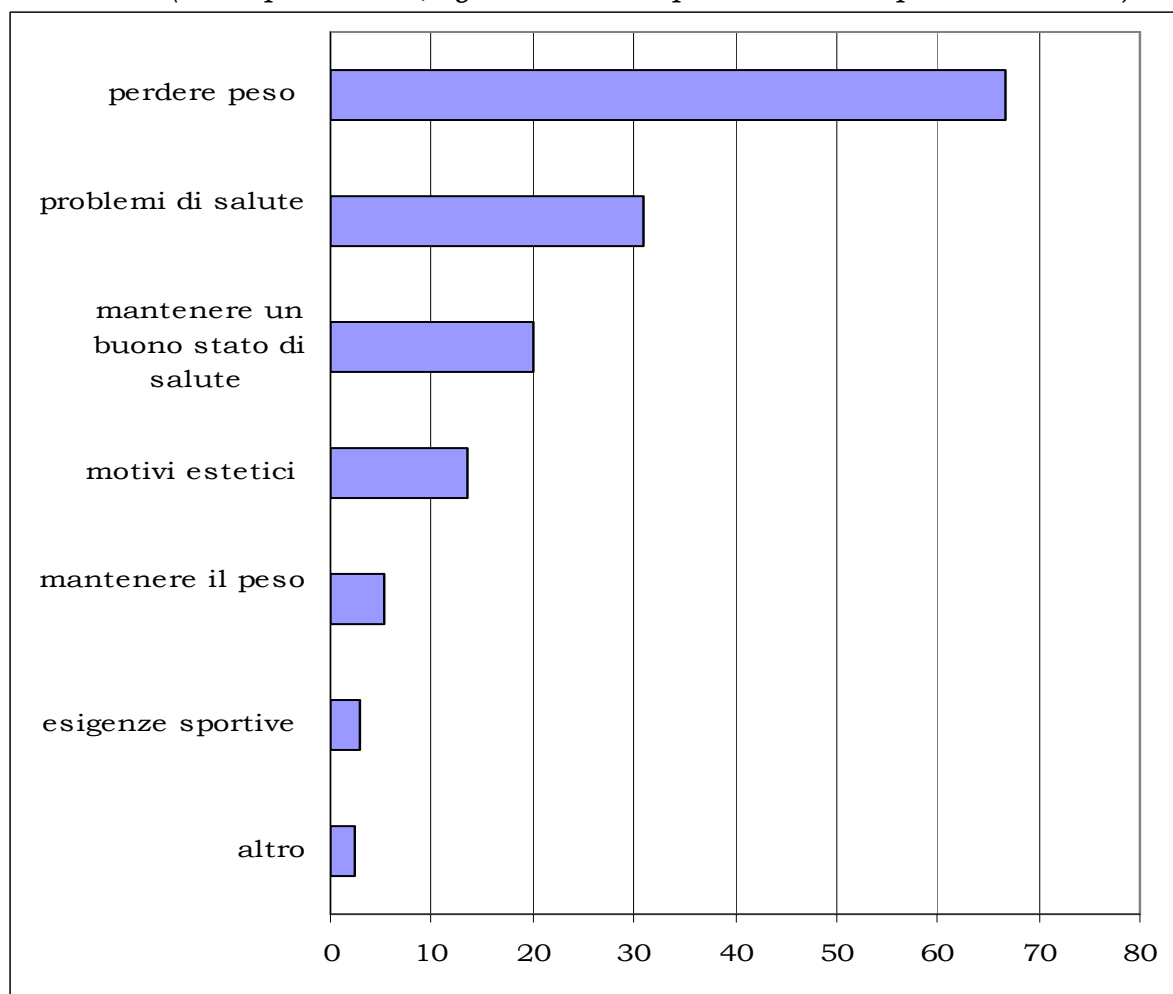


Grafico F7 – Risposte degli individui alla domanda "Per quale motivo ha seguito una dieta?" (valori percentuali, ogni intervistato poteva indicare più di un motivo)



Per il 41% dei soggetti la dieta è stata consigliata da uno specialista, per il 21% da un medico generico e nel 30% dei casi non è stata consigliata da nessuno, percentuale che sale al 64% tra gli adolescenti (Tabella F8); tra gli anziani salgono i casi in cui la dieta viene prescritta dallo specialista (56%) o dal medico generico (35%). L'abitudine ad assumere farmaci riguarda il 39% del totale, il 65% degli anziani ed il 17% degli adolescenti, è inoltre più diffusa tra i residenti al Nord-Ovest, rispetto alle altre aree, e riguarda il 55% dei casi (Tabella F9). Chi assume farmaci sceglie per lo più quelli tradizionali (89%) rispetto a quelli omeopatici (3%) (Tabella F10). L'abitudine di assumere integratori alimentari è poco diffusa in quanto l'82% dichiara di non assumerli mentre il 12% li assume qualche volta (Tabella F12). Rispetto agli integratori, più diffusa è l'abitudine ad assumere

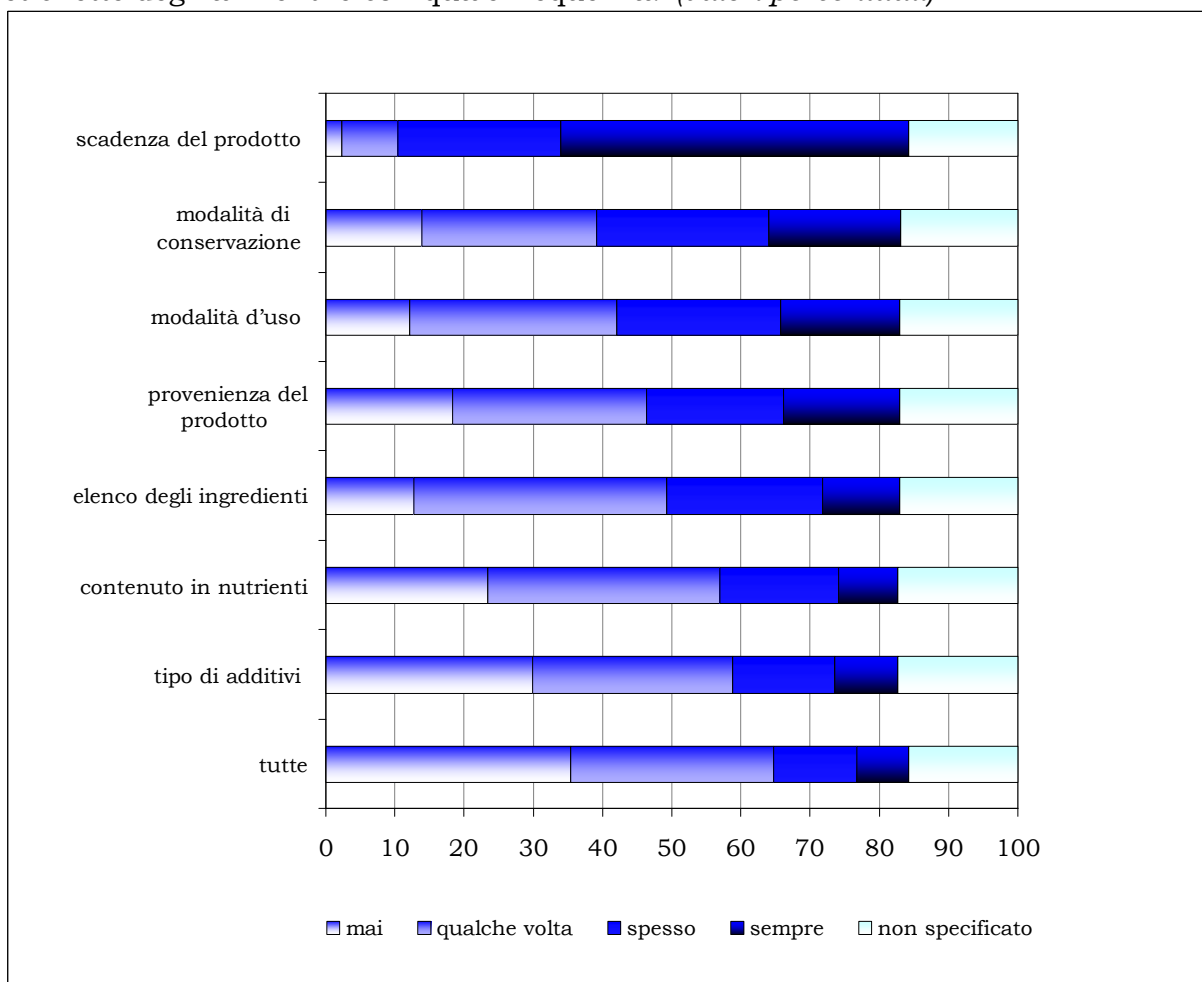
alimenti fortificati poiché risulta che il 37% li assume qualche volta, il 7% dichiara di assumerli spesso, infine il 53% non li assume (Tabella F14).

