Programma Comunitario

Frutta e Verdura nelle Scuole

anno scolastico 2016 • 2017

Il Monitoraggio del Programma

Agosto 2017

Programma Comunitario

Frutta e Verdura nelle Scuole

anno scolastico 2016 • 2017

Il Monitoraggio del Programma

Agosto 2017

Responsabile della pubblicazione

Raffaele Borriello

Responsabile scientifico

Fabio Del Bravo

Responsabile del progetto

Roberto D'Auria

Coordinamento operativo

Antonella Finizia, Roberto Milletti

Gruppo di lavoro

Anna Maria Castino, Anna Ravazzoni, Cristina Stroppiana, Daniela Bordieri, Franco Torelli, Gabriele Gosti, Gian Luigi Sagarriga Visconti, Giuseppe Fornaciari, Maria Nucera, Mario Schiano Lo Moriello, Maria Vittoria Caviglione, Riccardo Bonadies

Progetto grafico ed impaginazione

Davide Barillà

Per il prezioso contributo fornito si ringraziano tutti i referenti scolastici del Programma Comunitario "Frutta e Verdura nelle Scuole" e tutti i bambini e le relative famiglie che sono stati coinvolti nell'indagine e che hanno reso possibile la realizzazione del Monitoraggio.

Il Rapporto è stato realizzato con il contributo comunitario del Programma "Frutta e Verdura nelle Scuole" nell'ambito dell'attività di Monitoraggio affidata ad ISMEA dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali.

Copyright © 2017 Ismea, Roma

L'eventuale utilizzo di dati e informazioni riportati nel presente rapporto obbliga la citazione della fonte.

	Presentazione	5
1.	Obiettivi e metodologie	**8**
2.	La valutazione del programma	**11**
2.1.	L'indagine censuaria presso gli istituti scolastici	11
2.1.1.	*Le caratteristiche degli istituti scolastici coinvolti*	11
2.1.2.	*Le valutazioni espresse sulla qualità dei prodotti*	14
2.1.3.	*Le valutazioni espresse sul rapporto con i fornitori*	21
2.1.4.	*Le valutazioni espresse sulle attività di accompagnamento*	24
2.1.5.	*Le opinioni sull'inserimento del latte nel Programma*	27
2.2.	L'indagine campionaria presso i bambini partecipanti al Programma (campione di monitoraggio)	**28**
2.2.1.	*La descrizione del campione*	28
2.2.2.	*I comportamenti alimentari*	32
2.2.3.	*Le preferenze nell'ambito della frutta e della verdura*	38
2.2.4.	*La televisione e altre attività di tempo libero*	40
2.2.5.	*Le opinioni sull'inserimento del latte nel Programma*	41
2.3.	L'indagine campionaria presso le famiglie partecipanti al Programma (campione di monitoraggio)	**43**
2.3.1.	*La descrizione del campione*	43
2.3.2.	*Attività fisica e altre attività di tempo libero*	45
2.3.3.	*I comportamenti alimentari*	46
2.3.4.	*Il consumo di frutta e verdura*	48
2.3.5.	*Le opinioni sull'inserimento del latte nel Programma*	51
2.4.	Confronto con un campione di bambini e famiglie non partecipanti al Programma (campione di controllo)	**52**
2.4.1.	*Le risposte dei bambini*	52
2.4.2.	*Le risposte delle famiglie*	62
3.	La valutazione del processo	**68**
3.1.	La valutazione da parte degli istituti scolastici	68
3.1.1.	*Gli strumenti informativi*	68
3.1.2.	*Il sito*	72
3.1.3.	*Le attività di accompagnamento*	74
3.2.	La valutazione da parte dei bambini	78
3.2.1.	*L'atteggiamento verso il Programma*	78
3.2.2.	*L'atteggiamento verso le attività di accompagnamento*	79
3.2.3.	*Gli effetti*	80

3.3.	La valutazione da parte delle famiglie	82
3.3.1.	*Le informazioni sul Programma*	82
3.3.2.	*Le valutazioni*	83
3.3.3.	*Le attività di accompagnamento*	88
3.3.4.	*Le ricadute del Programma*	89
3.4.	L'indagine censuaria svolta presso le imprese fornitrici	95
3.4.1.	*Le caratteristiche dei prodotti distribuiti*	95
3.4.2.	*Le caratteristiche della fornitura*	100
3.4.3.	*La valutazione della partecipazione al Programma*	100
3.4.4.	*Gli spazi di miglioramento*	101
4.	I trend temporali della valutazione	102
4.1.	Le valutazioni degli istituti scolastici	102
4.2.	Le valutazioni dei bambini	108
4.3.	Le valutazioni delle famiglie	115
5.	I consumi di frutta e verdura delle famiglie con bambini 6-11 anni e delle famiglie italiane in genere	125
5.1.	L'atteggiamento generale verso l'alimentazione	125
5.2.	L'atteggiamento verso i prodotti ortofrutticoli	138
5.3.	I comportamenti di acquisto e di consumo dei prodotti ortofrutticoli	147
5.3.1.	*Luoghi di acquisto e criteri di scelta*	147
5.3.2.	*Il consumo di frutta fresca*	148
5.3.3.	*Il consumo di verdura fresca*	157
5.4.	I giudizi sul Programma di educazione al consumo di frutta e verdura nelle scuole	164
6.	Sintesi dei risultati di tutte le fasi del monitoraggio	167
6.1.	Il quadro di base	167
6.2.	La valutazione del Programma	168
6.3.	Valutazione del Processo	171
7.	Alcune indicazioni per il miglioramento del Programma	173
8.	Il quadro di base delle azioni di pubblicità e comunicazione attuate a favore del Programma	177
8.1.	La comunicazione on-line	177
8.2.	La campagna di comunicazione integrata	178
8.3.	La campagna di informazione per le scuole per la fidelizzazione e il reclutamento	180
	Appendice statistica: alcuni risultati delle indagini quantitative	181

Programma "Frutta e verdura nelle scuole"

MONITORAGGIO 2016-2017

Presentazione

Il Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali svolge il ruolo di coordinatore delle attività del Programma Frutta e verdura nelle scuole, in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, il Ministero della Salute, l'Organismo pagatore AGEA, le Regioni e Province Autonome di Trento e Bolzano.

Il Programma, promosso dall'Unione Europea, è destinato alle scuole primarie e mira a favorire fra i bambini la consapevolezza dei benefici derivanti dal consumo dei prodotti ortofrutticoli.

Tale iniziativa è stata avviata nel 2009 e viene riproposta annualmente con continui miglioramenti e perfezionamenti, anche grazie ai risultati e alle indicazioni provenienti dal monitoraggio del Programma effettuato dall'ISMEA.

Nel programma di distribuzione per l'anno scolastico 2016-2017 sono stati recepiti numerosi elementi tratti dall'analisi di alcune criticità emerse negli anni, acquisendo nuovi obiettivi rispetto alle annualità precedenti:

- promuovere il coinvolgimento delle famiglie affinché il processo di educazione alimentare avviato a scuola continui anche in ambito familiare;
- diffondere l'importanza della qualità certificata: prodotti a denominazione di origine (DOP, IGP), di produzione biologica, di produzione integrata certificata e di altri sistemi equivalenti;
- adottare soluzioni e criteri che assicurino una maggiore territorialità delle iniziative (filiere corte, prodotti tipici, coinvolgimento di strutture più prossimali), facendo conoscere il valore delle filiere agro-alimentari locali;
- sensibilizzare gli alunni al rispetto dell'ambiente, approfondendo le tematiche legate alla riduzione degli sprechi dei prodotti alimentari.

Rispetto agli anni precedenti, nell'anno scolastico 2016-2017 è stata ampliata la gamma dei prodotti distribuiti scegliendo le tipologie dei prodotti in base alle preferenze manifestate dagli alunni, introducendo nuove specie fruttico-le e orticole e nuove modalità distributive. I prodotti selezionati sono preva-lentemente di qualità certificata: DOP, IGP, STG, biologici, ottenuti con metodi

di produzione integrata, escludendo – tra i prodotti trasformati – quelli con aggiunta di zuccheri e dolcificanti, grassi, sale, aromatizzanti e coloranti.

I progetti di formazione e di informazione legati al Programma sono stati sviluppati dal CREA, attraverso personale altamente specializzato sui temi della produzione vegetale e della nutrizione.

Le misure di accompagnamento programmate dal Ministero hanno avuto quale obiettivo prioritario quello di "informare" e sviluppare un consumo consapevole della frutta e della verdura attribuendo priorità assoluta al prodotto "fresco".

Per incoraggiare i bambini al consumo di frutta e verdura e sostenerli nella conquista di abitudini alimentari sane, le misure di accompagnamento hanno fortemente coinvolto anche gli insegnanti fornendo loro supporti informativi e suggerimenti di attività da sviluppare con gli alunni. Con la realizzazione di specifiche giornate a tema, quali visite a fattorie didattiche, corsi di degustazione, attivazione di laboratori sensoriali è stato accentuato l'aspetto salutistico/nutrizionale del consumare e mangiare frutta e verdura, attivando e accompagnando la naturale propensione dei bambini a percepire la realtà con tutti i principali sensi propri dell'età evolutiva. Una caratteristica delle giornate a tema, infatti, è stata quella di distribuire contemporaneamente molti tipi di prodotto, da consumare nei diversi modi possibili: spremuti, estratti, centrifugati, tal quale o già porzionati.

Le misure di accompagnamento hanno ottenuto un alto indice di apprezzamento per la loro capacità di unire il divertimento dello stare insieme e di provare cose nuove al consumare prodotti nuovi e gustosi, stimolando così la curiosità propria dei bambini.

Il Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali, inoltre, ha supportato il Programma con uno specifico piano di comunicazione che è stato realizzato attraverso la combinazione di diversi strumenti quali il sito web istituzionale (www.fruttanellescuole.gov.it), canali social (Facebook e Instagram), campagna mediatica online e offline.

Il monitoraggio effettuato dall'ISMEA, sintetizzato in questo volume, mira a rilevare l'efficacia del Programma e a valutare le modalità con cui sono stati raggiunti i singoli obiettivi. In particolare, i principali aspetti analizzati dall'attività di monitoraggio sono stati l'efficacia intesa come risultati ottenuti dal Programma e l'efficienza intesa come valutazione del processo.

L'indagine ha interessato 2.546 istituti comprensivi partecipanti, con un totale di 6.100 plessi e con un risultato di *redemption* pari all'88,9%. Il tasso di compilazione è migliorato negli anni considerando la durata della campagna.

Un dato interessante che emerge dalle valutazioni di quest'anno è la reazione sempre più positiva dei bambini alla distribuzione della frutta e della verdura (95%).

È stata inoltre condotta un'indagine presso le imprese ortofrutticole fornitrici per completare l'attività di valutazione del processo.

Importante introduzione di quest'anno è stata un'indagine demoscopica per un campione di 3.000 famiglie, con un focus speciale sui nuclei con bambini di età tra i 6 e gli 11 anni.

Il Programma ha avuto, negli anni, una media di circa 1 milione di alunni coinvolti che rappresentano circa il 37% della popolazione scolastica della scuola primaria. Per l'anno scolastico 2016-2017 sono stati coinvolti oltre 1.182.000 alunni, circa l'11,30% in più rispetto all'edizione precedente. I plessi scolastici coinvolti sono stati complessivamente 7.049, a cui fanno riferimento 62.652 classi.

Dall'attivazione del Programma ad oggi i risultati evidenziano una crescente propensione al consumo dei prodotti ortofrutticoli da parte delle famiglie e dei bambini: segno evidente che un impegno costante profuso dalle istituzioni nazionali ed europee è capace di accrescere la consapevolezza dell'importanza di una sana alimentazione nei primi anni di vita dei nostri bambini.

Luca Bianchi

Capo del Dipartimento delle politiche competitive,

della qualità agroalimentare, ippiche e della pesca

1. Obiettivi e metodologie

Il Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali ha realizzato anche per l'anno scolastico 2016/17 il programma di educazione alimentare e di promozione del consumo di frutta e verdura nelle scuole, come previsto dalla Commissione europea con il Regolamento (UE) n.1308/2013 del Consiglio e del Parlamento Europeo (Programma Comunitario Frutta e Verdura nelle Scuole), il Regolamento (UE) 248/2016 di esecuzione e il Regolamento (UE) 247/2016 delegato della Commissione Europea.

Il Programma "Frutta e Verdura nelle Scuole" come per le precedenti annualità prevede una serie di iniziative volte a favorire il consumo di frutta e verdura per una corretta dieta alimentare, andando ad incidere sulle abitudini dei più piccoli, grazie alla fornitura di prodotti ortofrutticoli di qualità agli istituti scolastici che hanno aderito all'iniziativa e a specifiche e articolate misure di accompagnamento che hanno l'obiettivo di consolidare il consumo di questi prodotti nelle diete dei bambini.

Il presente documento illustra i risultati salienti dell'attività di monitoraggio dell'anno scolastico in questione, attività svolta dall'ISMEA secondo quanto descritto nel progetto approvato dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari (MiPAAF) con decreto direttoriale prot. 9718 del 6 febbraio 2017 e in ottemperanza a quanto previsto nell'Accordo di Cooperazione siglato tra il MiPAAF e l'ISMEA, approvato e reso esecutivo con DM prot. 15597 del 27 febbraio 2017.

Il piano di attività è stato predisposto sulla scorta della metodologia adottata dall'ISMEA nelle edizioni precedenti, al fine di fornire dei risultati coerenti e confrontabili con quelli dei monitoraggi già realizzati. A tale proposito, si evidenzia che ISMEA, su incarico del MiPAAF, ha già svolto il monitoraggio del Programma nei quattro anni scolastici precedenti all'attuale, ossia 2012/13, 2013/14, 2014/15, 2015/16.

I principali obiettivi dell'attività di monitoraggio sono riferibili principalmente a due aspetti:

- **l'efficacia**: valutazione dei risultati conseguiti con l'adesione al Programma, in termini di aumento della propensione al consumo di frutta e verdura da parte dei bambini e, di riflesso, delle rispettive famiglie (**valutazione del programma**);
- **l'efficienza**: analisi del processo di attuazione del Programma presso le scuole aderenti all'iniziativa e presso i fornitori che ne hanno preso parte (**valutazione del processo**).

A questi due obiettivi, quest'anno è stata affiancata un'**indagine demoscopica** presso un campione rappresentativo di famiglie residenti in Italia con bambini di età 6-11 anni, al fine di approfondire le questioni emerse la scorsa edizione con la tecnica dei focus group. Sono stati presi in considerazione i diversi fattori che determinano o condizionano l'atto di acquisto di frutta e verdura. Per valutare correttamente opinioni e atteggiamenti di queste famiglie, l'indagine ha riguardato anche famiglie senza bambini della suddetta fascia di età, rendendo possibile una serie di confronti.

Naturalmente, tutte le fasi di ricerca avevano un obiettivo assolutamente prioritario, ossia quello di fornire all'Amministrazione elementi utili e importanti per adeguare e definire la strategia nazionale delle edizioni successive del Programma e renderlo sempre più rispondente alle caratteristiche e alle esigenze del target finale (bambini e loro famiglie).

Quest'anno, in modo esplorativo, si è voluto indagare presso i referenti scolastici, i bambini e le famiglie che hanno partecipato al Programma, anche il gradimento dell'inserimento del latte tra i prodotti distribuiti, oltre alla frutta e alla verdura.

Lo studio è stato condotto attraverso una serie di indagini svolte tra i mesi di maggio e luglio 2017, che hanno interessato tutti i soggetti coinvolti a diverso titolo nell'attuazione del Programma.

Più in dettaglio, l'architettura e la metodologia dello studio, nonché gli obiettivi cui ha risposto ciascuna indagine, sono illustrati nel seguente quadro.

FASI DI INDAGINE, SOGGETTI COINVOLTI, METODOLOGIA DI STUDIO E OBIETTIVI – QUADRO DI SINTESI			
TIPOLOGIA DI INDAGINE	SOGGETTI COINVOLTI	METODO DI INDAGINE	PRINCIPALI OBIETTIVI
1) Censuaria	Istituzioni scolastiche coinvolte nel Programma	CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), con questionario in autocompilazione	Efficacia: valutazione dei risultati conseguiti dal Programma
2) Campionaria (campione di monitoraggio)	Bambini coinvolti nel Programma e relative famiglie	Autocompilazione basata su questionario cartaceo per bambini e genitori	Efficacia: valutazione dei risultati conseguiti dal Programma
3) Campionaria (campione di controllo)	Bambini non coinvolti nel Programma e relative famiglie	Autocompilazione basata su questionario cartaceo per bambini e genitori	Efficacia: valutazione dei risultati conseguiti dal Programma
4) Censuaria	Fornitori	Autocompilazione: questionario via e-mail e recall telefonico	Efficienza: valutazione del processo di attuazione
5) Campionaria (campione rappresentativo delle famiglie a livello nazionale)	Famiglie con bambini in età di scuola elementare; famiglie senza bambini in età scolare	CAWI (Computer Assisted Web Interviewing), con questionario in autocompilazione	Analisi dei fattori che determinano o condizionano l'atto di acquisto di frutta e verdura

Di seguito si riportano le cinque fasi di indagine, esposte nel quadro precedente, con alcune informazioni sulla numerosità dei soggetti coinvolti.

1) **Indagine censuaria presso tutte le istituzioni scolastiche** partecipanti al Programma: la metodologia di indagine è stata la CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) a mezzo di questionario semistrutturato, ossia con domande a risposta aperta e domande a risposta chiusa. Il questionario conteneva una sezione dedicata alla valutazione del programma e un'altra dedicata alla valutazione del processo. Gli istituti caratterizzati da più plessi sono stati consultati una sola volta.

   L'indagine ha coinvolto **2.546 istituti** (con plesso unico o pluri-plesso) corrispondenti a un numero di bambini intorno a un milione.

   Il numero finale degli **istituti raggiunti** è stato di **2.319**, in corrispondenza di un **tasso di redemption** (questionari restituiti) che è stato del **91,1%**.

2) **Indagine campionaria presso il campione di monitoraggio** (bambini di scuole partecipanti al programma e relative famiglie): l'indagine è stata condotta attraverso due questionari cartacei (uno per il bambino, l'altro per la sua famiglia) contenenti una sezione dedicata alla **valutazione del programma** e un'altra dedicata alla **valutazione del processo**. I questionari sono stati distribuiti in aula dagli insegnanti, che hanno successivamente provveduto anche alla raccolta dei questionari compilati.

   L'indagine è stata realizzata presso un campione di **16.000 bambini** iscritti alle classi seconda, terza, quarta, quinta, e di relative famiglie, afferenti a **100 scuole**, campionate tra le 2.546 scuole partecipanti. Il numero di bambini per scuola è stato definito in modo proporzionale al numero complessivo di bambini partecipanti al Programma. Il metodo di campionamento ha previsto una stratificazione dell'universo statistico per regione e in base al tipo di comune (capoluogo o non capoluogo). La quota dei **questionari restituiti e appaiati correttamente** (bambino e rispettiva famiglia) e stata del **47,4%**, ossia **7.583** questionari; nell'ambito di questi, la **quota di questionari validi** (compilati correttamente almeno per il 50% delle domande sia dal bambino che dalla sua famiglia) è stata del **99,8%** ossia **7.570** questionari.

3) **Indagine campionaria presso un campione di controllo** (bambini di scuole non partecipanti al programma e rispettivi genitori): l'indagine è stata condotta attraverso due questionari cartacei (uno per il bambino, l'altro per la sua famiglia) contenenti una batteria di domande finalizzate alla **valutazione del programma.** Attraverso il campione di controllo si è voluto pervenire alla conoscenza delle abitudini di consumo di frutta e verdura da parte di bambini non coinvolti nel Programma, per delineare lo scenario che è da assumersi come riferimento di paragone nella valutazione di impatto del Programma.

   I questionari sono stati distribuiti in aula dagli insegnanti, che hanno successivamente provveduto anche alla raccolta dei questionari compilati.

   L'indagine è stata realizzata presso un campione di **2.000 bambini** e di relative famiglie afferenti a **20** scuole, campionate tra le scuole primarie italiane non partecipanti al Programma.

   La quota dei **questionari restituiti e appaiati correttamen**te (bambino e rispettiva famiglia) e stata del **44,1%,** ossia **882** questionari; nell'ambito di questi, la quota di **questionari validi** (compilati correttamente almeno per il 50% delle domande sia dal bambino che dalla sua famiglia) è stata del **99,3%, ossia 876 questionari.**

4) **Indagine censuaria presso tutte le imprese ortofrutticole** che hanno vinto l'appalto per la fornitura dei prodotti nelle scuole: le imprese sono state contattate telefonicamente e quindi intervistate attraverso un questionario via e-mail. L'indagine è stata condotta per completare l'attività di **valutazione del processo** e ha visto la risposta di **tutte le 5 imprese, corrispondenti ai 9 lotti di fornitura** in cui è stato suddiviso il territorio nazionale.

   Queste imprese hanno distribuito frutta e verdura complessivamente a 7.107 plessi scolastici.

5) **Indagine su un campione rappresentativo delle famiglie a livello nazionale**: l'indagine è stata condotta nel mese di Giugno 2017 tramite un questionario strutturato somministrato con metodologia CAWI ai responsabili acquisto di 3.000 famiglie rappresentative della popolazione italiana secondo i principali parametri socio-demografici. Il numero di effettivi rispondenti è stato pari a 2.498 famiglie (tasso di redemption dell'83%).

   I dati sono stati elaborati per l'intero campione e per il sub-campione costituito dalle **famiglie con bambini in età compresa tra 6-11 anni**.

   Le popolazioni statistiche di riferimento sono le seguenti: 24,8 milioni di famiglie italiane, di cui 2,6 con figli 6-11 anni; in termini individuali, 60,4 milioni di persone, di cui 4,1 milioni di bambini con età 6-11 anni.

   I fattori oggetto di indagine sono scaturiti dai risultati ottenuti lo scorso anno con l'indagine qualitativa condotta tramite focus group.

2.1. L'indagine censuaria presso gli istituti scolastici

2.1.1. Le caratteristiche degli istituti scolastici coinvolti

Come esposto nelle metodologie, l'indagine censuaria su tutte le scuole partecipanti, nell'anno scolastico 2016-17 ha interessato 2.546 istituti. Il numero finale delle scuole raggiunte è stato di 2.319, rispetto al quale il tasso di redemption (questionari compilati, correttamente restituiti) è stato del 91,1%. Nell'ambito delle 2.319 scuole raggiunte, i questionari elaborati sono stati 2.303, in quanto 16 questionari avevano un tasso di compilazione inferiore al 50%.

L'andamento dell'attività di raccolta questionari è esposto nella seguente tabella, posto in confronto con gli anni precedenti.

TREND DELL'ATTIVITÀ DI RACCOLTA DEI QUESTIONARI					
ANNO	CASI	% RITORNO	DATA INIZIO	DATA TERMINE	GIORNI
2012/13	2.414	74,6	14/05/2013	29/06/2013	46
2013/14	3.274	79,1	20/05/2014	30/06/2014	41
2014/15	2.576	86,1	04/05/2015	02/07/2015	59
2015/16	2.436	88,9	23/05/2016	24/06/2016	32
2016/17	2.319	91,1	18/05/2017	24/06/2017	37

Nel corso degli anni il tasso di compilazione è progressivamente migliorato. Il risultato di quest'anno risulta essere particolarmente positivo anche in funzione del fatto che sono state eseguite minori sollecitazioni presso le scuole (due soli richiami massivi sono stati sufficienti a coprire tutta la campagna di rilevazione).

Nel 70% dei casi, il questionario è stato compilato dal referente scolastico, nel 14% da un insegnante, nel 9% dal dirigente scolastico. Seguono altre figure, per esempio appartenenti all'area amministrativa o alla segreteria didattica.

Meno del 5% dei rispondenti ha dichiarato che questa era la prima edizione a cui la scuola ha partecipato. Molte scuole, al contrario, hanno partecipato a diverse edizioni.

PARTECIPAZIONE ALLE PRECEDENTI EDIZIONI DEL PROGRAMMA		
	N.	% SU TUTTE LE SCUOLE
Edizione 2009/2010	490	21,5%
Edizione 2010/2011	646	28,3%
Edizione 2011/2012	795	34,9%
Edizione 2012/2013	1.072	47,0%
Edizione 2013/2014	1.431	62,8%
Edizione 2014/2015	1.518	66,6%
Edizione 2015/2016	1.513	66,4%
E' la prima edizione	109	4,8%
Non risponde	23	1,0%

La somma delle % supera il 100% in quanto era possibile indicare più edizioni

2.1. La valutazione del Programma: gli istituti scolastici

L'aggregato delle scuole rispondenti è esposto nelle seguenti tabelle, ripartito per area geografica, per regione e per zona di fornitura.

SCUOLE RISPONDENTI PER AREA GEOGRAFICA		
AREA GEOGRAFICA	N.	%
Nord-Ovest	519	22,5
Nord-Est	451	19,6
Centro	459	19,9
Sud	673	29,2
Isole	201	8,7
Totale	**2.303**	**100,0**

SCUOLE RISPONDENTI PER REGIONE		
REGIONE	N.	%
Piemonte	196	8,5
Valle d'Aosta	5	0,2
Liguria	49	2,1
Lombardia	269	11,7
Veneto	247	10,7
Trentino-Alto Adige	37	1,6
Friuli-Venezia Giulia	53	2,3
Emilia-Romagna	114	5,0
Toscana	105	4,6
Umbria	46	2,0
Marche	42	1,8
Lazio	266	11,6
Abruzzo	68	3,0
Molise	24	1,0
Campania	293	12,7
Puglia	169	7,3
Basilicata	44	1,9
Calabria	75	3,3
Sicilia	145	6,3
Sardegna	56	2,4
Totale	**2.303**	**100,0**

SCUOLE RISPONDENTI PER ZONA DI FORNITURA		
ZONE DI FORNITURA	N.	%
Lotto 1 - Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta	250	10,9
Lotto 2 - Lombardia	269	11,7
Lotto 3 - Trentino-Alto Adige, Veneto	284	12,3
Lotto 4 - Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Marche	209	9,1
Lotto 5 - Lazio, Sardegna	322	14,0
Lotto 6 - Campania, Molise	317	13,8
Lotto 7 - Basilicata, Puglia	213	9,2
Lotto 8 - Calabria, Sicilia	220	9,6
Lotto 9 - Abruzzo, Toscana, Umbria	219	9,5
Totale	**2.303**	**100,0**

Occorre sottolineare che una percentuale di scuole intorno al 65%, prima dell'adesione al Programma "Frutta e Verdura nelle Scuole", aveva già attuato in precedenza altri progetti o iniziative sul tema della corretta educazione alimentare.

Solo un 2,6% di istituti ha sottolineato l'esistenza di qualche problema di sovrapposizione:

- sovrapposizione della consegna/distribuzione di frutta e verdura con la fornitura di altri alimenti legati ad altri progetti oppure con la fornitura della regolare merenda prevista in funzione del menu della mensa scolastica;
- sovrapposizione con gite, uscite, incontri formativi e altre attività previste dal calendario scolastico;
- sovrapposizione con scrutini e prove Invalsi.

ATTUAZIONE DI ALTRI PROGRAMMI O INIZIATIVE DI EDUCAZIONE ALIMENTARE PRIMA DELL'ADESIONE AL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE"		
	N.	%
Si	1.489	64,7%
No	786	34,1%
Non risponde	28	1,2%
Totale	**2.303**	**100,0%**

Nella presentazione dei risultati, diversi *item* saranno incrociati soprattutto con le zone corrispondenti ai vari lotti di fornitura della frutta e della verdura. Nell'allegato statistico, si trovano invece classificazioni diverse, utilizzando come variabile di incrocio prevalentemente le grandi aree geografiche nazionali.

2.1.2. Le valutazioni espresse sulla qualità dei prodotti

Un primo dato di assoluto interesse che emerge dalle risposte fornite dai referenti scolastici riguarda le reazioni dei bambini alla distribuzione della frutta e della verdura a scuola, prevista dal Programma.

I risultati emersi consentono di osservare che le opinioni sono state positive (molto + abbastanza) in quasi il 95% dei casi, quota che si presenta sostanzialmente omogenea nelle diverse zone di fornitura e aree geografiche, pur in presenza di qualche contenuta oscillazione.

OPINIONI SULLA RISPOSTA DEI BAMBINI ALLA DISTRIBUZIONE DELLA FRUTTA E DELLA VERDURA A SCUOLA

	N.	%
Molto positiva	1.057	45,9%
Abbastanza positiva	1.120	48,7%
Poco positiva	99	4,3%
Per niente positiva	8	0,3%
Non risponde	19	0,8%
Totale	**2.303**	**100,0%**

La valutazione in una scala 1-10 della qualità della frutta vede un punteggio medio di 8,0 (con valori più elevati in alcune zone di fornitura: Lombardia da un lato, Liguria – Piemonte – Valle d'Aosta dall'altro), mentre per la verdura si colloca sul 7,6 (in questo caso, la zona con una valutazione superiore alla media nazionale è soprattutto quella della Basilicata – Puglia).

L'omogeneità delle valutazioni espresse è confermata anche dai ridotti livelli della deviazione standard.

Gli indici di correlazione calcolati per svariate coppie di fattori analizzati sembrano evidenziare un grado di associazione abbastanza preciso tra il giudizio espresso relativamente alla qualità della frutta distribuita e quello formulato in riferimento alla qualità della verdura distribuita (coefficiente di correlazione di 0,77). È quindi molto probabile che le stesse modalità di distribuzione e di trattamento del prodotto abbiano coinvolto in modo consonante sia la frutta sia la verdura.

Non sono mancate, tuttavia, scuole (intorno al 6%) che hanno parlato di scadente qualità della frutta e della verdura, magari in avanzato stato di maturazione o troppo acerba, in alcuni casi non utilizzabile. Altre hanno dichiarato che sarebbe opportuno fornire alle classi i prodotti locali, a km zero.

VALUTAZIONE MEDIA DELLA QUALITÀ DEI PRODOTTI DISTRIBUITI

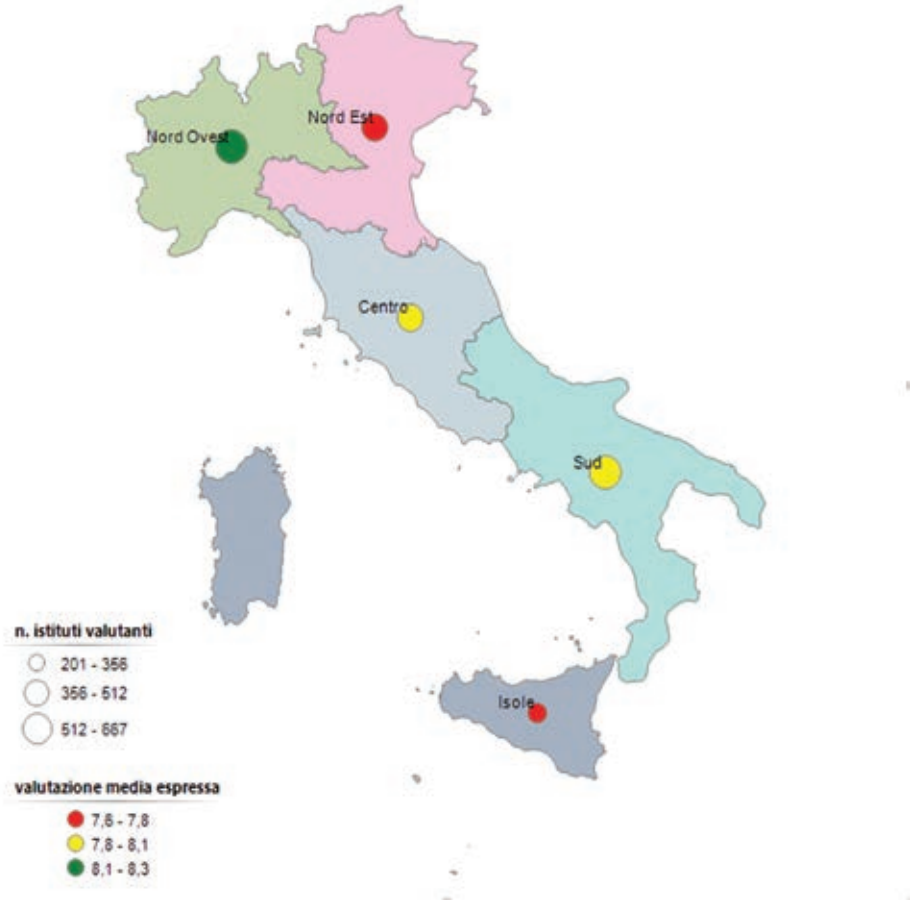
	LOTTO 1 LIGURIA, PIEMONTE, VALLE D'AOSTA	LOTTO 2 LOMBARDIA	LOTTO 3 TRENTINO-ALTO ADIGE, VENETO	LOTTO 4 EMILIA-ROMAGNA, FRIULI-VENEZIA GIULIA, MARCHE	LOTTO 5 LAZIO, SARDEGNA	LOTTO 6 CAMPANIA, MOLISE	LOTTO 7 BASILICATA, PUGLIA	LOTTO 8 CALABRIA, SICILIA	LOTTO 9 ABRUZZO, TOSCANA, UMBRIA	TOTALE
Frutta	8,4	8,3	7,7	7,6	7,7	7,8	8,2	7,9	8,2	8,0
Verdura	7,6	7,7	7,4	7,5	7,3	7,5	8,0	7,6	7,8	7,6

Scala utilizzata 1-10

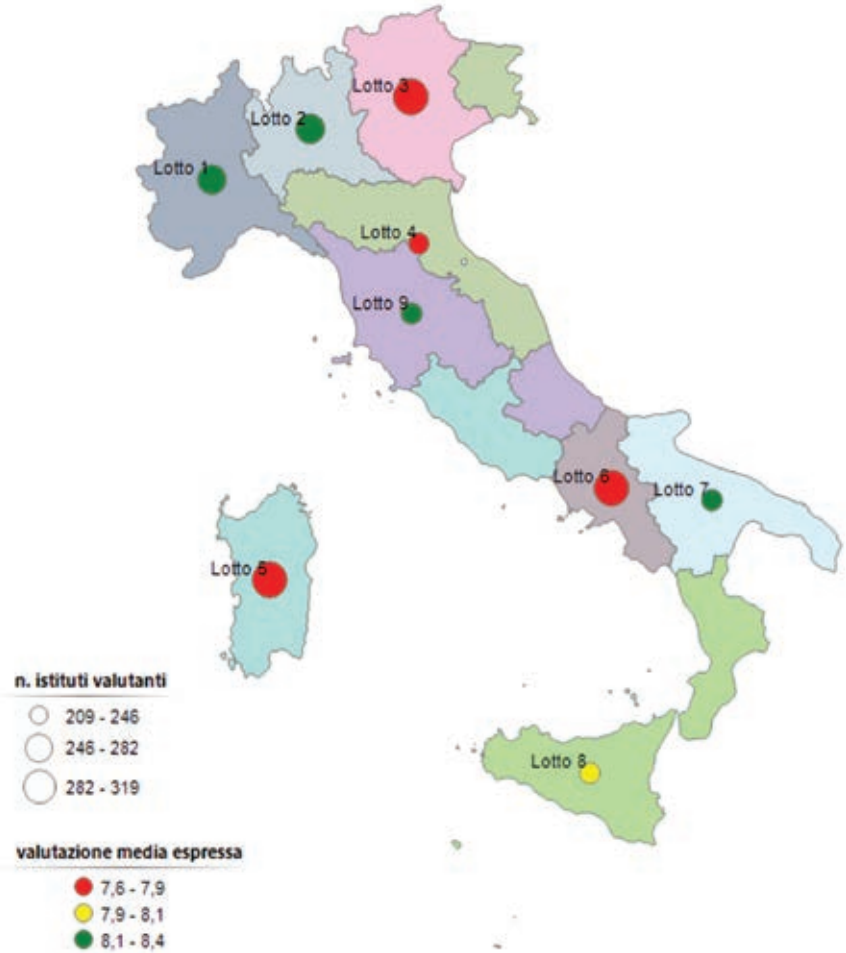
VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DEI PRODOTTI DISTRIBUITI						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Frutta	8,0	8	8	1	10	1,9
Verdura	7,6	8	8	1	10	2,1

Scala utilizzata 1-10

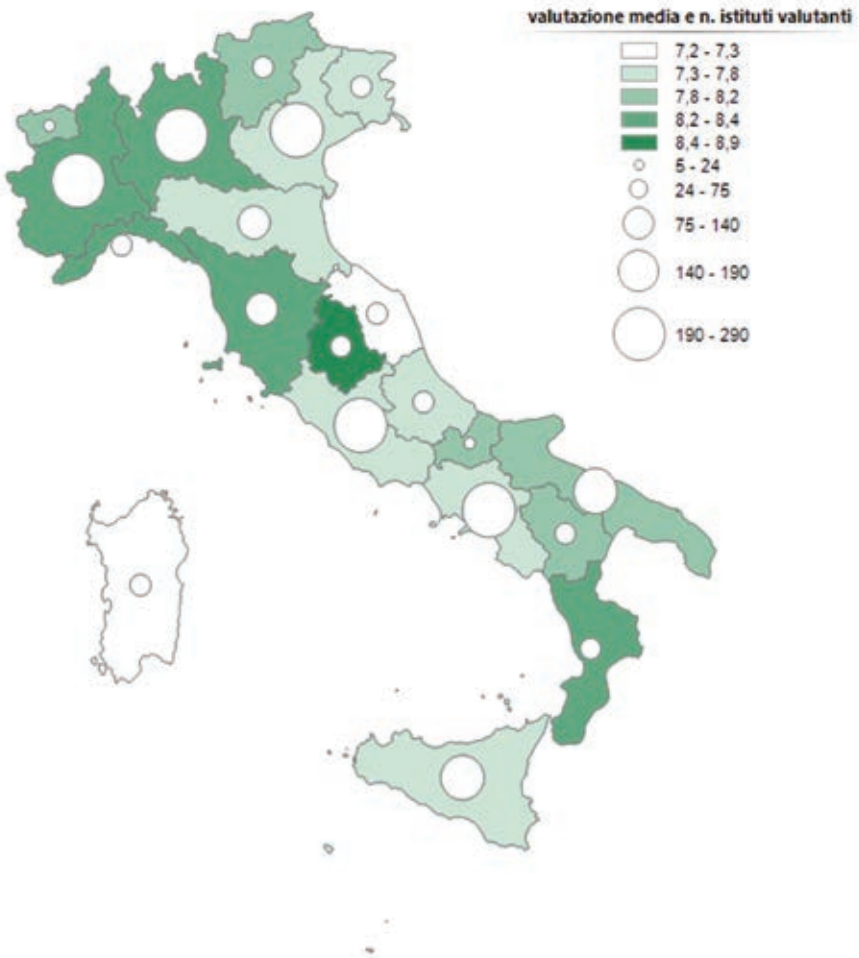
Valutazioni degli istituti scolastici sulla qualità della frutta distribuita (scala 1-10) per area geografica



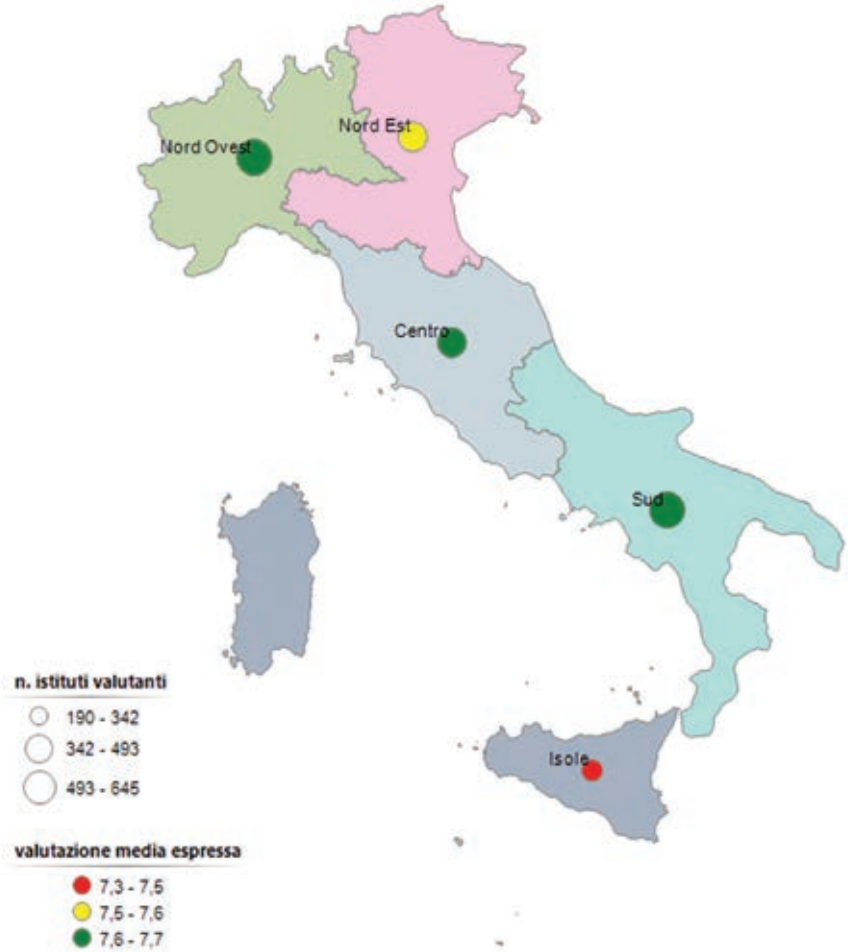
Valutazioni degli istituti scolastici sulla qualità della frutta distribuita (scala 1-10) per lotto di fornitura



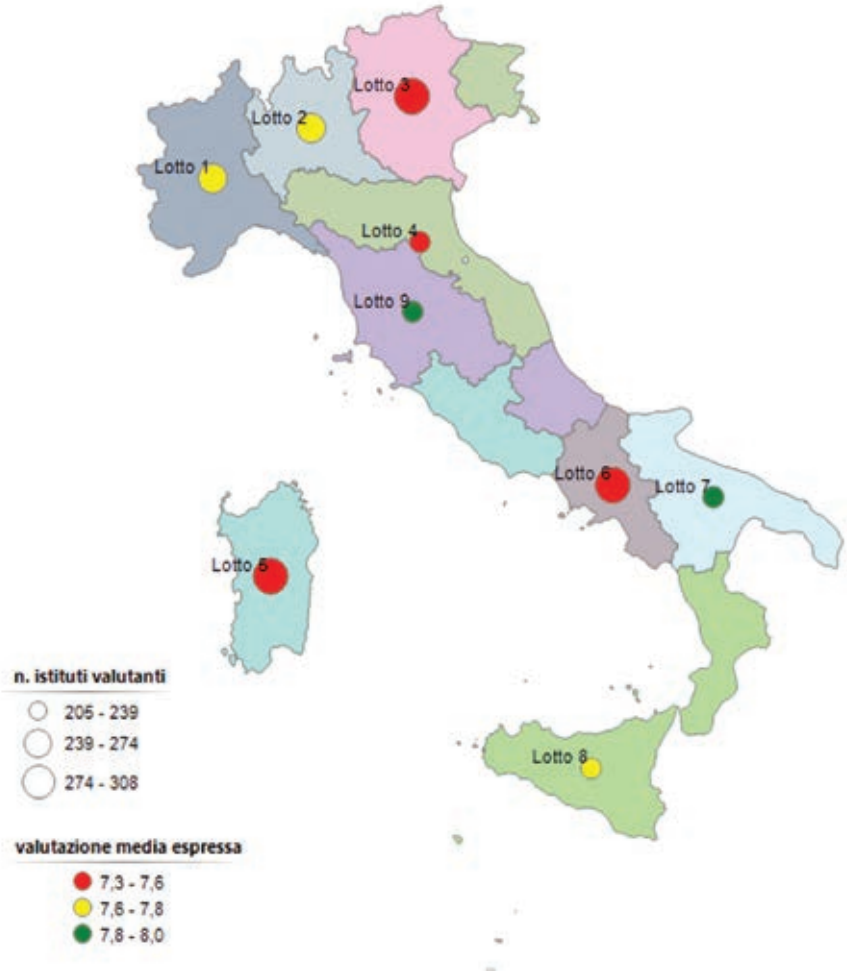
Valutazioni degli istituti scolastici sulla qualità della frutta distribuita (scala 1-10) per regione



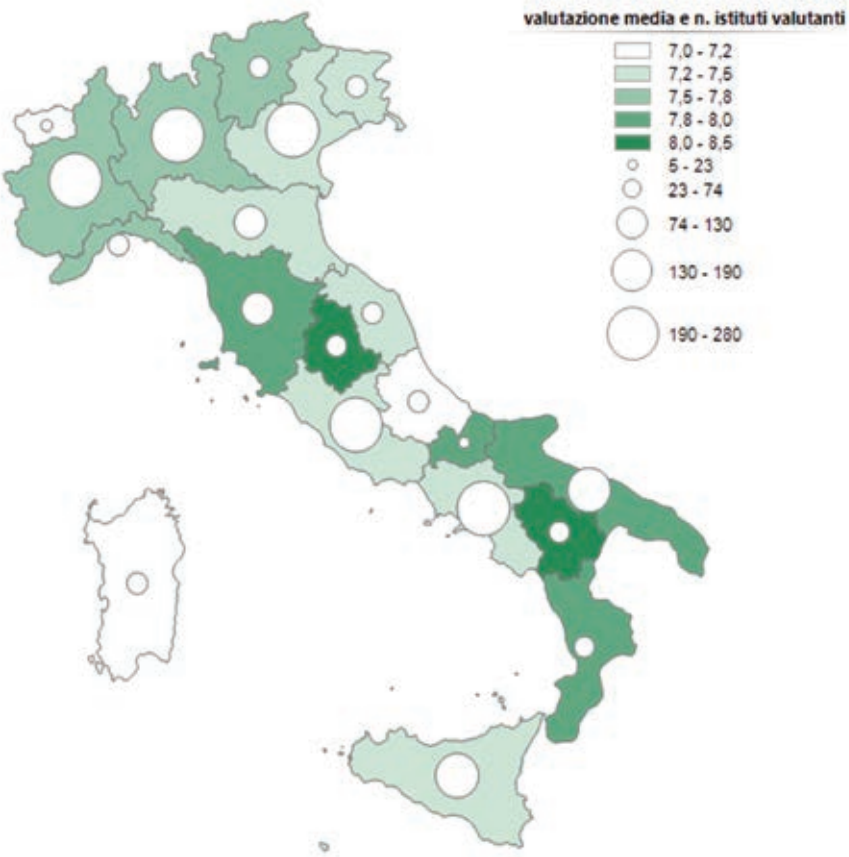
Valutazioni degli istituti scolastici sulla qualità della verdura distribuita (scala 1-10) per area geografica



Valutazioni degli istituti scolastici sulla qualità della verdura distribuita (scala 1-10) per lotto di fornitura



Valutazioni degli istituti scolastici sulla qualità della verdura distribuita (scala 1-10) per regione



Le preferenze accordate dai bambini, secondo le risposte dei referenti scolastici, sembrano a favore della frutta e della verdura confezionate e pronte all'uso, rispetto a quelle intere tal quali. Inferiore sembra il gradimento di spremute e centrifughe.

Nelle note finali del questionario, circa 60 referenti scolastici hanno posto l'attenzione sui problemi legati alla porzionatura della frutta: nella maggior parte dei casi si sono constatati casi di mancanza di personale addetto a tale funzione, mettendo in difficoltà il personale scolastico. In qualche caso si preferisce ricevere frutta/verdura intera, in quanto quella già porzionata arriva meno fresca, oppure per evitare un accumulo eccessivo di imballaggi/plastica, in contrasto con i principi dell'eco-sostenibilità.

L'apprezzamento dei genitori e il gradimento dei bambini, sempre secondo i referenti scolastici, risultano poi andare a favore della frutta e verdura biologica, in confronto a quella tipica certificata e soprattutto a quella proveniente da coltivazioni a lotta integrata.

TIPOLOGIA DI FRUTTA E VERDURA CHE HA RISCOSSO TRA I BAMBINI IL MAGGIORE GRADIMENTO		
	N.	%
Frutta intera, tal quale, consumabile anche con la buccia	710	30,8%
Frutta già porzionata, pronta all'uso	1.330	57,8%
Spremute e/o centrifughe di frutta e verdura	188	8,2%
Non risponde	75	3,3%
Totale	**2.303**	**100,0%**

TIPOLOGIA DI FRUTTA E VERDURA DI QUALITÀ RISULTATA PIÙ GRADITA AGLI ALUNNI E APPREZZATA DAI GENITORI		
	N.	%
Biologica	1.251	54,3%
Tipica con marchio di certificazione	696	30,2%
Da produzione integrata	189	8,2%
Non risponde	167	7,3%
Totale	**2.303**	**100,0%**

2.1.3. Le valutazioni espresse sul rapporto con i fornitori

La relazione fra scuola e fornitori è giudicata molto positiva nel 25% dei casi, abbastanza positiva nel 62%.

È una situazione che può essere associata all'assenza di problemi nella distribuzione, evidenziata dal 64% degli istituti rispondenti. Non è tuttavia da sottovalutare il 36% di scuole che ha invece posto in risalto l'esistenza di problemi, con quote più marcate nelle zone di fornitura Trentino–Alto Adige – Veneto e Emilia-Romagna – Friuli-Venezia Giulia – Marche. L'assenza di problematiche di questo genere sembra invece riguardare i lotti Campania – Molise e Calabria – Sicilia. Le principali difficoltà fanno riferimento, in ordine di importanza, alla qualità delle singole forniture, alla puntualità delle consegne, alla corretta quantità delle forniture.

Si sono poi verificati casi di mancata consegna delle singole forniture, più frequenti della media nella zona Trentino–Alto Adige – Veneto.

Alcuni referenti scolastici hanno sottolineato che il mancato rispetto degli orari di consegna di frutta e verdura ha comportato un utilizzo tardivo dei prodotti (quindi minore freschezza e maturazione eccessiva) e difficoltà per le scuole in quanto non sempre dotate di spazi per lo stoccaggio; in qualche caso, si è consegnata prima del pranzo la frutta/verdura prevista per la merenda (costringendo gli alunni a portare a casa elevate quantità di prodotto).