Sezione G - Preferenze, opinioni, atteggiamenti

L'ultima sezione del questionario ha l'obiettivo di rilevare l'interesse dei rispondenti nel ricevere le informazioni in campo nutrizionale, come quelle riportate sulle etichette dei prodotti alimentari. Sono inoltre rilevati gli atteggiamenti rispetto a varie situazioni riguardanti il mangiare e il cucinare.

Riguardo alle etichette dei prodotti alimentari, il 43% dei soggetti dichiara di leggerle spesso o sempre, abitudine più diffusa tra le femmine (55%) che tra i maschi (28%), mentre la più bassa percentuale si riscontra tra gli adolescenti con solo l'11%; il 40% del totale legge le etichette qualche volta mentre l'11% non le legge mai (Tabella G1).

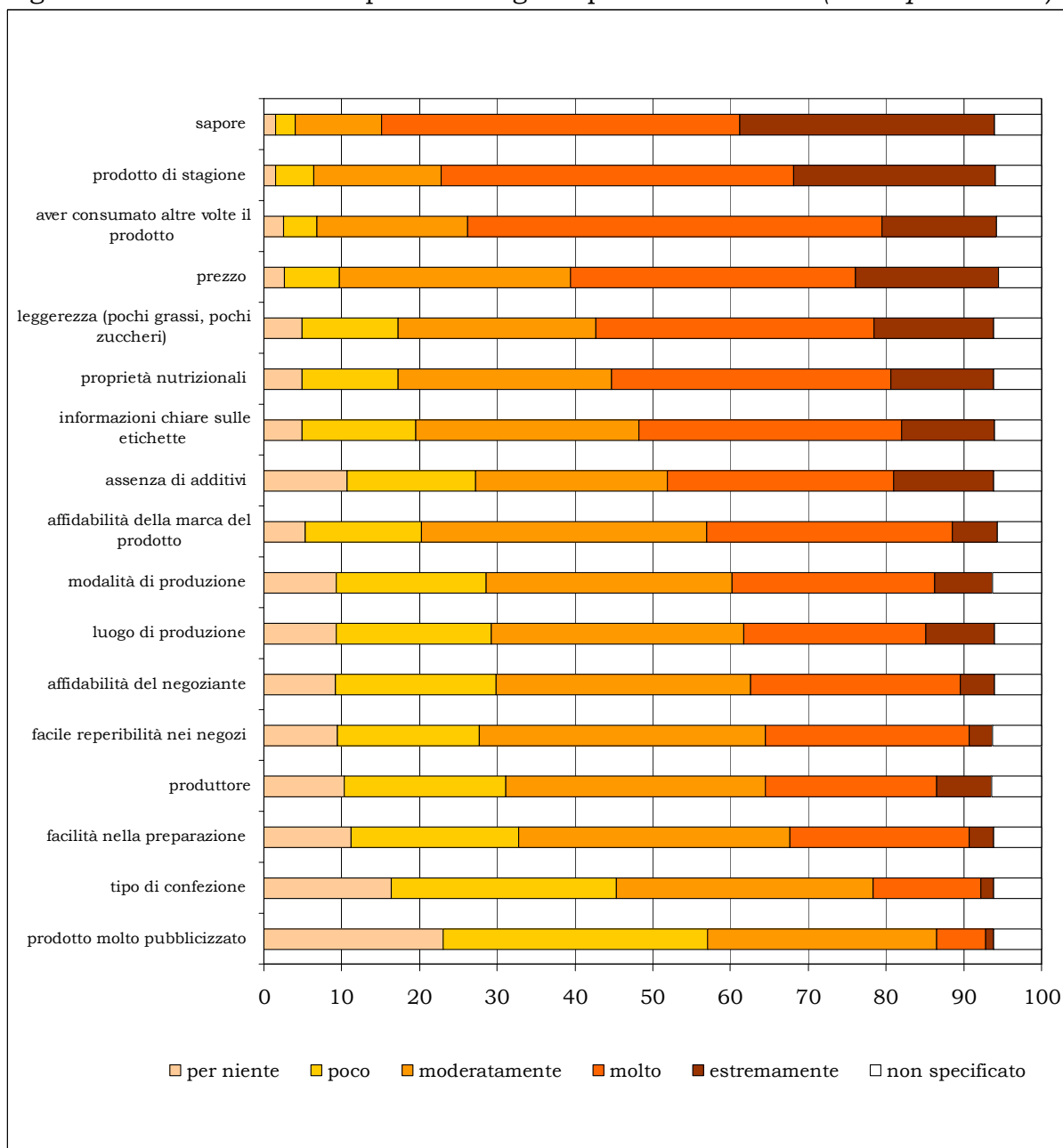
Le informazioni che vengono lette più frequentemente (spesso o sempre) sono riassunte, per il totale del campione, nel Grafico G2 (per ulteriori dettagli delle risposte si possono consultare le tabelle dalla G2.1 alla G2.8 nell'Appendice C1). Esse sono, nell'ordine, la scadenza del prodotto (74%), le modalità di conservazione (44%), le modalità d'uso (41%), la provenienza del prodotto (37%), l'elenco degli ingredienti (34%), il contenuto in nutrienti (26%), il tipo di additivi presenti (24%), tutte le informazioni riportate (23%).