GIUDIZI SUL RAPPORTO CON I FORNITORI DI FRUTTA E DELLA VERDURA

	LOTTO 1 - LIGURIA, PIEMONTE, VALLE D'AOSTA		LOTTO 2 LOMBARDIA		LOTTO 3 TRENTINO-ALTO ADIGE, VENETO		LOTTO 4 - EMILIA-ROMAGNA, FRIULI-VENEZIA GIULIA, MARCHE		LOTTO 5 - LAZIO, SARDEGNA		LOTTO 6 CAMPANIA MOLISE		LOTTO 7 BASILICATA, PUGLIA		LOTTO 8 CALABRIA, SICILIA		LOTTO 9 ABRUZZO, TOSCANA, UMBRIA		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Molto positivo	81	32,4%	75	27,9%	75	26,4%	47	22,5%	77	23,9%	69	21,8%	46	21,6%	33	15,0%	76	34,7%	579	25,1%
Abbastanza positivo	144	57,6%	164	61,0%	164	57,7%	127	60,8%	207	64,3%	213	67,2%	133	62,4%	158	71,8%	111	50,7%	1.421	61,7%
Poco positivo	18	7,2%	24	8,9%	36	12,7%	21	10,0%	32	9,9%	23	7,3%	23	10,8%	21	9,5%	22	10,0%	220	9,6%
Per niente positivo	2	0,8%	3	1,1%	4	1,4%	12	5,7%	3	0,9%	9	2,8%	8	3,8%	6	2,7%	7	3,2%	54	2,3%
Non risponde	5	2,0%	3	1,1%	5	1,8%	2	1,0%	3	0,9%	3	0,9%	3	1,4%	2	0,9%	3	1,4%	29	1,3%
Totale	**250**	**100,0%**	**269**	**100,0%**	**284**	**100,0%**	**209**	**100,0%**	**322**	**100,0%**	**317**	**100,0%**	**213**	**100,0%**	**220**	**100,0%**	**219**	**100,0%**	**2.303**	**100,0%**

ESISTENZA DI PROBLEMI NELLA GESTIONE E NELL'ORGANIZZAZIONE DEL PROCESSO DI DISTRIBUZIONE

	LOTTO 1 - LIGURIA, PIEMONTE, VALLE D'AOSTA		LOTTO 2 LOMBARDIA		LOTTO 3 TRENTINO-ALTO ADIGE, VENETO		LOTTO 4 - EMILIA-ROMAGNA, FRIULI-VENEZIA GIULIA, MARCHE		LOTTO 5 - LAZIO, SARDEGNA		LOTTO 6 CAMPANIA MOLISE		LOTTO 7 BASILICATA, PUGLIA		LOTTO 8 CALABRIA, SICILIA		LOTTO 9 ABRUZZO, TOSCANA, UMBRIA		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Si	77	30,8%	100	37,2%	128	45,1%	101	48,3%	109	33,9%	86	27,1%	70	32,9%	61	27,7%	87	39,7%	819	35,6%
No	171	68,4%	168	62,5%	155	54,6%	108	51,7%	213	66,1%	229	72,2%	142	66,7%	159	72,3%	130	59,4%	1.475	64,0%
Non risponde	2	0,8%	1	0,4%	1	0,4%	0	0,0%	0	0,0%	2	0,6%	1	0,5%	0	0,0%	2	0,9%	9	0,4%
Totale	**250**	**100,0%**	**269**	**100,0%**	**284**	**100,0%**	**209**	**100,0%**	**322**	**100,0%**	**317**	**100,0%**	**213**	**100,0%**	**220**	**100,0%**	**219**	**100,0%**	**2.303**	**100,0%**

TIPOLOGIE DI PROBLEMI NELLA GESTIONE E NELL'ORGANIZZAZIONE DEL PROCESSO DI DISTRIBUZIONE

	LOTTO 1 - LIGURIA, PIEMONTE, VALLE D'AOSTA		LOTTO 2 LOMBARDIA		LOTTO 3 TRENTINO-ALTO ADIGE, VENETO		LOTTO 4 - EMILIA-ROMAGNA, FRIULI-VENEZIA GIULIA, MARCHE		LOTTO 5 - LAZIO, SARDEGNA		LOTTO 6 CAMPANIA MOLISE		LOTTO 7 BASILICATA, PUGLIA		LOTTO 8 CALABRIA, SICILIA		LOTTO 9 ABRUZZO, TOSCANA, UMBRIA		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Puntualità nelle consegne	31	45,6%	51	57,3%	78	65,0%	48	52,7%	25	24,5%	56	71,8%	46	68,7%	31	55,4%	46	59,0%	412	55,0%
Qualità delle singole forniture	45	66,2%	49	55,1%	73	60,8%	64	70,3%	71	69,6%	47	60,3%	35	52,2%	33	58,9%	48	61,5%	465	62,1%
Quantità delle singole forniture (superiori o inferiori a quelle previste)	27	39,7%	41	46,1%	51	42,5%	55	60,4%	54	52,9%	31	39,7%	28	41,8%	26	46,4%	40	51,3%	353	47,1%
Tipologia delle singole forniture (la frutta e la verdura consegnate sono diverse dalle tipologie previste)	6	8,8%	12	13,5%	13	10,8%	10	11,0%	8	7,8%	2	2,6%	4	6,0%	2	3,6%	7	9,0%	64	8,5%
Mancata consegna delle singole forniture	4	5,9%	19	21,3%	20	16,7%	10	11,0%	6	5,9%	11	14,1%	11	16,4%	3	5,4%	12	15,4%	96	12,8%
Problemi nel rapporto diretto con il fornitore	8	11,8%	10	11,2%	10	8,3%	10	11,0%	12	11,8%	7	9,0%	13	19,4%	3	5,4%	8	10,3%	81	10,8%

% calcolate sulle scuole che hanno indicato l'esistenza di problemi; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

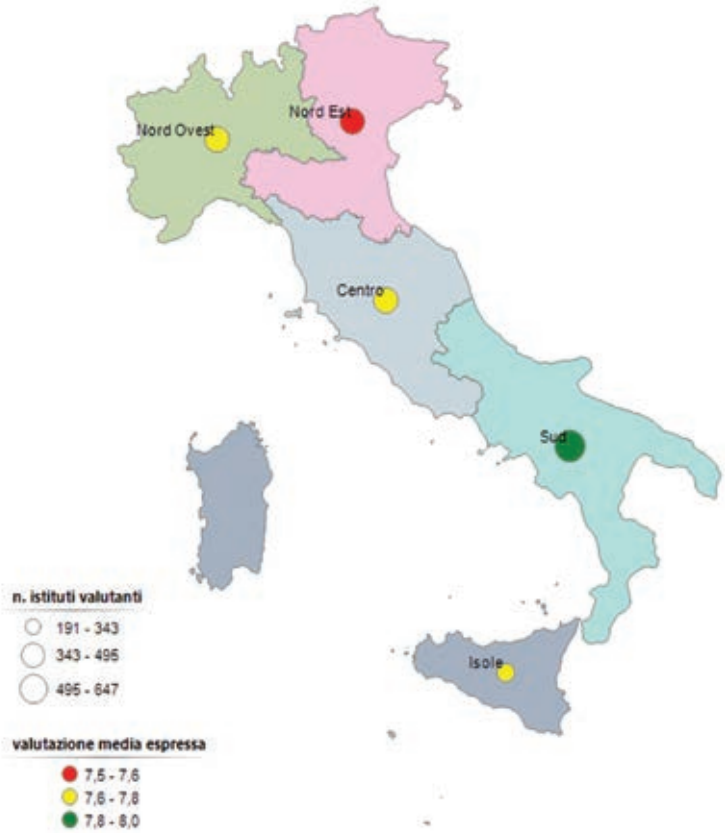
2.1.4. Le valutazioni espresse sulle attività di accompagnamento

Le attività di accompagnamento al Programma sembrano avere ottenuto una influenza positiva nel favorire corrette abitudini alimentari dei bambini; tanto che la media di questa valutazione si colloca su un livello appena inferiore a 8 (sempre in una scala da 1 a 10), con moda e mediana proprio pari a 8. Sono gran parte delle regioni del Mezzogiorno, ma anche la zona di fornitura Liguria – Piemonte – Valle d'Aosta ad evidenziare le valutazioni più elevate relativamente a questo parametro.

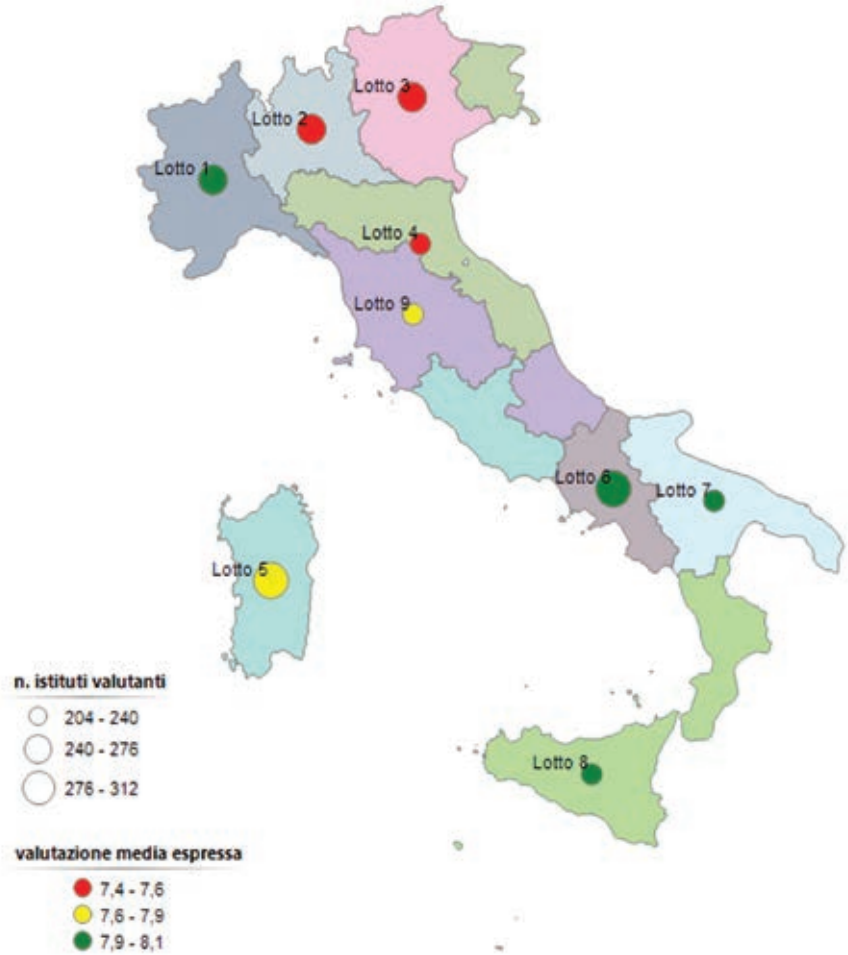
VALUTAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO RELATIVAMENTE ALL'EFFICACIA NEL FAVORIRE CORRETTE ABITUDINI ALIMENTARI						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Indicatori	7,7	8	8	1	10	1,7

Scala utilizzata 1-10

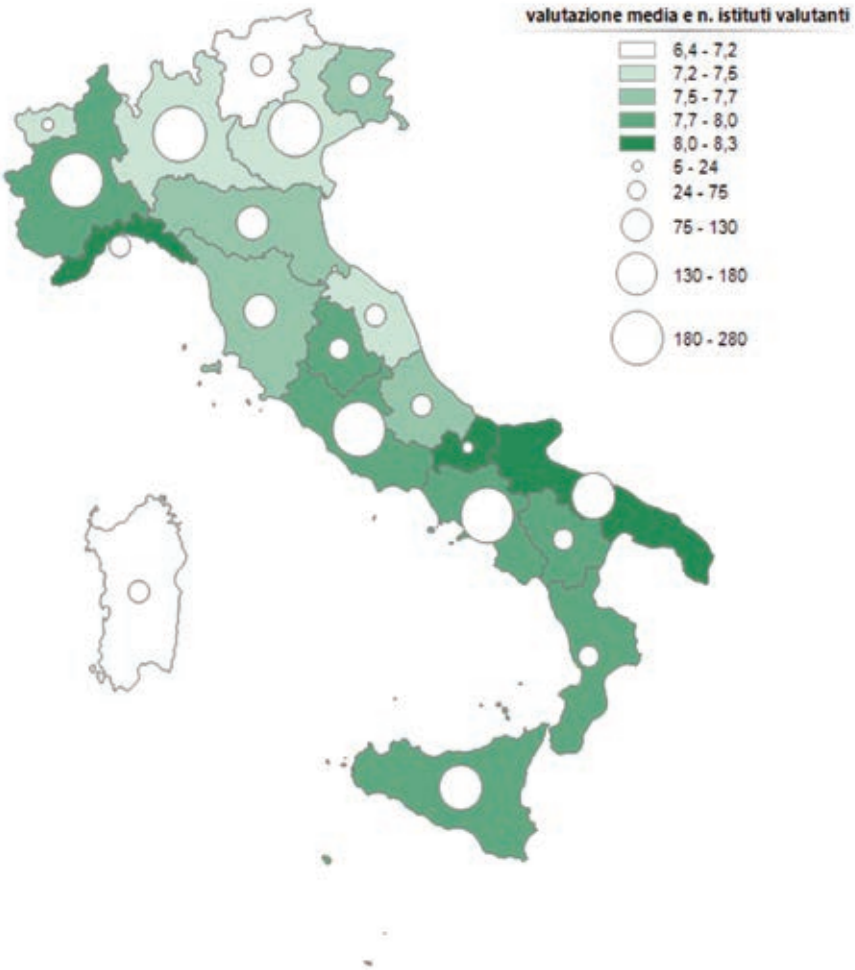
Valutazioni degli istituti scolastici sull'efficacia delle misure di accompagnamento nel favorire corrette abitudini alimentari (scala 1-10) - per area geografica



Valutazioni degli istituti scolastici sull'efficacia delle misure di accompagnamento nel favorire corrette abitudini alimentari (scala 1-10) - per lotto di fornitura



Valutazioni degli istituti scolastici sull'efficacia delle misure di accompagnamento nel favorire corrette abitudini alimentari (scala 1-10) - per regione



2.1.5. Le opinioni sull'inserimento del latte nel Programma

L'interesse delle scuole nei confronti dell'eventuale inserimento del latte nell'edizione successiva del Programma è piuttosto elevato, con una media superiore a 7 (nell'ambito di una scala 1-10). Colpisce in modo particolare il fatto che la risposta maggiormente frequente coincida con il massimo valore della scala adottata.

Non si notano particolari difformità tra le singole zone nazionali, se non la minore propensione verso questo inserimento da parte dell'area Trentino–Alto Adige – Veneto.

Solo qualche referente scolastico ha segnalato la necessità di adottare una certa cautela per via di allergie o intolleranze relativamente al latte.

VALUTAZIONE DI QUANTO È INTERESSANTE L'INSERIMENTO DEL LATTE NEL PROGRAMMA FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE DEL PROSSIMO ANNO						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Indicatori	7,2	8	10	1	10	2,7

Scala utilizzata 1-10

VALUTAZIONE DI QUANTO È INTERESSANTE L'INSERIMENTO DEL LATTE NEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" DEL PROSSIMO ANNO - MEDIA PER ZONA DI FORNITURA	
ZONE DI FORNITURA	VALUTAZIONE MEDIA
Lotto 1 - Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta	7,6
Lotto 2 - Lombardia	7,0
Lotto 3 - Trentino-Alto Adige, Veneto	6,4
Lotto 4 - Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Marche	7,2
Lotto 5 - Lazio, Sardegna	7,5
Lotto 6 - Campania, Molise	7,6
Lotto 7 - Basilicata, Puglia	7,3
Lotto 8 - Calabria, Sicilia	7,3
Lotto 9 - Abruzzo, Toscana, Umbria	7,2
Totale	**7,2**

Scala utilizzata 1-10

VALUTAZIONE DI QUANTO È INTERESSANTE L'INSERIMENTO DEL LATTE NEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" DEL PROSSIMO ANNO - MEDIA PER AREA GEOGRAFICA	
ZONE DI FORNITURA	VALUTAZIONE MEDIA
Nord-Ovest	7,3
Nord-Est	6,7
Centro	7,3
Sud	7,5
Isole	7,1
Totale	7,2

Scala utilizzata 1-10

2.2. L'indagine campionaria presso i bambini partecipanti al Programma (campione di monitoraggio)

2.2.1. La descrizione del campione

L'indagine campionaria di monitoraggio (bambini di scuole partecipanti al programma e rispettivi genitori) nell'anno scolastico 2016-2017, è stata realizzata su un campione di 16.000 bambini – e di relative famiglie – afferenti a 100 scuole. La quota dei questionari restituiti e appaiati correttamente (bambino e rispettiva famiglia) è stata del 47,4%, ossia 7.583 questionari. Nell'ambito di questa quota, la percentuale di questionari validi per il monitoraggio (compilati correttamente almeno per il 50% delle domande sia dal bambino che dalla sua famiglia) è stata del 99,8%, corrispondente a 7.570 questionari.

Per ulteriori aspetti metodologici, si rimanda a quanto esposto nel capitolo 1.

Si può solo sottolineare che, a fronte di una popolazione complessiva di bambini coinvolti nel Programma Frutta e Verdura nelle Scuole sull'ordine di grandezza di un milione, un campione di questo tipo corrisponde a un errore di campionamento estremamente contenuto (addirittura inferiore all'1%), calcolato sulle principali variabili dicotomiche, in corrispondenza del grado di confidenza universalmente accettato per questo genere di indagini (95%) e nell'ipotesi (poi effettivamente confermata per la maggior parte dei principali *item* considerati) di un livello di eterogeneità posizionato su entità medie (per esempio, 25-75% nel caso appunto delle variabili dicotomiche).

Il campione di monitoraggio è quindi costituito da 7.570 bambini distribuiti per regione, per area geografica, per zona di fornitura, per anno di nascita e per dimensione demografica del comune di residenza, come risulta dalle tabelle sotto riportate.

Si riporta inoltre la distribuzione per paese di nascita, per genere e per tipologia di orario scolastico.

foto: Bruce Tuten

DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE DI MONITORAGGIO PER REGIONE		
REGIONE	N.	%
Piemonte	612	8,1
Valle d'Aosta	34	0,4
Liguria	234	3,1
Lombardia	1.105	14,6
Veneto	721	9,5
Trentino-Alto Adige	84	1,1
Friuli-Venezia Giulia	70	0,9
Emilia-Romagna	342	4,5
Toscana	285	3,8
Umbria	134	1,8
Marche	102	1,3
Lazio	787	10,4
Abruzzo	237	3,1
Molise	92	1,2
Campania	827	10,9
Puglia	843	11,1
Basilicata	61	0,8
Calabria	274	3,6
Sicilia	453	6,0
Sardegna	273	3,6
Totale	**7.570**	**100,0**

DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE DI MONITORAGGIO PER AREA GEOGRAFICA		
AREA GEOGRAFICA	N.	%
Nord-Ovest	1.985	26,2
Nord-Est	1.217	16,1
Centro	1.308	17,3
Sud	2.334	30,8
Isole	726	9,6
Totale	**7.570**	**100,0**

DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE DI MONITORAGGIO PER ZONA DI FORNITURA		
ZONE DI FORNITURA	N.	%
Lotto 1 - Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta	880	11,6
Lotto 2 - Lombardia	1.105	14,6
Lotto 3 - Trentino-Alto Adige, Veneto	805	10,6
Lotto 4 - Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Marche	514	6,8
Lotto 5 - Lazio, Sardegna	1.060	14,0
Lotto 6 - Campania, Molise	919	12,1
Lotto 7 - Basilicata, Puglia	904	11,9
Lotto 8 - Calabria, Sicilia	727	9,6
Lotto 9 - Abruzzo, Toscana, Umbria	656	8,7
Totale	**7.570**	**100,0**

DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE DI MONITORAGGIO PER DIMENSIONE DEMOGRAFICA DEL COMUNE DI RESIDENZA		
ABITANTI	N.	%
Fino a 20.000 abitanti	2.516	33,2
Da 20.000 a 70.000 abitanti	2.381	31,5
Oltre a 70.000 abitanti	2.673	35,3
Totale	**7.570**	**100,0**

DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE DI MONITORAGGIO PER ANNO DI NASCITA		
ANNO DI NASCITA	N.	%
2005	40	0,5
2006	1.770	23,4
2007	1.932	25,5
2008	1.685	22,3
2009	1.582	20,9
2010	355	4,7
2011	17	0,2
Non risponde	189	2,5
Totale	**7.570**	**100,0**

DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE DI MONITORAGGIO PER LUOGO DI NASCITA		
LUOGO DI NASCITA	N.	%
Italia	7.274	96,1%
Estero	250	3,3%
Non risponde	46	0,6%
Totale	**7.570**	**100,0%**

DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE DI MONITORAGGIO PER GENERE DEL BAMBINO		
GENERE	N.	%
Maschio	3.732	49,3%
Femmina	3.751	49,6%
Non risponde	87	1,1%
Totale	**7.570**	**100,0%**

DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE DI MONITORAGGIO PER ORARIO SCOLASTICO PER AREA GEOGRAFICA												
	NORD-OVEST		NORD-EST		CENTRO		SUD		ISOLE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
A tempo pieno	1.079	54,4%	649	53,3%	512	39,1%	233	10,0%	89	12,3%	2.562	33,8%
Di mattina e solo alcuni pomeriggi	697	35,1%	345	28,3%	436	33,3%	464	19,9%	45	6,2%	1.987	26,2%
Solo di mattina	125	6,3%	176	14,5%	303	23,2%	1.555	66,6%	574	79,1%	2.733	36,1%
Non risponde	84	4,2%	47	3,9%	57	4,4%	82	3,5%	18	2,5%	288	3,8%
Totale	**1.985**	**100,0%**	**1.217**	**100,0%**	**1308**	**100,0%**	**2.334**	**100,0%**	**726**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE DI MONITORAGGIO PER ORARIO SCOLASTICO PER COMUNE DI RESIDENZA (N. ABITANTI)								
	COMUNE FINO A 20.000 ABITANTI		COMUNE DA 20.000 A 70.000 ABITANTI		COMUNE OLTRE A 70.000 ABITANTI		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
A tempo pieno	716	28,5%	624	26,2%	1.222	45,7%	2.562	33,8%
Di mattina e solo alcuni pomeriggi	954	37,9%	580	24,4%	453	16,9%	1.987	26,2%
Solo di mattina	741	29,5%	1.096	46,0%	896	33,5%	2.733	36,1%
Non risponde	105	4,2%	81	3,4%	102	3,8%	288	3,8%
Totale	**2.516**	**100,0%**	**2.381**	**100,0%**	**2.673**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

2.2.2. I comportamenti alimentari

Il 96% circa dei bambini interpellati consuma la colazione del mattino e, in riferimento al luogo dove avviene la colazione, prevale nettamente la casa propria, con una quota del 97% del campione che fa normalmente colazione.

Il latte predomina fra ciò che i bambini bevono a colazione, con un 70% di penetrazione, seguito da tè e succo di frutta.

I biscotti hanno invece la supremazia fra gli alimenti che il bambino consuma a colazione, con una penetrazione intorno al 55%. Si collocano invece sul 17-18% i dolci fatti in casa, le merendine e il pane o le fette biscottate con burro e/o marmellata.

CONSUMAZIONE DELLA COLAZIONE NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
Si	7.242	95,7%
No	318	4,2%
Non risponde	10	0,1%
Totale	**7.570**	**100,0%**

LUOGO DELLA COLAZIONE NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
A casa	7.019	96,9%
A scuola	71	1,0%
In un altro luogo	74	1,0%
Non risponde	78	1,1%
Totale	**7.242**	**100,0%**

PRODOTTI BEVUTI A COLAZIONE NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
Latte	5.000	69,3%
Tè	1.218	16,9%
Succo di frutta	966	13,4%
Spremuta di arancia	653	9,1%
Frullato di frutta	290	4,0%
Centrifuga di frutta/verdura	199	2,8%
Yogurt da bere	457	6,3%
Altro	169	2,3%
Non bevo niente	255	3,5%

% calcolate sui rispondenti che fanno colazione; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

PRODOTTI MANGIATI A COLAZIONE NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
Pane o fette biscottate con burro e/o marmellata, ecc	1.278	17,7%
Biscotti	3.926	54,5%
Cereali	2.028	28,1%
Dolci fatti in casa	1.197	16,6%
Merendine	1.321	18,3%
Yogurt	685	9,5%
Frutta	530	7,4%
Cibi salati (uova, formaggio, prosciutto, ecc.)	171	2,4%
Pizza, cracker, grissini, gallette	150	2,1%
Patatine	53	0,7%
Altro	346	4,8%
Non mangio niente	155	2,1%

% calcolate sui rispondenti che fanno colazione; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

Il 97% del campione di monitoraggio ha affermato di fare merenda durante la ricreazione del mattino.

In quattro casi su dieci, i bambini nella merenda di metà mattina bevono acqua, circa un 30% beve un succo di frutta.

Per quanto riguarda gli alimenti, le merendine detengono il primo posto con un 20% di penetrazione, a cui fanno seguito frutta e biscotti, ognuno con un 18%.

CONSUMAZIONE DELLA MERENDA A SCUOLA, DURANTE LA RICREAZIONE		
	N.	%
Si	7.345	97,0%
No	191	2,5%
Non risponde	34	0,4%
Totale	**7.570**	**100,0%**

2.2. La valutazione del Programma: i bambini

PRODOTTI BEVUTI PER LA MERENDA DEL MATTINO		
	N.	%
Succo di frutta	2.199	30,2%
Spremuta di arancia	529	7,3%
Frullato di frutta	205	2,8%
Centrifuga di frutta/verdura	237	3,3%
Yogurt da bere	387	5,3%
Latte	670	9,2%
Acqua	2.972	40,8%
Altro	251	3,4%
Non bevo niente	519	7,1%

% calcolate sui rispondenti che fanno merenda; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

PRODOTTI MANGIATI PER LA MERENDA DEL MATTINO		
	N.	%
Frutta	1.289	17,8%
Biscotti	1.267	17,5%
Pane e cioccolato	811	11,2%
Pane e cibi salati (uova, formaggio, prosciutto, ecc.)	1.087	15,0%
Merendine	1.477	20,4%
Pizza, cracker, grissini, gallette	1.031	14,2%
Patatine	332	4,6%
Yogurt	247	3,4%
Altro	650	9,0%
Non mangio niente	171	2,4%

% calcolate sui rispondenti che fanno merenda; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

Il pranzo, nella maggior parte dei giorni feriali, avviene a casa per il 63% dei bambini, a scuola per un altro 31%. Tra gli altri luoghi (4%) figurano soprattutto la casa dei nonni, il bar/ristorante/pizzeria, il pranzo all'aperto/al sacco.

L'acqua è la bevanda di gran lunga più utilizzata, mentre tra gli alimenti a base di frutta o verdura, si evidenziano la pasta o il riso con le verdure, la frutta tal quale, l'insalata. Un bambino su dieci non consuma prodotti a base di ortofrutta.

LUOGO DEL PRANZO NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
A casa	4.793	63,3%
A scuola	2.352	31,1%
In un altro luogo	326	4,3%
Non risponde	99	1,3%
Totale	**7.570**	**100,0%**

PRODOTTI BEVUTI A PRANZO NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
Acqua	6.682	89,0%
Aranciata, cola, ecc	881	11,7%
Altro	339	4,5%
Non ho bevuto niente	38	0,5%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

PRODOTTI A BASE DI FRUTTA O VERDURA MANGIATI A PRANZO NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
Pasta con le verdure	1.788	23,9%
Riso/risotto con le verdure	929	12,4%
Legumi	603	8,1%
Minestrone	705	9,4%
Insalata	1.511	20,2%
Altre verdure	1.240	16,6%
Frutta	1.911	25,5%
Non mangio né frutta né verdura	769	10,3%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

Per quanto riguarda la merenda del pomeriggio, questa viene consumata dal 94% dei bambini, in assoluta prevalenza a casa propria.

Altri luoghi di consumazione della merenda, oltre a quelli specificati in tabella, sono all'aperto/al sacco, al bar, ma si tratta di percentuali alquanto ridotte.

Per il 45% del campione di monitoraggio, i prodotti derivati da frutta e verdura costituiscono la bevanda della merenda. Nell'ambito degli alimenti, la quota di penetrazione della frutta nel campione di monitoraggio si colloca sul 25%, alla pari di merendine e della combinazione pane – cioccolato.

2.2. La valutazione del Programma: i bambini

CONSUMAZIONE DELLA MERENDA DEL POMERIGGIO NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
Si	7.115	94,0%
No	422	5,6%
Non risponde	33	0,4%
Totale	**7.570**	**100,0%**

LUOGO DELLA MERENDA DEL POMERIGGIO NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
A casa	6.194	87,1%
A scuola	287	4,0%
In un altro luogo	392	5,5%
Non risponde	242	3,4%
Totale	**7.115**	**100,0%**

% calcolate sui rispondenti che fanno merenda

PRODOTTI BEVUTI PER LA MERENDA DEL POMERIGGIO NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
Succo di frutta	2.588	36,6%
Spremuta di arancia	946	13,4%
Frullato di frutta	383	5,4%
Centrifuga di frutta/verdura	408	5,8%
Yogurt da bere	803	11,4%
Latte	673	9,5%
Acqua	2.745	38,8%
Altro	799	11,3%
Non bevo niente	280	4,0%

% calcolate sui rispondenti che fanno merenda; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

PRODOTTI MANGIATI PER LA MERENDA DEL POMERIGGIO NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
Frutta	1.749	25,0%
Biscotti	1.443	20,6%
Pane e cioccolato	1.761	25,2%
Pane e cibi salati	1.170	16,7%
Merendine	1.833	26,2%
Pizza, cracker, grissini, gallette	1.066	15,2%
Patatine	870	12,4%
Yogurt	1.013	14,5%
Altro	800	11,4%
Non mangio niente	58	0,8%

% calcolate sui rispondenti che fanno merenda; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

Il 97% dei bambini cena a casa e beve, nell'85% dei casi, acqua. Gli alimenti a base di frutta o verdura più spesso consumati sono l'insalata, la frutta tal quale, la pasta o il riso alle verdure.

LUOGO DELLA CENA NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
A casa	7.350	97,1%
In un altro luogo	83	1,1%
Non risponde	137	1,8%
Totale	**7.570**	**100,0%**

PRODOTTI BEVUTI A CENA NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
Acqua	6.337	84,6%
Aranciata, cola, ecc.	1.197	16,0%
Altro	453	6,0%
Non ho bevuto niente	66	0,9%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

PRODOTTI A BASE DI FRUTTA O VERDURA MANGIATI A CENA NEI GIORNI FERIALI		
	N.	%
Pasta con le verdure	877	11,7%
Riso/risotto con le verdure	913	12,2%
Legumi	698	9,3%
Minestrone	870	11,6%
Insalata	1.560	20,8%
Altre verdure	1.345	18,0%
Frutta	1.764	23,6%
Non mangio né frutta né verdura	1.199	16,0%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

È stato inoltre chiesto ai bambini quale è il grado decisionale in fatto di alimentazione. Nel 67% dei casi, i rispondenti hanno indicato di decidere personalmente, ma solo a volte. Un 6% del campione si è attribuita invece una piena capacità decisionale. Al contrario, tre bambini su quattro ammettono di non decidere nulla in proposito.

SCELTA DA PARTE DEL BAMBINO DI COSA MANGIARE		
	N.	%
No, mai	1.896	25,0%
Sì, qualche volta	5.085	67,2%
Sì, sempre	471	6,2%
Non risponde	118	1,6%
Totale	**7.570**	**100,0%**

2.2.3. Le preferenze nell'ambito della frutta e della verdura

In modo specifico, si sono analizzate le preferenze in riferimento al tipo di frutta e di verdura. Per la frutta, si collocano ai primi posti melone-angurie, ciliegie, fragole, mele, pesche e banane. Nel caso della verdura, i prodotti meglio posizionati nelle preferenze dei bambini sono pomodori, carote e insalate.

Come era logico aspettarsi, in diversi casi le difformità tra le singole aree geografiche sono tutt'altro che trascurabili.

FRUTTO PREFERITO		
	N.	%
Mela	550	7,3%
Pera	204	2,7%
Arancia	252	3,3%
Mandarino	186	2,5%
Clementina	127	1,7%
Fragole	845	11,2%
Ciliegie	913	12,1%
Amarene	145	1,9%
Albicocca	317	4,2%
Pesca	478	6,3%
Banana	492	6,5%
Melone-Anguria	1.140	15,1%
Kiwi	115	1,5%
Kaki (Loto)	54	0,7%
Piccoli frutti	185	2,4%
Fichi	130	1,7%
Fico d'india	32	0,4%
Uva	114	1,5%
Susine	47	0,6%
Altri frutti	88	1,2%
Non mi piace nessun tipo di frutta	63	0,8%
Non risponde	1.093	14,4%
Totale	**7.570**	**100,0%**

foto: lisa clarke

VERDURA PREFERITA		
	N.	%
Carote	1.314	17,4%
Finocchi	584	7,7%
Pomodori	1.465	19,4%
Sedano	244	3,2%
Insalate	980	12,9%
Carciofi	251	3,3%
Cavoli	139	1,8%
Bieta	69	0,9%
Cicoria	52	0,7%
Zucchine	463	6,1%
Melanzane	170	2,2%
Altre verdure	465	6,1%
Non mi piace nessun tipo di verdura	357	4,7%
Non risponde	1.017	13,4%
Totale	**7.570**	**100,0%**

2.2.4. La televisione e altre attività di tempo libero

Una percentuale di bambini di poco inferiore al 50% guarda la televisione la mattina, prima di andare a scuola.

Medesima affermazione può essere ripetuta riguardo alla presenza della televisione accesa durante il pranzo a casa e durante la cena (circa il 60% del campione).

Il 70% circa dei bambini del campione di monitoraggio guarda la televisione nel pomeriggio, quota che sale al 77% in serata.

Oltre all'ascolto della televisione, la maggioranza dei bambini gioca con videogame, cellulari o computer.

La pratica dell'attività sportiva caratterizza, seppur con diverse gradazioni di intensità, l'86% dei bambini interpellati, con una risposta modale pari a due volte/settimana.

foto: Lars Plougmann

ASCOLTO DELLA TELEVISIONE NEI VARI MOMENTI DELLA GIORNATA										
	PRIMA DI ANDARE A SCUOLA		DURANTE IL PRANZO		NEL POMERIGGIO		DURANTE LA CENA		DOPO LA CENA	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Si	3.674	48,5%	4.460	58,9%	5.240	69,2%	4.549	60,1%	5.888	77,8%
No	3.372	44,5%	2.773	36,6%	1.872	24,7%	2.793	36,9%	1.473	19,5%
Non risponde	524	6,9%	337	4,5%	458	6,1%	228	3,0%	209	2,8%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

UTILIZZO DI VIDEOGIOCHI, CELLULARE O COMPUTER		
	N.	%
No, mai	706	9,3%
Sì, ma solo ogni tanto	3.847	50,8%
Si, ma solo nel fine settimana	1.101	14,5%
Si, tutti i giorni	1.811	23,9%
Non risponde	105	1,4%
Totale	**7.570**	**100,0%**

PRATICA DI SPORT		
	N.	%
No	990	13,1%
Sì, ma solo ogni tanto	833	11,0%
Sì, una volta a settimana	1.398	18,5%
Sì, due volte a settimana	2.577	34,0%
Sì, tre volte e più a settimana	1.696	22,4%
Non risponde	76	1,0%
Totale	**7.570**	**100,0%**

2.2.5. Le opinioni sull'inserimento del latte nel Programma

L'interesse nei confronti dell'eventuale inserimento del latte nell'edizione successiva del Programma è stato manifestato da circa due terzi dei bambini rispondenti, con quote superiori alla media nazionale nelle regioni centrali, e al contrario con livelli inferiori alla media nelle aree settentrionali del Paese.

Lombardia, Trentino –Alto Adige e Veneto, in modo particolare, sono le aree che hanno evidenziato un entusiasmo più contenuto.

GRADIMENTO DELL'INSERIMENTO DEL LATTE NEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" DEL PROSSIMO ANNO - PER ZONA DI FORNITURA

	LOTTO 1 - LIGURIA, PIEMONTE, VALLE D'AOSTA		LOTTO 2 LOMBARDIA		LOTTO 3 - TRENTINO-ALTO ADIGE, VENETO		LOTTO 4 - EMILIA-ROMAGNA, FRIULI-VENEZIA GIULIA, MARCHE		LOTTO 5 - LAZIO, SARDEGNA		LOTTO 6 CAMPANIA MOLISE		LOTTO 7 BASILICATA, PUGLIA		LOTTO 8 CALABRIA, SICILIA		LOTTO 9 ABRUZZO, TOSCANA, UMBRIA		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Si	590	67,0%	682	61,7%	472	58,6%	335	65,2%	809	76,3%	606	65,9%	690	76,3%	569	78,3%	395	60,2%	5.148	68,0%
No	279	31,7%	413	37,4%	316	39,3%	143	27,8%	208	19,6%	294	32,0%	175	19,4%	139	19,1%	253	38,6%	2.220	29,3%
Non risponde	11	1,3%	10	0,9%	17	2,1%	36	7,0%	43	4,1%	19	2,1%	39	4,3%	19	2,6%	8	1,2%	202	2,7%
Totale	**880**	**100,0%**	**1.105**	**100,0%**	**805**	**100,0%**	**514**	**100,0%**	**1.060**	**100,0%**	**919**	**100,0%**	**904**	**100,0%**	**727**	**100,0%**	**656**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

GRADIMENTO DELL'INSERIMENTO DEL LATTE NEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" DEL PROSSIMO ANNO - PER AREA GEOGRAFICA

	NORD-OVEST		NORD-EST		CENTRO		SUD		ISOLE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Si	1.272	64,1%	749	61,5%	949	72,6%	1.660	71,1%	518	71,3%	5.148	68,0%
No	692	34,9%	415	34,1%	318	24,3%	605	25,9%	190	26,2%	2.220	29,3%
Non risponde	21	1,1%	53	4,4%	41	3,1%	69	3,0%	18	2,5%	202	2,7%
Totale	1.985	100,0%	1.217	100,0%	1.308	100,0%	2.334	100,0%	726	100,0%	7.570	100,0%

2.3. L'indagine campionaria presso le famiglie partecipanti al Programma (campione di monitoraggio)

2.3.1. La descrizione del campione

L'indagine campionaria di monitoraggio, come già specificato nel paragrafo precedente, è stata realizzata su un campione di 16.000 famiglie afferenti a 100 scuole. La quota dei questionari restituiti e appaiati correttamente (bambino e rispettiva famiglia) è stata del 47,4%, ossia 7.583 questionari. Nell'ambito di questa quota, la percentuale di questionari compilati correttamente almeno per il 50% delle domande sia dal bambino che dalla sua famiglia è stata del 99,8%, corrispondente a 7.570 questionari. Per ulteriori aspetti metodologici, si rimanda a quanto esposto nel capitolo 1.

Per la descrizione dettagliata del campione, si rimanda invece a quanto riportato nel paragrafo 2.2.1. Qui ci si limita ad esporre alcune caratteristiche del campione, raccolte proprio nell'ambito del questionario rivolto alle famiglie.

DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE IN BASE AL COMPONENTE DEL NUCLEO FAMILIARE CHE HA COMPILATO IL QUESTIONARIO		
	N.	%
Padre	1.572	20,8%
Madre	6.464	85,4%
Altro familiare	158	2,1%
Altro non familiare	7	0,1%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE DI MONITORAGGIO PER AMPIEZZA DEL NUCLEO FAMILIARE		
	N.	%
2	157	2,1%
3	1.588	21,0%
4	4.111	54,3%
5	1.317	17,4%
6	247	3,3%
7	47	0,6%
8	23	0,3%
9	10	0,1%
10	70	0,9%
11	0	0%
non risponde	0	0%
Totale	**7.570**	**100,0%**

2.3. La valutazione del Programma: le famiglie

DISTRIBUZIONE DEL CAMPIONE PER ZONA DI RESIDENZA		
	N.	%
In una grande città	1.037	13,7%
In un comune piccolo/medio cittadino	5.410	71,5%
In una zona agricola	994	13,1%
Non risponde	129	1,7%
Totale	**7.570**	**100,0%**

PAESE DI NASCITA DEI GENITORI				
	PAPÀ		MAMMA	
	N.	%	N.	%
Italia	6.603	87,2%	6.455	85,3%
Estero	748	9,9%	954	12,6%
Non risponde	219	2,9%	161	2,1%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

TITOLO DI STUDIO DEI GENITORI				
	PAPÀ		MAMMA	
	N.	%	N.	%
Nessuno	92	1,2%	100	1,3%
Licenza elementare	127	1,7%	114	1,5%
Licenza media	2.074	27,4%	1.477	19,5%
Diploma di scuola superiore	3.570	47,2%	3.770	49,8%
Laurea	1.381	18,2%	1.905	25,2%
Non risponde	326	4,3%	204	2,7%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

PROFESSIONE DEI GENITORI				
	PAPÀ		MAMMA	
	N.	%	N.	%
Lavoratore autonomo	2.329	30,8%	1.213	16,0%
Lavoratore dipendente	4.301	56,8%	3.683	48,7%
Casalinga	21	0,3%	1.965	26,0%
Pensionato	31	0,4%	17	0,2%
Disoccupato	227	3,0%	277	3,7%
In mobilità/cassa integrazione	37	0,5%	22	0,3%
Altro	307	4,1%	198	2,6%
Non risponde	317	4,2%	195	2,6%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

2.3.2. Attività fisica e altre attività di tempo libero

Oltre il 50% dei padri svolge, più o meno frequentemente, una attività fisica, quota non molto differente da quella delle madri.

La percentuale di bambini che praticano attività fisica è decisamente più elevata, tanto che il 70% dei bambini fa sport almeno due volte alla settimana. Circa il 74% dei genitori ritiene che questa frequenza sia sufficiente.

Per inciso, il peso medio dei bambini del campione si colloca sui 34 kg, a fronte di una statura media di 137 cm.

Nel tempo libero, il bambino oltre allo sport dedica in media più di un'ora alla televisione, più di mezz'ora alla navigazione in Internet e circa 44 minuti ai videogiochi. Notevoli sono le variabilità all'interno del campione, come evidenziato dai valori raggiunti dalla deviazione standard.

ATTIVITÀ FISICA SVOLTA DAI GENITORI

	PAPÀ		MAMMA	
	N.	%	N.	%
Mai	3.270	43,2%	3.291	43,5%
Sì, ma solo ogni tanto	1.631	21,5%	1.826	24,1%
Sì, una volta a settimana	695	9,2%	694	9,2%
Sì, due volte a settimana	798	10,5%	892	11,8%
Sì, tre volte e più a settimana	811	10,7%	653	8,6%
Non risponde	365	4,8%	214	2,8%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

foto: Amanda Mills

FREQUENZA CON CUI IL BAMBINO FA ATTIVITÀ FISICA		
	N.	%
Mai	298	3,9%
Sì, ma solo ogni tanto	758	10,0%
Sì, una volta a settimana	1.180	15,6%
Sì, due volte a settimana	2.825	37,3%
Sì, tre volte e più a settimana	2.435	32,2%
Non risponde	74	1,0%
Totale	**7.570**	**100,0%**

GIUDIZI DEI GENITORI SUL TEMPO CHE IL BAMBINO DEDICA ALL'ATTIVITÀ FISICA		
	N.	%
Insufficiente	1.619	21,4%
Sufficiente	5.573	73,6%
Eccessivo	254	3,4%
Non risponde	124	1,6%
Totale	**7.570**	**100,0%**

ALTEZZA E PESO DEL BAMBINO						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Peso	33,7	32	30	20	88	8,4
Altezza	137,2	138	140	100	175	10,7

TEMPO GIORNALIERO DEDICATO DAL BAMBINO AD ALCUNE ATTIVITÀ (MINUTI)						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Videogiochi	43,7	30	30	1	999	35,5
TV	63,5	60	60	1	999	41,6
Internet	34,4	30	30	1	360	31,3

2.3.3. I comportamenti alimentari

Occorre intanto premettere che circa il 6% dei bambini del campione presenta intolleranze alimentari; maggiormente frequenti sono quelle relative a latte/latticini/lattosio, seguite da frutta in guscio, glutine; meno diffuse le intolleranze relative ad alcuni frutti come i kiwi e le fragole, ad alcuni ortaggi come i pomodori, al pesce e ai prodotti ittici in genere.

Il luogo assolutamente prevalente di consumazione della colazione e della cena è la casa, mentre per il pranzo il consumo fuori dalle mura domestiche assume proporzioni maggiori. In linea generale, il bambino sembra seguire i comportamenti della madre, mentre il padre per tutte le occasioni di consumo specificate denota una maggiore importanza del fuori-casa rispetto agli altri componenti della famiglia (le differenze sono però molto contenute nel caso della cena).

Il componente del nucleo che decide in misura prevalente cosa si mangia in famiglia è la madre, ma anche i figli sembrano avere un potere decisionale non proprio trascurabile.

INTOLLERANZE ALIMENTARI DEL BAMBINO		
	N.	%
Si	472	6,2%
No	6.966	92,0%
Non risponde	132	1,7%
Totale	**7.570**	**100,0%**

LUOGHI DI CONSUMAZIONE DELLA COLAZIONE								
	IN CASA		FUORI CASA		NON RISPONDE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N	%	N	%
Papà	6.004	79,3%	1.138	15,0%	428	5,7%	7.570	100,0%
Mamma	6.970	92,1%	444	5,9%	156	2,1%	7.570	100,0%
Figli	7.265	96,0%	161	2,1%	144	1,9%	7.570	100,0%

LUOGHI DI CONSUMAZIONE DEL PRANZO								
	IN CASA		FUORI CASA		NON RISPONDE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N	%	N	%
Papà	3.846	50,8%	3.243	42,8%	481	6,4%	7.570	100,0%
Mamma	5.580	73,7%	1.788	23,6%	202	2,7%	7.570	100,0%
Figli	5.072	67,0%	2.269	30,0%	229	3,0%	7.570	100,0%

LUOGHI DI CONSUMAZIONE DELLA CENA								
	IN CASA		FUORI CASA		NON RISPONDE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N	%	N	%
Papà	6.767	89,4%	340	4,5%	463	6,1%	7.570	100,0%
Mamma	7.217	95,3%	149	2,0%	204	2,7%	7.570	100,0%
Figli	7.270	96,0%	108	1,4%	192	2,5%	7.570	100,0%

COMPONENTE DEL NUCLEO FAMILIARE CHE DECIDE COSA MANGIARE IN CASA		
	N.	%
Papà	2.417	32,7%
Mamma	6.942	94,0%
Figli	1.731	23,4%
Nonni o altri familiari	323	4,4%
Altre persone	32	0,4%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

2.3.4. Il consumo di frutta e verdura

La prevalenza delle risposte relative al consumo di frutta in famiglia si colloca sulle due volte al giorno, modalità seguita dalla risposta "una volta al giorno"; stessa affermazione per la verdura, anche se in questo caso la superiorità di quest'ultima voce è leggermente meno marcata, a favore di frequenze di consumo più limitate.

Per la frutta, un consumo sistematico o molto frequente si rileva per il pranzo e per la cena (con un 46-47% di risposte sul totale campione), secondariamente per il fuori pasto (poco meno del 30%).

Nel caso della verdura, il fuori pasto si riduce drasticamente e si incrementa invece il consumo in occasione della cena.

Da parte dei bambini, il consumo di frutta almeno quotidiano (una o più volte al giorno) riguarda quasi il 75% degli intervistati, quota che scende al 63% nel caso della verdura.

Ben più ridotte sono le frequenze di consumo di merendine, bibite zuccherate e bibite gassate da parte dei bambini. Non si deve però sottovalutare la quota del 34% di bambini che consumano quotidianamente le merendine.

È interessante sottolineare che oltre il 63% dei genitori rispondenti ritiene che il consumo di frutta e verdura del bambino non sia sufficiente.

I mesi in cui il bambino consuma più frutta e verdura sono quelli primaverili ed estivi, ma un 47% del campione si è pronunciato per una uniformità di consumo nell'arco dell'anno.

Le caratteristiche più importanti a cui si presta attenzione al momento di acquistare frutta e verdura sono legate proprio alla stagionalità e alla provenienza italiana; si tratta peraltro dei due parametri che mostrano il livello di variabilità più contenuto.

Minore risulta l'attenzione dedicata alle certificazioni (bio, IGP, ecc.) e soprattutto al prezzo.

IL CONSUMO DI FRUTTA IN FAMIGLIA		
	N.	%
Mai/quasi mai	96	1,3%
Qualche volta a settimana	1.207	15,9%
1 volta al giorno	2.062	27,2%
2 volte al giorno	3.041	40,2%
3 o più volte al giorno	1.099	14,5%
Non risponde	65	0,9%
Totale	**7.570**	**100,0%**

OCCASIONI DI CONSUMO DELLA FRUTTA										
	MAI		OGNI TANTO		SEMPRE/SPESSO		NON RISPONDE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Colazione	4.235	55,9%	1.374	18,2%	393	5,2%	1.568	20,7%	7.570	100,0%
Pranzo	566	7,5%	2.908	38,4%	3.505	46,3%	591	7,8%	7.570	100,0%
Cena	569	7,5%	2.728	36,0%	3.588	47,4%	685	9,0%	7.570	100,0%
Merenda/fuori pasto	1.494	19,7%	2.941	38,9%	2.203	29,1%	932	12,3%	7.570	100,0%

IL CONSUMO DI VERDURA IN FAMIGLIA		
	N.	%
Mai/quasi mai	85	1,1%
Qualche volta a settimana	1.650	21,8%
1 volta al giorno	2.223	29,4%
2 volte al giorno	2.909	38,4%
3 o più volte al giorno	642	8,5%
Non risponde	61	0,8%
Totale	**7.570**	**100,0%**

OCCASIONI DI CONSUMO DELLA VERDURA										
	MAI		OGNI TANTO		SEMPRE/SPESSO		NON RISPONDE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Colazione	5.258	69,5%	269	3,6%	68	0,9%	1.975	26,1%	7.570	100,0%
Pranzo	236	3,1%	3.080	40,7%	3.820	50,5%	434	5,7%	7.570	100,0%
Cena	178	2,4%	2.465	32,6%	4.584	60,6%	343	4,5%	7.570	100,0%
Merenda/fuori pasto	4.206	55,6%	1.061	14,0%	316	4,2%	1.987	26,2%	7.570	100,0%

FREQUENZA DI CONSUMO DI ALCUNI PRODOTTI DA PARTE DEL BAMBINO														
	MAI O QUASI MAI		QUALCHE VOLTA/ SETTIMANA		UNA VOLTA AL GIORNO		DUE VOLTE AL GIORNO		TRE O PIÙ VOLTE AL GIORNO		NON RISPONDE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Frutta	367	4,8%	1.301	17,2%	2.361	31,2%	2.272	30,0%	1.028	13,6%	241	3,2%	7.570	100,0%
Verdura	651	8,6%	1.866	24,6%	2.169	28,7%	2.006	26,5%	589	7,8%	289	3,8%	7.570	100,0%
Bibite gassate	3.462	45,7%	2.695	35,6%	739	9,8%	183	2,4%	95	1,3%	396	5,2%	7.570	100,0%
Bibite zuccherate	1.809	23,9%	3.079	40,7%	1.610	21,3%	500	6,6%	186	2,5%	386	5,1%	7.570	100,0%
Merendine confezionate	1.534	20,3%	2.604	34,4%	2.211	29,2%	668	8,8%	189	2,5%	364	4,8%	7.570	100,0%

GIUDIZI SULL'ENTITÀ DEL CONSUMO DI FRUTTA E VERDURA DA PARTE DEL BAMBINO		
	N.	%
In quantità adeguate	2.657	35,1%
Un po' meno di quanto dovrebbe	3.417	45,1%
Troppo poco	1360	18,0%
Non risponde	136	1,8%
Totale	**7.570**	**100,0%**

STAGIONE IN CUI IL BAMBINO MANGIA PIÙ FRUTTA		
	N.	%
Autunno/inverno	214	2,8%
Primavera/estate	3.540	46,8%
Tutto l'anno allo stesso modo	3.566	47,1%
Non risponde	250	3,3%
Totale	**7.570**	**100,0%**

CARATTERISTICHE DI SCELTA IMPORTANTI AL MOMENTO DI ACQUISTARE FRUTTA E VERDURA						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Provenienza italiana	8,5	9	10	1	10	2,1
Provenienza locale	7,8	8	10	1	10	2,3
Biologici	6,8	7	10	1	10	2,6
Certificati con marchio DOP, IGP	7,1	7	10	1	10	2,5
Di stagione	8,7	9	10	1	10	1,8
Economica	5,7	6	6	1	10	2,7

2.3.5. Le opinioni sull'inserimento del latte nel Programma

L'interesse nei confronti dell'inserimento del latte per la prossima edizione (2017-18) del Programma si concretizza in una media espressa dai genitori sul 6,5, in una scala da 1 a 10. Il punteggio modale è comunque 10.

Questa proposta sembra raccogliere maggiormente l'entusiasmo dei genitori nell'Italia insulare, mentre il contrario si verifica nel Triveneto.

VALUTAZIONE DI QUANTO È INTERESSANTE L'INSERIMENTO DEL LATTE NEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" DEL PROSSIMO ANNO						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Indicatori	6,5	7	10	1	10	3,1

VALUTAZIONE DI QUANTO È INTERESSANTE L'INSERIMENTO DEL LATTE NEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" DEL PROSSIMO ANNO - MEDIA PER ZONA DI FORNITURA	
ZONA DI FORNITURA	VALUTAZIONE MEDIA
Lotto 1 - Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta	6,6
Lotto 2 - Lombardia	6,4
Lotto 3 - Trentino-Alto Adige, Veneto	6,0
Lotto 4 - Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Marche	6,2
Lotto 5 - Lazio, Sardegna	6,9
Lotto 6 - Campania, Molise	6,5
Lotto 7 - Basilicata, Puglia	7,0
Lotto 8 - Calabria, Sicilia	7,2
Lotto 9 - Abruzzo, Toscana, Umbria	6,1
Totale	**6,5**

Scala utilizzata: 1-10

VALUTAZIONE DI QUANTO È INTERESSANTE L'INSERIMENTO DEL LATTE NEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" DEL PROSSIMO ANNO - MEDIA PER AREA GEOGRAFICA	
AREA GEOGRAFICA	VALUTAZIONE MEDIA
Nord-Ovest	6,5
Nord-Est	6,1
Centro	6,7
Sud	6,7
Isole	6,8
Totale	**6,5**

Scala utilizzata: 1-10

2.4. Confronto con un campione di bambini e famiglie non partecipanti al Programma (campione di controllo)

2.4.1. Le risposte dei bambini

L'indagine campionaria presso il campione di monitoraggio (bambini di scuole partecipanti al programma e rispettivi genitori) anche nell'anno scolastico 2016-2017 è stata affiancata da una indagine campionaria presso un campione di controllo (bambini di scuole non partecipanti al programma e rispettivi genitori). Lo scopo è quello di pervenire alla conoscenza delle abitudini di consumo di frutta e verdura da parte di bambini non coinvolti nel Programma.

Il campione di controllo in fase di partenza era costituito da 2.000 bambini – e altrettante famiglie – afferenti a 20 scuole. A ciascuna scuola è stato assegnato un numero di bambini (e di rispettive famiglie) da intervistare, secondo un criterio di proporzionalità. La quota dei questionari restituiti e appaiati correttamente (bambino e rispettiva famiglia) e stata del 44,1%, ossia 882 questionari. Nell'ambito di questa numerosità campionaria, la percentuale di questionari validi per il monitoraggio (compilati correttamente almeno per il 50% delle domande sia dal bambino che dalla sua famiglia) è stata del 99,3%, ossia 876 questionari.

Per ulteriori aspetti metodologici, si rimanda a quanto esposto nel capitolo 1.

Nel testo di seguito riportato, si metteranno in evidenza le differenze che presentano una certa significatività statistica, considerando le dimensioni dei due campioni e il livello di eterogeneità che emerge in corrispondenza delle singole domande.

Si sono ovviamente escluse dal confronto le situazioni in cui i comportamenti di consumo possono essere fortemente influenzati da alcuni fattori specifici, come l'orario scolastico (presenza anche pomeridiana a scuola oppure solo al mattino).

I comportamenti alimentari

Il 93% circa di bambini interpellati nel campione di controllo fa normalmente colazione nei giorni feriali; questa quota risulta leggermente inferiore a quella emersa dal campione di monitoraggio. Non si presentano invece divergenze tra i due campioni in riferimento al luogo dove è avvenuta la colazione.

Il latte, che predomina fra ciò che i bambini bevono a colazione, raggiunge nel campione di controllo una percentuale superiore di alcuni punti rispetto al campione di monitoraggio; medesima affermazione può essere ripetuta per tè e succo di frutta.

Fra gli alimenti, yogurt, biscotti e merendine evidenziano una superiorità di impiego nel campione di controllo, superiorità che si presenta anche per la frutta, ma in misura non altrettanto marcata.

CONSUMAZIONE DELLA COLAZIONE NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Si	7.242	95,7%	813	92,8%
No	318	4,2%	61	7,0%
Non risponde	10	0,1%	2	0,2%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

LUOGO DELLA COLAZIONE NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
A casa	7.019	96,9%	787	96,8%
A scuola	71	1,0%	8	1,0%
In un altro luogo	74	1,0%	8	1,0%
Non risponde	78	1,1%	10	1,2%
Totale	**7.242**	**100,0%**	**813**	**100,0%**

% calcolate sui rispondenti che fanno colazione

PRODOTTI BEVUTI A COLAZIONE NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Latte	5.000	69,3%	608	74,9%
Tè	1.218	16,9%	165	20,3%
Succo di frutta	966	13,4%	146	18,0%
Spremuta di arancia	653	9,1%	75	9,2%
Frullato di frutta	290	4,0%	31	3,8%
Centrifuga di frutta/verdura	199	2,8%	7	0,9%
Yogurt da bere	457	6,3%	70	8,6%
Altro	169	2,3%	25	3,1%
Non bevo niente	255	3,5%	35	4,3%

% calcolate sui rispondenti che fanno colazione; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

PRODOTTI MANGIATI A COLAZIONE NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Pane o fette biscottate con burro e/o marmellata, ecc.	1.278	17,7%	159	19,8%
Biscotti	3.926	54,5%	472	58,7%
Cereali	2.028	28,1%	225	28,0%
Dolci fatti in casa	1.197	16,6%	147	18,3%
Merendine	1.321	18,3%	171	21,3%
Yogurt	685	9,5%	122	15,2%
Frutta	530	7,4%	76	9,5%
Cibi salati (uova, formaggio, prosciutto, ecc.)	171	2,4%	20	2,5%
Pizza, cracker, grissini, gallette	150	2,1%	20	2,5%
Patatine	53	0,7%	11	1,4%
Altro	346	4,8%	60	7,5%
Non mangio niente	155	2,1%	22	2,7%

% calcolate sui rispondenti che fanno colazione; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

Il 97% del campione di monitoraggio ha affermato di fare merenda durante la ricreazione del mattino, contro una percentuale lievemente superiore emersa per il campione di controllo.

Circa un 30% dei bambini del campione di monitoraggio, nella merenda di metà mattina beve succo di frutta, con una lieve superiorità rispetto al campione di controllo. Più marcata è invece la superiorità della penetrazione di altri prodotti a base di frutta (spremute di arancia in modo specifico) nel campione di monitoraggio rispetto a quello di controllo.

Quanto agli alimenti, non si osservano differenze degne di rilievo fra i due campioni considerati.

CONSUMAZIONE DELLA MERENDA A SCUOLA, DURANTE LA RICREAZIONE				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Si	7.345	97,0%	860	98,2%
No	191	2,5%	15	1,7%
Non risponde	34	0,4%	1	0,1%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

PRODOTTI BEVUTI PER LA MERENDA DEL MATTINO				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Succo di frutta	2.199	30,2%	241	28,3%
Spremuta di arancia	529	7,3%	13	1,5%
Frullato di frutta	205	2,8%	8	0,9%
Centrifuga di frutta/verdura	237	3,3%	5	0,6%
Yogurt da bere	387	5,3%	30	3,5%
Latte	670	9,2%	81	9,5%
Acqua	2.972	40,8%	464	54,5%
Altro	251	3,4%	65	7,6%
Non bevo niente	519	7,1%	88	10,3%

% calcolate sui rispondenti che fanno merenda; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

PRODOTTI MANGIATI PER LA MERENDA DEL MATTINO				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Frutta	1.289	17,8%	158	18,7%
Biscotti	1.267	17,5%	101	12,0%
Pane e cioccolato	811	11,2%	101	12,0%
Pane e cibi salati (uova, formaggio, prosciutto, ecc.)	1.087	15,0%	142	16,8%
Merendine	1.477	20,4%	192	22,8%
Pizza, cracker, grissini, gallette	1.031	14,2%	101	12,0%
Patatine	332	4,6%	50	5,9%
Yogurt	247	3,4%	47	5,6%
Altro	650	9,0%	131	15,5%
Non ho mangiato niente	171	2,4%	33	3,9%

% calcolate sui rispondenti che fanno merenda; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

Per quanto il pranzo, occorre premettere che il campione di controllo si contraddistingue per una maggior incidenza del pranzo a scuola, in corrispondenza del resto con una maggiore diffusione del tempo pieno. Questo sembra generare ripercussioni nelle quote di penetrazione non dei prodotti bevuti, bensì degli alimenti. È esemplificativo proprio il divario relativamente alla frutta e all'insalata, fra campione di monitoraggio e campione di controllo.

Ma è interessante anche la superiorità della quota di bambini del gruppo di controllo che non consumano affatto frutta o verdura a pranzo.

LUOGO DELLA COLAZIONE NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
A casa	4.793	63,3%	482	55,0%
A scuola	2.352	31,1%	339	38,7%
In un altro luogo	326	4,3%	51	5,8%
Non risponde	99	1,3%	4	0,5%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

PRODOTTI BEVUTI A PRANZO NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Acqua	6.682	89,0%	796	91,2%
Aranciata, cola, ecc.	881	11,7%	91	10,4%
Altro	339	4,5%	38	4,4%
Non ho bevuto niente	38	0,5%	4	0,5%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

PRODOTTI A BASE DI FRUTTA O VERDURA MANGIATI A PRANZO NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Pasta con le verdure	1.788	23,9%	187	21,7%
Riso/risotto con le verdure	929	12,4%	107	12,4%
Legumi	603	8,1%	37	4,3%
Minestrone	705	9,4%	50	5,8%
Insalata	1.511	20,2%	251	29,2%
Altre verdure	1.240	16,6%	158	18,4%
Frutta	1.911	25,5%	306	35,6%
Non mangio né frutta né verdura	769	10,3%	130	15,1%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

Per quanto riguarda la merenda del pomeriggio, si notano per le bevande alcune diversità, con superiorità di penetrazione a volte nel campione di controllo (per esempio, succo di frutta), in altri casi in quello di monitoraggio (spremute e soprattutto centrifugati di frutta e verdura).

Questo vale anche nell'ambito degli alimenti; per la frutta, la superiorità del campione di controllo è piuttosto marcata. Questo può essere legato a una certa incidenza delle merende consumate nel doposcuola (riportate nella voce altro) proprio nell'ambito del campione di controllo.

CONSUMAZIONE DELLA MERENDA DEL POMERIGGIO NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Si	7.115	94,0%	840	95,9%
No	422	5,6%	33	3,8%
Non risponde	33	0,4%	3	0,3%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

LUOGO DEL LA MERENDA DEL POMERIGGIO NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
A casa	6.194	87,1%	703	83,7%
A scuola	287	4,0%	32	3,8%
In un altro luogo	392	5,5%	85	10,1%
Non risponde	242	3,4%	20	2,4%
Totale	**7.115**	**100,0%**	**840**	**100,0%**

% calcolate sui rispondenti che fanno merenda

PRODOTTI A BASE DI FRUTTA O VERDURA MANGIATI A PRANZO NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Succo di frutta	2.588	36,6%	382	45,5%
Spremuta di arancia	946	13,4%	88	10,5%
Frullato di frutta	383	5,4%	42	5,0%
Centrifuga di frutta/verdura	408	5,8%	4	0,5%
Yogurt da bere	803	11,4%	91	10,8%
Latte	673	9,5%	77	9,2%
Acqua	2.745	38,8%	392	46,7%
Altro	799	11,3%	137	16,3%
Non bevo niente	280	4,0%	32	3,8%

% calcolate sui rispondenti che fanno merenda; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

PRODOTTI MANGIATI PER LA MERENDA DEL POMERIGGIO NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Frutta	1.749	25,0%	262	31,6%
Biscotti	1.443	20,6%	162	19,5%
Pane e cioccolato	1.761	25,2%	223	26,9%
Pane e cibi salati	1.170	16,7%	122	14,7%
Merendine	1.833	26,2%	226	27,3%
Pizza, cracker, grissini, gallette	1.066	15,2%	116	14,0%
Patatine	870	12,4%	127	15,3%
Yogurt	1.013	14,5%	197	23,8%
Altro	800	11,4%	110	13,3%
Non ho mangiato niente	58	0,8%	5	0,6%

% calcolate sui rispondenti che fanno merenda; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

Il 97% dei bambini cena a casa e beve, nell'85% dei casi, acqua. Non si osservano particolari differenze fra i due campioni considerati. Tra gli alimenti più spesso consumati, frutta e insalata evidenziano livelli di penetrazione che vedono una superiorità del campione di controllo rispetto a quello di monitoraggio. Ma è pure superiore, nel gruppo di controllo, la quota di rispondenti che hanno dichiarato di non consumare né frutta né verdura.

LUOGO DELLA CENA NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
A casa	7.350	97,1%	852	97,3%
In un altro luogo	83	1,1%	16	1,8%
Non risponde	137	1,8%	8	0,9%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

PRODOTTI BEVUTI A CENA NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Acqua	6.337	84,6%	760	87,1%
Aranciata, cola, ecc	1.197	16,0%	136	15,6%
Altro	453	6,0%	58	6,6%
Non ho bevuto niente	66	0,9%	6	0,7%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

PRODOTTI MANGIATI A CENA NEI GIORNI FERIALI				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Pasta con le verdure	877	11,7%	89	10,3%
Riso/risotto con le verdure	913	12,2%	79	9,2%
Legumi	698	9,3%	42	4,9%
Minestrone	870	11,6%	92	10,7%
Insalata	1.560	20,8%	232	26,9%
Altre verdure	1.345	18,0%	169	19,6%
Frutta	1.764	23,6%	269	31,2%
Non mangio né frutta né verdura	1.199	16,0%	172	20,0%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

Quanto al grado decisionale di bambini in fatto di alimentazione, un 6% del campione di monitoraggio e un 7% del campione di controllo si sono attribuiti una piena capacità decisionale. Potere di prendere le decisioni in materia che sembra azzerarsi nel caso del 25% del campione di monitoraggio e del 20% per il campione di controllo.

SCELTA DA PARTE DEL BAMBINO DI COSA MANGIARE				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
No, mai	1.896	25,0%	178	20,3%
Sì, qualche volta	5.085	67,2%	625	71,3%
Sì, sempre	471	6,2%	61	7,0%
Non risponde	118	1,6%	12	1,4%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

Le preferenze nell'ambito della frutta e della verdura

Le preferenze in riferimento al tipo di frutta e di verdura, vedono qualche differenza tra i due campioni, come si verifica per ciliegie, fragole e albicocche nell'ambito della frutta, per sedano e soprattutto carote fra gli ortaggi.

2.4. Il confronto fra i campioni di monitoraggio e controllo

FRUTTO PREFERITO				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Mela	550	7,3%	59	6,7%
Pera	204	2,7%	14	1,6%
Arancia	252	3,3%	18	2,1%
Mandarino	186	2,5%	15	1,7%
Clementina	127	1,7%	3	0,3%
Fragole	845	11,2%	117	13,4%
Ciliegie	913	12,1%	136	15,5%
Amarene	145	1,9%	3	0,3%
Albicocca	317	4,2%	21	2,4%
Pesca	478	6,3%	58	6,6%
Banana	492	6,5%	57	6,5%
Melone-Anguria	1.140	15,1%	137	15,6%
Kiwi	115	1,5%	8	0,9%
Kaki (Loto)	54	0,7%	5	0,6%
Piccoli frutti	185	2,4%	25	2,9%
Fichi	130	1,7%	8	0,9%
Fico d'india	32	0,4%	3	0,3%
Uva	114	1,5%	13	1,5%
Susine	47	0,6%	6	0,7%
Altri frutti	88	1,2%	10	1,1%
Non mi piace nessun tipo di frutta	63	0,8%	6	0,7%
Non risponde	1.093	14,4%	154	17,6%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

VERDURA PREFERITA				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Carote	1.314	17,4%	206	23,5%
Finocchi	584	7,7%	68	7,8%
Pomodori	1.465	19,4%	172	19,6%
Sedano	244	3,2%	6	0,7%
Insalate	980	12,9%	121	13,8%
Carciofi	251	3,3%	18	2,1%
Cavoli	139	1,8%	6	0,7%
Bieta	69	0,9%	2	0,2%
Cicoria	52	0,7%	2	0,2%
Zucchine	463	6,1%	45	5,1%
Melanzane	170	2,2%	17	1,9%
Altre verdure	465	6,1%	70	8,0%
Non mi piace nessun tipo di verdura	357	4,7%	44	5,0%
Non risponde	1.017	13,4%	99	11,3%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

La televisione e altre attività di tempo libero

Una percentuale piuttosto alta di bambini guarda la televisione nei vari momenti della giornata. Prima di andare a scuola, la quota di bambini davanti alla Tv è superiore nel campione di monitoraggio rispetto a quello di controllo, mentre le posizioni si invertono nel momento del pranzo. Per le altre fasi della giornata, non si riscontrano invece differenze degne di nota.

Oltre all'ascolto della televisione, la maggioranza dei bambini gioca con videogames, cellulari o computer; in questo caso, è maggiore nel campione di controllo la quota di risposte "tutti i giorni".

È sempre superiore nel campione di controllo la tendenza a una pratica dell'attività sportiva maggiormente intensa e sistematica.

ASCOLTO DELLA TELEVISIONE NEI VARI MOMENTI DELLA GIORNATA: MATTINO E POMERIGGIO												
	PRIMA DI ANDARE A SCUOLA				DURANTE IL PRANZO				NEL POMERIGGIO			
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO		CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO		CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Si	3.674	48,5%	387	44,2%	4.460	58,9%	554	63,2%	5.240	69,2%	626	71,5%
No	3.372	44,5%	410	46,8%	2.773	36,6%	299	34,1%	1.872	24,7%	194	22,1%
Non risponde	524	6,9%	79	9,0%	337	4,5%	23	2,6%	458	6,1%	56	6,4%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

ASCOLTO DELLA TELEVISIONE NEI VARI MOMENTI DELLA GIORNATA: SERA								
	DURANTE LA CENA				DOPO LA CENA			
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO		CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Si	4.549	60,1%	550	62,8%	5.888	77,8%	694	79,2%
No	2.793	36,9%	315	36,0%	1.473	19,5%	166	18,9%
Non risponde	228	3,0%	11	1,3%	209	2,8%	16	1,8%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

UTILIZZO DI VIDEOGIOCHI, CELLULARE O COMPUTER				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
No, mai	706	9,3%	79	9,0%
Sì, ma solo ogni tanto	3.847	50,8%	476	54,3%
Si, ma solo nel fine settimana	1.101	14,5%	50	5,7%
Si, tutti i giorni	1.811	23,9%	263	30,0%
Non risponde	105	1,4%	8	0,9%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

PRATICA DI SPORT				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
No	990	13,1%	139	15,9%
Sì, ma solo ogni tanto	833	11,0%	69	7,9%
Sì, una volta a settimana	1.398	18,5%	99	11,3%
Sì, due volte a settimana	2.577	34,0%	308	35,2%
Sì, tre volte e più a settimana	1.696	22,4%	250	28,5%
Non risponde	76	1,0%	11	1,3%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

2.4.2. Le risposte delle famiglie

Come accennato precedentemente, l'indagine campionaria vera e propria presso un campione di famiglie partecipanti al Programma (campione di monitoraggio) è stata affiancata da una indagine su un campione di controllo (famiglie afferenti a scuole non partecipanti al Programma). Per ulteriori aspetti metodologici si rimanda al capitolo 1 e al paragrafo 2.4.1.

Come si è effettuato in riferimento ai bambini, anche nel testo di seguito riportato si metteranno in evidenza le differenze che presentano una certa significatività statistica, considerando le dimensioni dei due campioni e il livello di eterogeneità che emerge in corrispondenza delle singole domande.

Attività fisica e tempo libero

Il campione di controllo si caratterizza per una presenza superiore di bambini che svolgono attività sportiva in modo sistematico e particolarmente frequente, e questo si riflette su una maggiore soddisfazione dei genitori relativamente all'ammontare di tempo che il figlio dedica allo sport.

Contemporaneamente, secondo quanto dichiarato dai genitori, i bambini del campione di monitoraggio dedicano ad altre attività un tempo leggermente superiore; si sta parlando di navigazione in Internet, videogiochi e ascolto della TV.

FREQUENZA CON CUI IL BAMBINO FA ATTIVITÀ FISICA				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Mai	298	3,9%	33	3,8%
Sì, ma solo ogni tanto	758	10,0%	80	9,1%
Sì, una volta a settimana	1.180	15,6%	76	8,7%
Sì, due volte a settimana	2.825	37,3%	328	37,4%
Sì, tre volte e più a settimana	2.435	32,2%	350	40,0%
Non risponde	74	1,0%	9	1,0%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

GIUDIZI SUL TEMPO CHE IL BAMBINO DEDICA ALL'ATTIVITÀ FISICA				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Insufficiente	1.619	21,4%	173	19,7%
Sufficiente	5.573	73,6%	670	76,5%
Eccessivo	254	3,4%	18	2,1%
Non risponde	124	1,6%	15	1,7%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

TEMPO MEDIO GIORNALIERO DEDICATO DAL BAMBINO AD ALCUNE ATTIVITÀ (MINUTI)		
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO	CAMPIONE DI CONTROLLO
Videogiochi	43,7	41,9
TV	63,5	62,7
Internet	34,4	30,4

Il consumo di frutta e verdura della famiglia

Il campione di monitoraggio si caratterizza per una minore presenza di consumatori frequenti (2, 3 o più volte al giorno) di frutta, a favore dei consumatori meno sistematici. Ma si tratta di differenze poco rilevanti.

È soprattutto l'occasione di consumo della merenda e del fuori pasto in genere a porre in risalto la superiorità del campione di controllo.

Non molto diversa è la situazione relativa al consumo di verdura, che fa riscontrare quote maggiori (seppur in misura non marcata) di famiglie scarse consumatrici nel campione di monitoraggio.

Quanto alle occasioni di consumo della verdura, è soprattutto la cena a caratterizzarsi per un minore impiego di prodotti orticoli nel campione di monitoraggio rispetto al gruppo di controllo.

IL CONSUMO DI FRUTTA IN FAMIGLIA				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Mai/quasi mai	96	1,3%	7	0,8%
Qualche volta a settimana	1.207	15,9%	112	12,8%
1 volta al giorno	2.062	27,2%	248	28,3%
2 volte al giorno	3.041	40,2%	369	42,1%
3 o più volte al giorno	1.099	14,5%	132	15,1%
Non risponde	65	0,9%	8	0,9%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

OCCASIONI DI CONSUMO DI FRUTTA: % DELLA RISPOSTA "CONSUMO SEMPRE O SPESSO " SUL TOTALE				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Colazione	393	5,2%	38	4,3%
Pranzo	3.505	46,3%	413	47,1%
Cena	3.588	47,4%	433	49,4%
Merenda/fuori pasto	2.203	29,1%	294	33,6%

IL CONSUMO DI VERDURA IN FAMIGLIA				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Mai/quasi mai	85	1,1%	8	0,9%
Qualche volta a settimana	1.650	21,8%	170	19,4%
1 volta al giorno	2.223	29,4%	246	28,1%
2 volte al giorno	2.909	38,4%	356	40,6%
3 o più volte al giorno	642	8,5%	90	10,3%
Non risponde	61	0,8%	6	0,7%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

OCCASIONI DI CONSUMO DI VERDURA: % DELLA RISPOSTA "CONSUMO SEMPRE O SPESSO" SUL TOTALE				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Colazione	68	0,9%	4	0,5%
Pranzo	3.820	50,5%	437	49,9%
Cena	4.584	60,6%	587	67,0%
Merenda/fuori pasto	316	4,2%	34	3,9%

Le caratteristiche di scelta importanti al momento dell'acquisto di ortofrutta vedono percentuali di penetrazione sostanzialmente simili nel campione di monitoraggio e in quello di controllo.

Occorre peraltro specificare che non si rilevano differenze significative fra i due campioni di famiglie nemmeno per quanto riguarda il componente del nucleo familiare che prende le decisioni in materia di prodotti alimentari da acquistare e da consumare in famiglia.

CARATTERISTICHE DI SCELTA IMPORTANTI AL MOMENTO DI ACQUISTARE FRUTTA E VERDURA		
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO	CAMPIONE DI CONTROLLO
Provenienza italiana	8,5	8,6
Provenienza locale	7,8	7,9
Biologici	6,8	6,6
Certificati con marchio DOP, IGP	7,1	7,0
Di stagione	8,7	9,0
Economica	5,7	5,4

Scala utilizzata 1-10

COMPONENTE DEL NUCLEO FAMILIARE CHE DECIDE COSA MANGIARE IN CASA				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Papà	2.417	32,7%	268	31,1%
Mamma	6.942	94,0%	820	95,0%
Figli	1.731	23,4%	229	26,5%
Nonni o altri familiari	323	4,4%	37	4,3%
Altre persone	32	0,4%	1	0,1%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

Il consumo di frutta e verdura del bambino

I bambini del campione di monitoraggio risultano meno orientati a un consumo di frutta, in confronto al campione di controllo, ma la stessa affermazione non può essere ripetuta per la verdura. Non si notano tuttavia differenze significative tra i due campioni,

Con riferimento alle stagioni di consumo della frutta, il gruppo di monitoraggio è maggiormente propenso ad accentuare i consumi in determinate stagioni, e quindi presenta una minore tendenza all'uniformità nel corso dell'anno.

Sempre il campione di monitoraggio evidenzia un maggiore ricorso a bibite gassate e/o bibite zuccherate.

Qualche differenza affiora anche relativamente al giudizio sull'adeguatezza del consumo di ortofrutta da parte del bambino. Sembrano maggiormente soddisfatte le famiglie del campione di controllo, forse anche in virtù di una minore consapevolezza in proposito.

FREQUENZA DI CONSUMO DI ALCUNI PRODOTTI DA PARTE DEL BAMBINO								
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO				CAMPIONE DI CONTROLLO			
	QUALCHE VOLTA/ SETTIMANA		ALMENO UNA VOLTA AL GIORNO		QUALCHE VOLTA/ SETTIMANA		ALMENO UNA VOLTA AL GIORNO	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Frutta	1.301	17,2%	5.661	74,8%	143	16,3%	678	77,4%
Verdura	1.866	24,6%	4.764	62,9%	226	25,8%	546	62,3%
Bibite gassate	2.695	35,6%	1.017	13,4%	309	35,3%	73	8,3%
Bibite zuccherate	3.079	40,7%	2.296	30,3%	369	42,1%	240	27,4%
Merendine confezionate	2.604	34,4%	3.068	40,5%	326	37,2%	320	36,5%

STAGIONI IN CUI IL BAMBINO MANGIA PIÙ FRUTTA				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
Autunno/inverno	214	2,8%	7	0,8%
Primavera/estate	3.540	46,8%	371	42,4%
Tutto l'anno allo stesso modo	3.566	47,1%	491	56,1%
Non risponde	250	3,3%	7	0,8%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

GIUDIZI SULL'ENTITÀ DEL CONSUMO DI FRUTTA E VERDURA DA PARTE DEL BAMBINO				
	CAMPIONE DI MONITORAGGIO		CAMPIONE DI CONTROLLO	
	N.	%	N.	%
In quantità adeguate	2.657	35,1%	343	39,2%
Un po' meno di quanto dovrebbe	3.417	45,1%	391	44,6%
Troppo poco	1.360	18,0%	138	15,8%
Non risponde	136	1,8%	4	0,5%
Totale	**7.570**	**100,0%**	**876**	**100,0%**

foto: Michal Jarmoluk

3.1. La valutazione da parte degli istituti scolastici

L'indagine censuaria su tutte le scuole partecipanti nell'anno scolastico 2016-17 è stata realizzata secondo le procedure esposte nel capitolo 2.1.

3.1.1. Gli strumenti informativi

Nell'ambito dei materiali e degli strumenti informativi messi a disposizione della scuola, un ruolo di rilievo è rivestito dal materiale destinato alla scuola medesima (come locandine, cartelloni, calendari), seguito dal materiale per famiglie e bambini (opuscoli, volantini).

Altri materiali e strumenti ricevuti si collocano su livelli di penetrazione molto più contenuti: si tratta di oggetti promozionali, di Cd rom, pennette USB o altro materiale multimediale, del kit per l'orto scolastico o di altro materiale ancora. Nell'ambito di quest'ultimo, sono stati evidenziati soprattutto i seguenti:

- materiale per la porzionatura, coltelli, cucchiai, bicchieri, cestini, contenitori per frutta;
- libri di accompagnamento per insegnanti e alunni, testi informativi sull'alimentazione o sulla formazione dell'insegnante;
- materiale online.

Per quanto riguarda il livello di utilizzo, è il materiale destinato alla scuola stessa (locandine, cartelloni, ecc.) ad ottenere la maggior concentrazione di risposte e quindi la più alta quota di scuole utilizzatrici in rapporto agli istituti che hanno ricevuto il materiale. Altre tipologie di materiali si collocano sul 35-40% di impiego, come nel caso del kit orto scolastico e del materiale per bambini e famiglie. Più ridotte sono risultate le percentuali di utilizzo di Cd rom, pennette USB o altro materiale multimediale, e soprattutto del materiale promozionale.

MATERIALI E STRUMENTI INFORMATIVI DISTRIBUITI O MESSI A DISPOSIZIONE DELLA SCUOLA		
	N.	% SU TUTTE LE SCUOLE
Materiale per la scuola (locandine, cartelloni, calendari della stagionalità della frutta e della verdura)	1.832	81,7%
Materiale per famiglie e bambini (opuscoli, volantini)	1.191	53,1%
Materiale promozionale	52	2,3%
Cd rom, pennette USB o altro materiale multimediale	83	3,7%
Kit orto scolastico	40	1,8%
Altro	230	10,3%

La somma delle % supera il 100% in quanto era possibile indicare più materiali o strumenti

MATERIALI E STRUMENTI INFORMATIVI DISTRIBUITI O MESSI A DISPOSIZIONE DELLA SCUOLA		
	N.	% SULLE SCUOLE CHE HANNO RICEVUTO IL SINGOLO MATERIALE
Materiale per la scuola	1.329	72,5%
Materiale per famiglie e bambini	451	37,9%
Materiale promozionale	7	13,5%
Cd rom, pennette USB o altro materiale multimediale	21	25,3%
Kit orto scolastico	15	37,5%
Altro	91	39,6%

Oltre il 60% dei rispondenti ritiene adeguato il materiale informativo ricevuto, sotto l'aspetto della quantità. Le quote di risposte che hanno indicato una quantità adeguata sono superiori alla media in alcune zone di fornitura, tra cui in primo luogo Liguria – Piemonte – Valle d'Aosta, mentre il contrario si verifica in Lombardia e nella zona Calabria – Sicilia.

Per quanto riguarda le opinioni sulla qualità del suddetto materiale, le risposte "molto buona" e "abbastanza buona" arrivano in complesso a un 77%, con un miglioramento rispetto alla scorsa edizione e con punte particolarmente elevate in Emilia – Friuli – Marche, in Abruzzo – Toscana – Umbria e soprattutto in Liguria – Piemonte – Valle d'Aosta. Al contrario, le valutazioni più contenute affiorano per le zone Lazio – Sardegna e soprattutto Calabria – Sicilia.

Tre quarti del campione dei rispondenti giudicano molto o abbastanza efficaci i messaggi contenuti nei materiali informativi, sotto l'aspetto della chiarezza espositiva, con punte massime nella zona Liguria – Piemonte – Valle d'Aosta, e valori ben sotto alla media in Lazio – Sardegna e Calabria – Sicilia.

In complesso, la valutazione del materiale ricevuto ottiene medie comprese fra 7,4 e 8,5 in corrispondenza dei diversi parametri considerati, se si esclude la voce "altro", per la quale si scende sotto il livello di 5, con una forte eterogeneità di risposta, evidenziata dall'elevato valore della deviazione standard. Per tutte le altre voci, la mediana e la moda si collocano entrambe su valori di 8 o 9 (in un caso, 10), con discrete uniformità di risposta (deviazione standard tra 1,6 e 2, rispetto a un massimo di 4,5).

È il kit per l'orto scolastico a mostrare la valutazione media più elevata.

In confronto alla precedente edizione del Programma, il giudizio complessivo sul materiale ricevuto ottiene una prevalenza di risposte che indicano una stabilità. Da non sottovalutare, tuttavia, il 20% di rispondenti che ha evidenziato un peggioramento, a fronte di un 14% che si è espresso per un miglioramento.

GIUDIZI SULLA QUANTITÀ (NUMERO DI COPIE/OGGETTI RICEVUTI) DEL MATERIALE INFORMATIVO		
	N.	%
Eccessivo	19	0,8%
Adeguato	1.419	61,6%
Insufficiente	736	32,0%
Non risponde	129	5,6%
Totale	**2.303**	**100,0%**

SCUOLE CHE GIUDICANO ADEGUATA LA QUANTITÀ (NUMERO DI COPIE/OGGETTI RICEVUTI) DEL MATERIALE INFORMATIVO	
ZONA DI FORNITURA	% SUL TOTALE SCUOLE DELLA SINGOLA ZONA
Lotto 1 - Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta	73,6%
Lotto 2 - Lombardia	55,4%
Lotto 3 - Trentino-Alto Adige, Veneto	64,1%
Lotto 4 - Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Marche	68,4%
Lotto 5 - Lazio, Sardegna	58,4%
Lotto 6 - Campania, Molise	57,4%
Lotto 7 - Basilicata, Puglia	65,3%
Lotto 8 - Calabria, Sicilia	52,7%
Lotto 9 - Abruzzo, Toscana, Umbria	62,1%
Totale	**61,6%**

GIUDIZI SULLA QUALITÀ DEL MATERIALE INFORMATIVO		
	N.	%
Molto buona	247	10,7%
Abbastanza buona	1.533	66,6%
Poco buona	242	10,5%
Per niente buona	122	5,3%
Non risponde	159	6,9%
Totale	**2.303**	**100,0%**

SCUOLE CHE GIUDICANO MOLTO BUONA O ABBASTANZA BUONA LA QUALITÀ DEL MATERIALE INFORMATIVO		
ZONA DI FORNITURA	% SUL TOTALE SCUOLE DELLA SINGOLA ZONA	
	MOLTO BUONA	ABBASTANZA BUONA
Lotto 1 - Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta	14,4%	72,4%
Lotto 2 - Lombardia	10,8%	66,2%
Lotto 3 - Trentino-Alto Adige, Veneto	11,6%	66,2%
Lotto 4 - Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Marche	12,0%	71,8%
Lotto 5 - Lazio, Sardegna	9,0%	62,1%
Lotto 6 - Campania, Molise	10,7%	63,1%
Lotto 7 - Basilicata, Puglia	10,8%	68,5%
Lotto 8 - Calabria, Sicilia	5,5%	60,9%
Lotto 9 - Abruzzo, Toscana, Umbria	11,9%	71,2%
Totale	**10,7%**	**66,6%**

GIUDIZI SULLA CHIAREZZA ESPOSITIVA DEI MESSAGGI CONTENUTI NEI MATERIALI INFORMATIVI		
	N.	%
Molto efficace	233	10,1%
Abbastanza efficace	1.525	66,2%
Poco efficace	252	10,9%
Per niente efficace	103	4,5%
Non risponde	190	8,3%
Totale	**2.303**	**100,0%**

SCUOLE CHE GIUDICANO MOLTO EFFICACE O ABBASTANZA EFFICACE LA CHIAREZZA ESPOSITIVA DEI MESSAGGI CONTENUTI NEI MATERIALI INFORMATIVI		
ZONA DI FORNITURA	% SUL TOTALE SCUOLE DELLA SINGOLA ZONA	
	MOLTO EFFICACE	ABBASTANZA EFFICACE
Lotto 1 - Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta	11,2%	74,4%
Lotto 2 - Lombardia	9,7%	65,8%
Lotto 3 - Trentino-Alto Adige, Veneto	8,5%	66,9%
Lotto 4 - Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Marche	10,0%	69,9%
Lotto 5 - Lazio, Sardegna	8,4%	60,9%
Lotto 6 - Campania, Molise	12,3%	63,1%
Lotto 7 - Basilicata, Puglia	11,3%	69,0%
Lotto 8 - Calabria, Sicilia	8,2%	63,2%
Lotto 9 - Abruzzo, Toscana, Umbria	11,9%	65,8%
Totale	**10,1%**	**66,2%**

VALUTAZIONE DEL MATERIALE RICEVUTO						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Materiale per la scuola	7,4	8	8	1	10	1,7
Materiale per famiglie e bambini	7,6	8	8	1	10	1,6
Materiale divulgativo	7,4	8	8	1	10	2,0
Cd rom, pennette USB o altro materiale multimediale	8,1	9	9	1	10	1,8
Kit orto scolastico	8,5	9	10	1	10	2,0
Altro	4,8	5	1	1	10	3,3

Scala utilizzata: 1-10

GIUDIZIO COMPLESSIVO SUI MATERIALI E SUGLI STRUMENTI INFORMATIVI RICEVUTI, RISPETTO AGLI ANNI SCORSI		
	N.	%
Migliori	294	13,6%
Più o meno come lo scorso anno	1.338	61,6%
Peggiori	434	20,0%
Non risponde	105	4,8%
Totale	**2.171**	**100,0%**

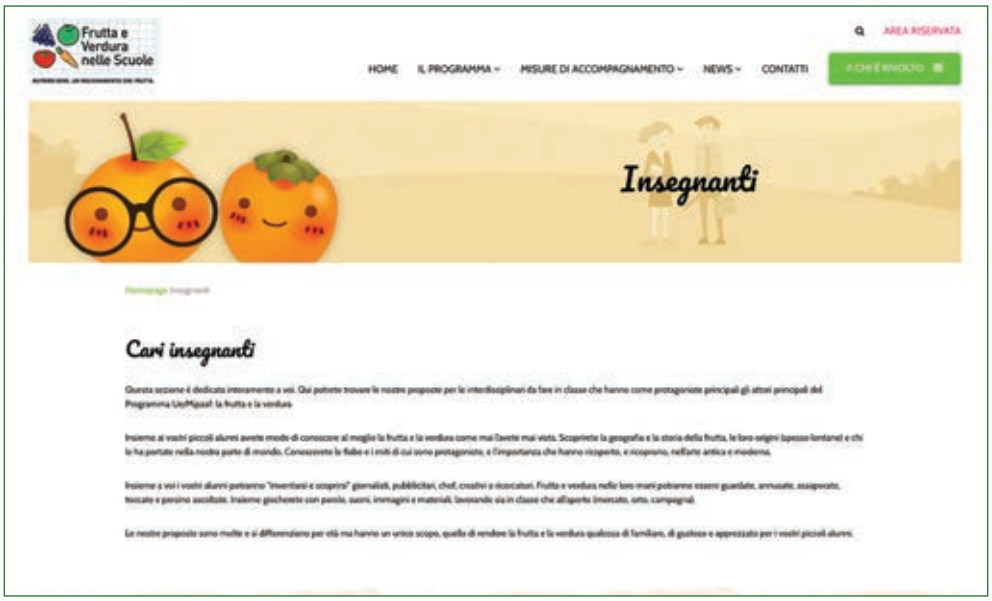
% calcolate sulle scuole che hanno dichiarato di avere partecipato a edizioni precedenti

3.1.2. Il sito

L'indice di penetrazione della conoscenza del sito internet del Programma Frutta e Verdura nelle Scuole si colloca sull'87% del totale, percentuale leggermente superiore a quella della scorsa edizione. All'interno di questa quota, la quasi totalità ha effettuato collegamenti, e nella maggior parte dei casi il collegamento è avvenuto più volte.

Indubbiamente positivo è il giudizio sull'efficacia del sito, con un 92% di risposte "molto efficace" o "abbastanza efficace".

Questo riscontro trova conferma anche nelle valutazioni attribuite utilizzando una scala da 1 a 10. In modo dettagliato, la grafica, la facilità di navigazione, la chiarezza, l'utilità ottengono tutti una valutazione media superiore a 8, e proprio 8 è anche la risposta fornita con la maggior frequenza. Si tratta peraltro di giudizi alquanto omogenei (deviazione standard su 1,2-1,3). Leggermente inferiore è la valutazione media relativa alla funzionalità del sito, rispetto alle esigenze della scuola.



CONOSCENZA DEL SITO INTERNET DEDICATO AL PROGRAMMA FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE		
	N.	%
Conosce	2.005	87,1%
Non conosce	286	12,4%
Non risponde	12	0,5%
Totale	**2.303**	**100,0%**

COLLEGAMENTI AL SITO INTERNET DEL PROGRAMMA FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE O ALLA SUA PAGINA FACEBOOK		
	N.	%
Sì, in più occasioni	1.545	77,1%
Sì, una volta	362	18,1%
No, mai	86	4,3%
Non risponde	12	0,6%
Totale	**2.005**	**100,0%**

% calcolate sulle scuole che hanno dichiarato di conoscere il sito

GIUDIZI SULL'EFFICACIA DEL SITO INTERNET DEL PROGRAMMA FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE		
	N.	%
Molto efficace	473	23,6%
Abbastanza efficace	1.371	68,4%
Poco efficace	54	2,7%
Per niente efficace	1	0,0%
Non risponde	106	5,3%
Totale	**2.005**	**100,0%**

% calcolate sulle scuole che hanno dichiarato di conoscere il sito

VALUTAZIONI DEL SITO INTERNET DEL PROGRAMMA FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Funzionalità (rispetto alle esigenze)	7,8	8	8	1	10	1,3
Estetica/grafica	8,2	8	8	1	10	1,2
Facilità di navigazione	8,2	8	8	1	10	1,3
Chiarezza dei contenuti	8,2	8	8	1	10	1,2
Utilità dei contenuti	8,2	8	8	1	10	1,3

Scala utilizzata: 1-10

3.1.3. Le attività di accompagnamento

Per quanto riguarda le attività di accompagnamento, circa 4 scuole su 10 hanno partecipato alle attività di quest'anno, mentre un 7% di istituti, pur contattato dal CREA, ha rifiutato queste attività. Rilevante la quota di scuole che non sono state contattate dal CREA (44%).

Un 5% di referenti scolastici ha parlato di mancato svolgimento di attività, in alcuni casi presenti tra le proposte del Programma, o di mancata ricezione di materiale informativo riguardante il progetto.

CONTATTI DA PARTE DI RICERCATORI DEL CREA PER LE ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO

	N.	%
Sì, e stiamo partecipando alle attività di quest'anno	942	40,9%
Sì, ma siamo in lista per le attività del prossimo anno	77	3,3%
Sì, ma abbiamo rifiutato di partecipare	162	7,0%
No, non siamo stati contattati	1.004	43,6%
Non risponde	118	5,1%
Totale	**2.303**	**100,0%**

Il grado di interesse relativo alla possibilità di incontrare e discutere con un esperto in nutrizione del CREA si è collocato su una valutazione media decisamente buona (8,6). La moda è 10, la deviazione standard è piuttosto contenuta.

VALUTAZIONE DI QUANTO È STATO INTERESSANTE AVERE LA POSSIBILITÀ DI INCONTRARE E DISCUTERE CON UN ESPERTO IN NUTRIZIONE DEL CREA

	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Indicatori	8,6	9	10	1	10	1,6

Base: scuole che hanno avuto contatti con ricercatori CREA (scala 1-10)

Posta pari a 100 la numerosità delle scuole che hanno avuto contatti con il CREA per le attività di accompagnamento, il livello di penetrazione delle singole tipologie di attività è piuttosto variabile, passando dal 21% per le Olimpiadi della frutta al 53% per la visita presso un centro CREA.

Se si analizzano invece le attese (attività non proposte per le quali sussiste un interesse da parte della scuola), si osserva che esistono discreti spazi per le singole attività, che si collocano su un ordine di grandezza intorno al 18-22%.

CONTATTI DA PARTE DI RICERCATORI DEL CREA PER LE ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO			
		N.	%
Olimpiadi della frutta	Già realizzata o in corso	171	18,2%
	In programma per le settimane successive	26	2,8%
	Attività non proposta, alla quale la scuola sarebbe comunque interessata	170	18,0%
	Attività non proposta, alla quale la scuola non è interessata	130	13,8%
	Non risponde	445	47,2%
	Totale	**942**	**100,0%**
Visita ai centri CREA	Già realizzata o in corso	460	48,8%
	In programma per le settimane successive	35	3,7%
	Attività non proposta, alla quale la scuola sarebbe comunque interessata	175	18,6%
	Attività non proposta, alla quale la scuola non è interessata	37	3,9%
	Non risponde	235	24,9%
	Totale	**942**	**100,0%**
Incontri frontali presso la scuola tra gli insegnanti e i dietisti	Già realizzata/in corso	415	44,1%
	In programma per le settimane successive	32	3,4%
	Attività non proposta, alla quale la scuola sarebbe comunque interessata	186	19,7%
	Attività non proposta, alla quale la scuola non è interessata	45	4,8%
	Non risponde	264	28,0%
	Totale	**942**	**100,0%**
Incontri frontali presso la scuola tra le famiglie e i ricercatori	Già realizzata o in corso	203	21,5%
	In programma per le settimane successive	21	2,2%
	Attività non proposta, alla quale la scuola sarebbe comunque interessata	266	28,2%
	Attività non proposta, alla quale la scuola non è interessata	79	8,4%
	Non risponde	373	39,6%
	Totale	**942**	**100,0%**
Altro	Già realizzata o in corso	94	10,0%
	In programma per le settimane successive	10	1,1%
	Attività non proposta, alla quale la scuola sarebbe comunque interessata	60	6,4%
	Attività non proposta, alla quale la scuola non è interessata	88	9,3%
	Non risponde	690	73,2%
	Totale	**942**	**100,0%**

% calcolate sulle scuole che hanno avuto contatti con il CREA per attività di accompagnamento

La valutazione delle attività di accompagnamento proposte vede punteggi medi particolarmente elevati (in modo particolare le visite al centro CREA), sempre superiori a 8,5, con valori modali pari a 9 o a 10 e indici di variabilità senza dubbio contenuti.

Sullo stesso livello si collocano i diversi aspetti specifici sottoposti a valutazione, sempre nell'ambito delle attività di accompagnamento. Il giudizio sul rapporto che si è stabilito durante la visita tra la scuola e la struttura CREA è risultato ben correlato alla valutazione della risposta dei bambini alla visita presso il centro CREA (indice di correlazione pari a 0,783).

Un poco più contenuto rispetto alle valutazioni precedenti risulta il punteggio di sintesi di tali attività dal punto di vista della loro capacità di favorire un miglioramento nelle abitudini alimentari dei bambini. Questa valutazione, così come quelle immediatamente precedenti, sono state richieste solamente ai referenti scolastici che hanno avuto contatti con il CREA per la realizzazione di misure di accompagnamento.

VALUTAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO ORGANIZZATE DAL CREA

	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Olimpiadi della frutta	8,6	9	9	4	10	1,2
Visita ai centri CREA	9,2	9	10	1	10	1,1
Incontri frontali presso la scuola fra gli insegnanti e i dietisti	8,9	9	10	1	10	1,1
Incontri frontali presso la scuola tra le famiglie e i ricercatori	8,5	9	9	1	10	1,7
Altro	8,7	9	10	1	10	1,7

Base: scuole che hanno avuto contatti con il CREA per attività di accompagnamento già realizzate o in corso (scala 1-10)

VALUTAZIONE DI ALCUNI ASPETTI SPECIFICI NELL'AMBITO DELLE ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO ORGANIZZATE DAL CREA

	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Risposta dei bambini alla partecipazione alle Olimpiadi della frutta	8,8	9	9	5	10	1,1
Argomenti trattati e chiarezza nell'esposizione	9,1	9	10	6	10	0,9
Risposta dei bambini alla visita presso il centro CREA	9,3	10	10	5	10	1,0
Rapporto che si è stabilito durante la visita tra la scuola e la struttura CREA	9,2	9	10	3	10	1,0

Base: scuole che hanno avuto contatti con il CREA per attività di accompagnamento (scala 1-10)

VALUTAZIONE DELLE MISURE DI ACCOMPAGNAMENTO DEL CREA RELATIVAMENTE ALLA CAPACITÀ DI FAVORIRE IL MIGLIORAMENTO DELLE ABITUDINI ALIMENTARI DEI BAMBINI

	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Indicatori	8,0	8	8	1	10	1,4

Base: scuole che hanno avuto contatti con il CREA per attività di accompagnamento (scala 1-10)

Una quota inferiore al 5% delle scuole che hanno avuto contatti con il CREA per attività di accompagnamento, ha sostenuto di avere incontrato problemi nell'organizzazione della visita al centro CREA.

Questi i principali problemi emersi:

- difficoltà organizzative, legate principalmente a comunicazioni tardive delle date, a incomprensioni con le ditte del trasporto, a una scarsa chiarezza sul numero di posti per le visite;
- scarsità di posti a disposizione, insufficienti per le classi inserite nel progetto;
- difficoltà dovute alla burocrazia e alla documentazione necessaria, legate principalmente alle autorizzazioni;
- inadeguatezza o inefficienza dei servizi di trasporto, a volte poco confortevoli o giunti in ritardo;
- annullamento dell'uscita;
- sovrapposizione delle date di alcune attività.

ESISTENZA DI PROBLEMI NELL'ORGANIZZAZIONE DELLA VISITA AL CENTRO CREA		
	N.	%
Sì	44	4,7%
No	409	43,4%
Non risponde	489	51,9%
Totale	**942**	**100,0%**

% calcolate sulle scuole che hanno avuto contatti con il CREA per attività di accompagnamento

Nel 50% abbondante dei casi, la scuola, oltre alle attività di accompagnamento proposte nell'ambito del Programma in questione, ha realizzato altre attività al fine di rendere maggiormente efficaci le attività previste dal Programma "Frutta e Verdura nelle Scuole".

Scarsi sono risultati i problemi di sovrapposizione tra le attività complementari realizzate dalla scuola e le misure di accompagnamento realizzate dal CREA. Questi sono i principali punti emersi in proposito:

- sovrapposizioni dovute alla consegna tardiva di frutta e verdura;
- tardiva comunicazione del progetto, quando il calendario delle attività scolastiche era già ben definito;
- sovrapposizione con gite e uscite previste dal calendario scolastico.

REALIZZAZIONE DI ALTRE ATTIVITÀ SUL TEMA DELL'EDUCAZIONE ALIMENTARE, OLTRE ALLE ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO PROPOSTE DAL CREA, AL FINE DI RENDERE MAGGIORMENTE EFFICACI LE ATTIVITÀ PREVISTE DAL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE"		
	N.	%
Si	1.179	51,2%
No	1.075	46,7%
Non risponde	49	2,1%
Totale	**2.303**	**100,0%**

ESISTENZA DI PROBLEMI DI SOVRAPPOSIZIONE TRA LE ATTIVITÀ COMPLEMENTARI REALIZZATE DALLA SCUOLA E LE MISURE DI ACCOMPAGNAMENTO REALIZZATE DAL CREA		
	N.	%
Si	31	2,6%
No	1.123	95,3%
Non risponde	25	2,1%
Totale	**1.179**	**100,0%**

% calcolate sulle scuole che hanno avuto contatti con il CREA per attività di accompagnamento

3.2. La valutazione da parte dei bambini

L'indagine presso il campione di monitoraggio (bambini di scuole partecipanti al Programma e rispettivi genitori) nell'anno scolastico 2016–2017 è stata realizzata secondo le procedure di campionamento esposte nel capitolo 1 e nel paragrafo 2.2.1. È ad essi che si rimanda per ogni aspetto metodologico e per la distribuzione del campione in base a una serie di parametri socio-demografici e geografici.

3.2.1. L'atteggiamento verso il Programma

L'accettazione del Programma Frutta e Verdura nelle Scuole da parte dei bambini è stata sostanzialmente positiva, se si considera come indicatore la quota di rispondenti che hanno dichiarato di consumare la frutta e la verdura distribuita nell'ambito del Programma. Il dato sembra confermato dalla percentuale di bambini che affermano di gradire questo programma, quest'anno superiore al 90% del totale rispondenti.