Grafico G2 – Risposte degli individui alla domanda “Quali informazioni legge sulle etichette degli alimenti e con quale frequenza? (valori percentuali)

Agli intervistati è stato inoltre chiesto quanto fossero importanti una serie di caratteristiche del prodotto alimentare nel deciderne l'acquisto. Le risposte, per il totale campione, sono sintetizzate nel Grafico G3, mentre per un maggiore dettaglio si possono consultare le tabelle dalla G3.1 alla G3.17 nell'Appendice C1. Risultano molto o estremamente importanti le seguenti caratteristiche, nell'ordine: il sapore (secondo il 79% dei rispondenti), la stagionalità (71%), l'aver già consumato altre volte il prodotto (68%), il prezzo (55%), la leggerezza intesa come basso contenuto di grassi o zuccheri (51%), le proprietà nutrizionali (49%), la chiarezza delle informazioni riportate sulle etichette (46%), l'assenza di additivi (42%), l'affidabilità della marca (37%), la modalità di produzione (34%), il luogo di produzione (32%), l'affidabilità del negoziante (31%), la facile reperibilità nei negozi (29%), il produttore

(29%), la facilità nella preparazione (26%), il tipo di confezione (16%) e, infine, il fatto di essere un prodotto molto pubblicizzato (7%).

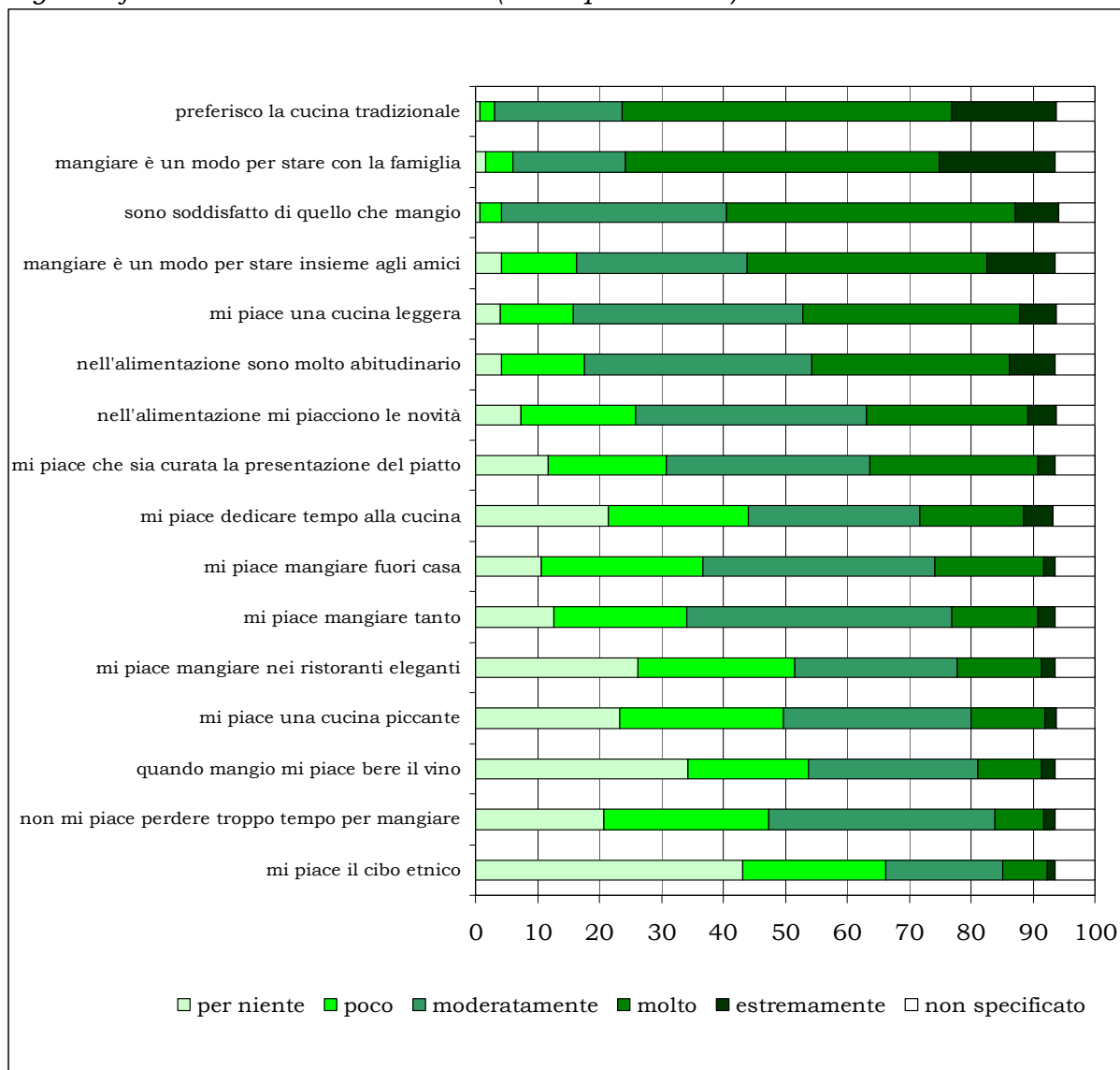
Grafico G3 – Risposte degli individui alla domanda "In quale misura ciascuna delle seguenti caratteristiche è importante negli acquisti alimentari?" (*valori percentuali*)



A ciascun intervistato sono state sottoposte una serie di frasi o affermazioni che hanno a che vedere con il mangiare, il cucinare e con l'alimentazione in generale, chiedendogli in che misura ciascuna di esse si adattasse al proprio caso. I risultati

si possono leggere nel Grafico G4 (per un maggior dettaglio si vedano le tabelle dalla G4.1 alla G4.16 in Appendice C1). Le affermazioni che risultano rappresentare l'opinione di oltre il 50% dei rispondenti (dato ottenuto sommando le risposte "molto" e "estremamente") sono: "Preferisco la cucina tradizionale" (70%), "Mangiare è un modo per stare con la famiglia" (69%), "Sono soddisfatto di quello che mangio" (53%), "Mangiare è un modo per stare insieme agli amici" (50%). Al contrario, le frasi che meno si adattano ai rispondenti risultano essere: "Mi piace il cibo etnico", "Quando mangio mi piace bere il vino" e "Mi piace mangiare nei ristoranti eleganti".

Grafico G4 – Risposte degli individui alla domanda "In quale misura ciascuna delle seguenti frasi si adatta al suo caso?" (valori percentuali)



Per concludere, il 49% ritiene che le informazioni che riceve in campo nutrizionale siano affidabili, mentre il 19% pensa che non lo siano e il 26% non sa esprimere alcun giudizio in proposito (Tabella G5.1). Il 70% si dice comunque interessato a ricevere tali informazioni (Tabella G5.2). Il 61% dei soggetti non ritiene difficili da capire le informazioni che riceve in campo nutrizionale, il 18% ritiene invece che lo siano mentre il 14% non sa rispondere (Tabella G5.3), il 66% conosce in che modo ottenere tali informazioni (Tabella G5.4), e, infine, il 61% sostiene di avere del tempo da dedicare per informarsi (Tabella G5.5).

2. IL QUESTIONARIO INDIVIDUALE (individui da 3 a 14 anni)

Ai bambini dai 3 anni ai 14 anni è stato somministrato un questionario individuale appositamente formulato e più breve rispetto al questionario somministrato agli adulti. Come per quest'ultimo, alcuni dei 351 bambini tra 3 e 14 anni facenti parte del campione non hanno compilato il questionario, per cui i risultati qui presentati sono relativi ad un sottocampione costituito da un totale di 345 bambini.