Si tratta di una quota leggermente superiore a quella che desidera una prosecuzione del Programma anche in futuro. Ci sono zone di fornitura maggiormente entusiaste di altre, come Basilicata – Puglia e Calabria – Sicilia.

CONSUMO DI FRUTTA E DELLA VERDURA DISTRIBUITA DAL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE"		
	N.	%
Si, sempre o quasi sempre	2.467	32,6%
Si, ogni tanto	2.142	28,3%
Si, ma mangio solo quella che mi piace	2.113	27,9%
Pochissime volte/mai	722	9,5%
Non risponde	126	1,7%
Totale	**7.570**	**100,0%**

GRADIMENTO DEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE"		
	N.	%
Si	6.835	90,3%
No	584	7,7%
Non risponde	151	2,0%
Totale	**7.570**	**100,0%**

GRADIMENTO DEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" ANCHE PER IL PROSSIMO ANNO		
	N.	%
Si	6.692	88,4%
No	726	9,6%
Non risponde	152	2,0%
Totale	**7.570**	**100,0%**

3.2.2. L'atteggiamento verso le attività di accompagnamento

Tra le diverse attività organizzate nell'ambito del Programma, un bambino su cinque ha citato l'orto a scuola. Circa quattro bambini su dieci, tuttavia, hanno dichiarato che non è stata effettuata nessuna attività.

Nella voce "altre attività" rientrano, in ordine di frequenza di citazione: approfondimenti con esperti e approfondimenti in classe, Frutta day, giochi/gare/eventi ludici, gite/visite, attività fisiche di vario genere.

Di fronte a una domanda esplicita (a cui è di conseguenza corrisposta una risposta sollecitata), un 33% di bambini ha affermato che la classe ha partecipato a una visita a un centro CREA. Tutte le attività svolte nel centro in questione sono state menzionate spesso come attività apprezzate, tra cui soprattutto la possibilità di assaggiare la frutta con gli altri bambini, seguita dalla possibilità di portare a casa una piantina da curare.

Analizzando le valutazioni medie sulle singole attività in ambito CREA, fornite in una scala da 1 a 10, si ottengono valori compresi fra 7 e 9, tranne che per le voci "toccare le piante" e "comporre la siepe dell'orto", appena sotto al livello di 7. Per alcuni degli *item* considerati, la risposta mediana è pari a 10, mentre quella modale è per tutti gli aspetti pari a 10.

ATTIVITÀ MAGGIORMENTE GRADITA TRA QUELLE ORGANIZZATE NEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE"		
	N.	%
L'orto nella scuola	1.444	19,1%
Le Olimpiadi della frutta	402	5,3%
La visita ad un centro CREA	481	6,4%
Altre attività	382	5,0%
Nella mia scuola non è stata organizzata nessuna attività	4.427	58,5%
Non risponde	434	5,7%
Totale	**7.570**	**100,0%**

PARTECIPAZIONE A UNA VISITA A UN CENTRO CREA		
	N.	%
La mia classe ha partecipato	2.537	33,5
No, la mia classe non ha partecipato	5.033	66,5
Totale	**7.570**	**100,0**

ASPETTI MAGGIORMENTE GRADITI DELLA VISITA A UN CENTRO DEL CREA		
	N.	%
Toccare le piante	734	65,4%
Comporre la "siepe dell'orto"	632	56,3%
Assaggiare la frutta con gli altri	816	72,7%
Fare le domande ai ricercatori	661	58,9%
Imparare cose all'aperto	751	66,9%
Portare a casa la piantina da curare	787	70,1%

% calcolate sui partecipanti a visite a un centro del CREA; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

VALUTAZIONE DELLE ATTIVITÀ SVOLTE IN OCCASIONE DELLA VISITA A UN CENTRO CREA						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Toccare le piante	6,9	8	10	1	10	2,9
Comporre la "siepe dell'orto"	6,9	8	10	1	10	3,1
Assaggiare la frutta con gli altri	8,1	9	10	1	10	2,6
Fare le domande ai ricercatori	7,1	8	10	1	10	2,8
Imparare cose all'aperto	8,7	10	10	1	10	2,1
Portare a casa la piantina da curare	8,9	10	10	1	10	2,2

Scala utilizzata 1-10

Nel caso dei bambini che hanno partecipato alle Olimpiadi della frutta, è risultata particolarmente apprezzata la Ginnastica Artistica – realizzazione di un menù con i cinque colori del benessere, seguita da SnowBorg: Slalom tra i sensi – conoscenza di un prodotto tipico attraverso i cinque sensi.

Sempre nell'ambito delle Olimpiadi della frutta, i giochi sono piaciuti per diversi motivi. In ordine di frequenza di risposta, questi i motivi prevalenti:

- sono stati fatti in classe con i compagni e con l'insegnante;
- si sono imparati aspetti che poi sono stati raccontati a casa;
- è piacevole partecipare alle competizioni;
- si è cercato di vincere mangiando più frutta e verdura.

3.2.3. Gli effetti

Praticamente il 75% dei bambini, da quando la scuola partecipa al Programma "Frutta e Verdura nelle Scuole", ha la sensazione di mangiare più frutta e verdura in un giorno normale. Questa quota assume valori più elevati nelle regioni nord–occidentali e nei centri di ampiezza demografica maggiore.

I motivi di questo avvicinamento alla frutta e alla verdura risiedono in primo luogo nel fatto di avere imparato che si tratta di prodotti che hanno effetti benefici sulla salute, secondariamente nell'aver imparato che ci sono tipi di frutta e verdura che prima non erano conosciuti.

Tra i bambini che hanno evidenziato un aumento di consumo, tre quarti ritengono che si tratti di un'evoluzione duratura e non limitata al momento in cui è avvenuta la distribuzione dei prodotti.

SENSAZIONE DI MANGIARE PIÙ FRUTTA E VERDURA DA QUANDO LA SCUOLA PARTECIPA AL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" - PER AREA GEOGRAFICA

	NORD-OVEST		NORD-EST		CENTRO		SUD		ISOLE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
No	329	16,6%	232	19,1%	250	19,1%	284	12,2%	95	13,1%	1.190	15,7%
Si, un po' di più	864	43,5%	480	39,4%	501	38,3%	807	34,6%	258	35,5%	2.910	38,4%
Sì, molto di più	404	20,4%	259	21,3%	262	20,0%	512	21,9%	101	13,9%	1.538	20,3%
Si, ma solo in alcuni giorni	337	17,0%	179	14,7%	178	13,6%	405	17,4%	84	11,6%	1.183	15,6%
Non risponde	51	2,6%	67	5,5%	117	8,9%	326	14,0%	188	25,9%	749	9,9%
Totale	**1.985**	**100,0%**	**1.217**	**100,0%**	**1.308**	**100,0%**	**2.334**	**100,0%**	**726**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

SENSAZIONE DI MANGIARE PIÙ FRUTTA E VERDURA DA QUANDO LA SCUOLA PARTECIPA AL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" - PER AMPIEZZA DEMOGRAFICA DEL COMUNE DI RESIDENZA

	COMUNE FINO A 20.000 ABITANTI		COMUNE DA 20.000 A 70.000 ABITANTI		COMUNE OLTRE A 70.000 ABITANTI		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
No	429	17,1%	378	15,9%	383	14,3%	1.190	15,7%
Si, un po' di più	1.052	41,8%	826	34,7%	1.032	38,6%	2.910	38,4%
Sì, molto di più	429	17,1%	485	20,4%	624	23,3%	1.538	20,3%
Si, ma solo in alcuni giorni	377	15,0%	386	16,2%	420	15,7%	1.183	15,6%
Non risponde	229	9,1%	306	12,9%	214	8,0%	749	9,9%
Totale	**2.516**	**100,0%**	**2.381**	**100,0%**	**2.673**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

MOTIVI PER CUI SI CONSUMA PIÙ FRUTTA E VERDURA		
	N.	%
Perché ho imparato che fa bene	4.061	74,9%
Perché ho imparato che ci sono tipi di frutta e verdura che prima non conoscevo	1.236	22,8%
Perché ho imparato che si sono nuovi modi di assaggiare la frutta e la verdura	468	8,6%
Perché ho imparato che la frutta e la verdura di stagione sono più buone	294	5,4%
Perché ho imparato che posso mangiare la frutta e la verdura. A casa mia nessuno ne mangia	835	15,4%

% calcolate sui rispondenti che sostengono di avere aumentato il consumo di frutta e verdura; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

PREVISIONE DI CONSUMARE PIÙ FRUTTA E VERDURA NEI MESI SUCCESSIVI		
	N.	%
Si	4.251	75,5%
No	118	2,1%
Non risponde	1.262	22,4%
Totale	**5.631**	**100,0%**

% calcolate sui rispondenti che sostengono di avere aumentato il consumo di frutta e verdura

3.3. La valutazione da parte delle famiglie

L'indagine sul campione di monitoraggio composto dalle famiglie partecipanti al Programma è stata realizzata secondo le procedure di campionamento esposte nel capitolo 1 e nel paragrafo 2.3.1. È ad essi che si rimanda per ogni aspetto metodologico e per la distribuzione del campione in base a una serie di parametri socio-demografici e geografici.

3.3.1. Le informazioni sul Programma

Le informazioni sul Programma Frutta e Verdura nelle Scuole sono arrivate ai genitori in primo luogo tramite gli insegnanti e i figli stessi, in secondo luogo per mezzo di opuscoli, avvisi, volantini. Minori sono le frequenze delle altre modalità di comunicazione. Qualcuno ha parlato spontaneamente anche di messaggi in radio o televisione.

Un 57% di rispondenti ha indicato che il figlio ha ricevuto materiale divulgativo sul Programma, ma non è da sottovalutare il 36% che ha risposto di non avere ricevuto nulla. Campania – Molise, Basilicata – Puglia e Abruzzo – Toscana – Umbria sono le zone di fornitura dove le risposte negative hanno raggiunto le quote più elevate.

Il 13% del campione ha notato messaggi promozionali in televisione relativamente a questo Programma; un 8% ricorda di avere letto inserzioni sui quotidiani e una quota analoga ricorda spot radiofonici.

MODALITÀ CON CUI LE FAMIGLIE HANNO AVUTO INFORMAZIONI SUL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE"		
	N.	%
Gli insegnanti	4.082	53,9%
Opuscoli/volantini	1.432	18,9%
Gadget promozionali	140	1,8%
Sito internet www.fruttanellescuole.gov.it	259	3,4%
Incontri specifici a scuola	270	3,6%
Ne ha parlato il figlio	2.627	34,7%
Altro	121	1,6%
Non ho ricevuto nessuna informazione	314	4,1%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

RICEZIONE DI MATERIALE DIVULGATIVO SUL PROGRAMMA		
	N.	%
Si	4.301	56,8%
No	2.728	36,0%
Non risponde	541	7,1%
Totale	**7.570**	**100,0%**

RICORDO DI MESSAGGI PROMOZIONALI SUL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE"		
	N.	%
Spot televisivo	967	12,8%
Spot radiofonico	578	7,6%
Inserzioni sui quotidiani	622	8,2%
Altro	384	5,1%

Nell'ambito della voce altro, rientrano principalmente opuscoli/affissioni a scuola, internet, passaparola da altri genitori o insegnanti.

3.3.2. Le valutazioni

Il punteggio attribuito al modo con cui il bambino ha considerato questo Programma vede una media di 8,2 (con una moda addirittura di 10), quindi decisamente sbilanciata verso il polo "estremamente positivo".

Punteggi ben più elevati della media nazionale si riscontrano nella zona di fornitura Basilicata – Puglia e, secondariamente, in altre regioni centro–meridionali.

3.3. La valutazione del Processo: le famiglie

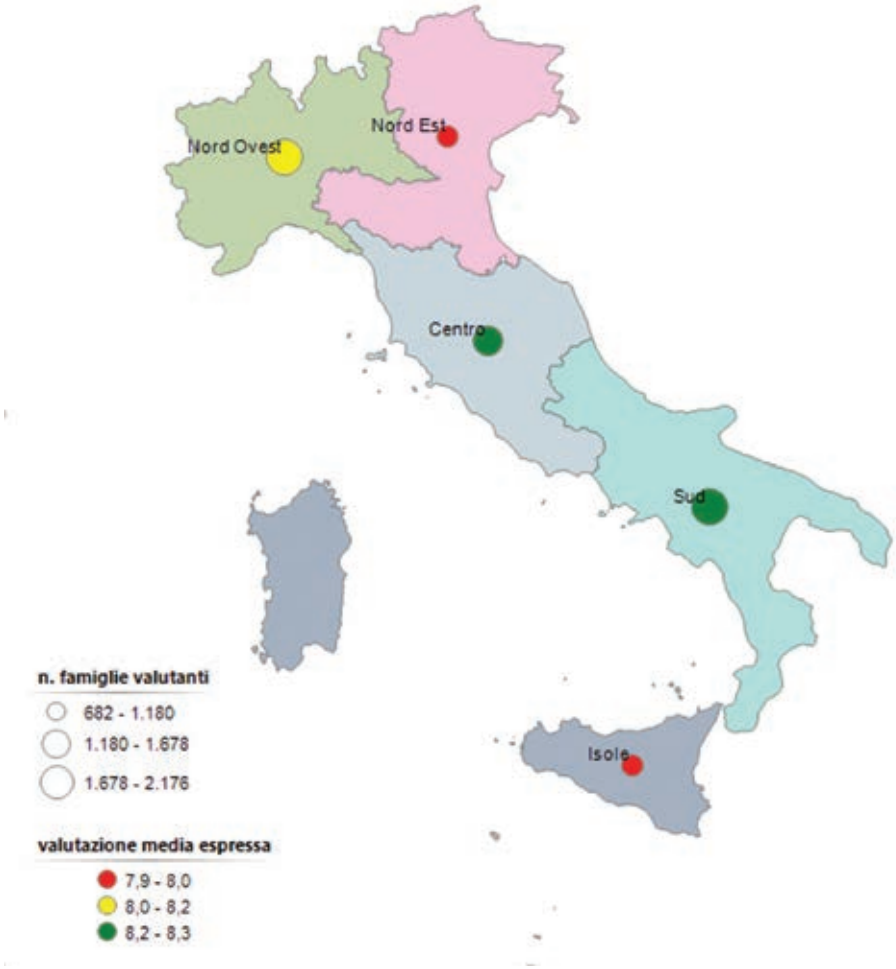
VALUTAZIONI DEL BAMBINO SULL'ATTIVITÀ DEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE"						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Indicatori	8,2	9	10	1	10	2,0

Scala utilizzata 1-10

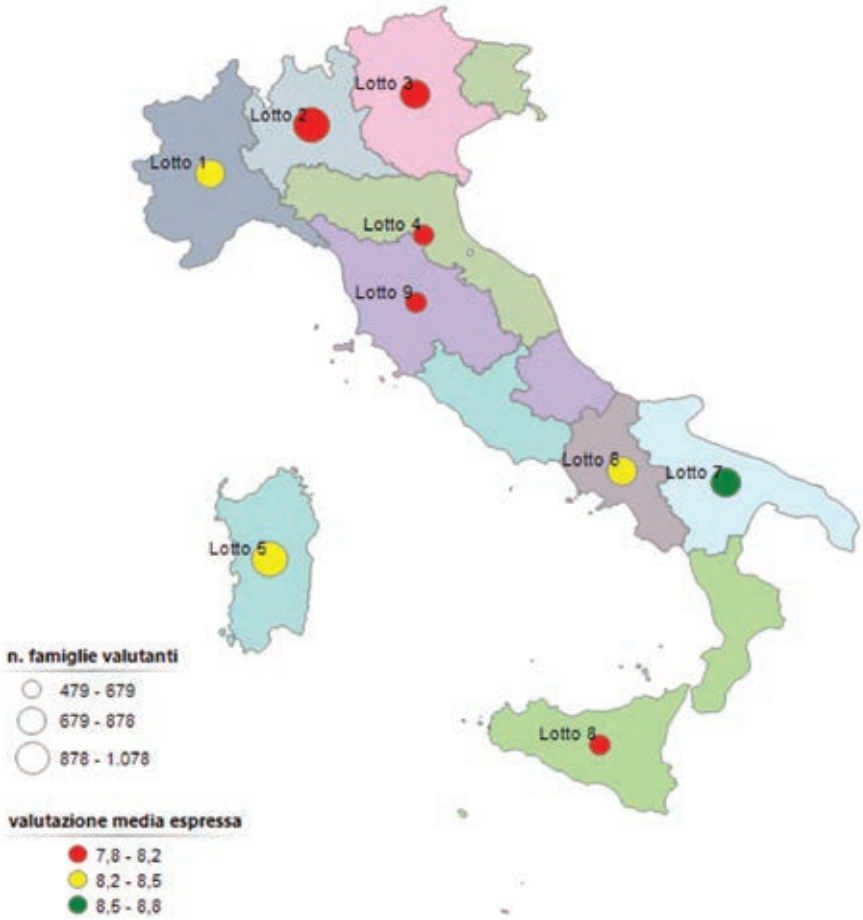
VALUTAZIONI DEL BAMBINO SULL'ATTIVITÀ DEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" - PER LOTTO DI FORNITURA	
ZONA DI FORNITURA	MEDIA
Lotto 1 - Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta	8,2
Lotto 2 - Lombardia	8,0
Lotto 3 - Trentino-Alto Adige, Veneto	7,9
Lotto 4 - Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Marche	8,1
Lotto 5 - Lazio, Sardegna	8,3
Lotto 6 - Campania, Molise	8,2
Lotto 7 - Basilicata, Puglia	8,8
Lotto 8 - Calabria, Sicilia	7,9
Lotto 9 - Abruzzo, Toscana, Umbria	7,9
Totale	**8,2**

Scala utilizzata 1-10

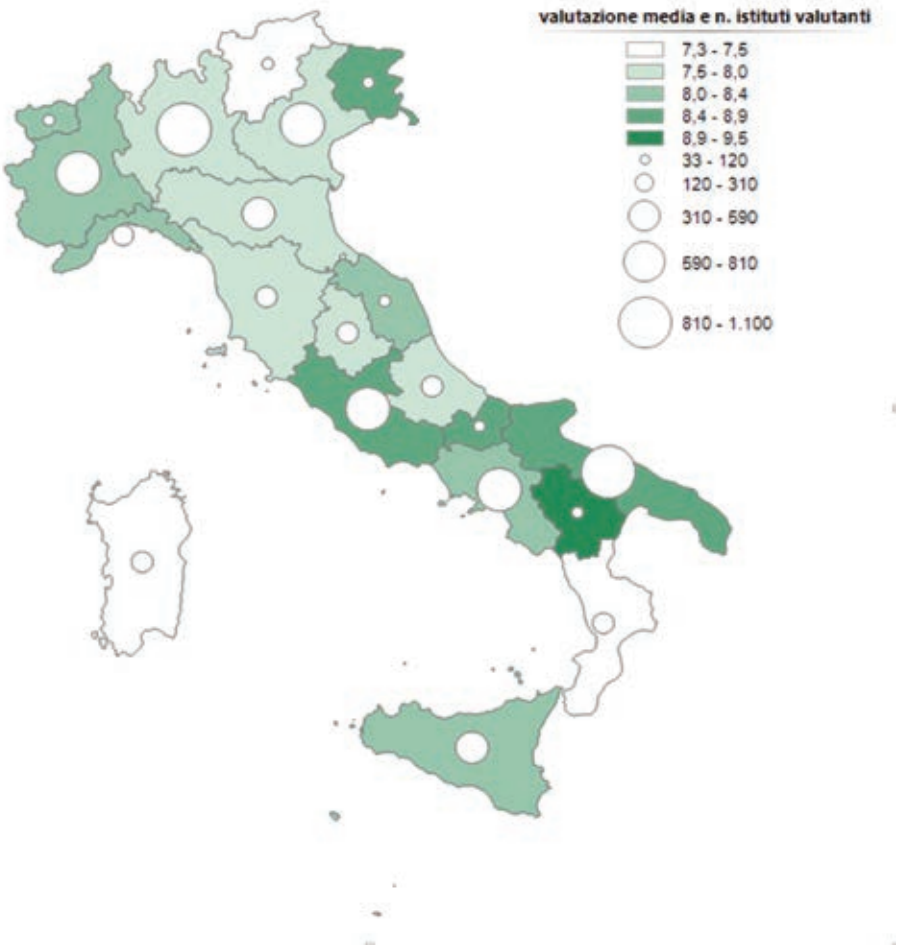
Valutazioni del Programma "Frutta e Verdura nella Scuola" da parte del bambino, secondo la famiglia (scala 1-10) - per area geografica



Valutazioni del Programma "Frutta e Verdura nella Scuola" da parte del bambino, secondo la famiglia (scala 1-10) - per lotto di fornitura



Valutazioni del Programma "Frutta e Verdura nella Scuola" da parte del bambino, secondo la famiglia (scala 1-10) - per regione



3.3.3. Le attività di accompagnamento

Per una quota pari al 46% dei genitori rispondenti, alla distribuzione di frutta e verdura si sono affiancate una o più delle seguenti attività: l'orto nella scuola, la visita ad un centro CREA, le Olimpiadi della frutta, l'incontro dei dietisti CREA con gli insegnanti, l'incontro dei ricercatori CREA con le famiglie.

Al contrario, il 54% dei genitori ha affermato che non è stata realizzata alcuna attività di accompagnamento.

L'interesse per queste attività vede un punteggio abbastanza elevato, se si escludono gli incontri dei ricercatori CREA con le famiglie. Al polo opposto, molto interessante è stata l'attività centrata sull'orto nella scuola, che fa rilevare media, mediana e moda comprese fra 8 e 10.

REALIZZAZIONE DI ALTRE ATTIVITÀ NELL'AMBITO DEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" DA PARTE DELLA SCUOLA FREQUENTATA DAL BAMBINO

	N.	%
L'orto nella scuola	1.264	16,7%
La visita ad un centro CREA	553	7,3%
L'incontro dei dietisti CREA con gli insegnanti	418	5,5%
L'incontro dei ricercatori CREA con le famiglie	253	3,3%
Le Olimpiadi della frutta	341	4,5%
Altro	288	3,8%
Nessuna	4.084	53,9%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

Nell'ambito della voce "altro" rientrano principalmente le proposte ai bambini di merende e assaggi, di gare e giochi di varia natura, di preparazioni in cucina, di visite al supermercato, di attività varie in classe.

INTERESSE ATTRIBUITO ALLE ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO

	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
L'orto nella scuola	8,2	9	10	1	10	2,3
La visita ad un centro CREA	7,5	9	10	1	10	2,9
L'incontro dei dietisti CREA con gli insegnanti	6,8	8	10	1	10	3,0
L'incontro dei ricercatori CREA con le famiglie	5,4	6	1	1	10	3,3
Le Olimpiadi della frutta	6,5	8	10	1	10	3,2
Altro	7,4	9	10	1	10	3,1

Scala utilizzata 1-10

Per quanto riguarda in modo specifico l'incontro con un esperto in nutrizione nella scuola frequentata dal figlio, questa attività è stata dichiarata (in modo sollecitato) dal 18% dei genitori, e il livello di interesse si colloca su una media di 7,8.

ORGANIZZAZIONE DI UN INCONTRO CON UN ESPERTO IN NUTRIZIONE NELL'AMBITO DEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE", NELLA SCUOLA FREQUENTATA DAL FIGLIO		
	N.	%
Si	1.358	17,9%
No	5.080	67,1%
Non risponde	1.132	15,0%
Totale	**7.570**	**100,0%**

LIVELLO DI INTERESSE ATTRIBUITO ALL'INCONTRO E ALLA DISCUSSIONE CON UN ESPERTO IN NUTRIZIONE						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Indicatori	7,8	8	10	1	10	2,1

Scala utilizzata 1-10

3.3.4. Le ricadute del Programma

Solamente un 22% di genitori ritiene che il Programma non abbia avuto effetti positivi sui consumi di ortofrutta del bambino; la quota di risposte positive si presenta con valori più elevati della media nazionale in alcune zone di fornitura: Campania – Molise, Emilia – Friuli-Venezia Giulia – Marche, Basilicata – Puglia.

Il principale fattore a cui sembra legato l'aumento di consumo risiede nell'avere imparato che questi prodotti fanno bene alla salute. Importante è anche la lezione che la frutta e la verdura di stagione sono più buone.

L'80% dei rispondenti ritiene peraltro che questo maggiore consumo di frutta e di verdura dovrebbe protrarsi anche dopo la fine dell'anno scolastico.

In complesso, la valutazione media attribuita all'iniziativa è di 8,5, con livelli più elevati della media nella zona Basilicata – Puglia, più bassi della media nelle zone Calabria – Sicilia e Abruzzo – Toscana – Umbria.

VALUTAZIONI SULLA CAPACITÀ DEL PROGRAMMA DI RAFFORZARE LA TENDENZA DEL BAMBINO A MANGIARE FRUTTA E VERDURA		
	N.	%
No	1.672	22,1%
Si, un poco	3.052	40,3%
Sì, molto	1.753	23,2%
Si, ma solo ogni tanto	509	6,7%
Non risponde	584	7,7%
Totale	**7.570**	**100,0%**

MOTIVI PER CUI IL BAMBINO TENDE A CONSUMARE PIÙ FRUTTA E VERDURA: PERCHÉ HA IMPARATO...		
	N.	%
che fa bene	3.487	65,6%
che ci sono tipi di frutta e verdura che prima non conoscevo	613	11,5%
che si sono nuovi modi di assaggiare la frutta e la verdura	943	17,7%
che la frutta e la verdura di stagione sono più buone	1.328	25,0%
che posso mangiare la frutta e la verdura. A casa mia nessuno ne mangia	101	1,9%

% calcolate sui rispondenti che hanno indicato un aumento di consumo; la somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

PREVISIONI SULLA PROSECUZIONE DELLA TENDENZA A CONSUMARE PIÙ FRUTTA E VERDURA, ANCHE NEI MESI SUCCESSIVI		
	N.	%
Si	4.252	80,0%
No	195	3,7%
Non risponde	867	16,3%
Totale	**5.314**	**100,0%**

% calcolate sui rispondenti che hanno indicato un aumento di consumo

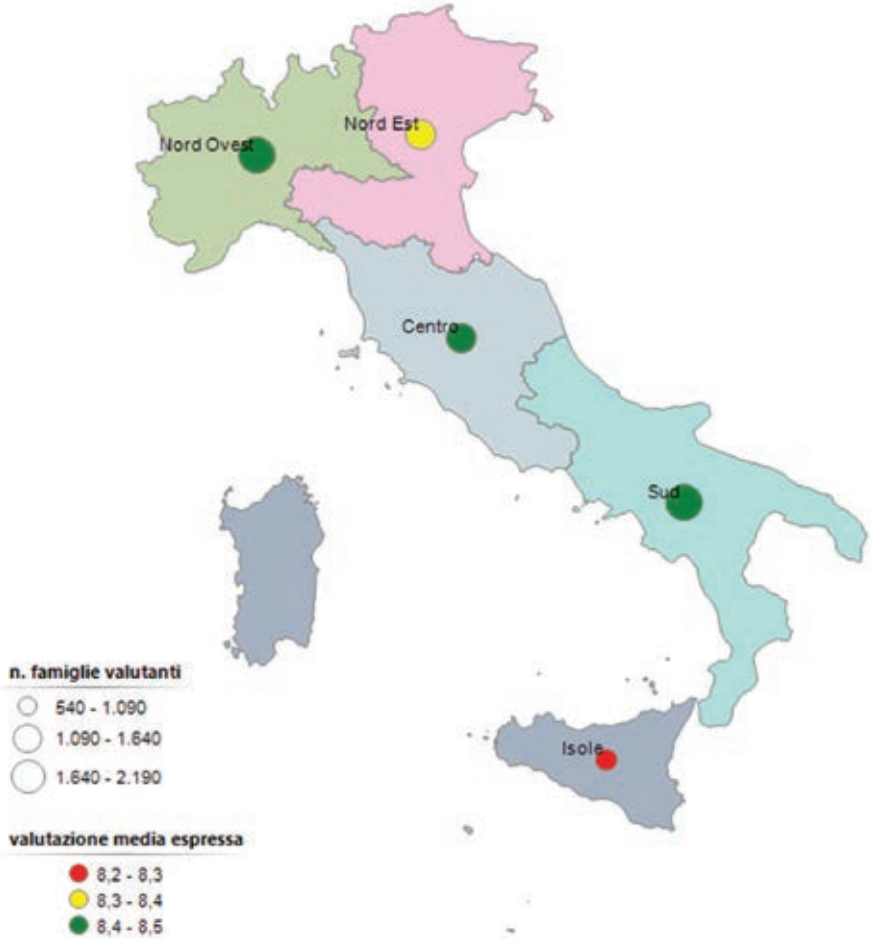
VALUTAZIONE COMPLESSIVA ATTRIBUITA AL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE"						
	MEDIA	MEDIANA	MODA	MINIMO	MASSIMO	DEVIAZIONE STANDARD
Indicatori	8,5	9	10	1	10	1,8

Scala utilizzata 1-10

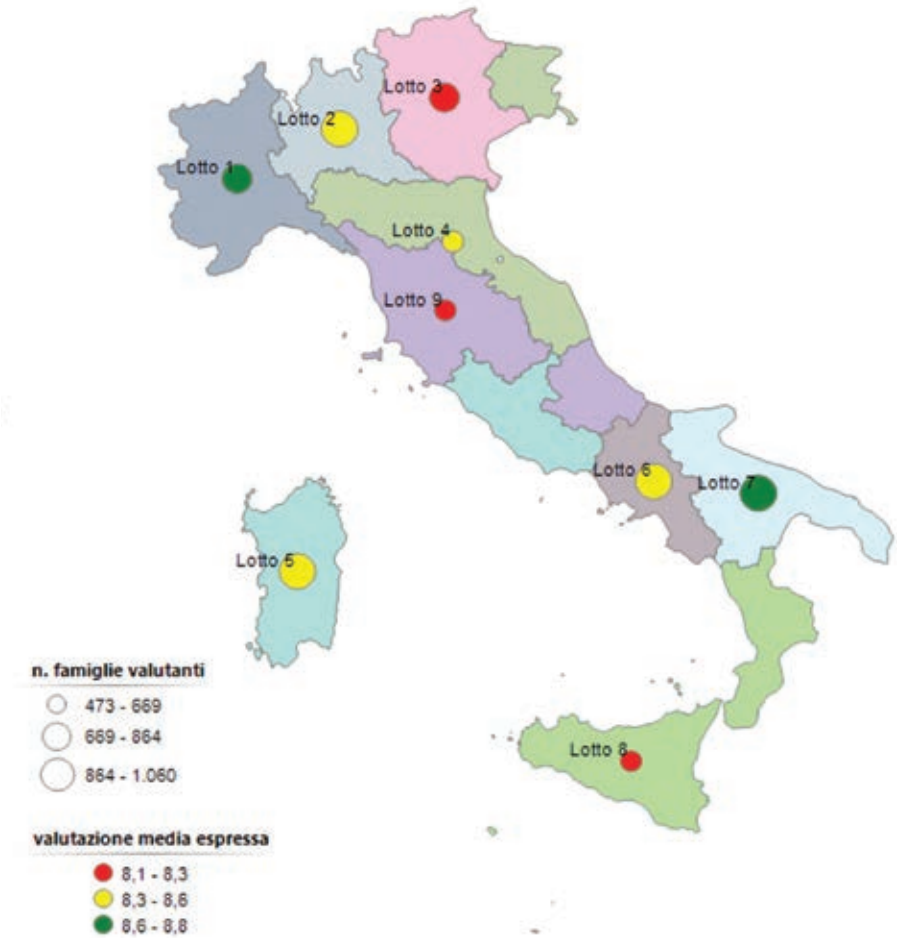
VALUTAZIONE COMPLESSIVA ATTRIBUITA AL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" - PER ZONA DI FORNITURA	
ZONA DI FORNITURA	MEDIA
Lotto 1 - Liguria, Piemonte, Valle d'Aosta	8,6
Lotto 2 - Lombardia	8,4
Lotto 3 - Trentino-Alto Adige, Veneto	8,3
Lotto 4 - Emilia-Romagna, Friuli-Venezia Giulia, Marche	8,5
Lotto 5 - Lazio, Sardegna	8,6
Lotto 6 - Campania, Molise	8,4
Lotto 7 - Basilicata, Puglia	8,8
Lotto 8 - Calabria, Sicilia	8,1
Lotto 9 - Abruzzo, Toscana, Umbria	8,1
Totale	**8,5**

Scala utilizzata 1-10

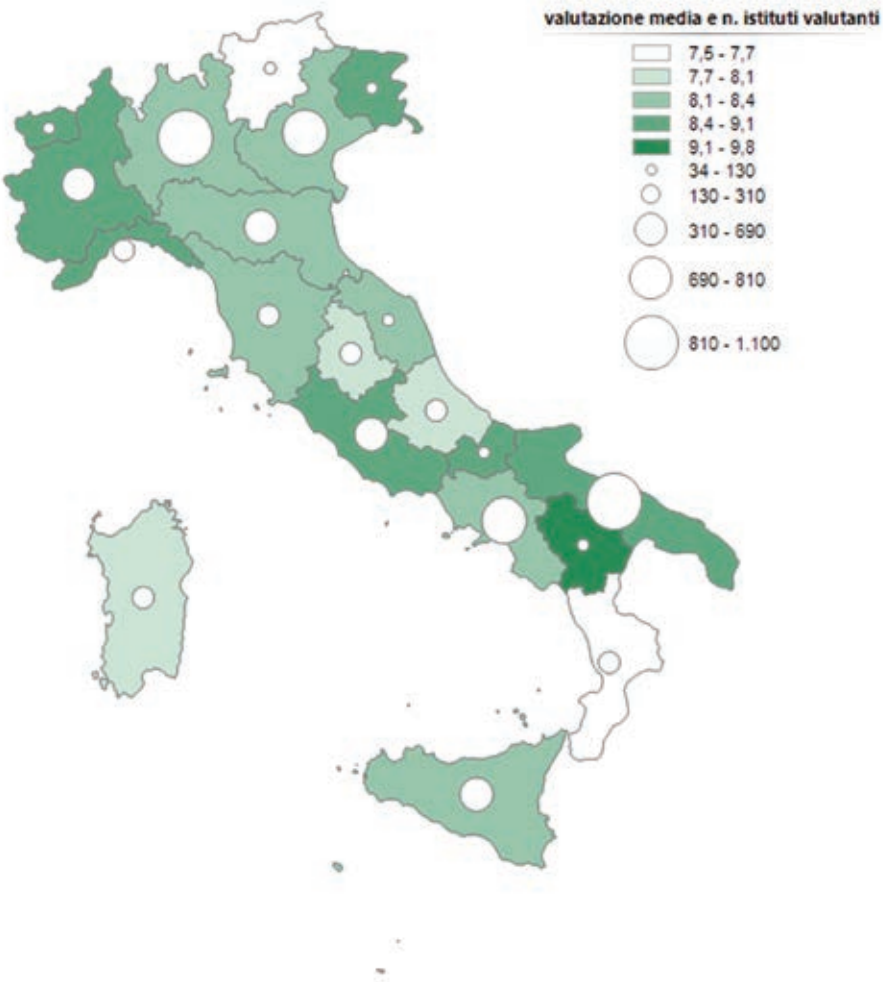
Valutazioni del Programma "Frutta e Verdura nella Scuola" da parte delle famiglie (scala 1-10) - per area geografica



Valutazioni del Programma "Frutta e Verdura nella Scuola" da parte delle famiglie (scala 1-10) - per lotto di fornitura



Valutazioni del Programma "Frutta e Verdura nella Scuola" da parte delle famiglie (scala 1-10) - per regione



La qualità dei prodotti e le modalità concrete per ottenere maggiori ricadute positive sono i due fattori su cui le risposte dei genitori si sono maggiormente concentrate, a proposito di possibilità di miglioramenti del Programma.

Nell'ambito della voce "altro" rientrano soprattutto i seguenti consigli:

- una migliore comunicazione;
- l'utilizzo di frutta e verdura locale;
- un maggior coinvolgimento delle famiglie;
- una maggiore continuità del progetto per migliorare l'impatto formativo/educativo.

ASPETTI DEL PROGRAMMA CHE POTREBBERO ESSERE MIGLIORATI		
	N.	%
La qualità dei prodotti distribuiti ai bambini	2.751	36,3%
L'organizzazione della distribuzione	1.192	15,7%
La capacità di incentivare il consumo di frutta e verdura	2.346	31,0%
Altro	461	6,1%
Nessuno	1.472	19,4%

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto era possibile dare più indicazioni

3.4. L'indagine censuaria svolta presso le imprese fornitrici

Nell'ambito del progetto per la valutazione del Programma Frutta e Verdura nelle Scuole, edizione 2016-2017, l'ISMEA ha affiancato ai risultati delle indagini condotte presso le scuole, i bambini e le famiglie, i risultati di una indagine speculare che ha coinvolto le imprese ortofrutticole che si sono aggiudicate l'appalto per la fornitura dei prodotti nelle scuole.

L'indagine ha visto la risposta di tutte le imprese, corrispondenti ai 9 lotti di fornitura in cui è stato suddiviso il territorio nazionale, ed è stata condotta attraverso contatti telefonici ai quali ha fatto seguito l'invio via e-mail di un questionario semi-strutturato (domande chiuse e domande aperte). Sono state analizzate le seguenti tematiche:

- caratteristiche della partecipazione dei fornitori al Programma Frutta e Verdura nelle Scuole;
- quantificazione delle forniture e relative caratteristiche;
- valutazioni, da parte dei soggetti fornitori, in merito alla partecipazione al Programma;
- spunti di riflessione e suggerimenti per le edizioni successive.

3.4.1. Le caratteristiche dei prodotti distribuiti

All'indagine hanno risposto tutti i soggetti interpellati. I soggetti vincitori, aggiudicatari della fornitura dell'edizione 2016-2017, sono in tutto 5 e l'articolazione della loro fornitura alle scuole dei 9 lotti territoriali in cui sono state raggruppate le regioni italiane, viene riportata nella tabella seguente.

3.4. La valutazione del Processo: le imprese fornitrici

FORNITORI DEL PROGETTO FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE 2016-2017		
LOTTO	RTI	REGIONI
1	SPREAFICO FRANCESCO E F.LLI SPA	Piemonte, Liguria, Valle D'Aosta
2	SPREAFICO FRANCESCO E F.LLI SPA	Lombardia
3	RTI OP Consorzio Ortofrutticolo Padano e OP Armonia	Trentino Alto Adige, Veneto
4	RTI KMC	Emilia Romagna, Friuli Venezia Giulia, Marche
5	RTI KMC	Lazio, Sardegna
6	RTI OP Consorzio Ortofrutticolo Padano e OP Armonia	Campania, Molise
7	ARCA FRUIT SOC. COOP	Basilicata, Puglia
8	OP NATURA SOC. COOPERATIVA a r.l.	Calabria, Sicilia
9	ARCA FRUIT SOC. COOP	Abruzzo, Toscana, Umbria

I plessi a cui è stata distribuita la frutta e verdura sono stati in complesso 7.107, distribuiti per lotti di fornitura come evidenziato nella seguente tabella.

NUMERO PLESSI A CUI SONO STATI DISTRIBUITI PRODOTTI		
LOTTO	NUMERO PLESSI	%
1	924	13,0
2	793	11,2
3	979	13,8
4	623	8,8
5	917	12,9
6	843	11,9
7	527	7,4
8	742	10,4
9	759	10,7
Totale	**7.107**	**100,0**

La fornitura dell'anno scolastico 2016-2017 è stata complessivamente pari 4,9 migliaia di tonnellate di frutta e verdura, per un valore di 11,4 milioni di euro; più precisamente, la frutta ha inciso per un 90% abbondante sul valore (10,3 milioni di euro) a fronte di un 10% scarso attribuibile alla verdura (1,1 milioni di euro).

LA FRUTTA E LA VERDURA DISTRIBUITE NELL'EDIZIONE 2016-2017				
LOTTO	VALORE DELLA FRUTTA E VERDURA DISTRIBUITA (€)	QUANTITATIVO DI FRUTTA E VERDURA DISTRIBUITA (TONNELLATE)	DI CUI: FRUTTA (% SUL VALORE)	DI CUI: VERDURA (% SUL VALORE)
1	869.850,88	485,99	90,1	9,9
2	1.363.370,50	654,19	90,1	9,9
3	1.235.058,28	555,24	90,6	9,5
4	992.462,40	434,29	93,1	6,9
5	1.677.795,19	740,60	90,0	10,0
6	1.375.791,13	611,31	90,5	9,5
7	641.120,13	478,13	90,1	9,9
8	2.616.084,56	510,50	90,9	9,1
9	593.211,57	437,29	86,5	13,5
Totale	**11.364.744,64**	**4.907,56**	**90,4**	**9,6**

Considerando sempre il valore dei prodotti distribuiti, la distribuzione di frutta e verdura per tipologia di prodotto, si è così articolata (in milioni di euro):

- Tal quale intero 7,7
- Porzionato in classe 1,6
- IV gamma 0,9
- Trasformati 1,2

LA FRUTTA E LA VERDURA DISTRIBUITE PER TIPOLOGIA DI PRODOTTO (% SUL VALORE)								
LOTTO	TAL QUALE INTERO	PORZIONATO IN CLASSE	IV GAMMA	SPREMUTI	CENTRIFUGATI	ESTRATTI	TRASFORMATI	TOTALE
1	70,3	12,4	5,2	0,0	0,0	0,0	12,1	100,0
2	72,8	12,5	5,2	0,0	0,0	0,0	9,5	100,0
3	60,5	16,4	10,3	0,0	0,0	0,0	12,8	100,0
4	69,6	13,0	5,2	0,0	0,0	0,0	12,2	100,0
5	72,4	12,8	5,2	0,0	0,0	0,0	9,6	100,0
6	60,4	16,6	10,3	0,0	0,0	0,0	12,7	100,0
7	69,1	16,0	2,4	0,0	0,0	0,0	12,5	100,0
8	69,2	12,6	11,8	0,0	0,0	0,0	6,4	100,0
9	68,5	16,2	2,4	0,0	0,0	0,0	12,9	100,0
Totale	**68,2**	**13,9**	**7,6**	**0,0**	**0,0**	**0,0**	**10,3**	**100,0**

Trasformati: mousse di frutta e succo di frutta

3.4. La valutazione del Processo: le imprese fornitrici

Nella tabella successiva sono invece indicati nel dettaglio i singoli tipi di frutta e verdura distribuiti nei diversi lotti. Si può osservare come alcune tipologie siano state distribuite in ciascun lotto: kiwi, albicocca, arancia, ciliegia, fragola, mela, melone, pesca e, per quanto riguarda gli ortaggi, carota baby (stick).

TIPI DI FRUTTA E VERDURA DISTRIBUITI									
PRODOTTI	LOTTO 1	LOTTO 2	LOTTO 3	LOTTO 4	LOTTO 5	LOTTO 6	LOTTO 7	LOTTO 8	LOTTO 9
FRUTTA									
Actinidia (kiwi)	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Albicocca	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Anguria		x	x		x	x	x	x	
Arancia	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Ciliegia	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Clementina									
Fragola	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Loto (kaki)									
Mandarino								x	
Mela	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Melone	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Pera	x	x	x	x	x	x		x	
Pesca, percoca e nettarina	x	x	x		x	x	x	x	x
Piccoli frutti									
Susina									
Uva									
Limone (solo come ingrediente)	x	x	x	x	x	x	x		x
VERDURA									
Carota	x	x		x	x		x		x
Carota baby, stick	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Finocchio	x	x	x	x	x	x	x		x
Pomodorino da mensa								x	
Sedano bianco									

Per quanto concerne la provenienza dei prodotti, le principali regioni di approvvigionamento sono state il Trentino-Alto Adige e l'Emilia-Romagna, seguite da Lazio, Veneto, Puglia, Calabria, Campania, Basilicata e Sicilia. Alcune imprese hanno specificato altre regioni, meno importanti dal punto di vista quantitativo, come Abruzzo e Lombardia.

PRINCIPALI REGIONI DI PROVENIENZA DELLA FRUTTA E VERDURA DISTRIBUITE			
LOTTO	REGIONE PRINCIPALE	SECONDA REGIONE	TERZA REGIONE
1	Trentino Alto Adige	Emilia Romagna	Lazio
2	Trentino Alto Adige	Emilia Romagna	Lazio
3	Veneto	Campania	Calabria
4	Trentino Alto Adige	Emilia Romagna	Lazio
5	Trentino Alto Adige	Emilia Romagna	Lazio
6	Veneto	Campania	Calabria
7	Puglia	Trentino Alto Adige	Basilicata
8	Trentino Alto Adige	Sicilia	Calabria
9	Puglia	Basilicata	Trentino Alto Adige

Considerando le caratteristiche dei prodotti e i relativi quantitativi in valore (milioni di euro), la distribuzione risulta così articolata:

- prodotti tutelati da un marchio DOP o IGP 1,61
  - *di cui biologici* *0,47*
- prodotti rispondenti a un disciplinare di produzione integrata 8,54
  - *di cui produzione integrata certificata o global gap* *4,08*
- prodotti senza marchio specifico 1,21
  - *di cui biologici* *0,61*

In base al singolo lotto di pertinenza, la distribuzione dei prodotti per caratteristiche è esposta nella tabella seguente.

PRODOTTI DISTRIBUITI PER CARATTERISTICHE (% SUL VALORE)							
LOTTO	CON MARCHIO IGP-DOP	DI CUI BIOLOGICI	PRODUZIONE INTEGRATA	DI CUI PRODUZIONE INTEGRATA CERTIFICATA O GLOBAL GAP	SENZA MARCHIO SPECIFICO	DI CUI BIOLOGICI	TOTALE
1	3,1	3,1	81,4	36,0	15,5	9,4	100,0
2	3,1	3,1	83,7	38,6	13,2	6,2	100,0
3	0,0	0,0	89,5	69,1	10,5	3,3	100,0
4	3,2	3,2	86,5	42,8	10,3	3,3	100,0
5	3,2	3,2	80,1	35,8	16,7	9,6	100,0
6	0,0	0,0	89,5	65,6	10,5	3,3	100,0
7	25,4	0,0	68,9	37,9	5,8	0,0	100,0
8	43,8	12,0	49,9	n.d.	6,3	6,3	100,0
9	25,4	0,0	68,7	37,1	5,8	0,0	100,0
Totale	**14,2**	**4,1**	**75,2**	**35,9**	**10,6**	**5,4**	**100,0**

3.4.2. Le caratteristiche della fornitura

Tutti i fornitori che si sono aggiudicati i lotti avevano già partecipato a qualcuna delle precedenti edizioni del Programma. In linea di massima, non sono stati indicati cambiamenti sostanziali nelle modalità di partecipazione rispetto alle precedenti edizioni,

La distribuzione del prodotto nelle scuole servite è avvenuta per la quasi totalità delle imprese sia direttamente che indirettamente, in questo secondo caso tramite affidamento dei servizi in subappalto ad agenzie specializzate.

Il numero di persone delle aziende coinvolte nella distribuzione è stato complessivamente pari a 2.752.

Una sola impresa fornitrice ha affermato di avere svolto la distribuzione solo indirettamente, con una organizzazione che prevedeva una distribuzione suddivisa in primaria e secondaria: la primaria prevedeva il trasporto delle forniture presso le piattaforme dislocate nelle varie regioni, la secondaria prevedeva il trasporto della frutta direttamente presso le scuole.

Al fine di controllare i fattori di rischio e minimizzare i pericoli connessi all'attività oggetto del bando di gara, tutti i fornitori hanno attivato sistemi di controllo qualità del prodotto in ogni fase della filiera produttiva e distributiva: in campagna, all'arrivo presso gli stabilimenti di lavorazione e confezionamento, durante la lavorazione, in fase di spedizione, in piattaforma distributiva, presso le scuole.

Si è trattato di controlli a campione attraverso prelevamento prodotto, controlli mirati su prodotti particolari (per esempio IV gamma), controlli a campione sui mezzi di trasporto per verificare il mantenimento della catena del freddo.

3.4.3. La valutazione della partecipazione al Programma

I soggetti aggiudicatari della fornitura hanno espresso pareri positivi sulla percezione e sull'accoglienza della distribuzione di frutta e verdura a scuola da parte sia dei bambini sia dei genitori (accoglienza positiva o molto positiva). Inoltre, le imprese interpellate ritengono che il Programma abbia decisamente contribuito ad aumentare la tendenza dei bambini a consumare frutta e verdura.

Tutte le imprese hanno mostrato un discreto interesse a partecipare alla fornitura per la prossima edizione del Programma, esprimendo un punteggio pari a 7 in una scala da 1 a 10 (o addirittura superiore a 7 in alcuni casi), sottolineando che non ci sono state ricadute negative riconducibili alla partecipazione al Programma dell'edizione appena conclusa. Analogo punteggio è stato manifestato a proposito della valutazione complessiva attribuita al Programma Frutta e Verdura nelle Scuole.

Le imprese aggiudicatarie intervistate non hanno segnalato particolari difficoltà con i loro fornitori (afferenti alla propria RTI), né nella realizzazione dell'attività di distribuzione della frutta e della verdura nelle scuole (in altri termini, nella relazione con gli istituti scolastici). Non hanno segnalato particolari difficoltà nemmeno nei rapporti con il Ministero. È stato affermato che, a seguito dei ritardi accumulati per la procedura di gara, il Ministero ha comunque creato le condizioni affinché il Programma potesse essere realizzato.

Le imprese intervistate sono al corrente del fatto che per l'edizione 2016-2017 le attività di accompagnamento del Programma sono state affidate al CREA. A questo proposito, si sono confrontate con i ricercatori del CREA e questo confronto è stato definito efficace. Un intervistato ha tuttavia specificato che, al fine di migliorare la qualità e la quantità delle attività didattiche, sarebbe utile suddividere l'affidamento e l'esecuzione delle misure di accompagnamento tra gli aggiudicatari e il CREA.

Tra le strategie per migliorare il Programma in merito alle misure di accompagnamento, si auspicano pure maggiori sinergie ed interazioni tra MiPAAF, soggetti aggiudicatari e CREA.

3.4.4. Gli spazi di miglioramento

I principali spazi di miglioramento, evidenziati dalle imprese fornitrici, fanno riferimento soprattutto alle problematiche relative alle tempistiche.

Le criticità indicate sono costituite infatti prevalentemente dai ritardi nell'avvio del Programma rispetto alle previsioni: per un progetto estremamente compresso, ciò si è tradotto in diversi cambi strutturali in corso d'opera e rimodulazioni in relazione sia al numero di porzioni/settimana sia, conseguentemente, a tutta la filiera logistica e distributiva.

È per questo motivo che per una migliore programmazione delle forniture, oltre a qualche altro suggerimento esplicitato successivamente, tra le modifiche che sarebbe opportuno apportare rientra proprio la creazione delle condizioni affinché il progetto sia aggiudicato entro settembre, in linea con la programmazione delle attività scolastiche.

Nell'ultima edizione del Programma, le tempistiche relative alla fase di assegnazione delle aggiudicazioni si sono prolungate oltre ogni previsione causando corrispondenti problematiche alla fase esecutiva del progetto e una serie di complessità organizzative.

Oltre al rispetto della data di avvio del Programma, si sottolineano anche i seguenti suggerimenti:

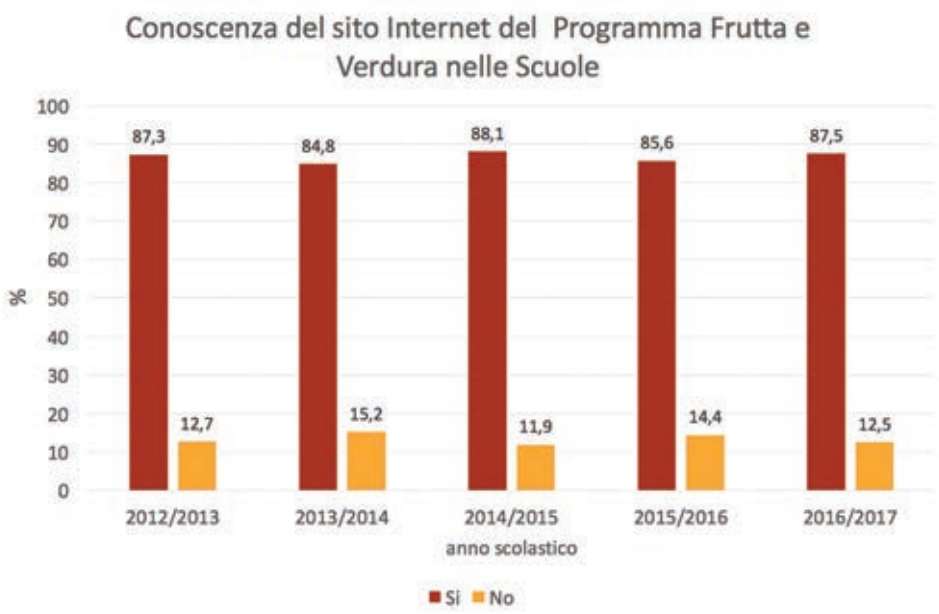
- al fine di semplificare l'organizzazione e le altre attività necessarie alla realizzazione del Programma, si dovrebbero delegare agli aggiudicatari le responsabilità concernenti la scelta del tipo di imballo da impiegare per le differenti specie di frutta e ortaggi;
- si dovrebbe assegnare alle scuole, in modo nitido, la responsabilità della distribuzione della frutta;
- si auspica una maggiore interazione tra MiPAAF e aggiudicatari nella fase di comunicazione dei risultati del bando;
- per rendere il Programma Frutta e Verdura nelle Scuole ancora più efficace nello stimolare i bambini all'utilizzo di frutta e verdura, potrebbero poi essere organizzate feste a scuola, che rendano il consumo di frutta anche un momento gioioso;
- per coinvolgere maggiormente le famiglie, un'idea è quella di prevedere la consegna di frutta e ortaggi per alcuni compiti a casa centrati su questi prodotti e da svolgere con i genitori. In linea più generale, un intervistato ha parlato di attività didattiche da realizzare insieme alle famiglie, sia a casa che presso gli istituti coinvolti.

4. I trend temporali della valutazione

4.1. Le valutazioni degli istituti scolastici

Il sito

La conoscenza del sito internet del Programma risulta sostanzialmente stabile nel tempo, con qualche leggera oscillazione positiva o negativa intorno a un range compreso tra l'85% e l'88%.

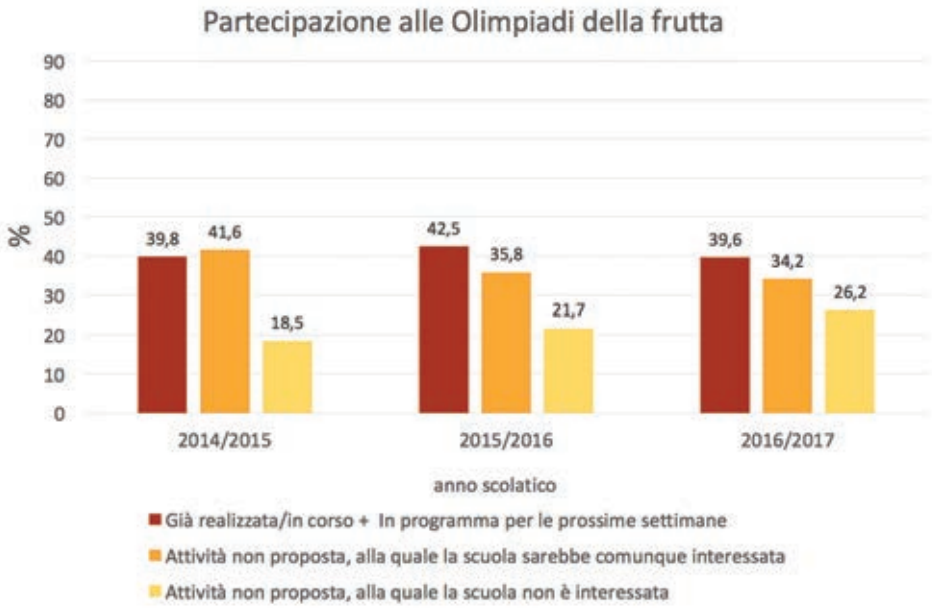


Le attività di accompagnamento

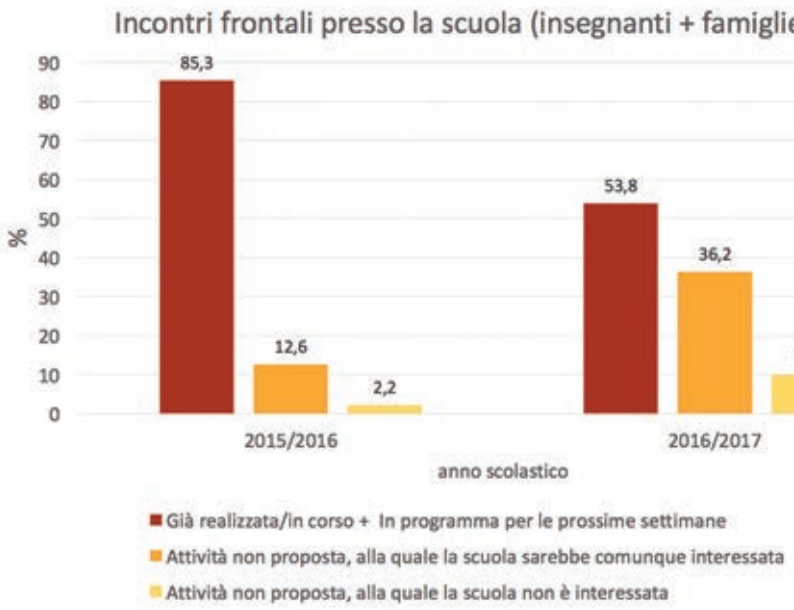
Le risposte dei referenti scolastici relativamente alle attività di accompagnamento che fanno parte del Programma Frutta e Verdura nelle Scuole, hanno visto modificazioni di entità non trascurabile nell'ultima edizione rispetto alla precedente. Ciò è vero in modo specifico per gli incontri frontali presso le scuole, destinati alle famiglie e agli insegnanti: si è infatti incrementata in misura rilevante la quota di rispondenti che hanno manifestato interesse verso queste iniziative, ma che nel contempo non hanno ricevuto la proposta da parte del CREA. Si è nel contempo ridotta la numerosità di scuole che hanno visto la realizzazione di tali attività.

Più contenute le variazioni relative alle Olimpiadi della frutta, nei confronti delle quali sembra emergere un certo calo di interesse, tanto che è lievitata la quota di scuole che non ha ricevuto questa proposta di attività, ma nel contempo non ne è nemmeno interessata.

Diversa è la situazione relativa alle visite presso un centro CREA, dove si osserva un aumento del livello di penetrazione presso le scuole, a fianco di una riduzione degli istituti scolastici che non hanno ricevuto questo genere di proposta.


Partecipazione alle Olimpiadi della frutta
%
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
39,8
41,6
18,5
42,5
35,8
21,7
39,6
34,2
26,2
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolatico
Già realizzata/in corso + In programma per le prossime settimane
Attività non proposta, alla quale la scuola sarebbe comunque interessata
Attività non proposta, alla quale la scuola non è interessata

Visita ai centri CREA
%
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
55,3
36,8
8,0
65,8
26,7
7,5
70,0
24,8
5,2
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
Già realizzata/in corso + In programma per le prossime settimane
Attività non proposta, alla quale la scuola sarebbe comunque interessata
Attività non proposta, alla quale la scuola non è interessata



La valutazione che viene attribuita alle attività di accompagnamento fa rilevare un miglioramento nel corso degli anni, tanto che il punteggio medio (in una scala da 1 a 10) si avvicina progressivamente a 9, oppure supera questo livello come nel caso delle visite presso i centri CREA.

Medesima affermazione può essere ripetuta per alcuni aspetti specifici concernenti queste attività:

- la risposta dei bambini alla partecipazione alle Olimpiadi della frutta e alla visita presso il centro CREA;
- il rapporto che si è stabilito durante la visita tra la scuola e la struttura CREA.

Lievemente inferiore alla penultima edizione, ma soprattutto in confronto a quelle precedenti, è invece stata la valutazione complessiva sull'efficacia delle attività di accompagnamento nel favorire corrette abitudini alimentari del bambino.

VALUTAZIONE DELLE DIVERSE ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO PROPOSTE DAL CREA			
	ANNO SCOLASTICO 2014-2015	ANNO SCOLASTICO 2015-2016	ANNO SCOLASTICO 2016-2017
Olimpiadi della frutta	8,1	8,4	8,6
Visita ai centri CREA	9,1	9,2	9,2
Incontri frontali presso la scuola (insegnanti e famiglie)	-	8,5	8,7
Altro	8,5	8,6	8,7

Scala utilizzata: 1-10

VALUTAZIONE DI ALCUNI ASPETTI RELATIVI ALLE ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO		
	ANNO SCOLASTICO 2015-2016	ANNO SCOLASTICO 2016-2017
Risposta dei bambini alla partecipazione alle Olimpiadi della frutta	8,6	8,8
Risposta dei bambini alla visita presso il centro CREA	8,4	9,3
Rapporto che si è stabilito durante la visita tra la scuola e la struttura CREA	8,5	9,2

Scala utilizzata: 1-10

VALUTAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO RELATIVAMENTE ALL'EFFICACIA NEL FAVORIRE CORRETTE ABITUDINI ALIMENTARI					
	ANNO SCOLASTICO 2012-2013	ANNO SCOLASTICO 2013-2014	ANNO SCOLASTICO 2014-2015	ANNO SCOLASTICO 2015-2016	ANNO SCOLASTICO 2016-2017
Olimpiadi della frutta	8,8	8,1	8,0	7,8	7,7

Scala utilizzata: 1-10

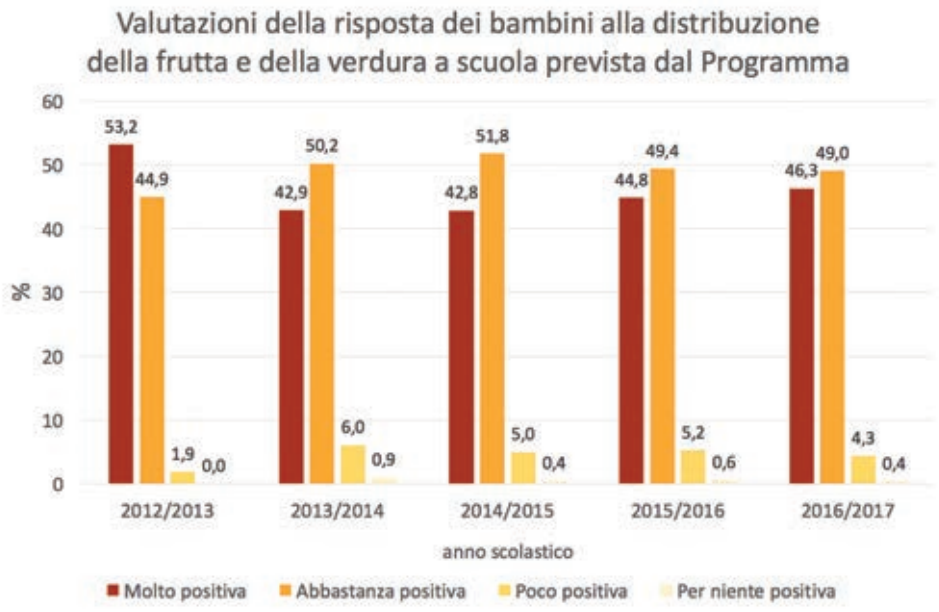
La risposta dei bambini e delle famiglie

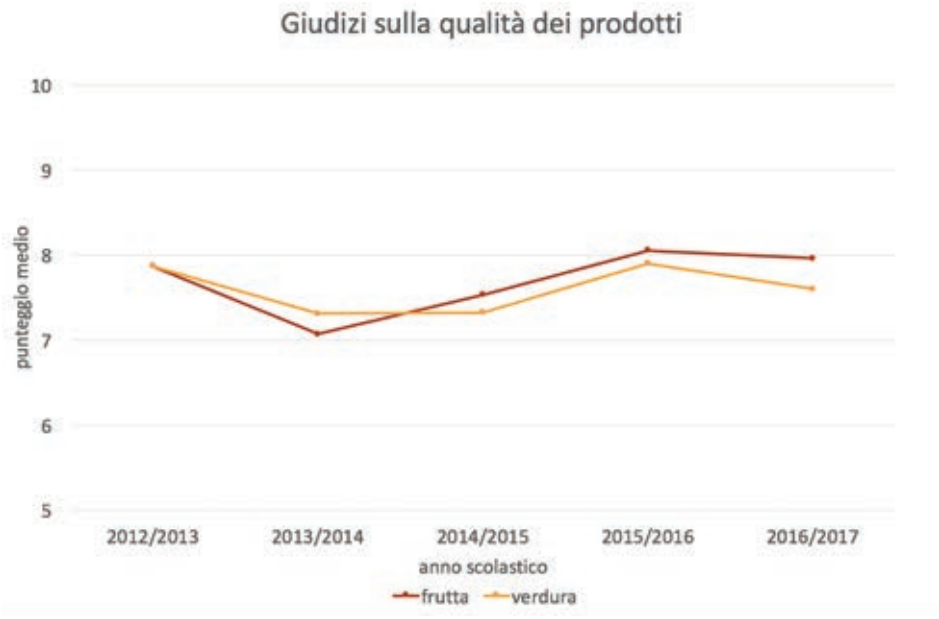
La risposta dei bambini alla distribuzione della frutta e della verdura a scuola prevista dal Programma ha raggiunto una quota di risposte positive (molto + abbastanza positiva) in linea con gli anni scolastici precedenti; in particolare, si è notata una crescita delle risposte "molto positiva".

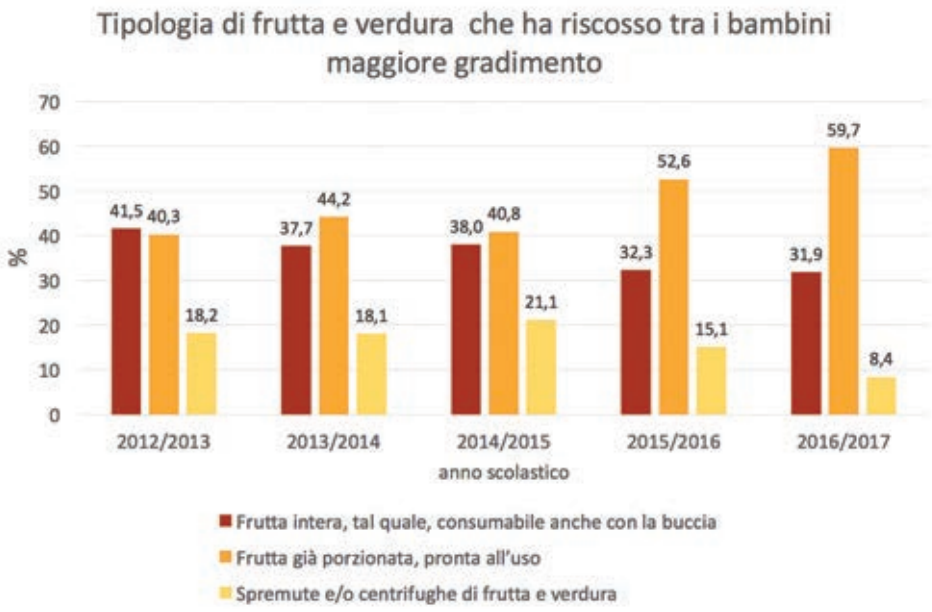
La qualità dei prodotti distribuiti continua ad ottenere valutazioni medie elevate, che nell'ultimo anno sono state più alte della media del quinquennio considerato nel caso della frutta, sostanzialmente in linea con la media del quinquennio per la verdura. L'edizione 2016/2017 del Programma ha visto un lieve calo nella valutazione dei prodotti orticoli, rispetto all'anno scolastico precedente.

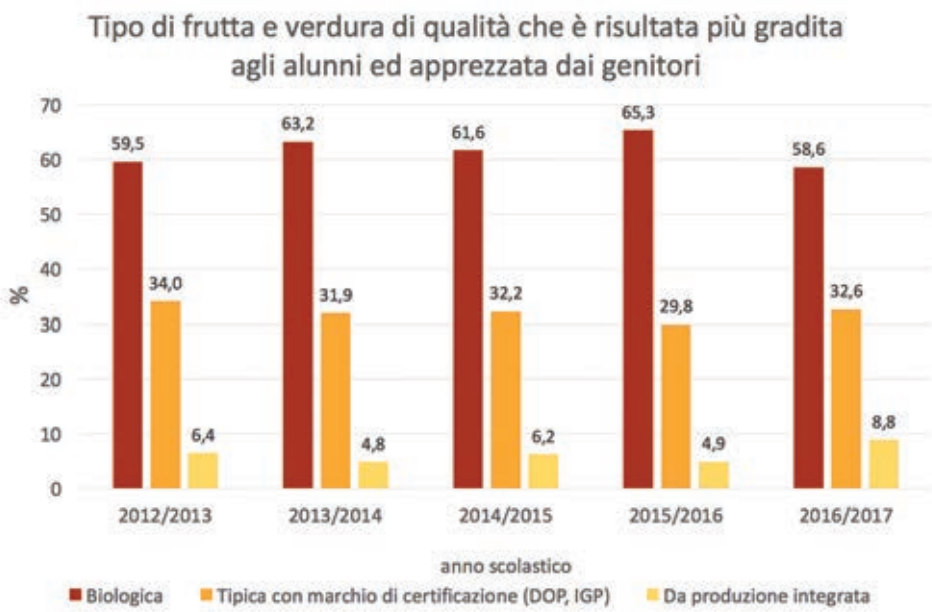
Per quanto riguarda il gradimento delle diverse categorie di frutta e verdura, negli ultimi anni si sono nettamente incrementate le preferenze da parte dei bambini a favore della frutta o verdura già porzionata e pronta all'uso, a scapito sia del prodotto intero tal quale, consumabile anche con la buccia, sia e soprattutto delle spremute e delle centrifughe.

Dal punto di vista sia del gradimento degli alunni sia dell'apprezzamento dai genitori, le risposte dei referenti scolastici sembrano indicare un consenso per la frutta e la verdura biologica, rispetto ai prodotti tipici con marchio di certificazione (DOP, IGP) e a quelli provenienti da produzione integrata. Sono state però queste ultime due tipologie a vedere nell'ultimo anno un maggiore apprezzamento, a scapito dei prodotti biologici che attualmente si collocano su un 59% di preferenze).


Valutazioni della risposta dei bambini alla distribuzione della frutta e della verdura a scuola prevista dal Programma
%
60
50
40
30
20
10
0
53,2
44,9
1,9
0,0
42,9
50,2
6,0
0,9
42,8
51,8
5,0
0,4
44,8
49,4
5,2
0,6
46,3
49,0
4,3
0,4
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
Molto positiva
Abbastanza positiva
Poco positiva
Per niente positiva


Giudizi sulla qualità dei prodotti
punteggio medio
10
9
8
7
6
5
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
frutta
verdura


Tipologia di frutta e verdura che ha riscosso tra i bambini maggiore gradimento
%
70
60
50
40
30
20
10
0
41,5
40,3
18,2
37,7
44,2
18,1
38,0
40,8
21,1
32,3
52,6
15,1
31,9
59,7
8,4
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
Frutta intera, tal quale, consumabile anche con la buccia
Frutta già porzionata, pronta all'uso
Spremute e/o centrifughe di frutta e verdura


Tipo di frutta e verdura di qualità che è risultata più gradita agli alunni ed apprezzata dai genitori
%
70
60
50
40
30
20
10
0
59,5
34,0
6,4
63,2
31,9
4,8
61,6
32,2
6,2
65,3
29,8
4,9
58,6
32,6
8,8
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
Biologica
Tipica con marchio di certificazione (DOP, IGP)
Da produzione integrata

Il rapporto con i fornitori

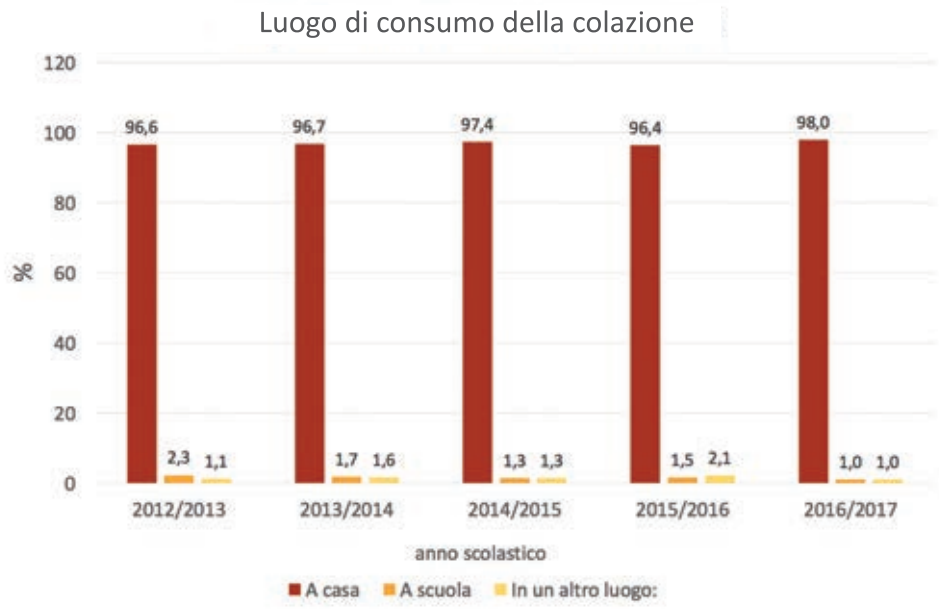
Piuttosto alterno risulta l'andamento dei giudizi sul rapporto con i fornitori di frutta e verdura, anche se le oscillazioni sono costituite da pochi punti percentuali. Nell'ultima edizione, le risposte "molto positivo" e "abbastanza positivo" hanno ottenuto in complesso una quota dell'88%, lievemente superiore rispetto all'anno scolastico precedente.

4.2. Le valutazioni dei bambini

Le abitudini alimentari

La quota dei bambini che al mattino fanno colazione si mantiene sostanzialmente stabile nel tempo, intorno al 95%. Medesima affermazione vale per il luogo in cui avviene la colazione.

Fa colazione
120
100
80
60
40
20
0
%
94,6
94,3
93,1
94,6
95,8
5,4
5,7
6,9
5,4
4,2
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
Si
No

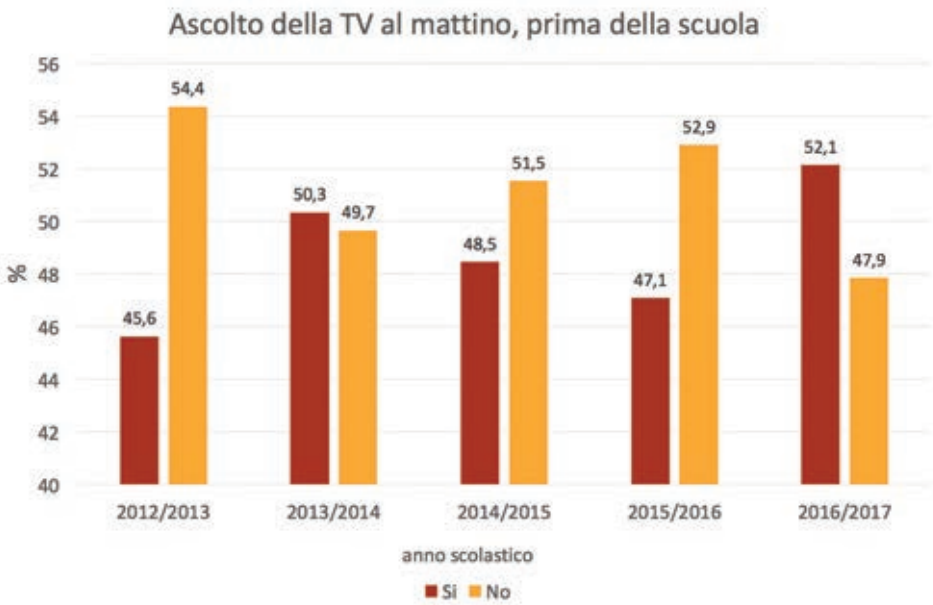

Luogo di consumo della colazione
120
100
80
60
40
20
0
%
96,6
96,7
97,4
96,4
98,0
2,3
1,1
1,7
1,6
1,3
1,3
1,5
2,1
1,0
1,0
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
A casa
A scuola
In un altro luogo:

L'ascolto della televisione

Negli anni precedenti si era ridotta, seppur di alcuni punti percentuali, la quota di bambini che guardano la televisione al mattino; nell'ultima indagine, tuttavia, si è notata una ripresa, che ha portato la quota di nuovo sopra il livello del 50%.

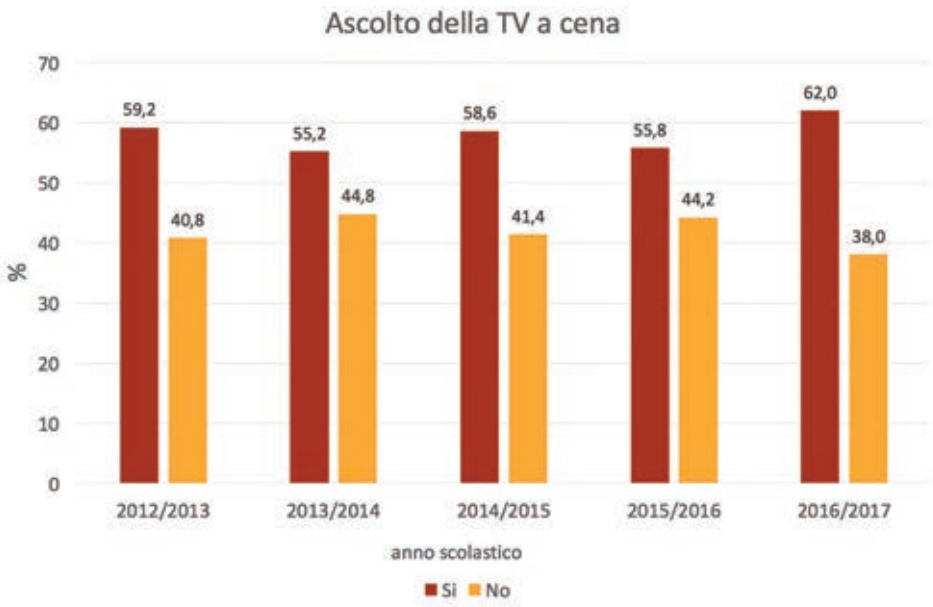
È risultata invece del tutto stabile nell'ultimo anno l'audience infantile durante il pranzo, mentre un trend crescente sembra riscontrabile per l'ascolto nelle ore pomeridiane.

Una notevole espansione si riscontra negli anni per quanto riguarda l'ascolto durante la cena e soprattutto nelle ore serali.



Ascolto della TV a pranzo
70
60
50
40
30
20
10
0
%
47,2
52,8
41,0
59,0
44,8
55,2
40,9
59,1
40,9
59,1
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
Si
No

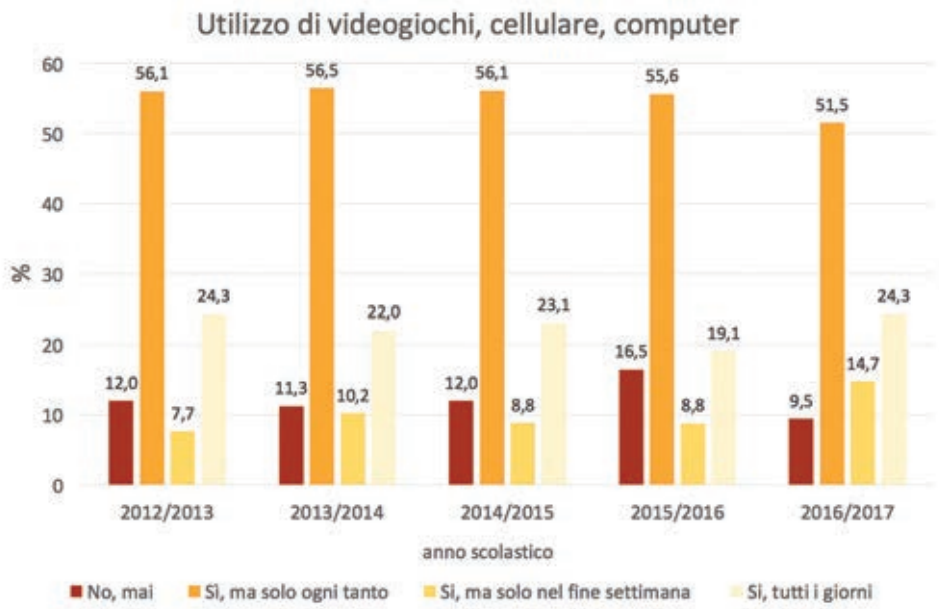
Ascolto della TV al pomeriggio
80
70
60
50
40
30
20
10
0
%
62,3
37,7
61,3
38,7
64,7
35,3
62,9
37,1
73,7
26,3
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
Si
No


Ascolto della TV a cena
70
60
50
40
30
20
10
0
%
59,2
40,8
55,2
44,8
58,6
41,4
55,8
44,2
62,0
38,0
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
Si
No

Ascolto della TV dopo cena
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
%
72,2
27,8
72,1
27,9
73,3
26,7
70,9
29,1
80,0
20,0
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
Si
No

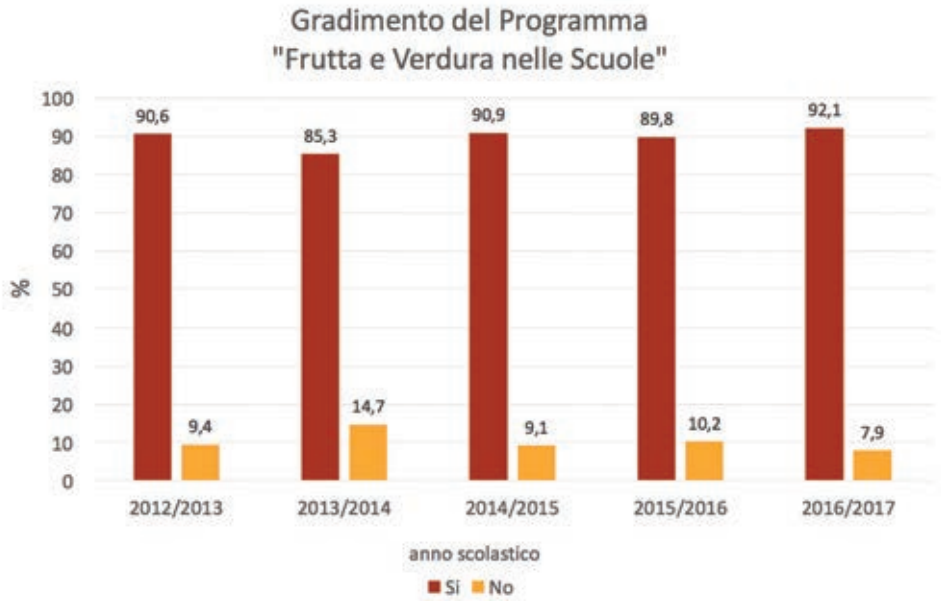
I giochi e gli sport

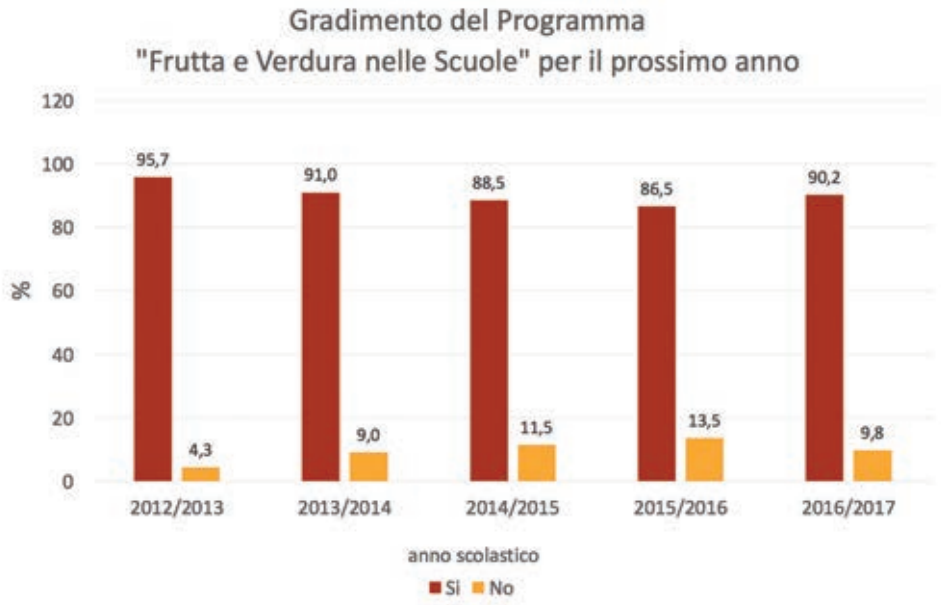
Prosegue anche nell'ultimo anno la lievitazione della quota di bambini che praticano sport, mentre si è parallelamente e costantemente incrementata la quota di bambini che utilizzano videogiochi, cellulare, computer.



I pareri nei confronti del Programma Frutta e Verdura nelle Scuole

Il gradimento del Programma si è collocato sul 92% dei rispondenti, livello mai toccato in precedenza; pure l'opinione "mi piacerebbe che anche il prossimo anno nella mia scuola ci fosse il Programma Frutta e Verdura nelle Scuole" ha avuto una ripresa nell'ultimo anno, ma non è ancora stato raggiunto il livello evidenziato alcuni anni indietro.



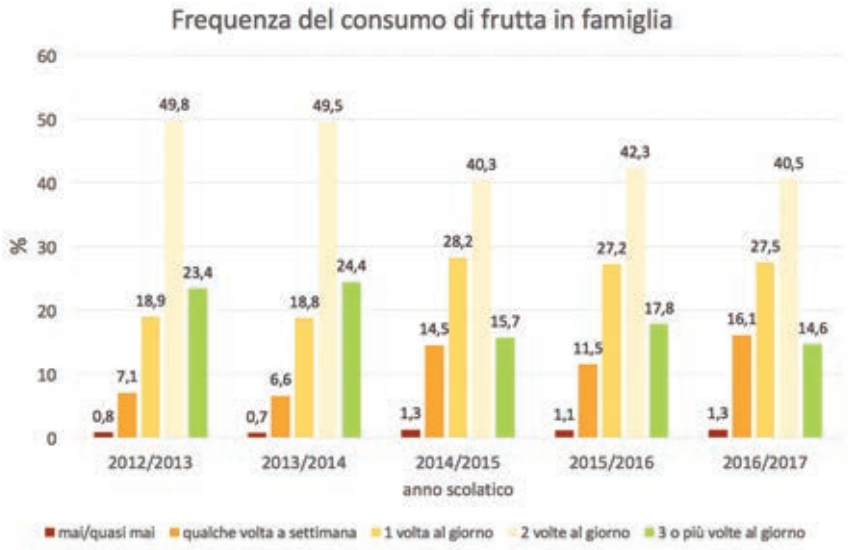


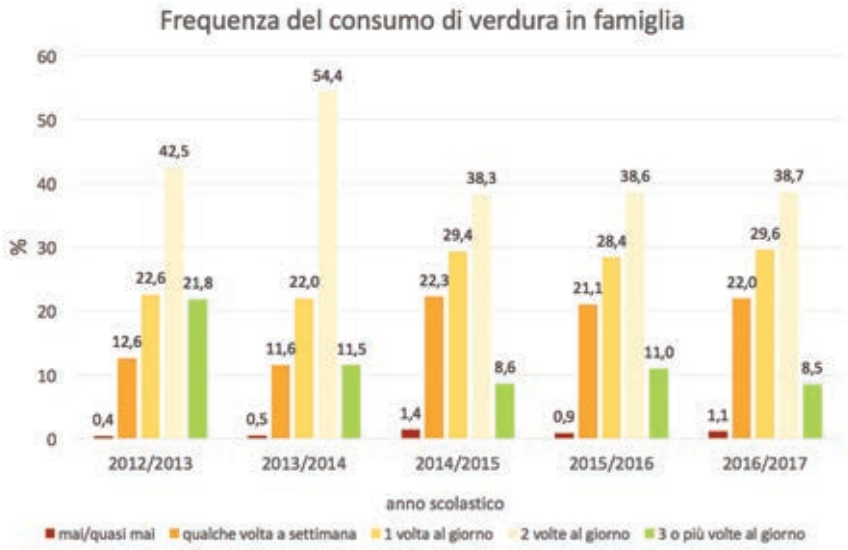
4.3. La valutazione delle famiglie

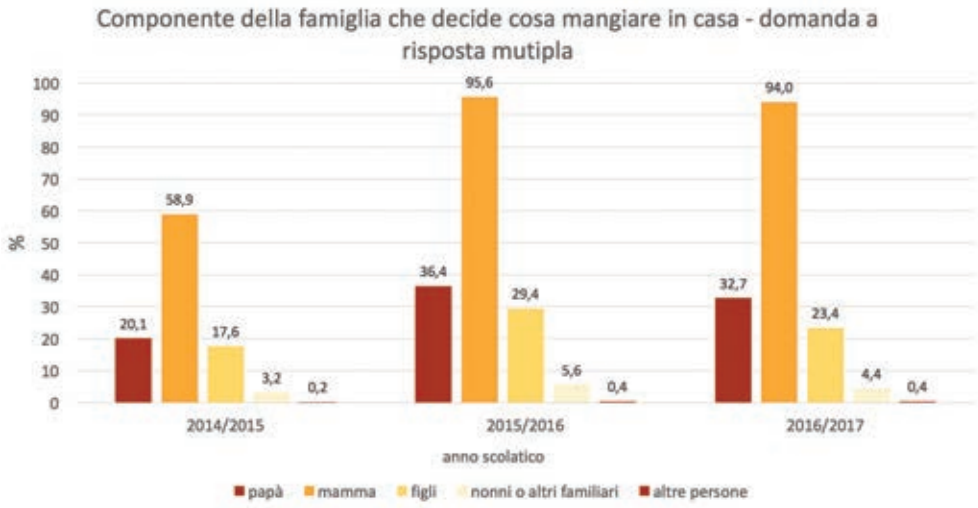
I comportamenti alimentari

Nel corso degli anni, la frequenza di consumo della frutta e della verdura da parte della famiglia ha mostrato una serie di oscillazioni che rendono difficile l'identificazione di un trend vero e proprio.

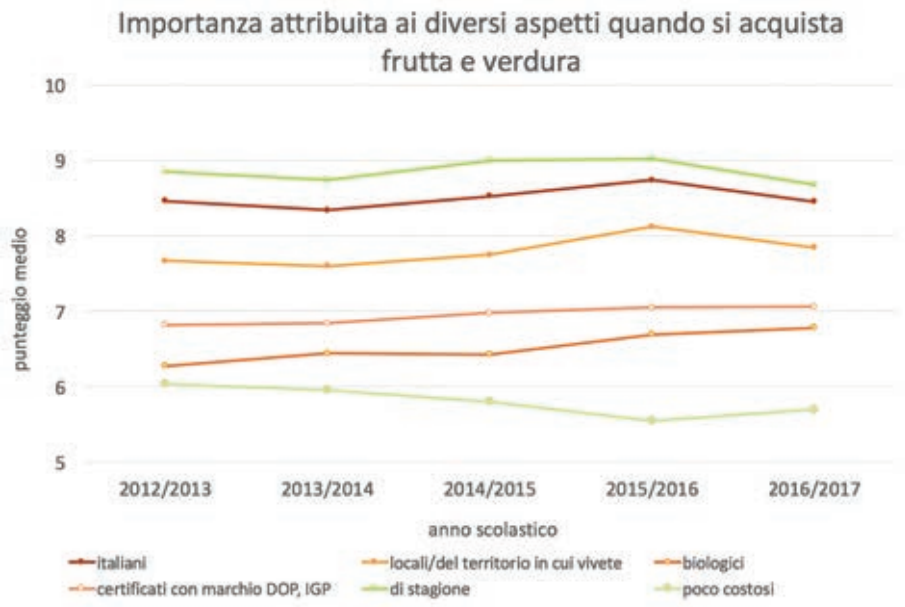
Nell'ultimo anno si è invece chiaramente ridotta la quota di bambini che detengono un certo potere decisionale relativamente ai prodotti alimentari da acquistare e consumare in famiglia.







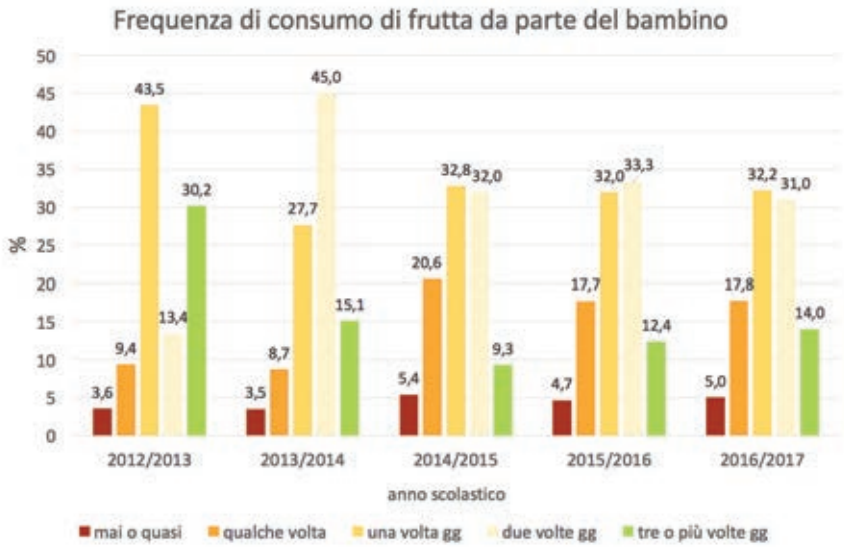
Fra tutti gli aspetti a cui si attribuisce importanza al momento di scegliere la frutta e la verdura da acquistare, la certificazione biologica sembra l'unica a crescere incessantemente, seppur su valori assoluti più ridotti rispetto a diversi altri *item*.

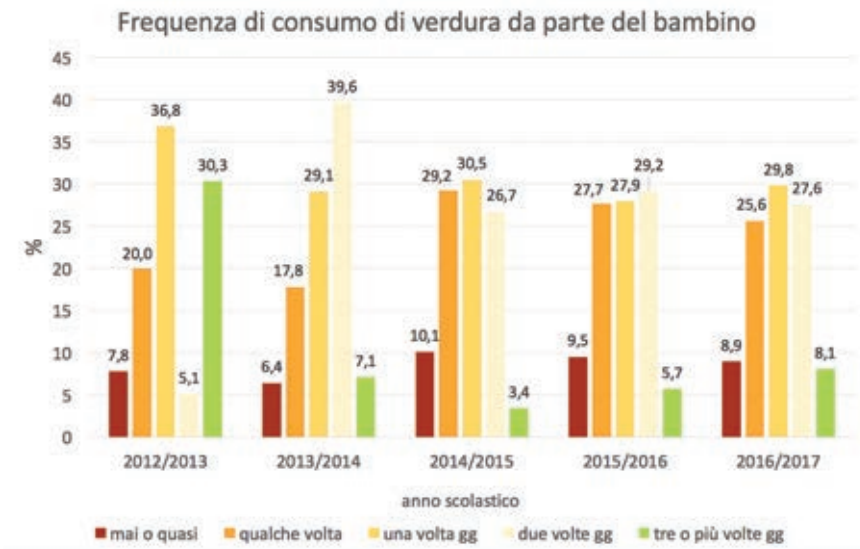


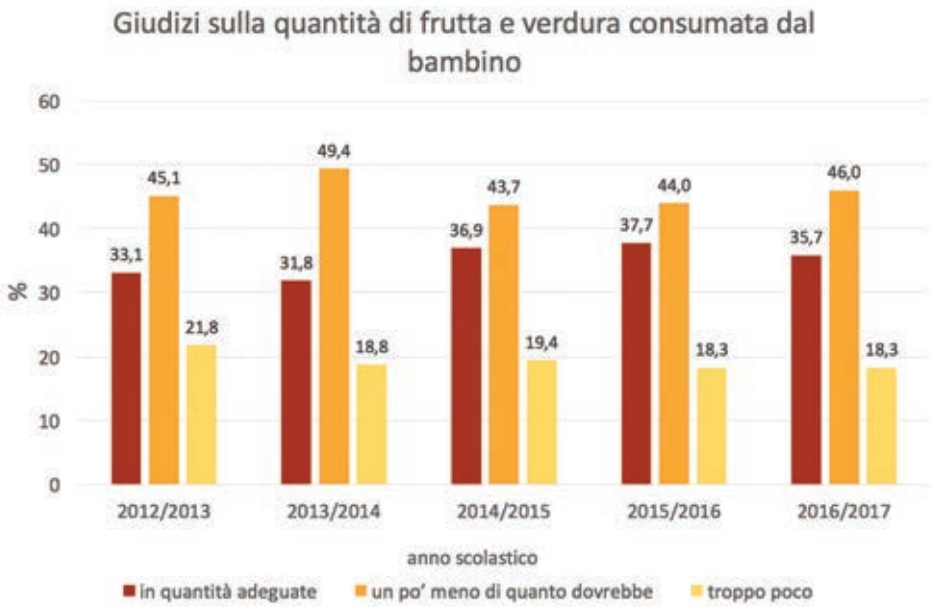
Il consumo sia di frutta sia di verdura, da parte del bambino, vede una ripresa nell'ultimo anno rispetto al precedente, in riferimento alla voce "tre o più volte al giorno".

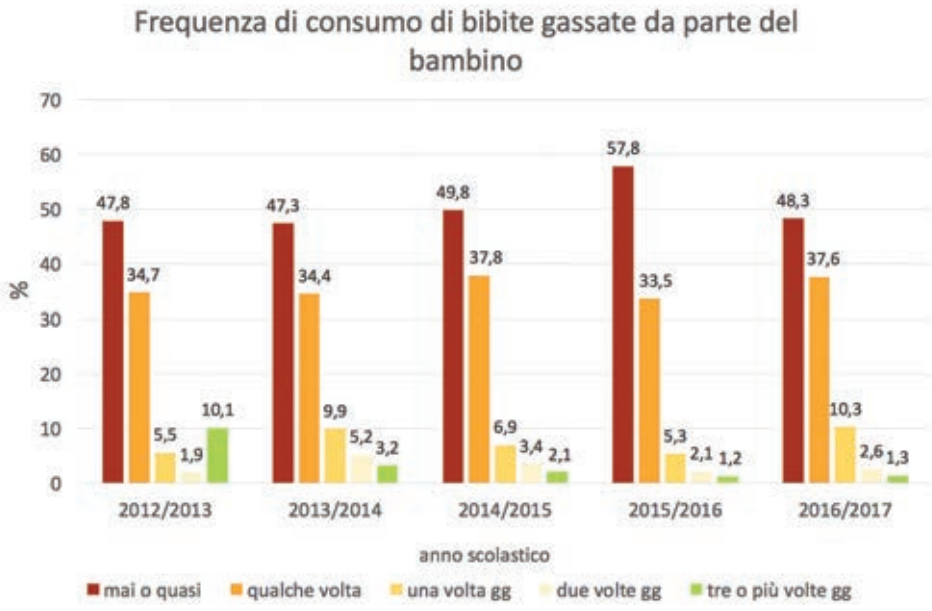
Nel tempo, sembra ridursi (pur con oscillazioni annuali) la quota di genitori che valutano veramente insufficiente la quantità di frutta e verdura consumata dal bambino.

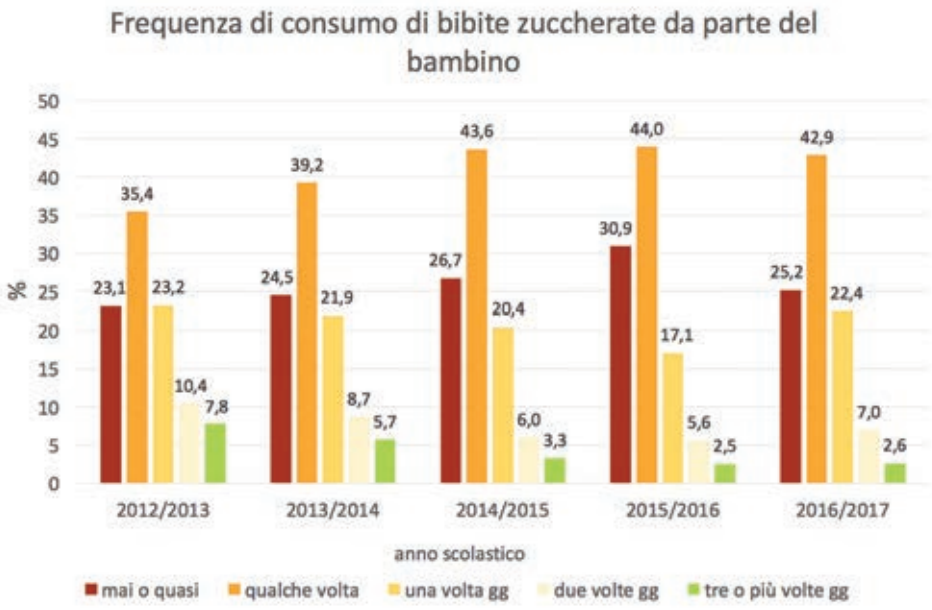
Per quanto riguarda sia le bevande gassate, sia quelle zuccherate, sia infine le merendine, l'ultimo anno sembra fare riscontrare una ripresa della frequenza di consumo, dopo le riduzioni verificate negli anni precedenti.