2.1. Le caratteristiche socio-demografiche

Il sottocampione dei bambini è composto per il 46% da maschi e per il 54% da femmine (Tabella 2). Nella classe di età 10-14 anni c'è una maggiore preponderanza delle femmine (57%) rispetto alla classe 3-9 anni dove esse sono il 51%. C'è una maggiore rappresentanza del Sud e Isole rispetto alle altre aree geografiche, più del doppio delle presenze rispetto al Centro ed al Nord-Est, sia per il totale degli individui che per le due classi di età. Il 96% dei soggetti è di nazionalità italiana, nel restante 4% si trovano bambini di nazionalità non specificata e un bambino italo-canadese. Il 18% dei bambini frequenta la scuola materna, il 44% la scuola elementare, il 29% la scuola media inferiore, il 9% la scuola media superiore (Tabella 2.1). Il 51% si reca a scuola, abitualmente, accompagnato con l'auto dei genitori, il 32% vi si reca a piedi, il 13% utilizza l'autobus o il treno; c'è comunque un 16% di soggetti che ha indicato di recarsi a scuola in vari modi (in auto e poi in treno, a piedi e in treno, etc.).

2.2. Attività fisica e stile di vita

Ai bambini intervistati è stato chiesto con che frequenza praticassero attività sportiva organizzata come tennis, palestra, nuoto, calcio, etc. Risulta che il 24% di essi non pratica alcuna attività sportiva, il 4% la pratica fino a una volta al mese, coloro che la praticano da una a tre volte alla settimana costituiscono il 64% (60% tra i maschi e il 75% tra le femmine) e tale percentuale scende al 55% al Sud e Isole mentre sale al 75% al Nord-Est, infine si ha un 4% di soggetti che pratica attività sportiva dai quattro ai cinque giorni a settimana (Tabella 2.3). Per quanto riguarda il tempo dedicato all'attività sportiva organizzata in ciascuna occasione, si ha che il 6% la pratica per meno di 30 minuti, il 40% da 30 minuti a un'ora, il 26% da una a due ore, il 4% per più di due ore (Tabella 2.4). Il 14% dei bambini dichiara di praticare attività sportiva a livello agonistico, il 20% tra i soli residenti al Nord-Est, l'11% tra i residenti al Centro (Tabella 2.5). Riguardo al tempo dedicato ai giochi e altre attività all'aria aperta, si ha che il 34% vi dedica meno di due ore settimanali (tale percentuale sale al 49% tra i bambini residenti al Sud e Isole mentre è di circa il 20% sia al Nord-Est che al Nord-Ovest), il 42% tra due e sei ore, il 21% più di sei ore settimanali e anche in questo caso la percentuale è più alta al Nord (33%) e più bassa al Sud e Isole (9%) (Tabella 2.9). Riguardo alle ore di attività sedentaria trascorse guardando la TV si ha che il 45% la guarda per 1-2 ore al giorno, un altro 46% la guarda per 3-5 ore. Queste due percentuali mostrano differenze tra le ripartizioni geografiche in quanto sia al Nord-Ovest che al Centro la percentuale di coloro che guardano la TV per 1-2 ore al giorno è più alta, mentre al contrario, al Nord-Est e al Sud e Isole è più alta la percentuale di coloro che la guardano per 3-5 ore (Tabella 2.8). Riguardo l'abitudine di consumare alimenti fortificati, il 52% dei bambini li usa qualche volta, il 15% spesso e solo il 3% dichiara di usarli sempre, mentre il 27% non ne fa mai uso (Tabella 2.10). Un'altra informazione utile al fine di stabilire il grado di sedentarietà dei bambini è data dall'abitudine a consumare i pasti e gli spuntini davanti alla TV. Nel campione esaminato risulta che la colazione viene consumata davanti alla TV tutti i giorni o quasi tutti i giorni nel 35% dei casi, solo dal 4% dei residenti al Nord-Est e dal 55% dei residenti al Sud e Isole; il 53% dichiara di non fare mai o quasi mai colazione davanti alla TV (valore che sale all'92% tra i soli residenti al Nord-Est) e solo l'8% qualche volta (Tabella 2.11.1). Consuma il pranzo davanti alla TV tutti i giorni o quasi il 44% dei bambini, il 73%

dei soggetti residenti al Sud e Isole e solo il 16% dei soggetti residenti al Nord-Est; il 40% del totale dei bambini non consuma mai o quasi mai il pranzo davanti alla TV, e tale percentuale è molto più elevata al Nord-Est (71%), mentre è bassa al Sud e Isole (12%) (Tabella 2.11.2). L'abitudine a consumare quotidianamente o quasi la merenda mentre si guarda la televisione appartiene al 33% dei bambini, il 29% lo fa qualche volta e il 36% mai o quasi mai, quest'ultimo dato differisce notevolmente tra Nord-Ovest (51%) e Sud e Isole (25%) (Tabella 2.11.3). La cena risulta il pasto che viene consumato più spesso davanti alla TV, con il 61% dei casi che lo fa tutti i giorni o quasi (anche in questo caso l'abitudine è meno diffusa al Nord-Est (31%) e più diffusa al Sud e Isole (78%) (Tabella 2.11.4).

È invece molto limitata l'abitudine a consumare giornalmente gli altri spuntini davanti al televisore (7%) (Tabella 2.12).

3. IL QUESTIONARIO SULLE ABITUDINI ALIMENTARI DELLA FAMIGLIA

La metodologia di campionamento delle famiglie coinvolte nell'indagine INRAN-SCAI 2005-2006 è descritta nella parte A1 della monografia (pp. 3-9). Il disegno campionario comprendeva un numero minimo di 1300 famiglie, stratificate per ripartizione territoriale, per grandezza del comune di appartenenza e per numero di componenti il nucleo familiare. Delle 1323 famiglie effettivamente analizzate, 1257 hanno compilato il questionario familiare e risultano così ripartite:

	numero di famiglie	%
Area geografica		
Nord-Ovest	367	29,2
Nord-Est	241	19,2
Centro	238	18,9
Sud e Isole	411	32,7
Dimensione del comune di appartenenza		
meno di 50.000 famiglie	921	73,3
almeno 50.000 famiglie	336	26,7
Numero di componenti il nucleo familiare		
1 componente	307	24,4
2 componenti	360	28,6
3 componenti	275	21,9
4 o più componenti	315	25,1
TOTALE FAMIGLIE	1257	100

Al Centro sono state rilevate, in proporzione, un numero inferiore di famiglie da comuni piccoli (62%) a favore di quelle residenti in comuni con 50.000 abitanti o più che salgono al 38%; al Sud e Isole è invece più alta la frazione di famiglie da comuni con meno di 50.000 abitanti (79%). Per quanto riguarda la ripartizione delle famiglie per numero di componenti, al Nord-Ovest si registra la frazione più alta di famiglie monocomponente (29%) incluse nell'indagine, al Sud e Isole la più bassa (19%), mentre la frazione di famiglie di 4 o più componenti è più alta al Sud e Isole (35%) e più bassa al Nord-Ovest (18%).

Il questionario, si ricorda, è stato somministrato al componente della famiglia che decide gli acquisti alimentari che può aver risposto da solo o insieme ad un'altra persona che collabora alla spesa.

Le domande riguardano le attività della famiglia relative all'alimentazione, principalmente le abitudini di acquisto degli alimenti e di preparazione dei pasti e sono suddivise in tre sezioni: acquisti, organizzazione, cambiamenti.