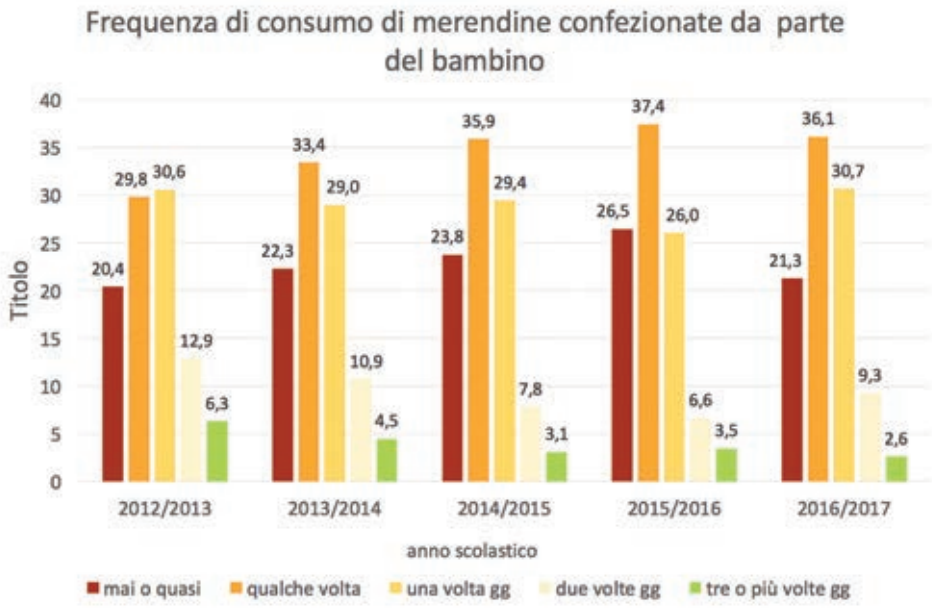





Giudizi sulla quantità di frutta e verdura consumata dal bambino
%
60
50
40
30
20
10
0
33,1
45,1
21,8
31,8
49,4
18,8
36,9
43,7
19,4
37,7
44,0
18,3
35,7
46,0
18,3
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
in quantità adeguate
un po' meno di quanto dovrebbe
troppo poco


Frequenza di consumo di bibite gassate da parte del bambino
%
70
60
50
40
30
20
10
0
47,8
34,7
5,5
1,9
10,1
47,3
34,4
9,9
5,2
3,2
49,8
37,8
6,9
3,4
2,1
57,8
33,5
5,3
2,1
1,2
48,3
37,6
10,3
2,6
1,3
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
mai o quasi
qualche volta
una volta gg
due volte gg
tre o più volte gg


Frequenza di consumo di bibite zuccherate da parte del bambino
%
50
45
40
35
30
25
20
15
10
5
0
23,1
35,4
23,2
10,4
7,8
24,5
39,2
21,9
8,7
5,7
26,7
43,6
20,4
6,0
3,3
30,9
44,0
17,1
5,6
2,5
25,2
42,9
22,4
7,0
2,6
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
mai o quasi
qualche volta
una volta gg
due volte gg
tre o più volte gg

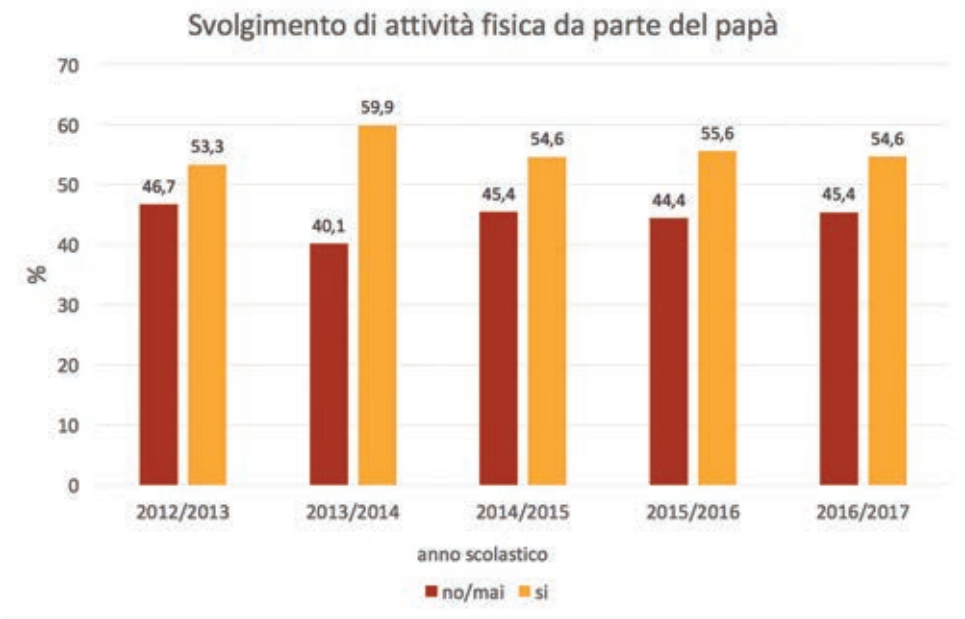

Frequenza di consumo di merendine confezionate da parte del bambino
Titolo
40
35
30
25
20
15
10
5
0
20,4
29,8
30,6
12,9
6,3
22,3
33,4
29,0
10,9
4,5
23,8
35,9
29,4
7,8
3,1
26,5
37,4
26,0
6,6
3,5
21,3
36,1
30,7
9,3
2,6
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
mai o quasi
qualche volta
una volta gg
due volte gg
tre o più volte gg

Televisione e tempo libero

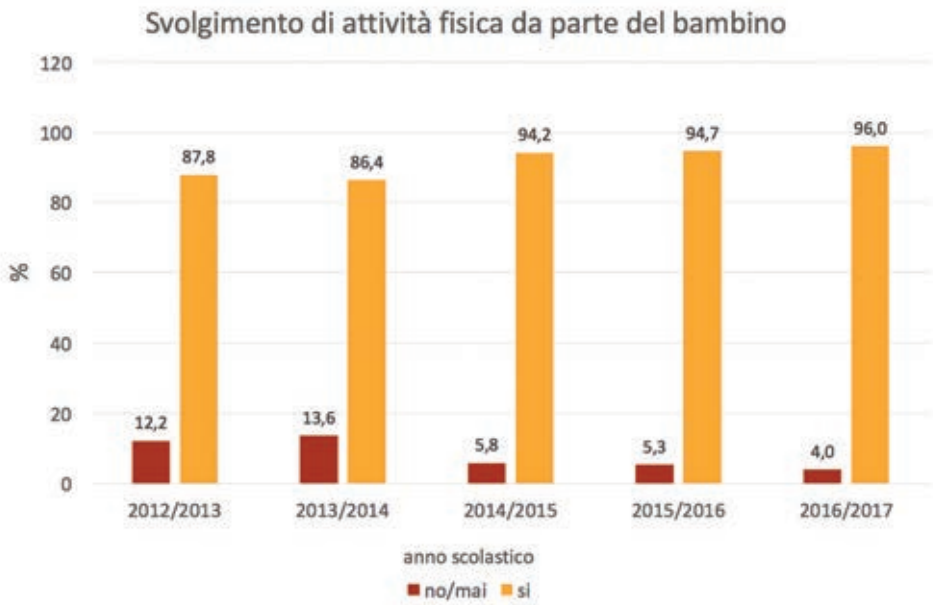
Per i padri, la pratica di attività fisica ha visto un lieve decremento nell'ultimo anno, mentre un'evoluzione opposta, ma altrettanto leggera, è avvenuta per le madri.

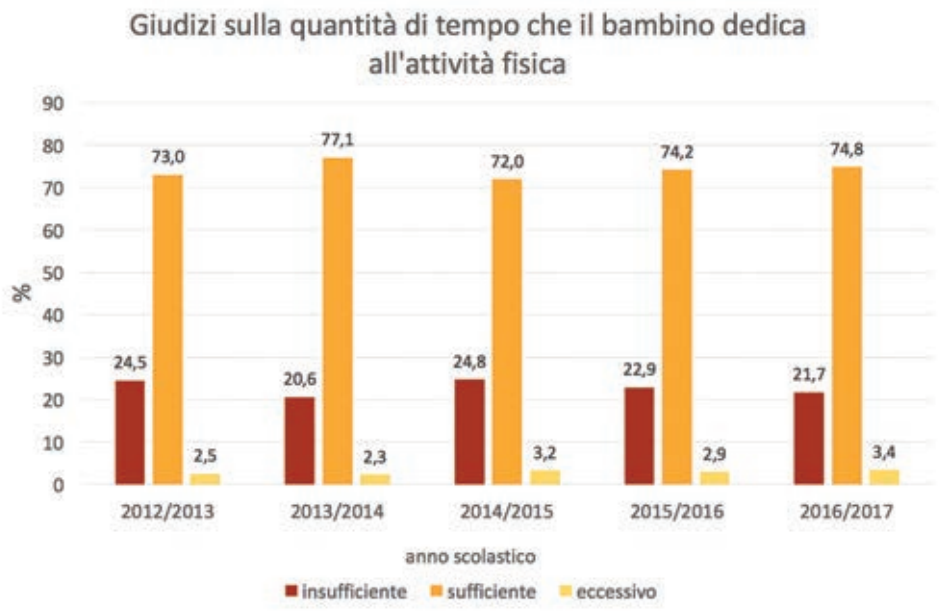
L'attività fisica svolta dal bambino mostra invece un chiaro trend crescente nel medio periodo. Non a caso, la soddisfazione dei genitori relativa al tempo dedicato dal bambino a questa attività è aumentata, ma solamente negli ultimi anni.

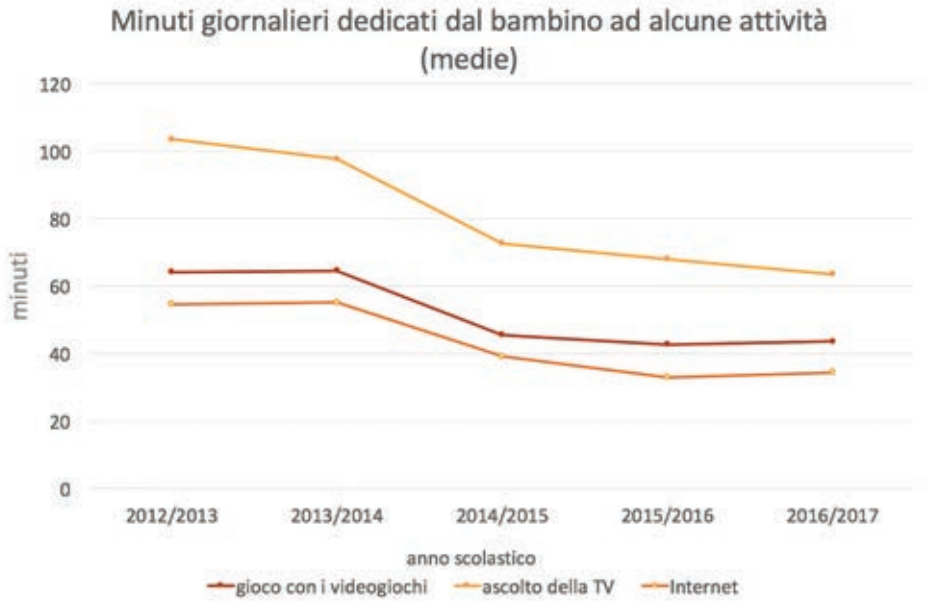
Contemporaneamente, nelle risposte dei genitori si riduce il tempo che mediamente il bambino dedica ad altre attività di tempo libero, come la navigazione in Internet, i videogiochi e l'ascolto della televisione.



Svolgimento di attività fisica da parte della mamma
70
60
50
40
30
20
10
0
%
46,3
53,7
42,5
57,5
47,7
52,3
46,7
53,3
44,7
55,3
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
no/mai
si


Svolgimento di attività fisica da parte del bambino
120
100
80
60
40
20
0
%
12,2
87,8
13,6
86,4
5,8
94,2
5,3
94,7
4,0
96,0
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
no/mai
si


Giudizi sulla quantità di tempo che il bambino dedica all'attività fisica
%
90
80
70
60
50
40
30
20
10
0
24,5
73,0
2,5
20,6
77,1
2,3
24,8
72,0
3,2
22,9
74,2
2,9
21,7
74,8
3,4
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
insufficiente
sufficiente
eccessivo

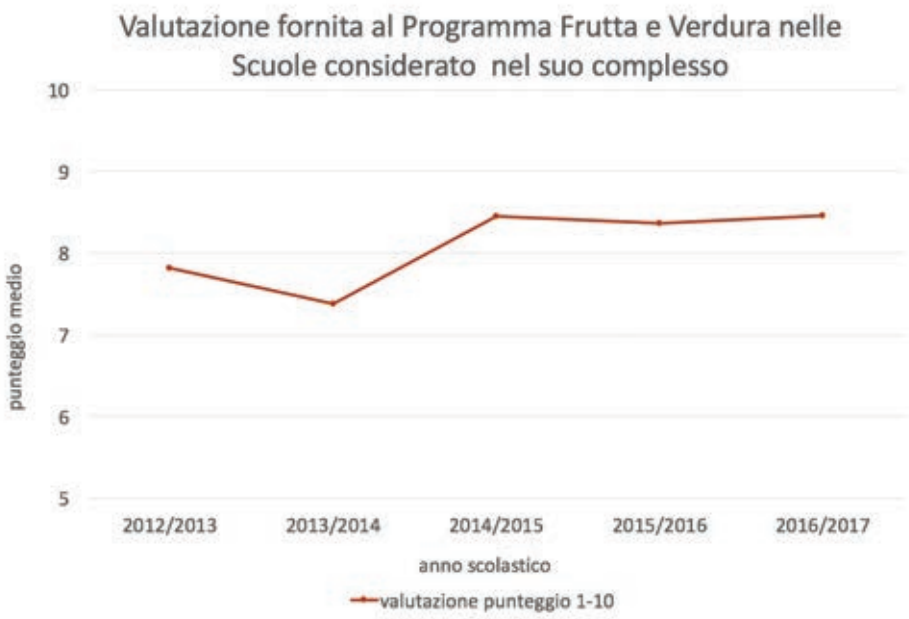

Minuti giornalieri dedicati dal bambino ad alcune attività (medie)
minuti
120
100
80
60
40
20
0
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
gioco con i videogiochi
ascolto della TV
Internet

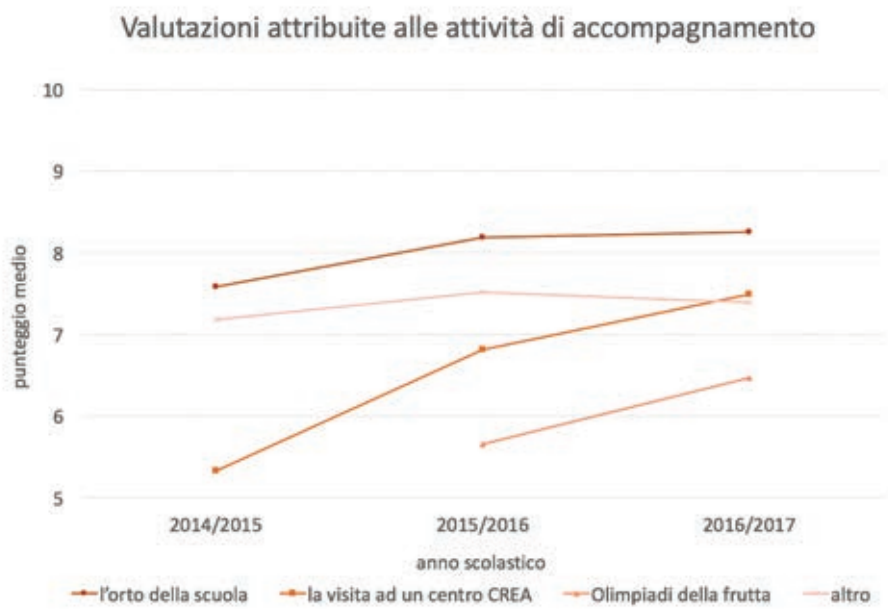
I pareri nei confronti del Programma Frutta e Verdura nelle Scuole

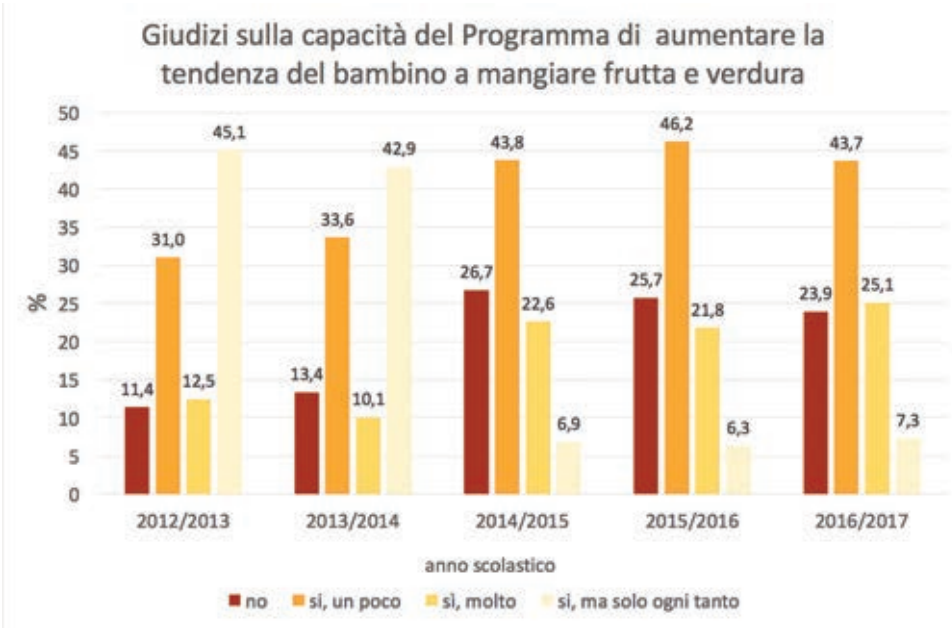
Il punteggio mediamente attribuito al Programma Frutta e Verdura nelle Scuole considerato nel suo complesso si mantiene sostanzialmente stabile negli ultimi anni, su livelli decisamente superiori a 8.

In tendenziale miglioramento risultano anche le valutazioni attribuite alle diverse attività di accompagnamento, con l'orto nella scuola costantemente al primo posto per gradimento. È però la visita al centro CREA a mostrare la crescita relativa più accentuata.

Piuttosto oscillanti, negli ultimi tre anni scolastici, risultano i giudizi sulla capacità del Programma di aumentare la tendenza del bambino a consumare frutta e verdura.




Valutazioni attribuite alle attività di accompagnamento
punteggio medio
10
9
8
7
6
5
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
l'orto della scuola
la visita ad un centro CREA
Olimpiadi della frutta
altro


Giudizi sulla capacità del Programma di aumentare la tendenza del bambino a mangiare frutta e verdura
%
50
45
40
35
30
25
20
15
10
5
0
11,4
31,0
12,5
45,1
13,4
33,6
10,1
42,9
26,7
43,8
22,6
6,9
25,7
46,2
21,8
6,3
23,9
43,7
25,1
7,3
2012/2013
2013/2014
2014/2015
2015/2016
2016/2017
anno scolastico
no
si, un poco
si, molto
si, ma solo ogni tanto

Gli obiettivi conoscitivi di questa fase di indagine fanno riferimento ai fattori determinanti l'acquisto e il consumo di frutta e verdura nelle famiglie con bambini tra i 6 e gli 11 anni. Nello specifico, si è voluto conoscere:

- quali sono i criteri di scelta nell'acquisto di frutta e verdura fresca;
- quali sono gli atteggiamenti rispetto al consumo di frutta e verdura fresca;
- quale è l'approccio al consumo di questi prodotti (piacere o dovere);
- quali sono le peculiarità nelle abitudini di consumo di frutta e verdura da parte dei bambini in età scolare;
- quali sono le azioni più opportune per incentivare il consumo di frutta e verdura presso il target in questione;
- quali sono i driver di consumo e quali le barriere da superare.

L'indagine è stata condotta nel mese di Giugno 2017 tramite un questionario somministrato con metodologia CAWI ai responsabili acquisto di 3.000 famiglie rappresentative della popolazione italiana. Il numero di effettivi rispondenti è stato pari a 2.498 famiglie (tasso di redemption dell'83%).

Le popolazioni statistiche di riferimento sono le seguenti: 24,82 milioni di famiglie italiane, di cui 2,64 con figli 6-11 anni; in termini individuali, 60,39 milioni di persone, di cui 4,10 bambini 6-11 anni.

5.1. L'atteggiamento generale verso l'alimentazione

Un primo risultato ottenuto da questo step di indagine riguarda la penetrazione di una serie di prodotti nell'ambito delle famiglie con bambini in età di scuola elementare, nonché la composizione percentuale (calcolata sul valore).

Per entrambe le serie statistiche (penetrazione e composizione) si sono riportati anche i numeri indici, ponendo pari a 100 i valori della famiglia media italiana.

Si osserva, per quanto riguarda il consumo di ortofrutta nelle famiglie con bambini, una sostanziale inferiorità della penetrazione, e/o dell'incidenza %, sia per la frutta fresca che per la verdura fresca. Superiori alla media nazionale sono i succhi di frutta, la quarta gamma negli ortaggi e altri elaborati a base di ortofrutta.

La presenza di bambini sembra fare lievitare anche l'utilizzo di snack, merendine, salumi, yogurt.

LIVELLO DI PENETRAZIONE DI UNA SERIE DI PRODOTTI ALIMENTARI NELLE FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI (ANNO TERMINANTE IN MAGGIO 2017)		
PRODOTTI	%	NUMERO INDICE, MEDIA ITALIA = 100
Bio agroalimentare	94,9	100,2
Frutta	99,7	100,4
Frutta fresca	97,1	99,5
Frutta fresca agrumi	86,7	97,7
Frutta fresca altra	93,9	98,8
Frutta fresca frutta con guscio	82,7	97,7
Frutta trasformata	98,3	102,6
Frutta trasformata altra	87,1	101,0
Frutta trasformata succhi	96,1	115,2
Bio frutta	74,1	97,2
Bio frutta fresca	65,8	95,6
Ortaggi	99,7	100,4
Ortaggi freschi	97,5	100,0
Ortaggi freschi iv gamma	83,5	109,6
Ortaggi freschi ortaggi e legumi	96,5	100,4
Ortaggi freschi patate	80,0	97,8
Ortaggi trasformati	99,5	100,5
Ortaggi trasformati altri	98,8	101,1
Ortaggi trasformati patate ed ortaggi surgelati	92,2	106,2
Ortaggi trasformati prod a base pomodoro	91,4	101,4
Bio ortaggi	70,6	96,5
Bio ortaggi freschi	60,8	94,7
Pesce fresco e decong sfuso e conf	68,0	91,4
Carni fresche	93,8	100,6
Salumi	98,7	101,3
Formaggi e latticini	99,7	100,6
Latte	98,2	103,0
Yogurt	97,9	107,8
Pane e sostitutivi del pane	99,5	100,3
Merendine	97,0	113,7
Dolci e dessert	99,8	100,6
Snacks salati	96,6	119,6

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

QUOTA (SUL VALORE) DEGLI ACQUISTI DI UNA SERIE DI PRODOTTI SUL TOTALE DEGLI ACQUISTI DI PRODOTTI ALIMENTARI NELLE FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI (ANNO TERMINANTE IN MAGGIO 2017)		
PRODOTTI	%	NUMERO INDICE, MEDIA ITALIA = 100
Bio agroalimentare	3,40	84,4
Frutta	7,67	80,5
Frutta fresca	5,36	69,5
Frutta fresca agrumi	0,99	66,7
Frutta fresca altra	3,49	68,4
Frutta fresca frutta con guscio	0,88	78,2
Frutta trasformata	2,30	127,1
Frutta trasformata altra	0,76	89,7
Frutta trasformata succhi	1,54	160,4
Bio frutta	0,75	67,6
Bio frutta fresca	0,51	55,3
Ortaggi	9,37	89,1
Ortaggi freschi	4,76	77,6
Ortaggi freschi iv gamma	1,03	111,6
Ortaggi freschi ortaggi e legumi	3,29	69,7
Ortaggi freschi patate	0,45	89,1
Ortaggi trasformati	4,60	105,2
Ortaggi trasformati altri	2,20	101,4
Ortaggi trasformati patate ed ortaggi surgelati	1,35	117,5
Ortaggi trasformati prod a base pomodoro	1,05	99,6
Bio ortaggi	0,65	70,5
Bio ortaggi freschi	0,45	60,3
Pesce fresco e decong sfuso e conf	3,10	69,2
Carni fresche	8,81	86,3
Salumi	6,88	109,8
Formaggi e latticini	8,46	96,2
Latte	3,81	130,7
Yogurt	2,15	117,3
Pane e sostitutivi del pane	5,19	93,0
Merendine	2,89	179,4
Dolci e dessert	7,40	132,3
Snacks salati	1,42	189,9

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

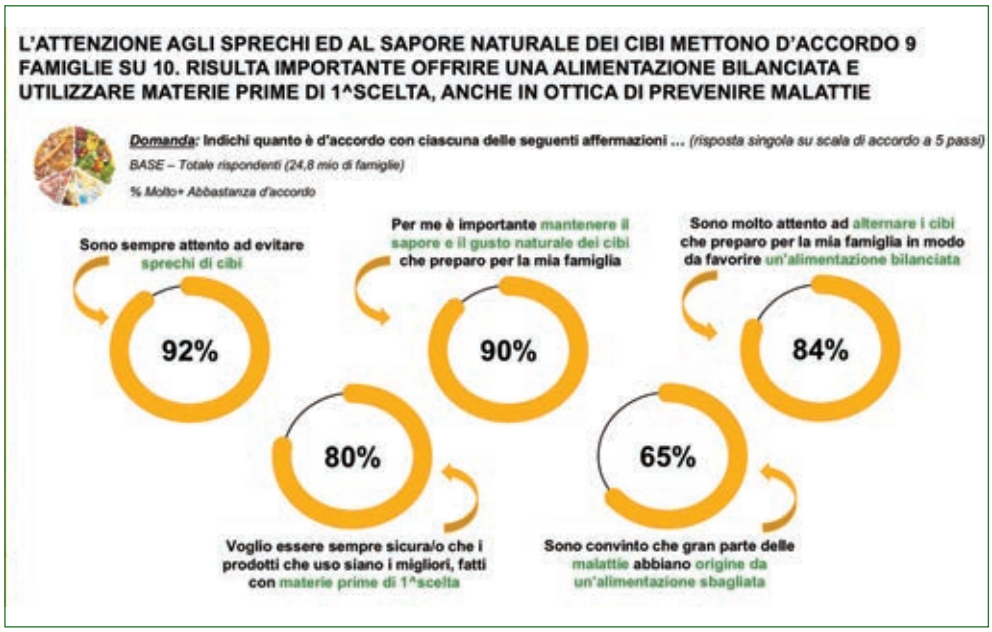
5. I consumi di frutta e verdura delle famiglie con bambini 6-11 anni e delle famiglie italiane in genere

In un altro passo del questionario, si è chiesto il livello di accordo con una batteria di affermazioni, utilizzando una scala che prevedeva la seguente scansione: molto d'accordo, abbastanza d'accordo, né in accordo né in disaccordo, poco d'accordo, per niente d'accordo.

Nel confronto fra le famiglie con bambini 6-11 anni e famiglie italiane in genere, si osserva che alcuni *item* vedono una inferiorità del livello di accordo; per esempio:

- voglio essere sempre sicura/o che i prodotti che uso siano i migliori, fatti con materiali di prima scelta;
- cerco sempre di acquistare prodotti che non contengono conservanti/coloranti/additivi anche se spendo di più.

Il contrario si verifica per altri *item*, come: consumiamo spesso prodotti/alimenti già pronti come ad esempio le insalate già pronte, i succhi di frutta, le spremute, i frullati...



DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE AL LIVELLO DI ACCORDO CON UNA SERIE DI AFFERMAZIONI		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Sono convinto che gran parte delle malattie abbiano origine da un'alimentazione sbagliata		
Molto d'accordo	23,8	21,5
Abbastanza d'accordo	41,5	41,6
Né in accordo né in disaccordo	28,3	31,9
Poco d'accordo	5,5	4,0
Per niente d'accordo	0,9	0,9
Sono molto attento ad alternare i cibi che preparo per la mia famiglia in modo da favorire un'alimentazione bilanciata		
Molto d'accordo	32,7	31,8
Abbastanza d'accordo	51,1	52,3
Né in accordo né in disaccordo	14,2	13,1
Poco d'accordo	1,6	2,7
Per niente d'accordo	0,4	0,0
Preferisco comprare alimenti certificati (Bio, IGP, DOP.) rispetto a prodotti senza certificazioni		
Molto d'accordo	10,8	11,3
Abbastanza d'accordo	30,7	29,9
Né in accordo né in disaccordo	39,8	42,7
Poco d'accordo	15,4	13,9
Per niente d'accordo	3,3	2,3
Penso che proporre prodotti ecologici/biologici/ecocompatibili sia solo un modo da parte delle aziende per farci pagare di più		
Molto d'accordo	12,7	10,6
Abbastanza d'accordo	31,9	30,0
Né in accordo né in disaccordo	37,1	39,6
Poco d'accordo	14,6	16,3
Per niente d'accordo	3,7	3,5
Voglio essere sempre sicura/o che i prodotti che uso siano i migliori fatti con materiali di prima scelta		
Molto d'accordo	12,7	10,6
Abbastanza d'accordo	31,9	30,0
Né in accordo né in disaccordo	37,1	39,6
Poco d'accordo	14,6	16,3
Per niente d'accordo	3,7	3,5
Voglio essere sempre sicura/o che i prodotti che uso siano i migliori fatti con materiali di prima scelta		
Molto d'accordo	12,7	10,6
Abbastanza d'accordo	31,9	30,0
Né in accordo né in disaccordo	37,1	39,6
Poco d'accordo	14,6	16,3
Per niente d'accordo	3,7	3,5

segue tabella a pagina successiva...

5. I consumi di frutta e verdura delle famiglie con bambini 6-11 anni e delle famiglie italiane in genere

	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Quando faccio la spesa sono sempre molto attento alle etichette e le leggo con attenzione		
Molto d'accordo	27,8	23,4
Abbastanza d'accordo	46,0	45,6
Né in accordo né in disaccordo	20,1	22,6
Poco d'accordo	5,0	7,3
Per niente d'accordo	1,0	1,1
Consumiamo spesso prodotti / alimenti già pronti come ad esempio le insalate già pronte i succhi di frutta le spremute i frullati		
Molto d'accordo	6,9	6,8
Abbastanza d'accordo	23,7	26,6
Né in accordo né in disaccordo	24,4	29,7
Poco d'accordo	28,0	26,0
Per niente d'accordo	17,0	11,0
Per me è importante mantenere il sapore e il gusto naturale dei cibi che preparo per la mia famiglia		
Molto d'accordo	41,1	35,9
Abbastanza d'accordo	48,6	51,7
Né in accordo né in disaccordo	9,0	10,9
Poco d'accordo	1,0	1,2
Per niente d'accordo	0,3	0,4
Cerco sempre di acquistare prodotti che non contengono conservanti/coloranti/additivi anche se spendo di più		
Molto d'accordo	24,7	20,4
Abbastanza d'accordo	43,7	42,3
Né in accordo né in disaccordo	24,6	30,0
Poco d'accordo	5,9	7,0
Per niente d'accordo	1,1	0,3
Sono sempre attento ad evitare sprechi di cibi		
Molto d'accordo	54,8	47,7
Abbastanza d'accordo	37,6	43,2
Né in accordo né in disaccordo	6,5	7,9
Poco d'accordo	1,0	1,2
Per niente d'accordo	0,0	0,0
Sono favorevole al consumo di integratori quando non si riesce a coprire il fabbisogno giornaliero di vitamine e sali minerali		
Molto d'accordo	10,0	7,5
Abbastanza d'accordo	26,3	25,4
Né in accordo né in disaccordo	29,6	31,7
Poco d'accordo	23,0	26,1
Per niente d'accordo	11,1	9,3

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

CHI HA FIGLI DI ETÀ 6-11 ANNI E' PARTICOLARMENTE ATTENTO AD OFFRIRE UNA ALIMENTAZIONE BILANCIATA E ACQUISTARE PRODOTTI CERTIFICATI RISPETTO A CHI HA FIGLI PIU' GRANDI.

***Domanda*: Indichi quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni ...** *(risposta singola su scala di accordo a 5 passi)*

BASE – Totale rispondenti (24,8 mio di famiglie)

% Molto+ Abbastanza d'accordo

	TOTALE ITALIA (24,8 mio)	Famiglie con figli 6-11 anni (3,6 mio)	Famiglie con solo figli >11 anni (3,9 mio)
Sono sempre attento ad **evitare sprechi di cibi**	92	91	91
Per me è importante **mantenere il sapore e il gusto naturale dei cibi** che preparo per la mia famiglia	90	88	88
Sono molto attento ad alternare i cibi che preparo per la mia famiglia in modo da **favorire un'alimentazione bilanciata**	84	84	80
Voglio essere sempre sicuro/a che i prodotti che uso siano i migliori, fatti con **materiali di prima scelta**	80	75	79
Quando faccio la spesa sono sempre molto **attento alle etichette** e le leggo con attenzione	74	69	67
Cerco sempre di acquistare prodotti che **non contengono conservanti/coloranti/additivi** anche se spendo di più	68	63	64
Sono convinto che gran parte delle **malattie abbiano origine da un'alimentazione sbagliata**	65	63	66
Penso che propone **prodotti ecologici/biologici/ecocompatibili** sia solo un modo da parte delle aziende per farci pagare di più	45	41	40
Preferisco **comprare alimenti cerificati (Bio IGP DOP ...)** rispetto a prodotti senza certificazioni	42	41	37
Sono favorevole al **consumo di integratori** quando non si riesce a coprire il fabbisogno giornaliero di vitamine e sali minerali	36	33	35
Consumiamo spesso **prodotti / alimenti già pronti** come ad esempio le insalate già pronte i succhi di frutta le spremute i frullati	31	33	32

LE FAMIGLIE CON FIGLI APPREZZANO I PRODOTTI PRONTI AL CONSUMO E NON HANNO PREOCCUPAZIONI IN TERMINI DI QUALITÀ → FIDUCIA NEI CONFRONTI DI FRUTTA E VERDURA TRASFORMATA / ELABORATA.

***Domanda*: Indichi quanto è d'accordo con ciascuna delle seguenti affermazioni ...** *(risposta singola su scala di accordo a 5 passi)*

BASE – Totale rispondenti (24,8 mio di famiglie)

% Molto+ Abbastanza d'accordo

	TOTALE ITALIA (24,8 mio)	Famiglie con figli 6-11 anni (3,6 mio)	Famiglie con solo figli >11 anni (3,9 mio)
Compro **frutta e verdura di stagione** perché sono **migliori** in termini di qualità e di gusto	90	88	85
In casa nostra **frutta e verdura fresca non mancano mai**	84	81	81
Quando preparo i pasti a casa **ci deve sempre essere una porzione di frutta o verdura**	80	78	80
Sono disposto a spendere di più per **frutta e verdura coltivata nell'area in cui vivo (a Km0)**	55	54	52
Non mi fido della qualità della **frutta e verdura fresca già pronta**	52	46	46
Quando acquisto frutta e verdura **non bado al prezzo**	36	31	30
Lavo spesso con **prodotti disinfettanti** la frutta e la verdura per eliminare parassiti e pesticidi	33	26	29
Sto attento alla quantità di frutta che consumiamo perché **contiene troppi zuccheri**	32	22	26
Mi **fido** di più di frutta e verdura **BIO**	28	27	27
Sono disposto a spendere di più per acquistare **verdura/frutta già lavata e tagliata**	19	20	14

Ai consumatori intervistati si è poi chiesto di pensare a quella che è una corretta alimentazione, prendendo in considerazione tutti gli aspetti che questa comporta (quali l'apporto nutrizionale, le calorie, ecc.), e di esprimere in riferimento a una serie di prodotti il proprio posizionamento percettivo nella scala: da evitare; da consumare con moderazione; non fa né bene né male; fa bene; è necessario.

Analizzando la percezione salutistica così manifestata e concentrando l'attenzione in modo particolare sulle famiglie con bambini, si riscontra che il baricentro delle risposte è decisamente spostato verso la

direttrice positiva nel caso della frutta fresca, della verdura, dei legumi, dei cereali, del pesce. Al polo opposto sono situati prodotti di natura diversa, come gli insaccati, le merendine, gli snack salati.

Patate, frutta in guscio, carne bianca e latte non hanno un posizionamento nitido, mentre si ritiene che siano da consumare con moderazione i biscotti, il cioccolato, il pane, la carne rossa, la pasta, i formaggi, i succhi di frutta.

Il baricentro delle risposte sulla modalità "fa bene" caratterizza il riso e lo yogurt.

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE ALL'ATTEGGIAMENTO NEI CONFRONTI DI UNA SERIE DI PRODOTTI ALIMENTARI, CONSIDERANDO QUELLA CHE SI RITIENE UNA CORRETTA ALIMENTAZIONE		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Frutta fresca		
Da evitare	0,1	0,2
Da consumare con moderazione	3,4	3,6
Non fa né bene né male	1,3	1,3
Fa bene	33,4	30,7
E' necessario	61,8	64,2
Frutta in guscio (nocciole noci mandorle)		
Da evitare	0,7	0,6
Da consumare con moderazione	16,2	18,4
Non fa né bene né male	6,5	6,9
Fa bene	56,1	58,4
E' necessario	20,5	15,7
Verdure		
Da evitare	0,1	0,0
Da consumare con moderazione	1,0	2,4
Non fa né bene né male	1,7	1,8
Fa bene	32,3	27,1
E' necessario	64,9	68,6
Patate		
Da evitare	0,5	0,7
Da consumare con moderazione	19,8	20,0
Non fa né bene né male	24,6	25,4
Fa bene	42,6	42,0
E' necessario	12,5	11,9
Legumi (piselli fagioli lenticchie...)		
Da evitare	0,4	0,0
Da consumare con moderazione	6,8	7,7
Non fa né bene né male	9,2	10,0
Fa bene	57,9	57,7
E' necessario	25,7	24,6
Cereali (avena orzo...)		
Da evitare	0,7	0,9
Da consumare con moderazione	9,9	7,1
Non fa né bene né male	16,2	18,8
Fa bene	61,8	62,6
E' necessario	11,3	10,6

segue tabella a pagina successiva...

5. I consumi di frutta e verdura delle famiglie con bambini 6-11 anni e delle famiglie italiane in genere

	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Riso		
Da evitare	0,3	0,4
Da consumare con moderazione	7,3	6,6
Non fa né bene né male	21,6	24,8
Fa bene	55,0	55,0
E' necessario	15,7	13,1
Pasta		
Da evitare	1,2	0,6
Da consumare con moderazione	42,9	44,6
Non fa né bene né male	20,7	22,6
Fa bene	25,7	22,6
E' necessario	9,6	9,6
Carne rossa		
Da evitare	10,4	9,1
Da consumare con moderazione	67,3	67,0
Non fa né bene né male	10,3	11,9
Fa bene	8,0	6,9
E' necessario	4,1	5,1
Carne bianca		
Da evitare	2,2	1,5
Da consumare con moderazione	26,3	33,4
Non fa né bene né male	20,4	24,8
Fa bene	42,6	33,4
E' necessario	8,5	6,8
Pesce		
Da evitare	1,1	0,8
Da consumare con moderazione	5,5	7,0
Non fa né bene né male	6,8	8,5
Fa bene	57,6	57,6
E' necessario	29,1	26,2
Formaggio		
Da evitare	3,9	2,6
Da consumare con moderazione	61,8	64,4
Non fa né bene né male	16,6	17,2
Fa bene	14,0	12,4
E' necessario	3,6	3,4

segue tabella a pagina successiva...

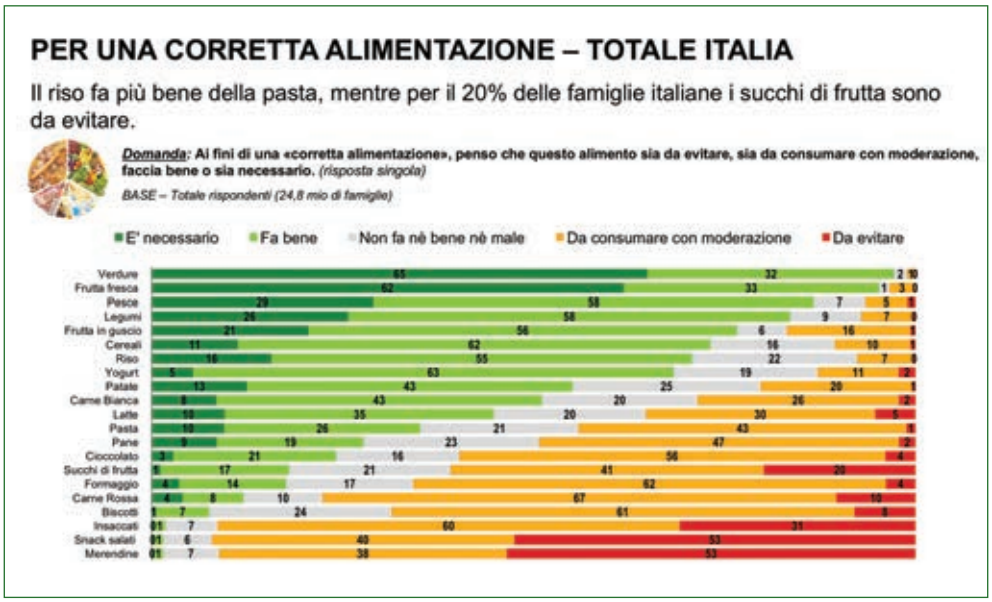
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Latte		
Da evitare	5,3	6,4
Da consumare con moderazione	30,1	31,4
Non fa né bene né male	19,8	24,0
Fa bene	35,2	31,8
E' necessario	9,6	6,4
Pane		
Da evitare	2,2	2,3
Da consumare con moderazione	47,1	47,3
Non fa né bene né male	22,9	29,3
Fa bene	19,2	16,7
E' necessario	8,6	4,4
Insaccati		
Da evitare	30,9	27,7
Da consumare con moderazione	60,4	63,2
Non fa né bene né male	6,9	7,0
Fa bene	1,3	1,8
E' necessario	0,5	0,2
Cioccolato		
Da evitare	4,0	4,4
Da consumare con moderazione	55,8	57,8
Non fa né bene né male	16,1	17,9
Fa bene	21,3	18,1
E' necessario	2,8	1,8
Biscotti		
Da evitare	8,0	7,0
Da consumare con moderazione	60,6	64,6
Non fa né bene né male	23,8	25,1
Fa bene	7,0	2,5
E' necessario	0,6	0,9
Merende / merendine		
Da evitare	53,5	49,4
Da consumare con moderazione	37,7	41,3
Non fa né bene né male	7,3	8,7
Fa bene	1,3	0,4
E' necessario	0,3	0,3

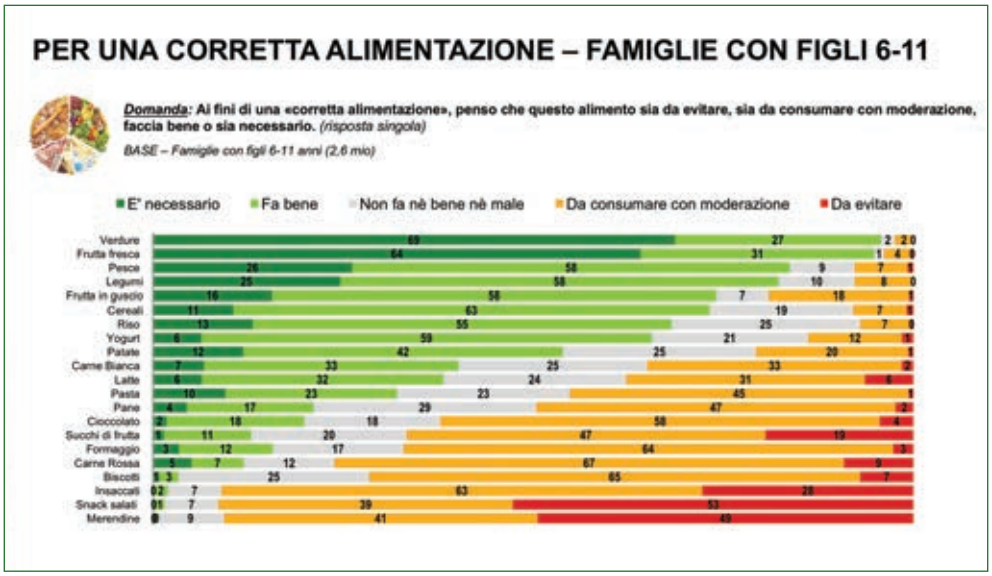
segue tabella a pagina successiva...

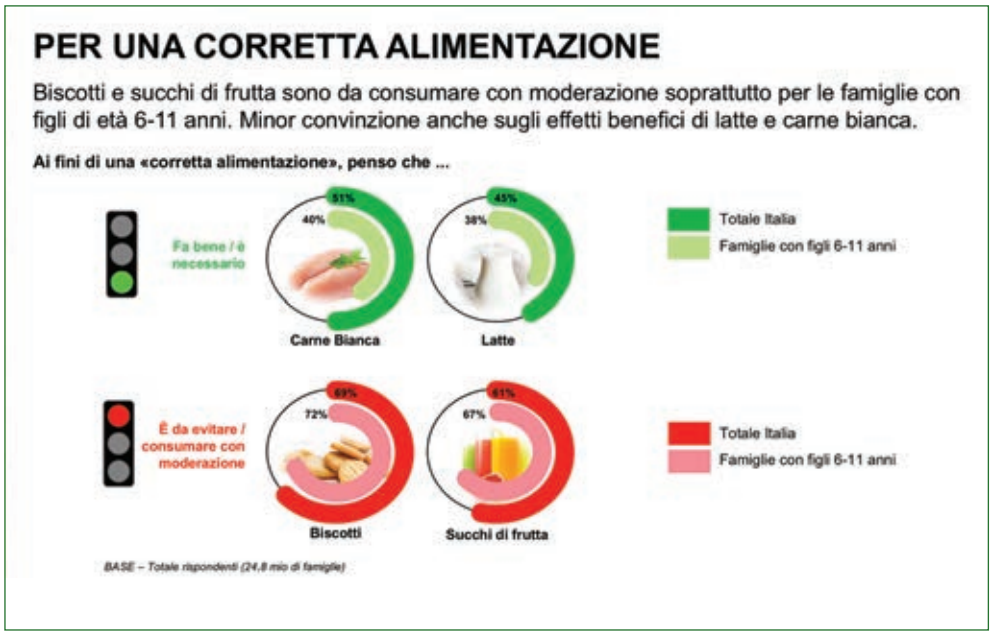
5. I consumi di frutta e verdura delle famiglie con bambini 6-11 anni e delle famiglie italiane in genere

	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Snack salati (patatine popcorn noccioline)		
Da evitare	52,5	52,7
Da consumare con moderazione	39,6	38,7
Non fa né bene né male	6,3	7,1
Fa bene	1,2	1,2
E' necessario	0,4	0,3
Yogurt		
Da evitare	2,2	1,5
Da consumare con moderazione	10,6	12,4
Non fa né bene né male	18,9	20,5
Fa bene	62,9	59,2
E' necessario	5,5	6,4
Succhi di frutta		
Da evitare	19,9	19,5
Da consumare con moderazione	41,0	47,2
Non fa né bene né male	21,1	20,4
Fa bene	16,8	11,5
E' necessario	1,2	1,5

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel




PER UNA CORRETTA ALIMENTAZIONE – FAMIGLIE CON FIGLI 6-11
Domanda: Ai fini di una «corretta alimentazione», penso che questo alimento sia da evitare, sia da consumare con moderazione, faccia bene o sia necessario. (risposta singola)
BASE – Famiglie con figli 6-11 anni (2,6 mio)
E' necessario
Fa bene
Non fa nè bene nè male
Da consumare con moderazione
Da evitare
Verdure
Frutta fresca
Pesce
Legumi
Frutta in guscio
Cereali
Riso
Yogurt
Patate
Carne Bianca
Latte
Pasta
Pane
Cioccolato
Succhi di frutta
Formaggio
Carne Rossa
Biscotti
Insaccati
Snack salati
Merendine


PER UNA CORRETTA ALIMENTAZIONE
Biscotti e succhi di frutta sono da consumare con moderazione soprattutto per le famiglie con figli di età 6-11 anni. Minor convinzione anche sugli effetti benefici di latte e carne bianca.
Ai fini di una «corretta alimentazione», penso che ...
Fa bene / è necessario
51%
40%
Carne Bianca
45%
38%
Latte
Totale Italia
Famiglie con figli 6-11 anni
È da evitare / consumare con moderazione
69%
72%
Biscotti
61%
67%
Succhi di frutta
Totale Italia
Famiglie con figli 6-11 anni
BASE – Totale rispondenti (24,8 mio di famiglie)

5.2. L'atteggiamento verso i prodotti ortofrutticoli

All'attenzione dei consumatori intervistati si è sottoposta anche una batteria specifica di affermazioni relative ai prodotti ortofrutticoli (la scala proposta era la seguente: molto d'accordo, abbastanza d'accordo, né in accordo né in disaccordo, poco d'accordo, per niente d'accordo).

Marcato è risultato il livello di accordo con affermazioni come:

- compro frutta e verdura di stagione perché sono migliori in termini di qualità e di gusto;
- in casa nostra, frutta e verdura fresca non mancano mai;
- quando preparo i pasti a casa, ci deve sempre essere una porzione di frutta o verdura.

Più moderato il livello di accordo con altre affermazioni:

- sono disposto a spendere di più per frutta e verdura coltivata nell'area in cui vivo (accordo che decresce se si considerano in particolare le famiglie con bambini);
- non mi fido della qualità della frutta e verdura fresca già pronta (accordo più contenuto nelle famiglie con bambini).

Maggiormente orientate al disaccordo sono risultate le risposte riferite ad altre affermazioni:

- sto attento alla quantità di frutta che consumiamo perché contiene troppi zuccheri;
- mi fido di più di frutta e verdura biologiche;
- sono disposto a spendere di più per acquistare verdura in busta lavata e tagliata, o frutta in vaschetta sbucciata e tagliata, pronta per il consumo;
- lavo spesso con prodotti disinfettanti la frutta e la verdura per eliminare eventuali parassiti e pesticidi (il disaccordo è superiore nel caso di famiglie con bambini);
- quando acquisto frutta e verdura non bado al prezzo.

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE ALL'ACCORDO CON UNA SERIE DI AFFERMAZIONI RELATIVE AI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Compro frutta e verdura di stagione perché sono migliori in termini di qualità e di gusto		
Molto d'accordo	47,5	43,0
Abbastanza d'accordo	42,1	44,6
Né in accordo né in disaccordo	8,3	9,8
Poco d'accordo	1,7	2,1
Per niente d'accordo	0,4	0,5
In casa nostra frutta e verdura fresca non mancano mai		
Molto d'accordo	47,4	40,1
Abbastanza d'accordo	36,5	41,4
Né in accordo né in disaccordo	12,0	13,7
Poco d'accordo	3,4	3,5
Per niente d'accordo	0,8	1,3
Mi fido di più di frutta e verdura BIO		
Molto d'accordo	6,5	5,8
Abbastanza d'accordo	21,5	21,6
Né in accordo né in disaccordo	44,1	42,9
Poco d'accordo	20,5	21,3
Per niente d'accordo	7,4	8,4
Sono disposto a spendere di più per frutta e verdura coltivata nell'area in cui vivo (a Km0)		
Molto d'accordo	20,2	14,6
Abbastanza d'accordo	35,2	39,7
Né in accordo né in disaccordo	31,0	30,2
Poco d'accordo	10,0	11,6
Per niente d'accordo	3,6	3,9
Quando acquisto frutta e verdura non bado al prezzo		
Molto d'accordo	8,1	6,3
Abbastanza d'accordo	28,0	24,7
Né in accordo né in disaccordo	38,2	40,2
Poco d'accordo	21,4	23,9
Per niente d'accordo	4,4	4,9
Lavo spesso con prodotti disinfettanti la frutta e la verdura per eliminare eventuali parassiti e pesticidi		
Molto d'accordo	10,4	6,8
Abbastanza d'accordo	22,7	19,3
Né in accordo né in disaccordo	27,3	27,6
Poco d'accordo	23,9	27,4
Per niente d'accordo	15,7	18,9

segue tabella a pagina successiva...

	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Sono disposto a spendere di più per acquistare verdure in busta lavate e tagliate / frutta in vaschette sbucciata e tagliata pronta per il consumo		
Molto d'accordo	3,3	2,8
Abbastanza d'accordo	15,5	17,3
Né in accordo né in disaccordo	27,5	29,3
Poco d'accordo	28,6	25,9
Per niente d'accordo	25,1	24,6
Quando preparo i pasti a casa ci deve sempre essere una porzione di frutta o verdura		
Molto d'accordo	42,1	34,6
Abbastanza d'accordo	37,5	43,6
Né in accordo né in disaccordo	14,7	16,0
Poco d'accordo	4,4	4,9
Per niente d'accordo	1,2	1,0
Non mi fido della qualità della frutta e verdura fresca già pronta (es. macedonie già tagliate insalate in busta...)		
Molto d'accordo	20,3	16,9
Abbastanza d'accordo	31,8	29,1
Né in accordo né in disaccordo	31,7	36,8
Poco d'accordo	12,1	12,8
Per niente d'accordo	4,1	4,4
Sto attento alla quantità di frutta che consumiamo perché contiene troppi zuccheri		
Molto d'accordo	5,8	4,6
Abbastanza d'accordo	25,9	17,0
Né in accordo né in disaccordo	34,9	35,6
Poco d'accordo	25,2	31,6
Per niente d'accordo	8,3	11,2

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

Il profilo attribuito alla frutta fresca vede una marcata presenza di alcuni elementi:

- ricchezza di vitamine e sali minerali
- ricchezza di fibre
- leggerezza, facilità per la digestione
- buon sapore

Meno accentuati sono altri vissuti:

- ricchezza di zuccheri
- ridotte calorie

- completezza sotto l'aspetto nutrizionale
- capacità di togliere il senso di fame, di saziare

Il significato attribuito invece al consumo di verdura fresca si caratterizza in primo luogo per:

- ricchezza di vitamine e sali minerali
- ridotte calorie
- ricchezza di fibre
- leggerezza, facilità per la digestione
- buon sapore

Meno nitida è risultata la presenza di altre caratteristiche percepite:

- completezza sotto l'aspetto nutrizionale
- capacità di togliere il senso di fame, di saziare
- scarsità di zuccheri

Piuttosto variegati sono invece risultati i pareri relativi al contenuto proteico.

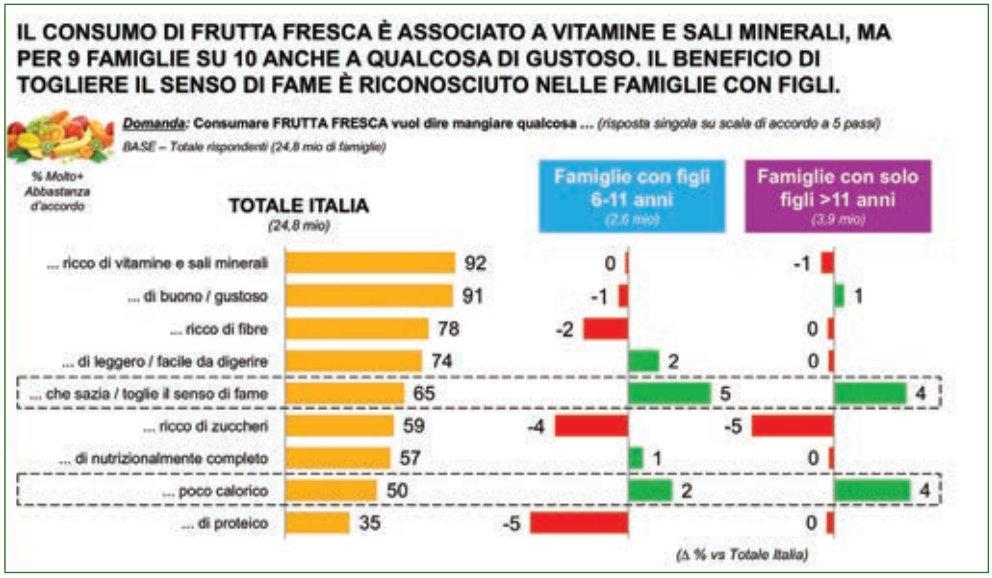
DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE AL LIVELLO DI ACCORDO CON L'AFFERMAZIONE "CONSUMARE FRUTTA FRESCA SIGNIFICA MANGIARE QUALCOSA ..."		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
...ricco di vitamine e sali minerali		
Molto d'accordo	51,3	53,9
Abbastanza d'accordo	41,2	38,4
Né in accordo né in disaccordo	6,7	7,1
Poco d'accordo	0,6	0,4
Per niente d'accordo	0,2	0,1
...ricco di zuccheri		
Molto d'accordo	16,0	14,2
Abbastanza d'accordo	43,0	40,8
Né in accordo né in disaccordo	33,0	36,2
Poco d'accordo	6,6	7,3
Per niente d'accordo	1,4	1,6
...ricco di fibre		
Molto d'accordo	33,1	33,3
Abbastanza d'accordo	44,8	42,1
Né in accordo né in disaccordo	17,8	19,3
Poco d'accordo	3,6	4,4
Per niente d'accordo	0,7	1,0

segue tabella a pagina successiva...

5. I consumi di frutta e verdura delle famiglie con bambini 6-11 anni e delle famiglie italiane in genere

	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
...di proteico		
Molto d'accordo	10,7	8,9
Abbastanza d'accordo	24,3	20,6
Né in accordo né in disaccordo	30,3	33,1
Poco d'accordo	22,3	21,3
Per niente d'accordo	12,3	16,1
...poco calorico		
Molto d'accordo	13,0	17,2
Abbastanza d'accordo	36,8	35,1
Né in accordo né in disaccordo	35,6	35,1
Poco d'accordo	12,9	10,5
Per niente d'accordo	1,6	2,1
...di nutrizionalmente completo		
Molto d'accordo	21,9	20,0
Abbastanza d'accordo	35,2	37,9
Né in accordo né in disaccordo	27,5	28,6
Poco d'accordo	13,6	11,5
Per niente d'accordo	1,8	2,1
...che sazia / toglie il senso di fame		
Molto d'accordo	19,0	18,0
Abbastanza d'accordo	45,7	51,3
Né in accordo né in disaccordo	27,5	22,3
Poco d'accordo	6,4	7,3
Per niente d'accordo	1,4	1,1
...di leggero / facile da digerire		
Molto d'accordo	27,3	28,5
Abbastanza d'accordo	47,0	47,5
Né in accordo né in disaccordo	22,4	20,5
Poco d'accordo	2,6	3,0
Per niente d'accordo	0,7	0,5
...di buono / gustoso		
Molto d'accordo	46,7	45,3
Abbastanza d'accordo	44,5	45,4
Né in accordo né in disaccordo	7,4	8,5
Poco d'accordo	1,2	0,7
Per niente d'accordo	0,2	0,1

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

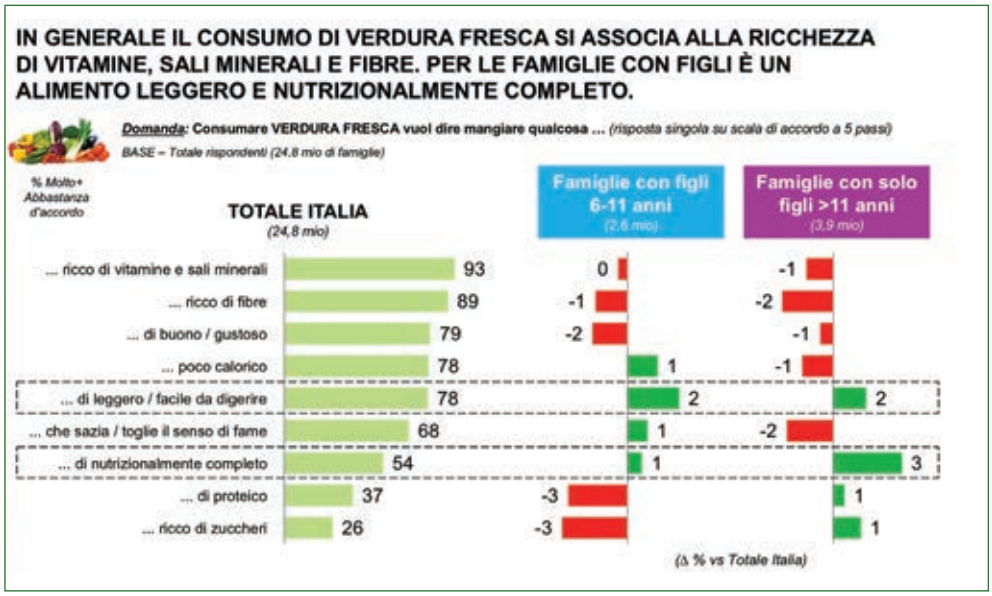


DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE AL LIVELLO DI ACCORDO CON L'AFFERMAZIONE "CONSUMARE VERDURA FRESCA SIGNIFICA MANGIARE QUALCOSA..."		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
...ricco di vitamine e sali minerali		
Molto d'accordo	52,3	55,8
Abbastanza d'accordo	40,4	36,5
Né in accordo né in disaccordo	6,4	6,0
Poco d'accordo	0,7	1,4
Per niente d'accordo	0,2	0,3
...ricco di zuccheri		
Molto d'accordo	8,4	7,5
Abbastanza d'accordo	18,0	15,9
Né in accordo né in disaccordo	37,0	38,6
Poco d'accordo	27,6	27,1
Per niente d'accordo	9,0	10,9
...ricco di fibre		
Molto d'accordo	49,4	51,1
Abbastanza d'accordo	39,7	36,4
Né in accordo né in disaccordo	9,3	10,1
Poco d'accordo	1,3	2,2
Per niente d'accordo	0,3	0,1

segue tabella a pagina successiva...

	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
...di proteico		
Molto d'accordo	12,0	12,6
Abbastanza d'accordo	25,2	21,8
Né in accordo né in disaccordo	31,2	29,7
Poco d'accordo	20,5	23,2
Per niente d'accordo	11,2	12,7
...poco calorico		
Molto d'accordo	35,2	40,2
Abbastanza d'accordo	43,0	39,5
Né in accordo né in disaccordo	17,9	17,1
Poco d'accordo	3,2	3,0
Per niente d'accordo	0,6	0,2
...di nutrizionalmente completo		
Molto d'accordo	20,1	20,6
Abbastanza d'accordo	33,7	33,8
Né in accordo né in disaccordo	29,9	30,5
Poco d'accordo	13,7	12,9
Per niente d'accordo	2,6	2,1
...che sazia / toglie il senso di fame		
Molto d'accordo	26,0	27,6
Abbastanza d'accordo	41,7	41,0
Né in accordo né in disaccordo	25,0	22,9
Poco d'accordo	6,5	7,5
Per niente d'accordo	0,9	1,0
...di leggero / facile da digerire		
Molto d'accordo	32,2	38,4
Abbastanza d'accordo	45,8	42,1
Né in accordo né in disaccordo	19,6	17,8
Poco d'accordo	2,1	1,5
Per niente d'accordo	0,3	0,3
...di buono / gustoso		
Molto d'accordo	33,6	35,6
Abbastanza d'accordo	45,8	42,1
Né in accordo né in disaccordo	17,4	18,3
Poco d'accordo	2,7	3,5
Per niente d'accordo	0,6	0,5

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

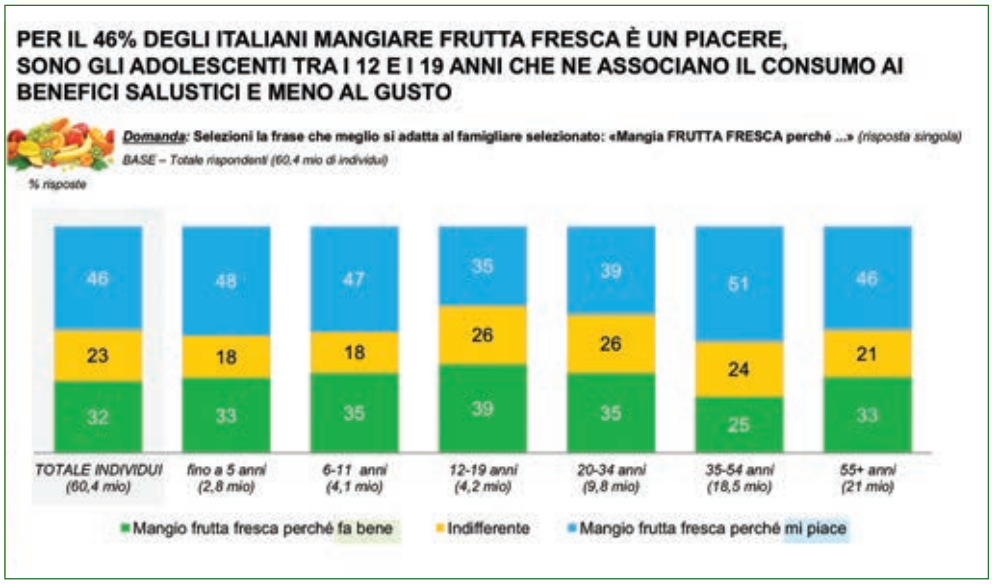


Rispetto alla dicotomia fra consumo di frutta per la salute e consumo di frutta per il piacere, si riscontra una distribuzione delle risposte lungo l'intera scala, con una prevalenza delle modalità centrate sulla piacevolezza.

Nel caso della verdura, si nota uno slittamento di parte delle risposte verso il polo "fa bene", e questo vale in misura più accentuata se si considerano come riferimento i bambini 6-11 anni.

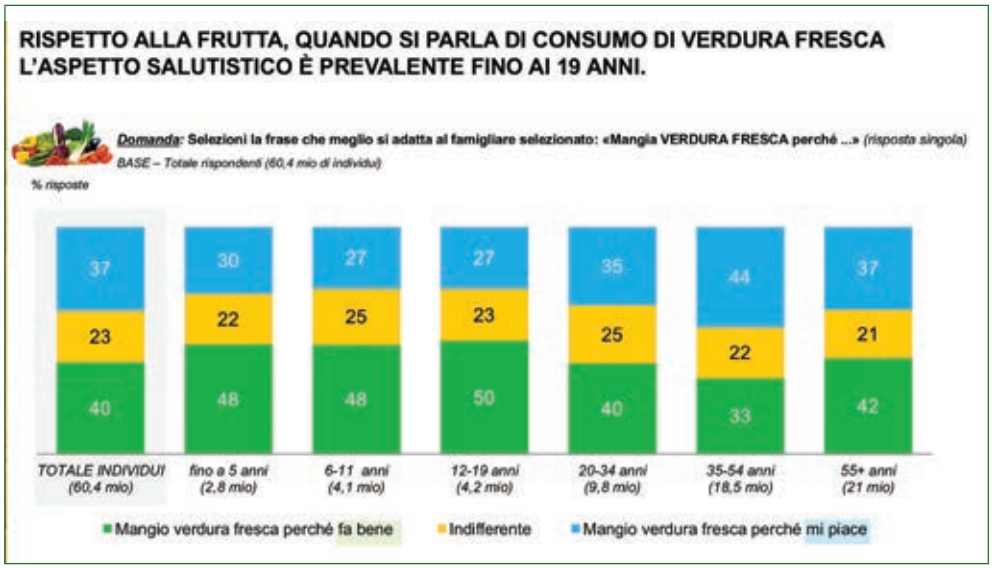
DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE AL LIVELLO DI ACCORDO CON UNA AFFERMAZIONE RELATIVA AL CONSUMO DI FRUTTA FRESCA		
	RIFERITA AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITA IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
1 - Mangio frutta fresca perché fa bene	20,4	19,8
2	11,2	15,6
3	22,6	17,9
4	14,4	15,5
5 - Mangio frutta fresca perché mi piace	31,3	31,3

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel



DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE AL LIVELLO DI ACCORDO CON UNA AFFERMAZIONE RELATIVA AL CONSUMO DI VERDURA FRESCA		
	RIFERITA AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITA IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
1 - Mangio verdura fresca perché fa bene	26,2	29,9
2	14,1	18,1
3	22,7	24,6
4	11,7	10,0
5 - Mangio verdura fresca perché mi piace	25,3	17,3

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel



5.3. I comportamenti di acquisto e di consumo dei prodotti ortofrutticoli

5.3.1. Luoghi di acquisto e criteri di scelta

Sono supermercati e ipermercati ad evidenziare la frequenza più elevata negli acquisti di ortofrutta, e questo vale a maggior ragione per le famiglie con bambini 6-11 anni. Il piccolo punto vendita specializzato vede una frequenza mensile media intorno alle 2 volte, seguito dal mercato con 1,63 visite al mese. In entrambi i casi, le famiglie con bambini in età di scuola elementare mostrano una frequentazione inferiore alla media nazionale.

FREQUENZA MEDIA MENSILE DI UTILIZZO DEI DIVERSI CANALI DI ACQUISTO DI FRUTTA E VERDURA FRESCHE

	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Supermercato e ipermercato	3,67	4,01
Discount	1,23	1,23
Piccolo negozio di alimentari	0,77	0,86
Fruttivendolo	2,16	1,99
Negozio che vende prodotti biologici	0,41	0,39
Direttamente dal produttore (fattorie/aziende agricole/ farmers market o mercati del contadino ecc.)	1,14	1,14
Gruppi di acquisti solidale (G.A.S.)	0,22	0,21
Mercato rionale o di quartiere (fisso)	1,63	1,28
Ambulante	1,07	0,97
Autoproduzione dal nostro orto	1,63	1,82
Internet / spesa online	0,15	0,15

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

5.3.2. Il consumo di frutta fresca

Il numero medio di volte in cui si consuma frutta in una giornata è pari a 1,56; se si prendono in considerazione i bambini in età di scuola elementare, questa frequenza scende a 1,3 volte.

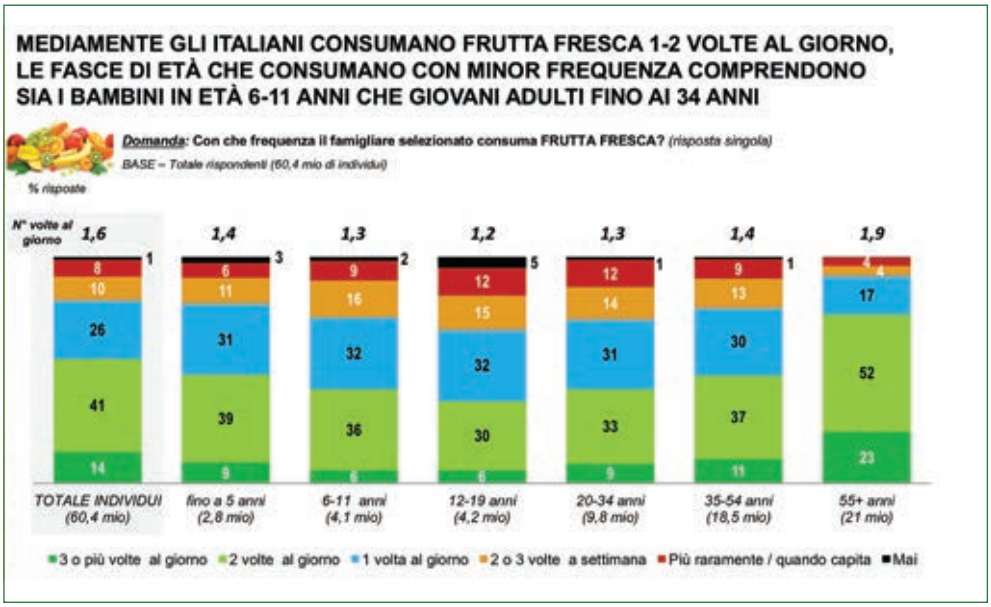
Si consuma frutta soprattutto a casa, ma per la fascia di età in questione assumono particolare importanza anche le case dei parenti e la scuola.

Pranzo e cena sono i momenti di consumo più importanti, ma per i bambini si riscontra un consumo maggiore della media nelle merende di metà mattina e del pomeriggio.

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE ALLA FREQUENZA DI CONSUMO DELLA FRUTTA FRESCA

	RIFERITA AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITA IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
3 o più volte al giorno	14,0	6,0
2 volte al giorno	40,9	35,6
1 volta al giorno	25,8	31,8
2 o 3 volte a settimana	10,5	16,1
Più raramente / quando capita	7,6	8,9
Mai	1,2	1,7
MEDIA GIORNALIERA	1,56	1,31

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel



INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO I DIVERSI LUOGHI DI CONSUMO DELLA FRUTTA FRESCA		
	RIFERITO AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITO IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
A casa	95,0	92,0
A casa di parenti	19,5	36,1
A scuola / luogo di studio	8,5	48,8
Sul luogo di lavoro	13,1	0,9
Al bar	0,8	0,2
Al ristorante / pizzeria	5,0	2,6
Al parco / campo sportivo / altro luogo all'aria aperta	3,7	7,1
Altro luogo fuori casa	3,4	2,4

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

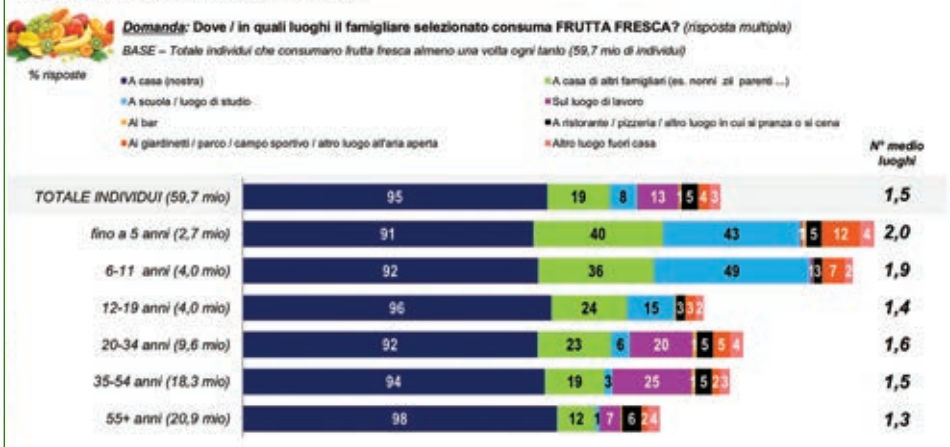
Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE AL LUOGO PREVALENTE DI CONSUMO DELLA FRUTTA FRESCA		
	RIFERITO AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITO IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
A casa	88,7	78,4
A casa di parenti	2,5	5,8
A scuola / luogo di studio	2,8	15,0
Sul luogo di lavoro	4,7	0,0
Al bar	0,3	0,1
Al ristorante / pizzeria	0,4	0,5
Al parco / campo sportivo / altro luogo all'aria aperta	0,2	0,2
Altro luogo fuori casa	0,3	0,0

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

5. I consumi di frutta e verdura delle famiglie con bambini 6-11 anni e delle famiglie italiane in genere

LA QUASI TOTALITÀ DEGLI ITALIANI CONSUMA FRUTTA FRESCA A CASA. ALMENO UNA VOLTA FUORI CASA PER I BAMBINI SOTTO GLI 11 ANNI: A SCUOLA O A CASA DI ALTRI FAMIGLIARI.



«CASA» COME LUOGO PREVALENTE DI CONSUMO DI FRUTTA FRESCA VALE PER TUTTI, MA È MENO SIGNIFICATIVO SUI BAMBINI SOTTO GLI 11 ANNI, DOVE EMERGE INVECE LA SCUOLA COME LUOGO IN CUI SI MANGIA FRUTTA FRESCA PIÙ SPESSO

INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO I DIVERSI MOMENTI DI CONSUMO DELLA FRUTTA FRESCA		
	RIFERITO AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITO IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
A colazione	8,8	3,9
Merenda / snack durante la mattina	21,0	29,8
Prima di pranzo	5,8	3,3
A pranzo / fine pasto	58,5	60,0
Merenda / snack durante il pomeriggio	30,5	38,9
Prima di cena	3,5	2,7
A cena / fine pasto	49,3	52,1
Dopo cena / lontano dal pasto	8,1	4,9
In nessun momento specifico / quando mi viene voglia	7,4	3,5

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE AL MOMENTO PREVALENTE DI CONSUMO DELLA FRUTTA FRESCA		
	RIFERITO AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITO IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
A colazione	4,0	1,6
Merenda / snack durante la mattina	7,5	10,0
Prima di pranzo	2,7	0,8
A pranzo / fine pasto	40,9	37,1
Merenda / snack durante il pomeriggio	15,3	20,1
Prima di cena	0,9	0,7
A cena / fine pasto	18,8	24,7
Dopo cena / lontano dal pasto	2,4	1,4
In nessun momento specifico / quando mi viene voglia	7,4	3,5

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

Il 27% delle famiglie ritiene che il consumo di frutta non sia quantitativamente sufficiente; questa quota sale al 36% nel caso delle famiglie con bambini 6-11 anni.

I motivi per cui il consumo è inferiore alle quantità ritenute adeguate sono riferibili al fattore abitudine, alla tempistica con cui la frutta diventa avariata, alla non sufficiente gradevolezza del consumo, alla sua assenza in casa, alla scarsa praticità, al prezzo per avere un prodotto veramente buono.

Focalizzando l'attenzione sulle famiglie con figli 6-11 anni, si osserva la crescita di importanza soprattutto del fattore sapore/gusto. Meno rilevanti sono l'assenza in casa e la tempistica con cui la frutta diventa troppo matura.

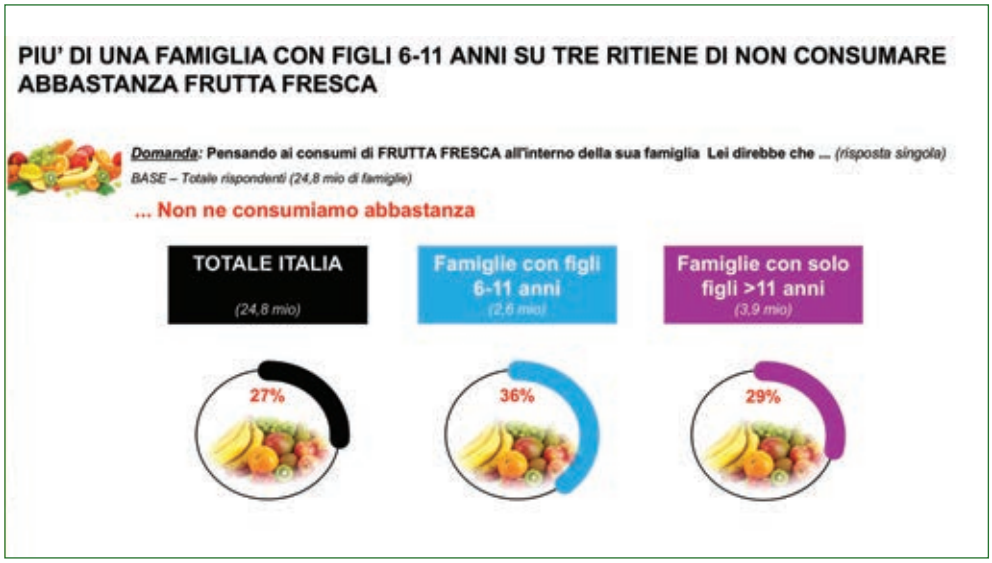
Negli ultimi anni, per la maggioranza delle famiglie il consumo di frutta è rimasto inalterato, ma il saldo fra famiglie che hanno aumentato il consumo e famiglie che lo hanno diminuito è positivo. Questo saldo cresce nelle famiglie con bambini 6-11 anni.

Motivi di aumento del consumo sono il maggior numero di persone consumanti in casa (soprattutto per i nuclei con bambini in famiglia), l'incremento delle occasioni di consumo, l'aumento delle porzioni unitarie di consumo, l'intensificazione della frequenza di acquisto.

Le cause di una eventuale diminuzione di consumo sono sostanzialmente le stesse viste sopra, ma speculari. Si sottolinea che le famiglie con bambini hanno citato un minor numero di motivi rispetto alla famiglia media italiana.

INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO I DIVERSI MOMENTI DI CONSUMO DELLA FRUTTA FRESCA		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Non ne consumiamo abbastanza	27,3	36,1
Ne consumiamo in quantità adeguate	72,7	63,9

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel



INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO I DIVERSI MOTIVI DEL CONSUMO INSUFFICIENTE DI FRUTTA FRESCA		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Non piace a tutti in famiglia e la presento a tavola raramente	28,2	49,2
Non è nostra abitudine consumarla / abbiamo poche occasioni di consumo	25,9	27,4
Preferiamo consumare altri alimenti in sua sostituzione	5,1	3,6
La acquisto raramente / a volte non c'è in casa	24,2	16,8
Quella davvero buona costa troppo	20,5	18,1
Scade / matura / va a male troppo in fretta	37,4	31,8
Non è pratica da consumare: occorre lavarla sbucciarla pelarla cucinarla	16,9	15,4
Ci vuole troppo tempo per prepararla	5,7	8,8
Per motivi di dieta / intolleranze alimentari	8,5	4,6
Altro (specificare)	5,6	3,3

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE ALL'ANDAMENTO DEL CONSUMO COMPLESSIVO DI FRUTTA FRESCA RISPETTO A UNO O DUE ANNI INDIETRO		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Aumentato	26,9	29,3
Rimasto invariato	67,3	66,5
Diminuito	5,7	4,3

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO I DIVERSI MOTIVI PER CUI IL CONSUMO DI FRUTTA FRESCA È AUMENTATO RISPETTO AL PASSATO		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Ci sono più persone in famiglia che la mangiano	19,7	44,1
La consumiamo in più occasioni (più spesso)	49,7	40,1
Abbiamo aumentato le porzioni la quantità consumata per volta	29,9	30,9
La acquisto più spesso	34,2	23,4

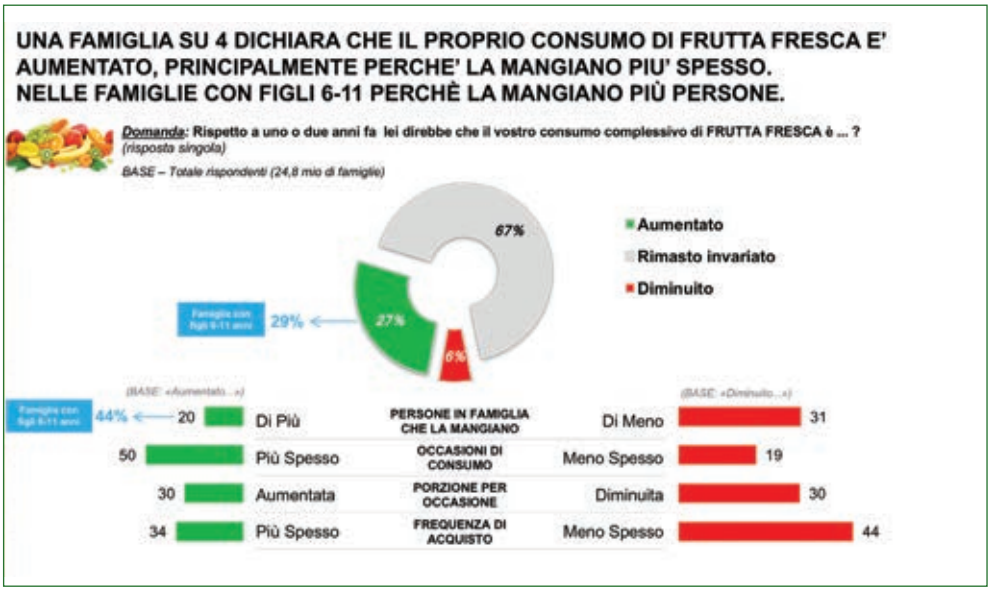
La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO I DIVERSI MOTIVI PER CUI IL CONSUMO DI FRUTTA FRESCA È DIMINUITO RISPETTO AL PASSATO		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Ci sono meno persone in famiglia che la mangiano	30,7	24,1
La consumiamo in meno occasioni (più raramente)	19,4	24,3
Abbiamo diminuito le porzioni la quantità consumata per volta	30,4	31,8
La acquisto meno spesso	43,8	39,6

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel



I prodotti al gusto di frutta che ognuno dei componenti della famiglia consuma o consumerebbe al posto della frutta fresca sono:

- frutta secca e marmellata (soprattutto per gli adulti);
- yogurt alla frutta e spremuta (sia per gli adulti, sia per i bambini);
- succo di frutta, the freddo, gelato o ghiacciolo alla frutta, caramelle alla frutta, frullato (soprattutto nel caso dei bambini).

5. I consumi di frutta e verdura delle famiglie con bambini 6-11 anni e delle famiglie italiane in genere

INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO I DIVERSI PRODOTTI AL GUSTO DI FRUTTA CHE SI CONSUMANO O CONSUMEREBBERO AL POSTO DELLA FRUTTA FRESCA		
PRODOTTI	RIFERITO AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITO IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
Frutta secca in guscio	53,3	35,3
Yogurt alla frutta	46,0	47,0
Gelato alla frutta	43,8	54,7
Marmellata	40,0	34,0
Spremuta di arance	39,3	42,5
The freddo	30,9	42,8
Succo / nettare di frutta	30,8	64,2
Ghiacciolo alla frutta	28,7	54,3
Frutta essiccata / disidratata	24,0	15,0
Bibita al gusto di frutta	21,6	30,4
Caramelle alla frutta	20,4	47,1
Barrette / snack alla frutta	15,6	12,5
Purea / polpa / mousse di frutta 100%	14,4	23,4
Frullato / smoothie alla frutta	14,3	30,4
Non sa / non indica	8,0	6,4

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

GLI ITALIANI SOSTITUISCONO LA FRUTTA FRESCA CON FRUTTA SECCA E YOGURT. TRA I TRASFORMATI PIÙ VICINI ALLA FRUTTA, IN CIMA ALLA LISTA LE SPREMUTE DI ARANCE. PER I BAMBINI 6-11 ANNI IL 1° SOSTITUTO È IL SUCCO DI FRUTTA.

Domanda: Quali dei seguenti prodotti al gusto di frutta il famigliare selezionato consuma / consumerebbe al posto della frutta fresca? *(risposta multipla)*

BASE – Totale rispondenti

% risposte

	TOTALE INDIVIDUI (60,4 mio)	fino a 5 anni (2,8 mio)	6-11 anni (4,1 mio)	12-19 anni (4,2 mio)	20-34 anni (9,8 mio)	35-54 anni (16,5 mio)	55+ anni (21 mio)
Frutta secca in guscio	53	29	35	38	51	60	59
Yogurt alla frutta	46	60	47	45	45	50	41
Gelato alla frutta	44	47	55	47	43	45	40
Marmellata	40	28	34	34	36	46	40
Spremuta di arance	39	32	43	49	46	42	32
The freddo	31	27	43	51	42	31	20
Succo / nettare di frutta	31	56	64	53	44	24	17
Ghiacciolo alla frutta	29	43	54	46	31	28	17
Frutta essiccata / disidratata	24	8	15	15	23	31	24
Bibita al gusto di frutta	22	20	30	29	31	20	15
Caramelle alla frutta	20	37	47	31	23	15	14
Barrette / snack alla frutta	16	6	13	18	22	21	9
Purea / polpa / mousse di frutta 100%	14	42	23	15	13	14	10
Frullato / smoothie alla frutta	14	35	30	22	17	12	8

5.3.3. Il consumo di verdura fresca

Il numero medio di volte in cui si consuma verdura in una giornata è pari a 1,27; se si prendono in considerazione i bambini in età di scuola elementare, questa frequenza scende praticamente a una volta.

Si consuma verdura soprattutto a casa; per la fascia di età 6-11 anni assumono una certa importanza anche le case dei parenti e soprattutto la scuola.

Pranzo e cena sono i momenti di consumo assolutamente preponderanti. Per i bambini, è la cena ad assumere maggiore rilevanza.

La verdura lessata / stufata rappresenta la modalità di preparazione più diffusa, ma per le famiglie con bambini cresce l'importanza anche della griglia e della padella.

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE ALLA FREQUENZA DI CONSUMO DELLA VERDURA FRESCA		
	RIFERITO AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITO IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
3 o più volte al giorno	4,6	1,8
2 volte al giorno	36,5	26,7
1 volta al giorno	28,3	29,0
2 o 3 volte a settimana	20,9	26,2
Più raramente / quando capita	8,0	12,7
Mai	1,6	3,6
MEDIA GIORNALIERA	1,27	1,03

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO I DIVERSI MOMENTI DI CONSUMO DELLA FRUTTA FRESCA		
	RIFERITO AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITO IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
A casa	95,9	92,8
A casa di parenti	21,1	33,3
A scuola / luogo di studio	5,7	32,5
Sul luogo di lavoro	8,5	2,0
Al bar	1,1	0,5
Al ristorante / pizzeria	12,0	6,5
Al parco / campo sportivo / altro luogo all'aria aperta	0,7	1,3
Altro luogo fuori casa	2,0	0,9

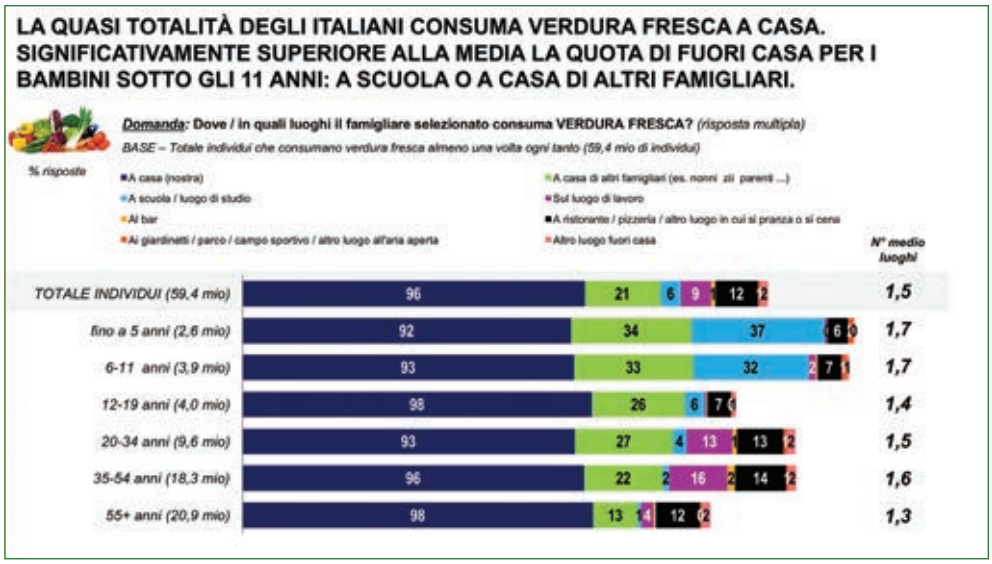
La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

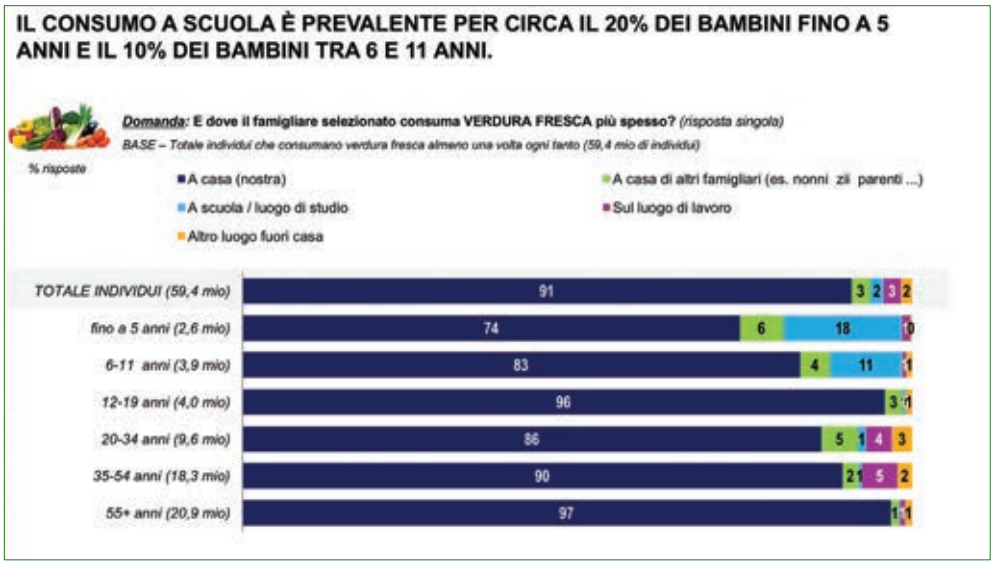
Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

5. I consumi di frutta e verdura delle famiglie con bambini 6-11 anni e delle famiglie italiane in genere

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE AL LUOGO PREVALENTE DI CONSUMO DELLA VERDURA FRESCA		
	RIFERITO AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITO IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
A casa	90,9	83,2
A casa di parenti	2,8	4,4
A scuola / luogo di studio	2,0	10,9
Sul luogo di lavoro	2,6	0,6
Al bar	0,2	0,0
Al ristorante / pizzeria	1,0	0,7
Al parco / campo sportivo / altro luogo all'aria aperta	0,1	0,2
Altro luogo fuori casa	0,4	0,0

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel





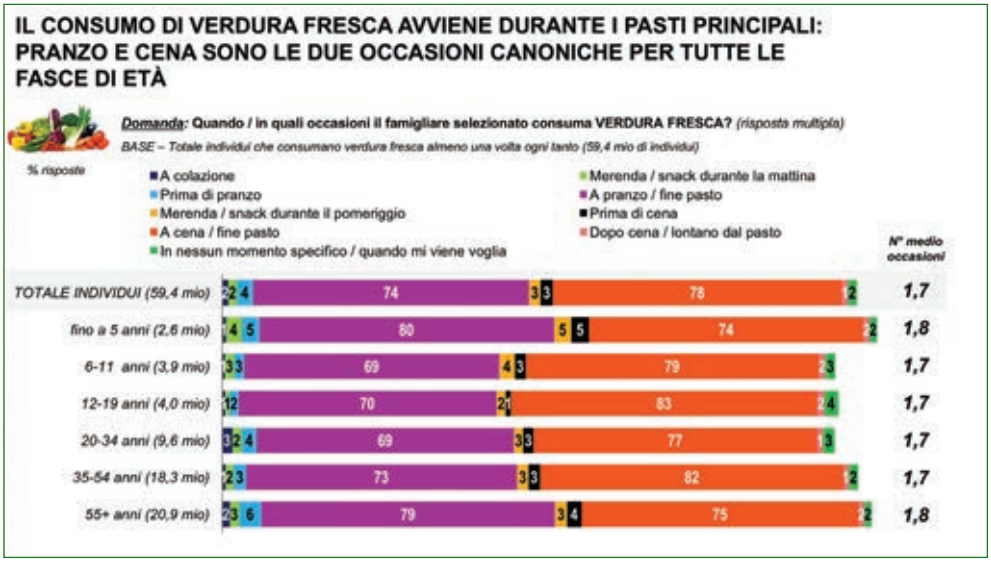
INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO I DIVERSI MOMENTI DI CONSUMO DELLA VERDURA FRESCA		
	RIFERITO AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITO IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
A colazione	1,6	0,7
Merenda / snack durante la mattina	2,4	2,6
Prima di pranzo	4,3	2,6
A pranzo / fine pasto	74,5	69,0
Merenda / snack durante il pomeriggio	3,2	4,2
Prima di cena	3,2	2,9
A cena / fine pasto	78,2	79,2
Dopo cena / lontano dal pasto	1,5	1,7
In nessun momento specifico / quando mi viene voglia	2,5	2,6

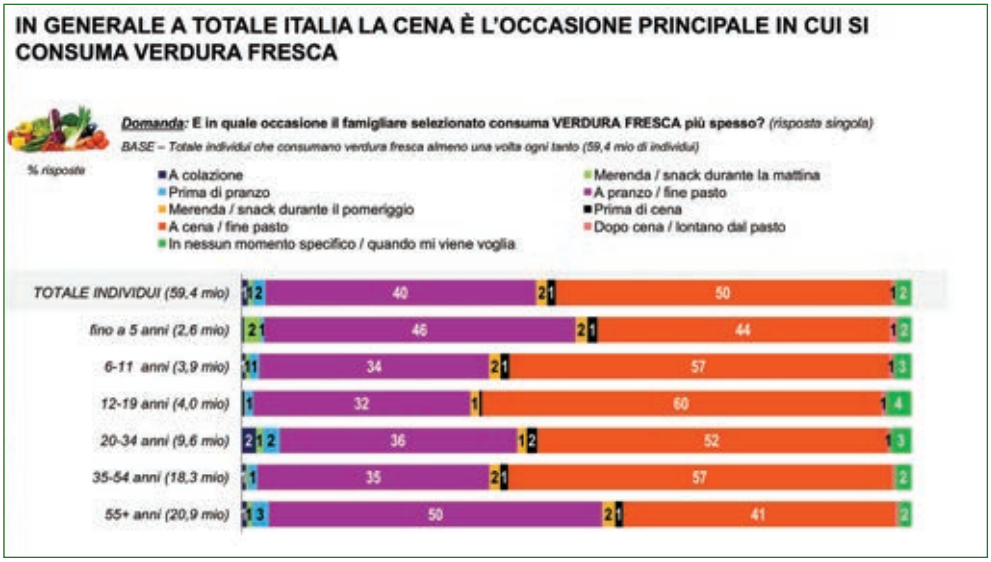
La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE AL MOMENTO PREVALENTE DI CONSUMO DELLA VERDURA FRESCA		
	RIFERITO AI COMPONENTI DELLA FAMIGLIA IN COMPLESSO	RIFERITO IN MODO SPECIFICO AI BAMBINI 6-11 ANNI
A colazione	0,9	0,6
Merenda / snack durante la mattina	0,7	0,7
Prima di pranzo	1,9	1,4
A pranzo / fine pasto	40,5	34,3
Merenda / snack durante il pomeriggio	1,7	1,7
Prima di cena	1,2	1,2
A cena / fine pasto	50,2	56,7
Dopo cena / lontano dal pasto	0,6	0,7
In nessun momento specifico / quando mi viene voglia	2,5	2,6

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel





INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE ADOTTANO LE DIVERSE MODALITÀ DI PREPARAZIONE/CONSUMO DELLA VERDURA FRESCA		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
In padella/griglia	45,8	52,4
Lessate / stufate	59,1	52,8
Al forno	16,3	19,8
Al microonde	4,1	5,5
Al vapore	25,1	23,8
Fritte / pastellate	6,9	7,1
Non cuciniamo mai verdura fresca	9,2	7,8

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

Circa una famiglia su quattro ritiene che il consumo di verdure non sia sufficiente. questa quota sale ad oltre il 30% nel caso di famiglie con bambini 6-11 anni.

I motivi principali per cui in famiglia non si consumano sufficienti quantità di verdura fresca sono soprattutto:

- non piace a tutti in famiglia e si presenta a tavola raramente (rilevante soprattutto per le famiglie con bambini);
- non si è abituati a consumarla o si hanno poche occasioni di consumo;

- diventa troppo matura o avariata molto in fretta;
- non è pratica da consumare: occorre lavarla, cucinarla, ecc.;
- occorre troppo tempo per prepararla.

Negli ultimi anni, per la maggioranza delle famiglie (72%) il consumo di verdura è rimasto inalterato, ma il saldo fra famiglie che hanno aumentato il consumo e famiglie che lo hanno diminuito è positivo.

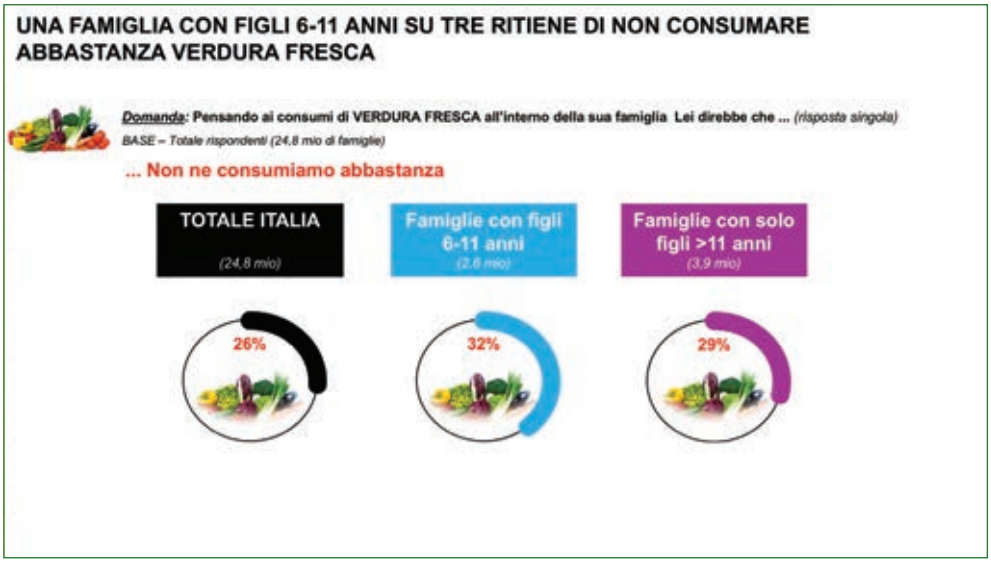
Motivi di un aumento del consumo sono il maggior numero di persone consumanti in famiglia (soprattutto per i nuclei con bambini 6-11 anni), l'espansione delle occasioni di consumo, l'aumento delle quantità unitarie di consumo.

Le cause di una diminuzione di consumo sono soprattutto la rarefazione degli acquisti e il calo numerico delle persone che consumano verdura.

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE ALL'OPINIONE DEL CONSUMO DI VERDURA FRESCA DEL PROPRIO NUCLEO FAMILIARE

	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Non ne consumiamo abbastanza	25,6	32,0
Ne consumiamo in quantità adeguate	74,4	68,0

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel



INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO I DIVERSI MOTIVI DEL CONSUMO INSUFFICIENTE DI VERDURA FRESCA		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Non piace a tutti in famiglia e la presento a tavola raramente	30,9	55,1
Non è nostra abitudine consumarla / abbiamo poche occasioni di consumo	20,4	16,2
Preferiamo consumare altri alimenti in sua sostituzione	8,6	5,0
La acquisto raramente / a volte non c'è in casa	18,7	16,2
Quella davvero buona costa troppo	12,6	13,2
Scade / matura / va a male troppo in fretta	22,6	22,2
Non è pratica da consumare: occorre lavarla sbucciarla pelarla cucinarla	28,7	24,3
Ci vuole troppo tempo per prepararla	26,7	21,4
Per motivi di dieta / intolleranze alimentari	5,8	1,3
Altro (specificare)	3,6	4,0

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE ALL'ANDAMENTO DEL CONSUMO COMPLESSIVO DI VERDURA FRESCA RISPETTO A UNO O DUE ANNI INDIETRO		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Aumentato	23,6	24,4
Rimasto invariato	72,3	72,0
Diminuito	4,1	3,6

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO I DIVERSI MOTIVI PER CUI IL CONSUMO DI VERDURA FRESCA È AUMENTATO RISPETTO AL PASSATO		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Ci sono più persone in famiglia che la mangiano	18,9	39,0
La consumiamo in più occasioni (più spesso)	47,2	46,5
Abbiamo aumentato le porzioni / la quantità consumata per volta	41,0	34,1
La acquisto più spesso	34,1	20,0

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO I DIVERSI MOTIVI PER CUI IL CONSUMO DI VERDURA FRESCA È DIMINUITO RISPETTO AL PASSATO		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
Ci sono meno persone in famiglia che la mangiano	34,1	35,4
La consumiamo in meno occasioni (più raramente)	17,5	26,3
Abbiamo diminuito le porzioni / la quantità consumata per volta	15,4	21,3
La acquisto meno spesso	54,4	51,1

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

5.4. I giudizi sul Programma di educazione al consumo di frutta e verdura nelle scuole

Con riferimento in generale al tema del consumo di frutta e verdura da parte dei bambini fino agli 11 anni, le azioni più efficaci volte ad incentivare questo consumo sono state individuate nei seguenti fattori:

- la trasmissione delle abitudini alimentari da parte dei genitori stessi;
- l'educazione alimentare nelle scuole con progetti pratici;
- la preparazione e presentazione di frutta e verdura in modi più allettanti;
- la distribuzione di frutta e verdura a scuola, come merenda e nella mensa scolastica (strategia che ha convogliato l'attenzione soprattutto delle famiglie con bambini).

I giudizi specifici su un programma che preveda la distribuzione gratuita a scuola di frutta e verdura da consumare durante le ore scolastiche, affiancato da iniziative di educazione alimentare volte a sensibilizzare i bambini, sono stati in gran parte positivi.

D'altra parte, le opinioni sull'utilità dell'educazione alimentare nelle scuole, al fine di influenzare le abitudini dei bambini e di orientarli verso un'alimentazione sana ed equilibrata, hanno visto una decisa prevalenza di risposte positive.