Sezione A - Acquisti

La sezione si apre con le informazioni preliminari su chi si occupa abitualmente degli acquisti alimentari. In più della metà delle famiglie che hanno compilato il questionario (54%) è una sola persona ad occuparsi degli acquisti alimentari mentre nel 46% dei casi sono almeno in due ad occuparsi della spesa (Tabella A1). Considerando la distribuzione di quest'ultimo gruppo di famiglie, osserviamo che il 48% dei collaboratori è rappresentato dal coniuge/convivente della persona di riferimento, il 23% dalla persona di riferimento della famiglia, 16% da un figlio/figlia della persona di riferimento e, infine il 4% da un genitore della persona di riferimento (Tabella A2). Si può osservare che nei nuclei di 4 o più componenti la presenza di una seconda persona che si occupa degli acquisti sale al 57%. Da segnalare un 15% di famiglie monocomponente che dichiara di avere qualcun altro che si occupa della spesa alimentare; si tratta in grande maggioranza di anziani ultrasessantenni, in particolare di donne vedove, che ricevono supporto da figli e nipoti. Nella maggior parte dei casi (64%) la persona che collabora lo fa su indicazione del responsabile degli acquisti (Tabella A3).

Nel seguito di questa sezione il questionario raccoglie informazioni sull'acquisto di alcuni alimenti di particolare rilevanza riguardo agli effetti positivi sullo stato di

salute, come gli alimenti provenienti da agricoltura biologica, gli alimenti fortificati, gli alimenti probiotici, o quelli tipici a marchio DOP/IGP/DOC.

Il 12% delle famiglie acquista spesso prodotti da agricoltura biologica, il 56% li acquista qualche volta mentre il 31% non li acquista mai (Tabella A4). Il 31% acquista spesso o sempre sale iodato, il 30% qualche volta mentre il 38% non lo acquista, e tale percentuale è più elevata per le famiglie del Nord-Ovest (53%) e per quelle monocomponente (51%) (Tabella A5).

Solo il 5% delle famiglie acquista caramelle contenenti vitamina C mentre il 39% le acquista qualche volta. L'acquisto di succhi di frutta multivitaminici è più frequente nei nuclei familiari più numerosi, infatti li acquista spesso o sempre il 28% di quelli di quattro e più componenti, contro il 18% del totale famiglie, e il 9% dei nuclei di un solo componente. I cereali da prima colazione sono acquistati frequentemente (spesso o sempre) dal 17% delle famiglie ma solo dal 5% di quelle di un solo componente, e rientrano in questo gruppo sia anziani vedovi che adulti non coniugati. Latte e yogurt fortificati sono acquistati spesso o sempre dal 25% del campione, tale percentuale scende al 12% tra le famiglie residenti al Nord-Est, mentre cresce al 33% tra i nuclei familiari formati da tre componenti. Solo il 3% delle famiglie acquista spesso o sempre alimenti per l'infanzia fortificati, si tratta per la maggioranza di famiglie con bambini al di sotto dei tre anni, ma sono presenti anche famiglie con bambini più grandi (Tabelle A6.1 – A6.6).

L'acquisto abituale (spesso o sempre) di prodotti tipici a marchio DOP/IGP/DOC riguarda il 33% del totale e cresce fino al 45% tra le famiglie residenti al Nord-Est. I prodotti tipici senza marchio sono acquistati abitualmente dal 22% delle famiglie (Tabella A7.1 e Tabella A7.2).

Il 36% delle famiglie dichiara di acquistare alimenti probiotici, prebiotici o simbiotici, tale percentuale sale al 48% tra quelle residenti al Nord-Ovest, si riduce al 29% per quelle del Sud e Isole, e risulta ancora più bassa (23%) per le famiglie con un solo componente (Tabella A8). Alla domanda "Acquisterebbe alimenti contenenti OGM?" ha risposto in modo affermativo solo il 9% delle famiglie (Tabella A10). I responsabili degli acquisti alimentari hanno inoltre dichiarato quanto la spesa alimentare incide sul bilancio familiare: abbastanza per il 66% e molto per il 18% del totale, e quest'ultimo dato sale al 27% tra le famiglie più numerose mentre scende al 9% tra quelle monocomponente (Tabella A11).

Tabella A12 – Lista degli alimenti inserita nel Questionario Familiare ai fini di rilevare la frequenza di acquisto ed il luogo dove vengono abitualmente acquistati

Pane	Olio di semi
-Non confezionato	Cioccolate/ Caramelle
-Confezionato	Dolci
Cracker, grissini, fette biscottate	- Artigianali
Pasta/Riso	- Confezionati (merendine, etc...)
Pasta fresca	Cacao
Farina e altri cereali in grani	Caffè in polvere/in grani
Biscotti	Caffè liofilizzato
Cereali prima colazione	Te'
Snack salati	- In bustina / foglie
Frutta	- Liofilizzato
-Fresca	- In bottiglia / confezionato
- Surgelata	Orzo
- Conservata (scatola, sciroppata)	- In polvere
- Disidratata/secca	- Liofilizzato
Ortaggi e verdure	Gelati
- Freschi	- Artigianali
- Surgelati	- Confezionati
- Conservati (scatola, sott'olio, etc.)	Vino
- Disidratati	Birra
Legumi	Superalcolici / amari
- Freschi	Bevande gassate
- Surgelati	Succhi di frutta
- Conservati (scatola, sott'olio, etc.)	Latte vegetale
- Disidratati / essiccati	Acqua minerale
Carne e frattaglie	Piatti pronti
- Fresca	- Freschi
- Surgelata	- Surgelati
- In scatola	- Refrigerati / in busta
Salumi	- Disidratati / liofilizzati
Pesce	- In scatola
- Fresco	Pizza
- Surgelato	- Surgelata
- Conservato/essiccato	- Refrigerata
- In scatola /sott'olio	- Al taglio
Molluschi/Crostacei freschi	Soia e prodotti della soia
Molluschi/Crostacei surgelati	Zucchero
Latte	Sale
Yogurt	Salse e condimenti
Formaggi	Dadi, estratti
Burro, margarina, panna, etc...,	Preparati per dolci/bevande
Olio d'oliva	

La sezione acquisti si conclude con una domanda riguardante la frequenza e il luogo abituale di acquisto di una lista di alimenti e bevande di comune uso quotidiano riportata nella Tabella A12.

Le risposte relative alle frequenze di acquisto per ciascun alimento sono riportate nelle tabelle dalla A12.1.1 alla A12.71.1 in Appendice C3.

La distribuzione delle risposte relative ai luoghi di acquisto sono riportate, per le sole famiglie che hanno dichiarato di acquistare, nelle tabelle dalla A12.1.2 alla A12.71.2 in Appendice C3, seguendo l'ordine indicato nella Tabella A12.

Il pane fresco viene acquistato 5-7 giorni a settimana dal 44% delle famiglie, abitudine che è più diffusa nei comuni con meno di 50.000 abitanti (47%) rispetto a quelli più grandi (38%), e nei nuclei familiari di 3 (54%) e di 4 o più componenti (55%).

La frutta fresca viene acquistata una volta a settimana dal 42% delle famiglie, questa abitudine è più diffusa tra le famiglie del Nord-Est, e tra quelle di uno o due componenti, mentre al Nord-Ovest, al Centro, nei comuni più grandi e tra i nuclei familiari più numerosi la frutta fresca viene acquistata prevalentemente da 2 a 4 volte a settimana.

Gli ortaggi freschi vengono acquistati prevalentemente una volta a settimana (42%), abitudine che prevale anche al Nord-Est, al Sud e Isole, nei comuni piccoli e tra le famiglie monocomponente, mentre al Nord-Ovest e al Centro la frequenza di acquisto prevalente per gli ortaggi freschi è da 2 a 4 volte a settimana.

La carne fresca viene acquistata una volta a settimana dal 48% delle famiglie, abitudine di acquisto che prevale anche nelle diverse ripartizioni geografiche, anche se in modo più diffuso al Nord-Est e al Sud e Isole, così come per le diverse tipologie di comuni e nuclei familiari tranne che per le famiglie più numerose le quali acquistano più spesso la carne fresca, prevalentemente da 2 a 4 volte a settimana.

I salumi vengono acquistati una volta a settimana (41%), abitudine che è meno diffusa tra le famiglie residenti al Centro (29%) e tra le famiglie di un solo componente (33%).

Una volta a settimana è la frequenza di acquisto che prevale anche per i formaggi (47%).

L'acquisto di pesce fresco avviene in media una volta a settimana (36% delle famiglie), tuttavia, mentre al Sud e Isole tale percentuale cresce fino al 45%, al

Nord-Ovest sono di più le famiglie che lo acquistano una volta la mese (32%). Tra le famiglie monocomponente scende al 30% la percentuale di coloro che acquistano pesce fresco una volta a settimana.

Da 2 a 4 volte a settimana è la frequenza di acquisto prevalente per il latte (32%), solo tra le famiglie più numerose prevale chi lo acquista da 5 a 7 volte a settimana (37%).

La pasta e il riso vengono acquistati abitualmente da 1 a 3 volte al mese dal 51% delle famiglie intervistate, abitudine più diffusa al Nord-Est (76%) mentre al Sud e Isole la frequenza di acquisto prevalente è una volta a settimana (39%).

L'olio di oliva viene acquistato da 1 a 3 volte al mese dal 44% del campione totale, dal 53% delle famiglie del Nord-Ovest, dal 65% di quelle del Nord-Est, mentre al Centro e al Sud e Isole sono più numerose le famiglie che lo acquistano qualche volta l'anno (44%).

Il caffè si acquista prevalentemente da 1 a 3 volte al mese (58%), così anche il burro (56%) e i biscotti (46%).

Oltre il 70% delle famiglie ha dichiarato di non acquistare mai i seguenti alimenti: latte vegetale (91%), frutta surgelata (91%), pizza refrigerata (90%), piatti pronti in scatola (87%), tè liofilizzato (87%), piatti pronti liofilizzati (86%), orzo liofilizzato (86%), ortaggi disidratati (86%), piatti pronti refrigerati (85%), caffè liofilizzato (85%), soia e prodotti a base di soia (83%), carne surgelata (81%), pesce conservato o essiccato (72%), piatti pronti freschi e surgelati (71%).

Sono stati quindi analizzati i luoghi dove vengono prevalentemente acquistati gli alimenti elencati in Tabella A12, considerando per ciascun alimento le sole famiglie che hanno dichiarato di acquistarlo.

Il negozio tradizionale viene prevalentemente scelto per l'acquisto di:

- pane non confezionato (dal 74% delle famiglie che acquistano pane);
- dolci artigianali (71%);
- pizza al taglio (70%);
- gelati artigianali (70%);
- molluschi e crostacei freschi (47%);
- piatti pronti surgelati (29%);
- pasta fresca (50%), ma non così tra gli acquirenti al Nord-Est e al Centro che preferiscono il supermercato;

- frutta fresca (39%), ma si rilevano differenze territoriali in quanto al Centro prevale l'acquisto presso il supermercato mentre al Sud e Isole le famiglie acquirenti indicano in uguale misura sia il negozio tradizionale (44%) che il mercato rionale (44%);
- legumi freschi (36%), anche se al Centro le famiglie che li acquistano preferiscono il supermercato (45%) mentre al Sud e Isole scelgono il negozio tradizionale (39%) quasi quanto il mercato rionale (38%);
- ortaggi freschi (37%), ma gli acquirenti del Centro comprano di più al supermercato (43%), mentre al Sud e Isole al mercato (44%);
- carne fresca (60%) in particolare modo gli acquirenti nel Sud e Isole (70%);
- pesce fresco (50%), scelta che tra gli acquirenti del Sud e Isole sale al 60%, mentre al Nord-Est chi acquista usualmente pesce fresco va al supermercato (43%).

Il supermercato risulta essere il luogo presso il quale prevalentemente vengono acquistati i seguenti alimenti:

- pasta (il 93% delle famiglie che acquistano pasta la compra al supermercato);
- cereali da prima colazione, cracker, grissini e fette biscottate (92%);
- snack salati (90%);
- biscotti, ortaggi e legumi conservati, yogurt, succhi di frutta, bevande gassate, zucchero, dadi ed estratti (89%);
- ortaggi surgelati, pesce in scatola, burro/margarina/panna, sale (89%);
- frutta conservata, olio di semi, tè in bustina o in foglie, salse e condimenti (87%);
- farina e cereali in grani, legumi surgelati, acqua minerale (86%);
- caffè in polvere o in grani, dolci confezionati (85%);
- carne in scatola, pesce surgelato, birra, tè in bottiglia, preparati per dolci e bevande (84%);
- gelati confezionati, cacao (81%);
- cioccolate e caramelle (80%);
- pane confezionato, latte (78%);
- pizza surgelata, superalcolici e amari (77%);
- molluschi e crostacei surgelati, orzo in polvere (76%);
- carne surgelata (75%);

- frutta secca o disidratata (70%);
- legumi essiccati o disidratati (67%);
- formaggi (65%);
- frutta surgelata (59%);
- piatti pronti refrigerati o in busta (61%);
- piatti pronti liofilizzati (59%);
- salumi (57%);
- olio di oliva (56%);
- ortaggi disidratati (55%);
- pesce conservato/essiccato, orzo liofilizzato (53%);
- piatti pronti in scatola (52%);
- soia e prodotti della soia (47%);
- piatti pronti freschi (46%);
- tè liofilizzato (45%);
- vino (44%);
- latte vegetale (29%);
- pizza refrigerata (28%).

Comprare alimenti direttamente presso il produttore è una modalità poco diffusa che riguarda per lo più l'acquisto di olio di oliva e di vino. Infatti, seppure l'olio di oliva, come detto sopra, venga acquistato prevalentemente al supermercato, una percentuale non trascurabile di famiglie lo acquista presso il produttore (31%). Tra gli acquirenti del Sud e Isole tale percentuale raggiunge il 47% facendo sì che il produttore sia la principale fonte di approvvigionamento di olio di oliva in quest'area, mentre tra gli acquirenti sia del Nord-Est che del Nord-Ovest questa modalità di acquisto è molto meno diffusa (18%). Anche il vino viene acquistato, oltre che al supermercato, in buona percentuale direttamente presso il produttore (33%) che risulta la principale fonte di acquisto per le famiglie che comprano vino sia residenti al Nord-Est (50%) che al Sud e Isole (38%).

Il negozio specializzato in alimenti da agricoltura biologica viene molto poco indicato come luogo di acquisto, vi si rivolgono il 12% delle già poco numerose famiglie che acquistano soia e prodotti derivati.

Infine, la consegna a domicilio dei prodotti alimentari è una modalità di acquisto quasi per nulla utilizzata.

Volendo in qualche modo comparare i risultati qui riportati sulle frequenze di acquisto dei diversi tipi di alimenti con quanto viene rilevato da fonti ufficiali, ci si può riferire all'indagine sui consumi delle famiglie condotta dall'Istat su un campione di famiglie residenti in Italia nel 2006 (ISTAT, 2007) che rileva, tra i vari capitoli di spesa, anche la spesa media mensile per generi alimentari e bevande.

Si legge che i livelli di spesa alimentare sono molto prossimi tra le ripartizioni geografiche nonostante il numero medio di componenti familiari sia più elevato al Sud; risulta che, per il 2006, la spesa per l'acquisto di carne è la più alta e pari al 22,6 % della spesa alimentare, seguono la spesa per frutta, ortaggi e patate (17,8%), pane e cereali (16,8%), latte, formaggi e uova (13,5%), bevande (9,2%), pesce (9%), zucchero e caffè (6,9%) e, infine, la spesa per l'acquisto di oli e grassi (3,9%). Ancora secondo i dati Istat, la spesa per beni alimentari incide maggiormente sul budget familiare delle famiglie più numerose di 4 o più componenti, mentre non varia passando dalle famiglie monocomponente a quelle di 2 e 3 componenti, e ciò è in linea con quanto accade in generale al livello di spesa media familiare che, per effetto delle economie di scala, aumenta meno che proporzionalmente all'aumentare del numero di componenti (ISTAT, 2007).

Sezione B - Organizzazione

Questa sezione contiene delle domande finalizzate ad avere un'indicazione su come le famiglie conservano i cibi e preparano i pasti, e sull'abitudine dei componenti della famiglia a riunirsi quando si consumano i pasti principali.

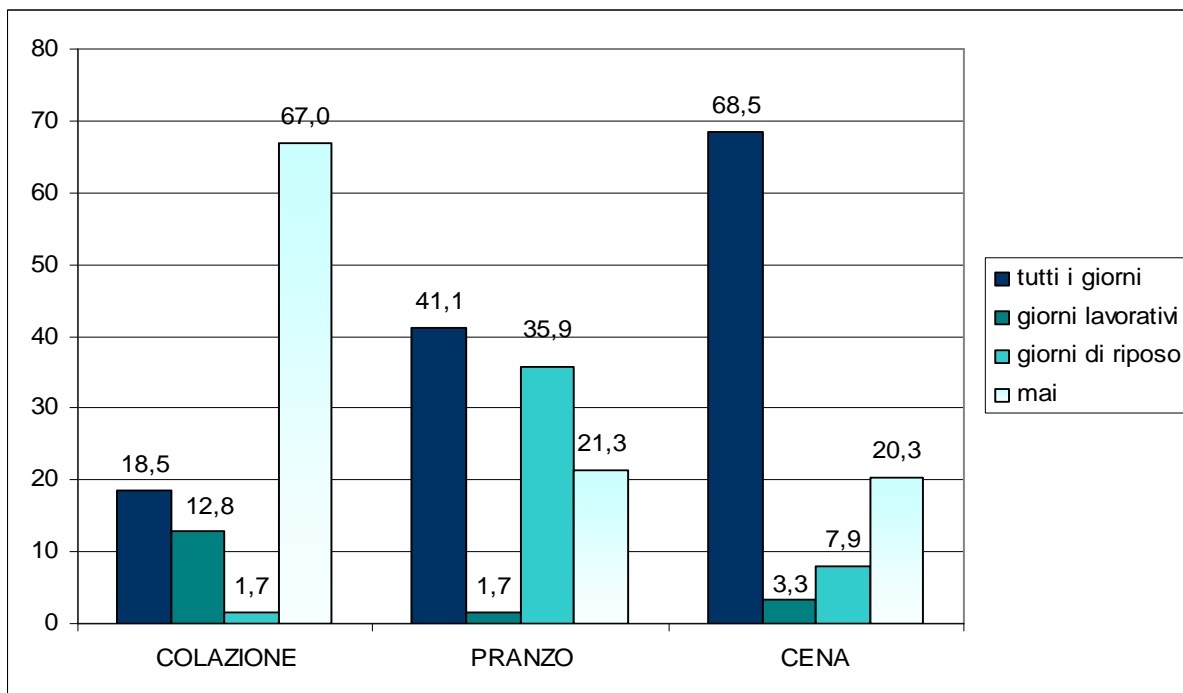
L'abitudine di congelare qualche volta i cibi cucinati riguarda il 55% delle famiglie, abitudine più diffusa al Nord-Est (66%), e meno al Centro (45%) (Tabella B1.1), mentre congelare ogni tanto cibi freschi, che interessa il 58% del totale famiglie, avviene un po' più frequentemente al Sud e Isole (65%) che al Centro (49%) (Tabella B1.2).

Ciascuno per sé o nessuno prepara abitualmente i pasti nel 42% delle famiglie intervistate, nel 30% dei casi li prepara il coniuge/convivente, e nel 14% dei casi la madre della persona di riferimento (Tabella B2).

Alla domanda "C'è qualcuno in famiglia che abitualmente si prepara i pasti per conto proprio?" oltre l'80% delle famiglie con più di un componente ha risposto di no (Tabella B3).

Infine, l'abitudine dei componenti di riunirsi tutti a tavola tutti i giorni per la colazione riguarda il 19% delle famiglie, il 41% si riunisce per consumare il pranzo e il 69% per la cena.

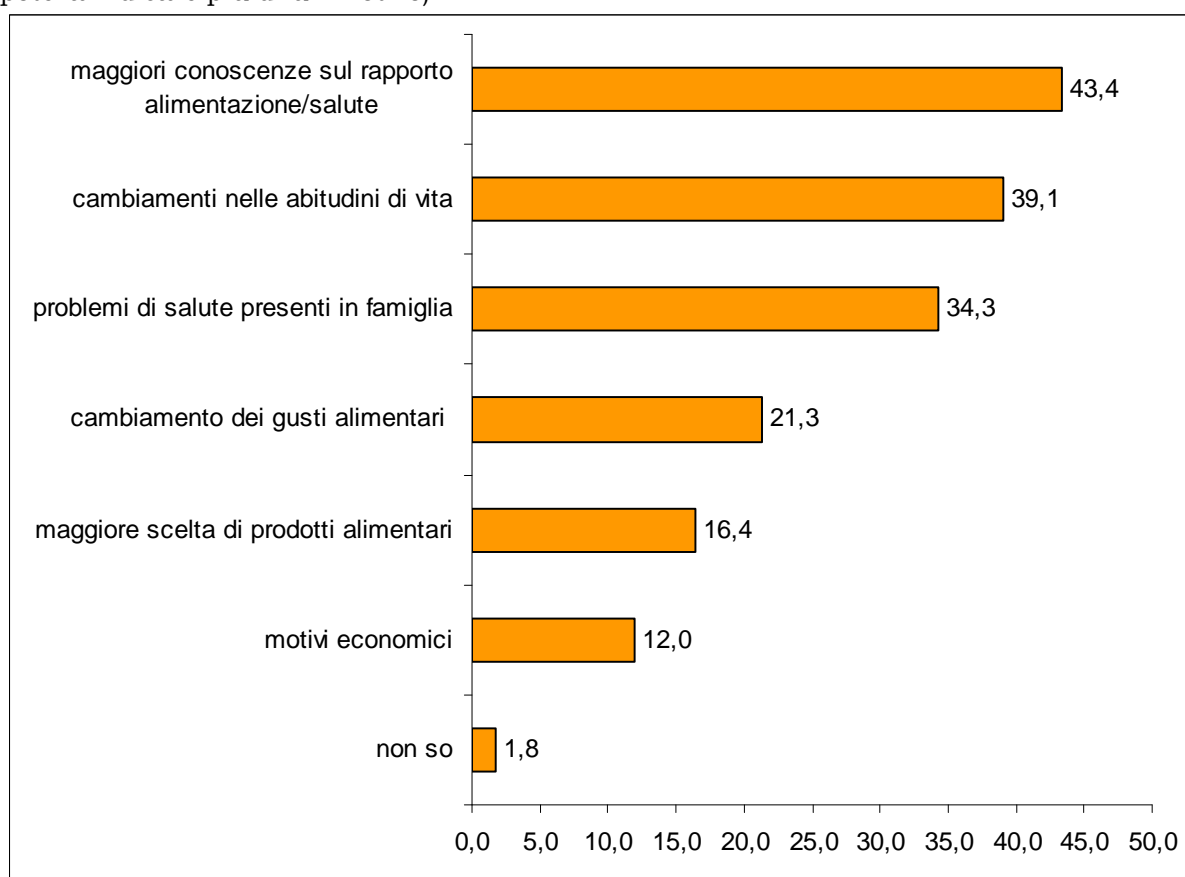
Grafico B4 – Risposte alla domanda "Usualmente quando si riunisce intorno alla tavola tutta la famiglia per i pasti principali?" (valori percentuali)



Sezione C - Cambiamenti

Questa sezione ha l'obiettivo di registrare eventuali cambiamenti delle abitudini alimentari avvenute negli ultimi 5 anni precedenti l'indagine. Il 40% delle famiglie ha registrato dei cambiamenti (Tabella C1). I motivi che hanno portato a modificare le abitudini alimentari dell'intera famiglia sono stati: le aumentate conoscenze sulla relazione tra alimentazione e salute (43% delle risposte), i cambiamenti nelle abitudini di vita (39%), problemi di salute presenti in famiglia (34%), cambiamento dei gusti alimentari (21%), l'aumentata scelta di prodotti alimentari disponibili (16%), motivi economici (12%) (Grafico C2).

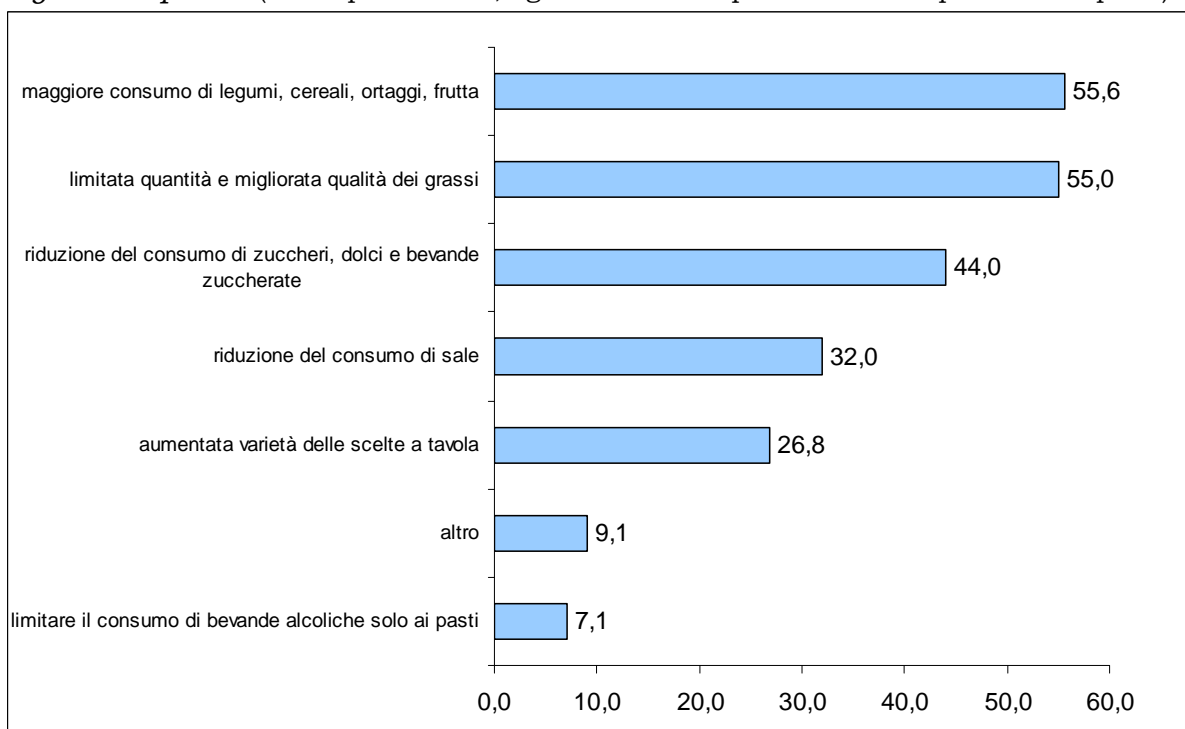
Grafico C2 – Risposte dei responsabili per gli acquisti alimentari delle famiglie alla domanda "Secondo Lei, quali sono i motivi che hanno portato a modificare le abitudini alimentari della sua famiglia negli ultimi 5 anni?" (valori percentuali, ogni intervistato poteva indicare più di un motivo)



Infine, sono state indicate le seguenti modifiche delle abitudini alimentari: maggiore consumo di legumi, cereali, ortaggi e frutta (55,6%), limitata quantità e migliorata

qualità dei grassi (55%), riduzione del consumo di zuccheri, dolci e bevande zuccherate (44%), riduzione del consumo di sale (32%), aumentata varietà delle scelte a tavola (27%), limitare ai pasti il consumo di bevande alcoliche (7%) (Grafico C3).

Grafico C3 – Risposte dei responsabili per gli acquisti alimentari delle famiglie alla domanda *"Le modifiche delle abitudini alimentari hanno riguardato uno o più dei seguenti aspetti?"* (valori percentuali, ogni intervistato poteva indicare più di un aspetto)



BIBLIOGRAFIA

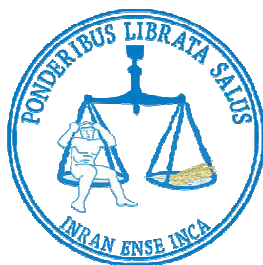
ISTAT - Istituto Nazionale di Statistica. (2007). Annuario Statistico Italiano 2007.
Roma: ISTAT, Disponibile al sito web:

http://www3.istat.it/dati/catalogo/20071212_00/contenuti.html

ISTAT - Istituto Nazionale di Statistica. (2006). Annuario Statistico Italiano 2006.
Roma: ISTAT, Disponibile al sito web:

http://www3.istat.it/dati/catalogo/20061109_00/contenuti.html

Rizzi A. (1992). Inferenza statistica. Libreria-UTET. Torino



Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione

Via Ardeatina, 546 – 00178 Roma

www.inran.it