INCIDENZA % DELLE FAMIGLIE CHE HANNO CITATO LE DIVERSE AZIONI COME EFFICACI PER INCENTIVARE IL CONSUMO DI FRUTTA E VERDURA DEI BAMBINI		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
La preparazione / presentazione di frutta e verdura in modi più allettanti	51,9	49,5
Le abitudini alimentari trasmesse dai genitori stessi	76,4	76,0
La raccomandazione del pediatra	13,9	10,9
L'educazione alimentare nelle scuole con progetti pratici (laboratori, orto, visite in aziende agricole, giochi ...)	58,2	60,3
La presenza / distribuzione di frutta e verdura a scuola (come merenda e nella mensa scolastica)	41,7	48,0
La facile reperibilità di frutta e verdura fuori casa in luoghi frequentati da bambini	22,5	23,0
Le campagne pubblicitarie istituzionali direttamente rivolte ai bambini	13,4	13,5
I programmi televisivi di cucina per i bambini / con protagonisti i bambini (es. trasmissioni TV, Reality Show, ...)	14,0	12,9
Le attività di comunicazione nel punto vendita (come materiale informativo e attività di promoting nel reparto ortofrutta)	8,0	6,0

La somma delle percentuali è superiore a 100 in quanto ogni intervistato poteva fornire più indicazioni

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE AI GIUDIZI SU UN PROGRAMMA CHE PREVEDA LA DISTRIBUZIONE GRATUITA A SCUOLA DI FRUTTA E VERDURA, AFFIANCATO DA INIZIATIVE DI EDUCAZIONE ALIMENTARE		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
1 - Molto positivo	74,3	75,3
2	14,5	11,8
3	7,8	8,2
4	2,4	2,7
5 - Per niente positivo	0,9	1,9

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

DISTRIBUZIONE % DELLE FAMIGLIE IN BASE ALLE OPINIONI SULL'UTILITÀ DELL' EDUCAZIONE ALIMENTARE NELLE SCUOLE		
	FAMIGLIE IN COMPLESSO	FAMIGLIE CON FIGLI 6-11 ANNI
1 - Molto utile	69,5	67,6
2	18,6	19,4
3	8,8	10,1
4	2,5	2,0
5 - Per niente utile	0,6	0,9

Fonte: elaborazioni ISMEA su dati Nielsen Consumer Panel

Il Ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali ha realizzato anche per l'anno scolastico 2016/17 il Programma di educazione alimentare e di promozione del consumo di frutta e verdura nelle scuole, come previsto dalla Commissione europea.

Si riportano di seguito alcune note conclusive sui risultati ottenuti da tutta l'attività di monitoraggio svolta relativamente all'attuazione del Programma, considerando separatamente i due principali obiettivi, ossia:

- **analizzare l'efficacia del Programma**, ossia esaminare se l'attuazione del Programma ha svolto un ruolo importante e se ha favorito una maggiore propensione al consumo di frutta e verdura da parte dei bambini e delle relative famiglie (**valutazione del Programma**);
- **analizzare l'efficienza del Programma**, cioè verificare se il processo di attuazione del Programma presso le scuole aderenti e i fornitori che hanno preso parte all'iniziativa è stato efficace (**valutazione del Processo**).

L'attività di monitoraggio ha coinvolto:

- una numerosità pari a 2.303 referenti scolastici rispondenti, ossia la quasi totalità degli istituti scolastici partecipanti;
- un campione di 7.570 bambini coinvolti nel Programma;
- un campione di 7.570 famiglie coinvolte nel Programma;
- un campione di controllo costituito da 876 bambini e altrettante famiglie, non coinvolti dal Programma;
- i cinque soggetti aggiudicatari della fornitura, corrispondenti ai nove lotti territoriali e agli oltre 7.100 plessi a cui è stata distribuita l'ortofrutta.

6.1. Il quadro di base

Il punto di partenza in cui il Programma si inserisce, relativamente al consumo di frutta e verdura da parte della popolazione italiana in età di scuola elementare, presenta alcuni tratti, emersi dalle indagini svolte quest'anno, in particolare dall'indagine demoscopica presso le famiglie italiane, i cui risultati sono descritti nel capitolo 7, che è opportuno porre in risalto:

- la **penetrazione della frutta e della verdura** fresche nelle famiglie con bambini della fascia di età in questione, e **la loro incidenza** sui consumi alimentari complessivi, risultano inferiori alla media nazionale;
- è invece superiore **l'impiego di derivati e trasformati** dai prodotti ortofrutticoli, come succhi di frutta e altri elaborati;
- la presenza di bambini sembra fare lievitare anche l'impiego di snack, merendine, salumi e altri **prodotti con un contenuto di servizio incorporato come gli ortaggi quarta gamma**;
- sono **supermercati e ipermercati** ad evidenziare la frequenza più elevata degli acquisti di ortofrutta, e questo vale a maggior ragione per le famiglie con bambini 6-11 anni;
- nelle famiglie con bambini 6-11 anni, l'attenzione prestata alla **sicurezza** che i prodotti acquistati siano i migliori e al **contenuto di conservanti**, coloranti, additivi non è superiore alla media nazionale: anzi, si riscontra semmai una leggera inferiorità;
- in coerenza con il punto precedente, queste famiglie tendono a lavare più raramente con prodotti disinfettanti la frutta e la verdura per eliminare **eventuali sostanze chimiche**;

- sempre in queste famiglie, la disponibilità a spendere di più per frutta e verdura coltivata in loco è inferiore; è forte **l'attenzione alla corretta stagionalità**, al sapore, all'aspetto, al prezzo e alla provenienza (ma è sufficiente che sia italiana);
- l'ortofrutta, nelle famiglie in questione, riscuote una **percezione salutistica** assolutamente positiva, così come i legumi, i cereali e il pesce, al contrario di insaccati, merendine, snack salati;
- all'ortofrutta fresca si attribuiscono una **ricchezza di fibre, di vitamine e di sali minerali**, una positiva leggerezza, un buon sapore, una ridotta presenza di calorie (quest'ultima caratteristica in riferimento alla verdura);
- il numero medio di volte in cui i bambini in età di scuola elementare consumano frutta in una giornata è pari a 1,3, contro una media di tutta la popolazione di 1,56; nel caso della verdura, la media dei bambini è di una volta al giorno, invece di 1,27 riscontrato come media nazionale;
- il saldo fra famiglie che negli ultimi anni hanno aumentato il consumo di frutta e famiglie che lo hanno diminuito è positivo; **questo saldo è più accentuato nelle famiglie con bambini 6-11 anni**; un discorso analogo può essere tracciato per la verdura;
- nonostante tale evoluzione, la quota di famiglie con bambini 6-11 anni che **giudica non sufficiente il proprio consumo** è pari al 36% nel caso della frutta, al 30% nel caso della verdura;
- i motivi per cui il consumo è inferiore alle quantità che sono ritenute adeguate sono riferibili al **fattore abitudine**, alla tempistica con cui la frutta diventa avariata, alla non sufficiente gradevolezza del consumo, alla sua assenza in casa, alla **scarsa praticità**, al **prezzo** che si deve pagare per avere un prodotto veramente buono.

Alla luce di questo quadro, i comportamenti delle famiglie in questione possono non apparire virtuosi: la percezione dell'ortofrutta è positiva e si manifesta il desiderio di accrescere i propri consumi di frutta e verdura; contemporaneamente, il comportamento effettivo è più orientato a prodotti pronti che non alla frutta e alla verdura fresche, e si dedica una apparente minore attenzione ad alcuni aspetti di garanzia.

Ma non si può trascurare il fatto che queste famiglie si trovano in una fase del ciclo di vita solitamente turbolenta, con poco tempo a disposizione, a volte con una scarsità di energie mentali che sono assorbite dal doppio ruolo (genitoriale e lavorativo). In giornate dai ritmi spesso serrati, l'ortofrutta non è pratica da consumare. A ciò si possono aggiungere problematiche economiche che la presenza dei figli può generare.

In altri casi, la relativamente giovane età dei genitori, rispetto all'età mediana della popolazione italiana, può favorire assunzioni di atteggiamenti più disincantati e meno centrati su luoghi comuni.

6.2. La valutazione del Programma

Il Programma in complesso

Poste queste premesse, non sembrano sussistere dubbi sul fatto che il Programma Frutta e Verdura nelle Scuole si ponga **obiettivi assolutamente coerenti con le attese**, più o meno consapevoli, di gran parte dei genitori.

È un Programma che può **intervenire sull'abitudine** (ovviamente, si tratta di un traguardo di medio-lungo termine), **sulla consapevolezza** dell'apporto salutistico, sulla presentazione di situazioni di consumo in grado di **rendere più gradevoli ai bambini i sapori** (con riferimento in modo specifico alla verdura) e **rendere più accessibili** i prodotti ortofrutticoli (in termini di praticità).

I giudizi specifici emersi sempre dall'indagine demoscopica su un programma che preveda la distribuzione

a scuola di frutta e verdura da consumare durante le ore scolastiche, affiancato da iniziative di educazione alimentare e di sensibilizzazione dei bambini, sono stati sensibilmente positivi.

D'altra parte, le opinioni sull'utilità dell'educazione alimentare nelle scuole sono altrettanto positive, anche se non si può nascondere l'esistenza di un'ottica di delega alla scuola di ciò che la famiglia, in questa fase, non sempre è in grado di fare.

È insomma una cornice al cui interno trovano ampia e profonda giustificazione la realizzazione di un Programma come quello in esame e la sua prosecuzione nel tempo.

In assenza del Programma, si dovrebbe contare su iniziative delle singole scuole nel proporre frutta e verdura, ma nella maggior parte dei casi si tratterebbe di iniziative personali magari del singolo insegnante particolarmente sensibile alla questione.

L'attività di monitoraggio svolta ha fatto emergere, da parte dei referenti scolastici, **risultati positivi in riferimento alla reazione dei bambini** alla distribuzione della frutta e della verdura a scuola, gli stessi referenti scolastici si sono dichiarati personalmente soddisfatti dell'esperienza e si augurano di replicarla l'anno successivo.

Anche nelle risposte dei bambini, **l'accettazione del Programma è stata sostanzialmente positiva** (la percentuale di bambini che hanno affermato di gradire questo Programma è stata superiore al 90% del totale rispondenti). Il dato è confermato dalle risposte delle famiglie, secondo le quali il punteggio attribuito al modo con cui il bambino ha considerato questo Programma vede una media di 8,2 (con una moda addirittura di 10).

Di fronte alla possibilità che il programma abbia una prosecuzione nei prossimi anni, sia i genitori che i bambini interpellati **si sono espressi in modo favorevole**.

Infine, pure i soggetti aggiudicatari hanno espresso pareri positivi sulla percezione e sull'accoglienza della distribuzione di frutta e verdura a scuola. Tutte le imprese hanno mostrato un discreto interesse a partecipare alla fornitura per la prossima edizione.

I prodotti distribuiti

La fornitura dell'anno scolastico 2016-2017 è stata complessivamente pari a 4,9 migliaia di tonnellate di frutta e verdura; la frutta corrisponde a un 90% abbondante del valore complessivo.

Il prodotto tal quale intero ha inciso per il 68%, il porzionato in classe per il 14%, la quarta gamma per l'8%, il trasformato (mousse e succo di frutta) per il 10%.

In complesso, il biologico ha inciso per il 10% circa. Da un altro punto di vista, il prodotto tutelato da un marchio DOP o IGP è stato il 14% del totale, mentre il prodotto rispondente a un disciplinare di produzione integrata ha rappresentato il 75% del valore totale. Nell'ambito di quest'ultima categoria, la produzione integrata certificata o global gap è circa la metà.

La distribuzione del prodotto nelle scuole servite è avvenuta per la quasi totalità delle imprese sia direttamente che tramite affidamento dei servizi in subappalto ad agenzie specializzate. Il numero di persone delle aziende coinvolte direttamente nella distribuzione è stato complessivamente superiore alle 2.700 unità.

Secondo i referenti scolastici, le preferenze accordate dai bambini sembrano **a favore della frutta e della verdura confezionate e pronte all'uso**, rispetto a quelle intere tal quali.

L'apprezzamento dei genitori e il gradimento dei bambini, sempre secondo i referenti scolastici, risultano poi andare a favore della frutta e verdura biologica, in confronto a quella tipica certificata e soprattutto a quella proveniente da coltivazioni a lotta integrata, concetti che sono meno nitidi nella percezione generale dei consumatori.

La qualità dei prodotti distribuiti continua ad ottenere valutazioni elevate, che nell'ultima edizione sono state più alte della media dell'ultimo quinquennio nel caso della frutta, sostanzialmente in linea con la media del quinquennio per la verdura.

Le relazioni

La relazione che si è instaurata fra scuola e fornitori è giudicata molto positiva dal 25% dei referenti scolastici, abbastanza positiva dal 62%.

Non è tuttavia da sottovalutare il 36% di scuole che ha posto in risalto l'esistenza di problemi: in ordine di importanza, qualità delle forniture, puntualità delle consegne, corretta quantità.

Alcuni problemi sono stati posti in relazione al momento di inizio del Programma, decisamente avanti nell'arco dell'anno scolastico, con conseguente intensificazione del calendario delle attività e rimodulazione del calendario da parte delle aziende fornitrici.

L'inserimento del latte

Nelle risposte delle famiglie intervistate, l'interesse nei confronti dell'eventuale inserimento del latte nella prossima edizione del Programma si concretizza in una valutazione media di 6,5 (all'interno di una scala da 1 a 10). Maggiormente entusiasti sono stati i referenti scolastici, che hanno valutato questo interesse con un punteggio medio di 7,2. Diversi interlocutori hanno tuttavia sottolineato che occorre adottare le dovute cautele per via di allergie e intolleranze (si stima che in complesso un 6% dei bambini presenti intolleranze alimentari; maggiormente frequenti sono quelle relative a latte/latticini/lattosio, seguite da frutta in guscio e glutine).

Da parte dei bambini interpellati, l'interesse per l'eventuale inserimento del latte è stato manifestato nel 68% dei casi.

Abitudini e comportamenti alimentari

L'indagine svolta sui due campioni di monitoraggio (bambini e famiglie) ha consentito di delineare una serie di comportamenti alimentari dei bambini strettamente associati al consumo di frutta e verdura, che è opportuno porre a confronto con i risultati affiorati dai corrispondenti campioni di controllo.

In occasione della prima colazione, diversi alimenti, come yogurt, biscotti e merendine, evidenziano una superiorità di impiego nel campione di controllo; questa superiorità si verifica pure per la frutta, ma non in misura altrettanto marcata.

Circa un 30% dei bambini del campione di monitoraggio, nella merenda di metà mattina beve succo di frutta, con una lieve superiorità rispetto al campione di controllo. Più marcata è invece la superiorità della penetrazione di altri prodotti a base di frutta (spremute di arancia in modo specifico) nel campione di monitoraggio rispetto a quello di controllo.

Per quanto riguarda gli alimenti, nella ricreazione di metà mattina le merendine detengono il primo posto con un 20% di penetrazione, a cui fanno seguito frutta e biscotti, ognuno con un 18%. Non si notano differenze significative rispetto al gruppo di controllo.

Il pranzo, nei giorni feriali, avviene a casa per il 63% dei bambini, a scuola per un altro 31%. Questo emerge in modo coerente sia dai bambini sia dalle relative famiglie. È però necessario sottolineare che il campione di controllo si contraddistingue per una maggior incidenza del pranzo a scuola, in corrispondenza del resto con una maggiore diffusione del tempo pieno. Questo sembra generare ripercussioni nelle quote di penetrazione non tanto dei prodotti bevuti, bensì degli alimenti consumati.

Se si analizzano le voci principali (frutta e insalata) si osserva infatti una superiorità evidente del gruppo di controllo. Ma nel contempo è interessante anche sottolineare la **superiorità della quota di bambini del campione di controllo che non consumano affatto frutta o verdura a pranzo**, in nessuna modalità.

In altri termini, nel campione di monitoraggio l'impiego di frutta ma soprattutto di verdura si suddivide in un numero superiore di preparazioni, ognuna delle quali ottiene quindi una percentuale di penetrazione più limitata.

Per quanto riguarda la merenda del pomeriggio, per il 45% del campione di monitoraggio i prodotti derivati da frutta e verdura costituiscono la bevanda principale. Nell'ambito degli alimenti, la quota di penetrazione della frutta si colloca sul 25%, alla pari con merendine e pane + cioccolato.

Rispetto al gruppo di controllo, si notano alcune diversità, con una superiorità di penetrazione a volte nel campione di monitoraggio (spremute e soprattutto centrifugati di frutta e verdura), in altri casi in quello di controllo. Nell'ambito degli alimenti, la superiorità del campione di controllo è piuttosto marcata, ma può essere legata a una certa incidenza delle merende consumate nel doposcuola.

In riferimento alla cena, è superiore nel gruppo di controllo la quota di rispondenti che hanno dichiarato di non consumare né frutta né verdura; nel campione di monitoraggio **l'impiego di frutta e verdura si suddivide in un numero superiore di preparazioni**, ognuna delle quali ha quindi percentuali di penetrazione piuttosto limitate.

Qualche differenza affiora relativamente al giudizio espresso dai genitori sull'adeguatezza dei quantitativi di consumo di ortofrutta da parte del bambino. **Sembrano maggiormente soddisfatte le famiglie del campione di controllo**, ma questo fenomeno può derivare in parte da una minore consapevolezza in proposito.

Nel tempo, comunque, sembra ridursi (pur con oscillazioni annuali) la quota di genitori del campione di monitoraggio che valutano veramente insufficiente la quantità di frutta e verdura consumata dal bambino.

I comportamenti nel tempo libero

L'indagine sul campione di monitoraggio dei bambini ha fatto emergere **quote elevate di presenza davanti alla televisione**: 49% la mattina, prima di andare a scuola, 60% durante il pranzo e durante la cena, 70% nel pomeriggio, 77% in serata. Possono essere dati in parte sovrastimati, probabilmente per la forte presenza della Tv nella sfera emotiva del bambino. Sono infatti parzialmente contrastanti con quanto dichiarato dai genitori, secondo cui i figli passano in media poco più di 60 minuti al giorno davanti alla televisione. Ma a loro volta le famiglie possono avere sottovalutato la presenza dell'apparecchio televisivo acceso, anche se con trasmissioni non dedicate al bambino.

La pratica dell'attività sportiva caratterizza, seppur con diverse gradazioni di intensità, l'86% dei bambini interpellati, con una risposta modale pari a due volte/settimana. In questo caso, la risposta è coerente con quella ottenuta dai genitori.

È proseguita anche nell'ultimo anno la **lievitazione della quota di bambini che praticano sport**. Non a caso, la soddisfazione dei genitori relativa al tempo dedicato dal bambino allo sport è aumentata negli ultimi anni.

6.3. Valutazione del Processo

Materiale utilizzato e sito

Nell'ambito dei materiali e degli strumenti informativi messi a disposizione degli istituti scolastici, un ruolo di rilievo per livello di utilizzo è rivestito dal materiale destinato alla scuola medesima (come locandine, cartelloni, calendari), seguito dal materiale per le famiglie e i bambini (opuscoli, volantini).

Oltre il 60% dei referenti scolastici ritiene adeguato il materiale informativo ricevuto; in riferimento alla qualità, le risposte "molto buona" e "abbastanza buona" arrivano in complesso a un 77%, con un miglioramento rispetto alla scorsa edizione. È il kit per l'orto scolastico a mostrare la valutazione media più elevata.

L'indice di penetrazione della conoscenza del sito internet del Programma si colloca sull'87% delle

scuole, percentuale leggermente superiore a quella della scorsa edizione. Indubbiamente positivo è il giudizio sull'efficacia del sito, con un 92% di risposte "molto efficace" o "abbastanza efficace".

Da parte delle famiglie, un 57% di rispondenti ha indicato che il figlio ha ricevuto materiale divulgativo sul Programma, ma non è da sottovalutare il 36% che ha risposto di non avere ricevuto nulla.

Il 13% delle famiglie ha notato messaggi promozionali in televisione relativamente a questo Programma; un 8% ricorda di avere letto inserzioni sui quotidiani e una quota analoga ricorda spot radiofonici.

Le attività di accompagnamento

Circa quattro scuole su dieci hanno partecipato alle attività di accompagnamento di quest'anno, e una quota analoga di scuole ha affermato di non essere stata contattata dal CREA. Il dato è sostanzialmente in linea con le risposte delle famiglie, il 54% delle quali ha sostenuto che non è stata realizzata alcuna attività di accompagnamento nella classe del figlio. Stessa affermazione è stata raccolta nell'indagine diretta sui bambini, seppur con un'entità più contenuta: quattro rispondenti su dieci hanno dichiarato che non è stata effettuata nessuna iniziativa di accompagnamento.

La valutazione delle attività di accompagnamento proposte vede punteggi medi particolarmente elevati da parte dei referenti scolastici (in modo particolare le visite al centro CREA), sempre superiori a 8,5. Si riscontra a questo proposito un miglioramento avvenuto nel corso degli anni, tanto che il punteggio medio si avvicina progressivamente a 9. Anche l'influenza positiva nel favorire corrette abitudini alimentari dei bambini ha ottenuto una buona valutazione (in media, 7,7).

Queste opinioni sembrano confermate anche dalle risposte dei genitori e degli stessi bambini, da cui si ottengono valori compresi fra 7 e 9.

Nell'ambito dei referenti scolastici, si è incrementata in misura rilevante la quota di rispondenti che hanno manifestato interesse verso gli incontri frontali presso le scuole (destinati alle famiglie e agli insegnanti), e che però non hanno ricevuto la proposta. Si è nel contempo ridotta la numerosità di scuole che hanno visto la realizzazione di tali attività.

Diversa è la situazione relativa alle visite presso un centro CREA, dove si osserva un aumento del livello di penetrazione presso le scuole. Più contenute sono state le variazioni nel tempo relative alle Olimpiadi della frutta, nei confronti delle quali sembra emergere un lieve calo di interesse. Da parte dei bambini che hanno partecipato alle Olimpiadi della frutta, è risultata particolarmente apprezzata la ginnastica artistica.

Fra le attività organizzate nell'ambito del Programma, è stato giudicato molto interessante l'orto nella scuola, al primo posto per gradimento sia nelle opinioni delle famiglie che in quelle dei bambini. È però la visita al centro CREA a mostrare la crescita relativa più accentuata di valutazioni positive da parte dei genitori.

Le ricadute concrete

Il 75% dei bambini, da quando la scuola partecipa al Programma "Frutta e Verdura nelle Scuole", ha la sensazione di mangiare più frutta e verdura in un giorno normale. Tra i bambini che hanno evidenziato un aumento di consumo, tre quarti ritengono che si tratti di un'evoluzione duratura.

Da parte delle famiglie, solamente un 22% di genitori ritiene che il Programma non abbia avuto effetti positivi sui consumi di ortofrutta del bambino. L'80% dei rispondenti è convinto che questo maggiore consumo dovrebbe protrarsi anche dopo la fine dell'anno scolastico.

Sono indubbiamente dati positivi, coerenti con i riscontri affiorati nell'ambito delle indagini sui referenti scolastici e sui fornitori di ortofrutta del Programma.

Il tendenziale incremento di consumo di frutta e verdura emerso dall'indagine demoscopica appositamente svolta lascia ipotizzare che si tratti di un fenomeno a cui non possono non avere contribuito, in un'ottica di medio periodo, progetti come quello in esame.

L'opportunità e l'utilità del Programma

Il quadro dei comportamenti e degli atteggiamenti nei confronti dei consumi di ortofrutta pongono in chiara evidenza come il Programma Frutta e Verdura nelle Scuole sia da ritenere **assolutamente opportuno per favorire corrette abitudini alimentari** nei bambini.

Gli obiettivi che il Programma si pone risultano del tutto coerenti con le attese, più o meno esplicite, che emergono da gran parte dei genitori.

L'ortofrutta riscuote infatti una percezione salutistica decisamente positiva, ma quote rilevanti di famiglie con bambini 6-11 anni **ritengono insufficiente il proprio consumo di frutta e verdura** e quindi sono insoddisfatte a questo proposito. Quote di insoddisfazione superiori alla media si riscontrano in modo specifico fra le famiglie coinvolte dal Programma, probabilmente per una maggiore consapevolezza raggiunta.

Ed è proprio nelle famiglie con bambini della fascia di età in questione che la frequenza di consumo della frutta e della verdura risulta inferiore alla media nazionale.

La prosecuzione del Programma è quindi indubbiamente positiva, ma deve concretizzarsi **in modo efficace da tutti i punti di vista**, altrimenti si rischia di ottenere risultati dimezzati.

I risultati ottenuti

Tutte le fasi di ricerca che sono state svolte hanno un obiettivo assolutamente prioritario: quello di fornire all'Amministrazione elementi importanti per rendere il Programma sempre più adeguato ai suoi obiettivi.

Tanti risultati sono stati raggiunti, confermati dai monitoraggi effettuati:

- i referenti scolastici si dichiarano soddisfatti dell'esperienza, e di fronte alla possibilità che il programma abbia una prosecuzione nei prossimi anni, sia i genitori che i bambini interpellati si esprimono in modo favorevole;
- tre quarti dei bambini, da quando la scuola partecipa al Programma, hanno la sensazione di consumare più frutta e verdura in un giorno normale. È un dato coerente con i riscontri affiorati dall'indagine svolta sulle famiglie, sui referenti scolastici e sui fornitori di ortofrutta del Programma.

L'indagine demoscopica appositamente svolta ha evidenziato che il saldo fra famiglie che negli ultimi anni hanno aumentato il consumo di ortofrutta e famiglie che lo hanno diminuito è positivo; questo saldo è più accentuato nelle famiglie con bambini 6-11 anni. **Si può ipotizzare che a questo fenomeno non siano estranei, in un'ottica di medio periodo, progetti come quello in esame.**

Sembrano insomma concretizzarsi diversi effetti del Programma, ma si ritiene che la strada da percorrere sia ancora rilevante.

D'altra parte, si tratta di strategie che sviluppano i propri effetti nel medio termine, sono investimenti i cui frutti potranno essere visibili nel corso degli anni.

È un Programma che può intervenire:

- sull'abitudine (che è inevitabilmente un traguardo di medio-lungo termine);
- sulla consapevolezza dell'apporto salutistico;
- sulla presentazione di situazioni di consumo in grado di fare percepire ai bambini una maggiore gradevolezza di sapori;
- sulla possibilità di rendere più accessibili i prodotti ortofrutticoli in termini di praticità.

La tempistica

Uno dei nodi critici da tenere sotto controllo e su cui apportare miglioramenti, sembra quello relativo alla tempistica di svolgimento.

Un momento di inizio del Programma troppo avanzato nell'arco dell'anno scolastico provoca una più ridotta varietà di prodotti proponibili, intensificazioni del calendario delle attività, rimodulazioni e complessità organizzative per le aziende fornitrici.

I mesi in cui il bambino consuma più frutta e verdura, peraltro, sono quelli primaverili ed estivi; occorrerebbe quindi incentivare i consumi negli altri periodi dell'anno. In questo modo **si evidenzierebbe meglio la stagionalità dei singoli prodotti** e si accentuerebbe l'attenzione prestata alla corretta alternanza delle stagioni. Si deve considerare che tra le caratteristiche più importanti a cui la famiglia presta attenzione al momento di acquistare frutta e verdura rientra proprio la stagionalità.

Inoltre, **una partenza tempestiva** consentirebbe maggiori gradi di libertà nell'inserire all'interno del percorso scolastico le attività di accompagnamento.

La chiarezza e la comunicazione

Il materiale informativo ricevuto è ritenuto adeguato da oltre il 60% dei referenti scolastici, che hanno espresso un buon giudizio sulla sua qualità. Il sito internet del Programma è conosciuto dall'87% delle scuole, e anche in questo caso il giudizio sull'efficacia del sito è positivo.

Si stima poi che un quarto di famiglie abbia notato messaggi promozionali relativi a questo Programma.

Nonostante queste cifre, **esistono spazi di miglioramento su alcuni aspetti**. Intanto, un 36% di famiglie ha indicato che il figlio non ha ricevuto nessun tipo di materiale divulgativo sul Programma. Probabilmente, una sola distribuzione a inizio attività è insufficiente.

Soprattutto, devono essere valorizzate maggiormente le valenze educative del Programma Frutta e Verdura nelle Scuole, nella sua articolazione e con tutte le attività svolte.

Deve insomma essere chiaro a tutte le parti coinvolte, bambini compresi, che il progetto non è riconducibile alla sola fornitura di frutta e verdura.

Il contorno delle attività del progetto deve essere nitido, con una maggiore demarcazione per esempio fra la distribuzione dei prodotti svolta nell'ambito del Programma e altri momenti di distribuzione dell'ortofrutta (come quello della mensa scolastica).

Questo può avvenire con adeguati supporti informativi in diverse fasi di svolgimento del progetto, compresa la fase stessa di distribuzione.

Inoltre si deve considerare che è forte l'attenzione alla provenienza dell'ortofrutta che le famiglie acquistano, ma solitamente si ritiene sufficiente che il prodotto sia italiano. Possono quindi essere opportuni **messaggi rassicuranti sulla provenienza della frutta e della verdura distribuite nell'ambito del Programma**, dove si esplicitano la regione di provenienza e i motivi della scelta (disponibilità di quantitativi importanti di prodotto, vocazione del territorio, corretto momento di maturazione).

Un equilibrato assortimento di prodotti

Secondo quanto emerso dalle indagini svolte, le preferenze accordate dai bambini sono a favore della frutta e della verdura confezionate e pronte all'uso, rispetto al prodotto intero tal quale, che può comportare difficoltà di consumazione soprattutto per classi di alunni dei primi anni.

Anche a livello domestico, il comportamento effettivo dei genitori è orientato a prodotti con un contenuto di servizio incorporato in maggior misura rispetto alla famiglia italiana senza figli 6-11 anni. Barriere a un consumo superiore di frutta e verdura fresche sono costituite dalla scarsa praticità, in una fase del ciclo di vita familiare solitamente con poco tempo a disposizione e giornate dai ritmi spesso serrati.

Ma, nel contempo, sono tutt'altro che trascurabili le valenze positive attribuite alla frutta e alla verdura fresche, in riferimento alle quali sembrerebbe emergere una sorta di delega implicita alla scuola di ciò che la famiglia, in questa fase, non sempre è in grado di fare.

È importante risolvere queste pulsioni contrastanti proponendo un equilibrato mix di tipologie, che soddisfi da un lato le esigenze di concretezza e praticità, dall'altro la ricerca delle valenze affettive e dei contenuti di natura legati al prodotto fresco.

Gli accorgimenti essenziali consistono nel limitare il più possibile il tempo intercorrente tra la preparazione dei prodotti elaborati e la loro distribuzione. Soprattutto, è importante **comunicare in modo chiaro le garanzie** di genuinità e di sicurezza che caratterizzano il processo di elaborazione.

Esperienze coinvolgenti

La qualità dei prodotti distribuiti ha ottenuto valutazioni elevate, che nell'ultima edizione sono state più alte della media dell'ultimo quinquennio nel caso della frutta, sostanzialmente in linea con la media del quinquennio per la verdura. Anche le opinioni sulle attività di accompagnamento proposte nell'ambito del Programma sono indubbiamente positive.

La qualità intrinseca dei prodotti e delle iniziative è **un requisito indispensabile** del Programma per il raggiungimento degli obiettivi.

Altrettanto fondamentale, per il radicamento nel tempo dei risultati, è la creazione di una serie di opportunità esperienziali intorno alla distribuzione della frutta e della verdura.

È importante che i bambini associno al consumo di questi prodotti una serie di **sensazioni positive**, in modo da essere successivamente incentivati alla reiterazione del consumo dal **ricordo dell'esperienza**. Per ottenere questo obiettivo, si dovrebbero proporre soluzioni che stimolino i bambini tramite diversi sensi: gusto, olfatto, vista e tatto.

Il coinvolgimento degli adulti

Il consumo di frutta e verdura da parte dei bambini è inevitabilmente condizionato dagli **atteggiamenti delle figure adulte**, principalmente genitori e insegnanti.

È quindi indispensabile prevedere tutte le strategie possibili per coinvolgere queste figure, per rafforzare (quando carente) la loro sensibilità nei confronti dell'importanza di una corretta educazione alimentare e per stimolare l'effettiva propensione a concretizzare e a facilitare il consumo di frutta e verdura da parte del bambino.

Nel limite delle risorse disponibili, si dovrebbe cercare di comprimere la quota di scuole che non vengono contattate per le attività di accompagnamento. Un esempio per tutti: nell'ambito dei referenti scolasti-

ci si è incrementata in misura rilevante la quota di rispondenti interessati agli incontri frontali presso le scuole (destinati alle famiglie e agli insegnanti) che però non hanno potuto accedere a questa attività.

Il lavoro di coinvolgimento degli insegnanti dovrebbe essere un pre-requisito di base: **solo insegnanti coinvolti positivamente** sono in grado di coinvolgere a loro volta i bambini e i genitori, trasmettendo il dovuto entusiasmo.

In linea con le finalità del progetto - che mira al consolidamento di corrette abitudini alimentari nella fascia di età scolare - le azioni di pubblicità e comunicazione del Programma sono state progettate e realizzate per raggiungere principalmente due macro obiettivi:

- fidelizzare le scuole aderenti e favorire la partecipazione al Programma da parte di quelle non ancora aderenti;
- divulgare presso il grande pubblico le iniziative realizzate dal Programma UE attraverso il Mipaaf nell'anno scolastico 2016-17.

In considerazione dei macro obiettivi, sono state progettate e realizzate azioni multitarget, concentrando l'attenzione sia sulla distribuzione dei prodotti alle scuole, sia sulle misure di accompagnamento in corso di realizzazione.

Tutte le azioni sono state condivise in fase di progettazione e di realizzazione con il CREA e approvate dal Mipaaf.

8.1. La comunicazione on-line

Il restyling del sito

La comunicazione on-line è stata indirizzata alla riprogettazione dei canali web e dei social dedicati, rivedendo sia i contenuti, sia le modalità di veicolazione.

Il restyling del sito http://www.fruttanellescuole.gov.it/ – da ritenersi obsoleto per modalità di presentazione dei contenuti, di navigazione e di fruizione – è stato realizzato attraverso un set di azioni, quali:

- riorganizzazione del menù di navigazione principale e secondario del front end, con introduzione di elementi multimediali (infografica, gif animate, video grafica animata, ecc.), in cui sono stati accolti anche i link alle azioni di accompagnamento (http://olimpiadi.fruttanellescuole.gov.it/; http://fruttanellescuole.entecra.it/);
- razionalizzazione del menù di navigazione e dei contenuti di back end, dedicati alla piattaforma di accesso per i docenti che aderiscono al Programma (mod. iscrizione e servizio);
- razionalizzazione e normalizzazione del database delle scuole che hanno aderito al Programma nell'ultimo quinquennio e progettazione del trasferimento su DWH Ismea;
- miglioramento della navigabilità da device mobile (responsive);
- restyling grafico del sito.

La riprogettazione dei social

La gestione dei social è stata razionalizzata e migliorata, grazie alla presenza di un gruppo redazionale qualificato che si è coordinato con il gruppo di lavoro tecnico scientifico, per:

- la redazione di una netiquette social;
- l'animazione di fanpage dedicata su facebook, attraverso un piano editoriale bisettimanale per il periodo maggio-luglio;
- l'apertura e la gestione di un account instagram, particolarmente adatto al target di riferimento;
- la pubblicazione di contenuti di informazione sulle tematiche del Programma;
- la pubblicizzazione degli eventi e delle iniziative previste sul territorio per la valorizzazione del Programma.

8.2. La campagna di comunicazione integrata

Allo scopo di dare ampia diffusione al pubblico – con specifico riferimento alle famiglie – degli obiettivi e dei risultati del Programma, considerati i tempi di realizzazione, è stata progettata e realizzata una campagna di comunicazione integrata attraverso concessionarie esclusiviste, ai sensi del decreto legislativo del 31 luglio 2005, n. 177 art. 41 (destinazione delle quote pubblicitarie che le Amministrazioni dello Stato devono rispettare per la comunicazione istituzionale), così ripartita tra i diversi canali:

- 50% a favore dei giornali quotidiani, periodici e radio nazionali o equiparate;
- 15% a favore dell'emittenza privata televisiva locale e radiofonica locale operante nei territori dei Paesi membri dell'Unione Europea;
- 35% a favore di altri mezzi di comunicazione di massa.

Di seguito vengono riportati i dati di diffusione attraverso i diversi media.

Lettori quotidiani e periodici (dati diffusione cartacea e digitale)

La pianificazione è stata elaborata sulla base dei dati Audipress individuando i primi due quotidiani e i loro supplementi settimanali. Le singole concessionarie hanno poi "a pacchetto" offerto delle uscite, nel caso della Gazzetta dello Sport in omaggio, aggiuntive su altri quotidiani e settimanali.

Di seguito si riportano i dati di diffusione cartacea e digitale per ciascuna testata e settimanale come da dati certificati prodotti da ADS (Accertamenti Dati Stampa) ad aprile 2017.

- **Gruppo RCS**
  - Corriere della Sera – 4 avvisi f.to maxiquadrotto colori: diffusione per ciascuna uscita 301.012;
  - La Gazzetta Dello Sport Gn – 2 avvisi f.to maxiquadrotto: diffusione 169.397;
  - Oggi – 2 avvisi pagina intera colori: diffusione per ciascuna uscita 260.003;
  - Io Donna – 2 avvisi pagina intera colori: diffusione per ciascuna uscita 285.076;
  - Sette – 2 avvisi pagina intera colori: diffusione per ciascuna uscita 301.012.
- **Gruppo Manzoni**
  - La Repubblica – 4 avvisi f.to maxiquadrotto colori: diffusione per ciascuna uscita 222.281;
  - La Stampa: 2 avvisi f.to maxiquadrotto colori: diffusione per ciascuna uscita 170.853;
  - Il Venerdì: 2 avvisi pagina intera colori: diffusione per ciascuna uscita 284.175;
  - D: 2 avvisi pagina intera colori: diffusione per ciascuna uscita 194.527;
  - L'Espresso: 2 avvisi pagina intera colori: diffusione per ciascuna uscita 267.415.

Campagna radiofonica Frutta e Verdure nelle Scuole

La pianificazione è stata effettuata sulla base dei dati di ascolto e ha previsto il coinvolgimento del network nazionale più ascoltato a livello nazionale RTL 102.5, e a livello locale di n. 2 circuiti che potessero garantire un'effettiva copertura capillare:

- CNR: una realtà che collega grandi emittenti areali e regionali fortemente radicate nel territorio, ciascuna con una propria qualificata proposta editoriale. A fare da unione il GR trasmesso ogni 30 minuti su tutte le emittenti che compongono la Rete;
- Teamradio Network Italia di cui fanno parte 7 grandi gruppi radiofonici (Radio Globo, Radio Babboleo, Radio Italia 60, Radio Studio Delta, Radio Company, Radio Number One e Radio Popolare)

Questi i dati di ascolto:

- RTL 102.5: Ascoltatori Giorno Medio 6.996.000; Radiovisione 3.500.000 ascolti al giorno;
- CNR: Ascoltatori Giorno Medio 5.497.000; ascoltatori nei 7 giorni 16.738.000 (Dati Radiomonitor 2016);
- Teamradio: Ascoltatori Giorno Medio: 1.917.000; ascoltatori nei 7 giorni 7.083.000 (Dati Radiomonitor 2016)

Campagna web

Per dare una maggiore diffusione alla campagna di informazione sono state pianificati i canali web delle testate Repubblica e Corriere.

- **Gruppo RCS**
  - Corriere.it – leaderboard home page 1 settimana: Impressions 800.010 (media giornaliera) – click 170 (media giornaliera);
  - Area tematica News (Corriere News, Lasicilia, Lasiciliaweb, Giornaledisicilia, Lagazzetta del mezzogiorno, GazzettadeIsud, L'UnioneSarda News) – leaderboard 1 settimana: Impressions 121.500 (media giornaliera) – click 108 (media giornaliera);
  - Iodonna.it – leaderboard all site 1 settimana: Impressions 800.010 (settimana) – click 317 (settimana);
- **Gruppo Manzoni**
  - Area Tematica Mamma/Bambino – formato Abbinata (skin + big) 1 settimana: Impressions 200.029 –click per Impressions 0,8%;
  - Premium News (gira su Repubblica, Stampa, Espresso e Huffington Post) – formato leaderboard 1 settimana: Impressions 2.500.273 - click per Impressions 0,16%;
  - Centocittà (Gira Su Ed. Locali di Repubblica, Finegil, Romagnanoi, Quotidiano Calabria, Quotidiano Basilicata, Quotidiano Campania, L'Adige, Metro, Cremonaonline, Corriere di Viterbo, Network Corriere dell'Umbria, Arena, Brescia Oggi, Giornale) – formato Big Rectangle 1 Settimana: Impressions 10.000.578 – click per impressions 0,14%;
- **Gruppo Piemme**
  - Home page di IlMessaggero.it, Leggo.it, IlMattino.it, IlQuot.Puglia.it, CorriereAdriatico.it, IlGazzettino.it – formato BOX TOP per 1 settimana: Impressions 2.000.015 – click 566.

Campagna circuito TV metro e TV autostrade

Per poter raggiungere il grande pubblico si è deciso di veicolare un video in computer grafica di 30'' all'interno del circuito televisivo delle metropolitane delle città di Roma, Milano e Brescia e del circuito televisivo delle Autostrade. La campagna ha avuto una durata di 4 settimane.

Di seguito si riportano i contatti certificati dalla concessionaria ClassPubblicità per la campagna Frutta e Verdura nelle Scuole:

- Circuito Telesia Metro Milano: 13.976.256
- Circuito Telesia Metro Brescia: 1.454.811
- Circuito Telesia Metro Roma: 5.131.647
- Circuito Telesia Telesia Train: 8.273.694
- Circuito Telesia Bus Milano: 4.628.871
- Circuito Telesia Highway: 12.600.000
- Circuito Telesia Maxiled: 1.215.567
- Totale contatti campagna: 47.280.846

8.3. La campagna di informazione per le scuole per la fidelizzazione e il reclutamento

Così come previsto dal progetto, l'attività di pubblicizzazione e comunicazione è avvenuta anche attraverso alcune azioni e iniziative volte a fidelizzare gli istituti già coinvolti da Frutta e Verdura nelle Scuole, oltre che a stimolare l'interesse e la partecipazione di nuove scuole per l'anno scolastico 2017-18.

Con questo obiettivo è stata organizzata la partecipazione a MacFrut (Rimini, 10-12 maggio 2017) del Mipaaf, attraverso la realizzazione di:

- Area stand Mipaaf, dedicata alla comunicazione del Programma, attraverso informazioni del personale desk, la distribuzione di brochure, gadget e materiale informativo realizzato da ISMEA;
- Area stand mostra dei prodotti ortofrutticoli, dedicata a ospitare le scuole e animata dal CREA.

Nell'ambito delle iniziative di fidelizzazione e promozione rivolte alle scuole non aderenti, oltre che stimolare la più ampia partecipazione delle scuole, è stata realizzata una campagna SEM per la promozione del progetto tramite gli strumenti Google Ad Words, Google Display Network, Retargeting volta a stimolare le adesioni al programma per l'anno scolastico 2017-2018.

Per questa campagna sono stati raggiunti i seguenti risultati:

- SEM: Impressions 169.827 e 8.056 click;
- Display: Impressions 5.643.246 e 7.361 click;
- Display Retargeting: Impressions 1.026.325 e 3.292 click.

Analogamente, è stata realizzata una campagna Facebook che ha prodotto i seguenti risultati:

- 142.430 contatti profilati (in target) con 4.574 click sul link della pagina di iscrizione.

Soprattutto in questo ambito, in considerazione dei tempi esigui disponibili per la esecuzione di alcune attività, alcune iniziative non hanno trovato realizzazione (per esempio, produzione e distribuzione gadget).

L'indagine presso gli istituti scolastici

OPINIONI SULLA RISPOSTA DEI BAMBINI ALLA DISTRIBUZIONE DELLA FRUTTA E DELLA VERDURA A SCUOLA - PER AREA GEOGRAFICA												
	NORD-OVEST		NORD-EST		CENTRO		SUD		ISOLE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Molto positiva	247	47,7%	189	41,9%	220	47,9%	307	45,7%	94	46,8%	1.057	45,9%
Abbastanza positiva	242	46,7%	232	51,4%	217	47,3%	339	50,4%	90	44,8%	1.120	48,7%
Poco positiva	23	4,4%	24	5,3%	19	4,1%	16	2,4%	17	8,5%	99	4,3%
Per niente positiva	0	0,0%	3	0,7%	1	0,2%	4	0,6%	0	0,0%	8	0,3%
Non risponde	6	1,2%	3	0,7%	2	0,4%	6	0,9%	0	0,0%	19	0,8%
Totale	**518**	**100,0%**	**451**	**100,0%**	**459**	**100,0%**	**672**	**100,0%**	**201**	**100,0%**	**2.303**	**100,0%**

GIUDIZI SULLA QUALITÀ DEL MATERIALE INFORMATIVO - PER AREA GEOGRAFICA												
	NORD-OVEST		NORD-EST		CENTRO		SUD		ISOLE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Molto buona	65	12,5%	54	12,0%	50	10,9%	70	10,4%	8	4,0%	247	10,7%
Abbastanza buona	359	69,2%	310	68,7%	288	62,7%	454	67,5%	122	60,7%	1.533	66,6%
Poco buona	38	7,3%	43	9,5%	54	11,8%	74	11,0%	33	16,4%	242	10,5%
Per niente buona	24	4,6%	16	3,5%	25	5,4%	37	5,5%	20	10,0%	122	5,3%
Non risponde	33	6,4%	28	6,2%	42	9,2%	38	5,6%	18	9,0%	159	6,9%
Totale	**519**	**100,0%**	**451**	**100,0%**	**459**	**100,0%**	**673**	**100,0%**	**201**	**100,0%**	**2.303**	**100,0%**

EFFETTUAZIONE DI CONTATTI DA PARTE DI RICERCATORI DEL CREA PER LE ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO - PER AREA GEOGRAFICA												
	NORD-OVEST		NORD-EST		CENTRO		SUD		ISOLE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Sì, e stiamo partecipando alle attività di quest'anno	155	29,9%	151	33,5%	212	46,2%	325	48,3%	99	49,3%	942	40,9%
Sì, ma siamo in lista per le attività del prossimo anno	14	2,7%	17	3,8%	21	4,6%	20	3,0%	5	2,5%	77	3,3%
Sì, ma abbiamo rifiutato di partecipare	43	8,3%	54	12,0%	26	5,7%	30	4,5%	9	4,5%	162	7,0%
No, non siamo stati contattati	278	53,6%	208	46,1%	177	38,6%	263	39,1%	78	38,8%	1.004	43,6%
Non risponde	29	5,6%	21	4,7%	23	5,0%	35	5,2%	10	5,0%	118	5,1%
Totale	**519**	**100,0%**	**451**	**100,0%**	**459**	**100,0%**	**673**	**100,0%**	**201**	**100,0%**	**2.303**	**100,0%**

VALUTAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI ACCOMPAGNAMENTO RELATIVAMENTE ALL'EFFICACIA NEL FAVORIRE CORRETTE ABITUDINI ALIMENTARI - PER AREA GEOGRAFICA	
	MEDIA
Nord-Ovest	7,7
Nord-Est	7,5
Centro	7,7
Sud	8,0
Isole	7,7
Totale	**7,7**

L'indagine presso i bambini (campione di monitoraggio)

FRUTTO MAGGIORMENTE GRADITO - PER AREA GEOGRAFICA												
	NORD-OVEST		NORD-EST		CENTRO		SUD		ISOLE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Mela	136	6,9%	103	8,5%	101	7,7%	165	7,1%	45	6,2%	550	7,3%
Pera	26	1,3%	15	1,2%	40	3,1%	76	3,3%	47	6,5%	204	2,7%
Arancia	20	1,0%	25	2,1%	50	3,8%	105	4,5%	52	7,2%	252	3,3%
Mandarino	17	0,9%	15	1,2%	45	3,4%	71	3,0%	38	5,2%	186	2,5%
Clementina	10	0,5%	12	1,0%	33	2,5%	48	2,1%	24	3,3%	127	1,7%
Fragole	229	11,5%	121	9,9%	133	10,2%	272	11,7%	90	12,4%	845	11,2%
Ciliegie	262	13,2%	132	10,8%	185	14,1%	263	11,3%	71	9,8%	913	12,1%
Amarene	13	0,7%	12	1,0%	32	2,4%	68	2,9%	20	2,8%	145	1,9%
Albicocca	46	2,3%	66	5,4%	69	5,3%	116	5,0%	20	2,8%	317	4,2%
Pesca	130	6,5%	71	5,8%	90	6,9%	144	6,2%	43	5,9%	478	6,3%
Banana	115	5,8%	67	5,5%	76	5,8%	188	8,1%	46	6,3%	492	6,5%
Melone-Anguria	354	17,8%	218	17,9%	164	12,5%	285	12,2%	119	16,4%	1.140	15,1%
Kiwi	12	0,6%	26	2,1%	24	1,8%	38	1,6%	15	2,1%	115	1,5%
Kaki (Loto)	8	0,4%	9	0,7%	10	0,8%	13	0,6%	14	1,9%	54	0,7%
Piccoli frutti	84	4,2%	53	4,4%	31	2,4%	12	0,5%	5	0,7%	185	2,4%
Fichi	37	1,9%	15	1,2%	22	1,7%	44	1,9%	12	1,7%	130	1,7%
Fico d'india	4	0,2%	3	0,2%	7	0,5%	9	0,4%	9	1,2%	32	0,4%
Uva	27	1,4%	19	1,6%	32	2,4%	28	1,2%	8	1,1%	114	1,5%
Susine	8	0,4%	4	0,3%	18	1,4%	15	0,6%	2	0,3%	47	0,6%
Altri frutti	46	2,3%	15	1,2%	10	0,8%	13	0,6%	4	0,6%	88	1,2%
Non mi piace nessun tipo di frutta	15	0,8%	14	1,2%	10	0,8%	22	0,9%	2	0,3%	63	0,8%
Non risponde	386	19,4%	202	16,6%	126	9,6%	339	14,5%	40	5,5%	1.093	14,4%
Totale	**1.985**	**100,0%**	**1.217**	**100,0%**	**1.308**	**100,0%**	**2.334**	**100,0%**	**726**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

VERDURA MAGGIORMENTE GRADITA - PER AREA GEOGRAFICA												
	NORD-OVEST		NORD-EST		CENTRO		SUD		ISOLE		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Carote	429	21,6%	208	17,1%	223	17,0%	318	13,6%	136	18,7%	1.314	17,4%
Finocchi	76	3,8%	53	4,4%	127	9,7%	225	9,6%	103	14,2%	584	7,7%
Pomodori	425	21,4%	216	17,7%	274	20,9%	409	17,5%	141	19,4%	1.465	19,4%
Sedano	12	0,6%	16	1,3%	53	4,1%	124	5,3%	39	5,4%	244	3,2%
Insalate	223	11,2%	184	15,1%	153	11,7%	337	14,4%	83	11,4%	980	12,9%
Carciofi	35	1,8%	35	2,9%	36	2,8%	100	4,3%	45	6,2%	251	3,3%
Cavoli	17	0,9%	23	1,9%	31	2,4%	43	1,8%	25	3,4%	139	1,8%
Bieta	7	0,4%	3	0,2%	18	1,4%	35	1,5%	6	0,8%	69	0,9%
Cicoria	6	0,3%	8	0,7%	12	0,9%	20	0,9%	6	0,8%	52	0,7%
Zucchine	114	5,7%	92	7,6%	75	5,7%	146	6,3%	36	5,0%	463	6,1%
Melanzane	32	1,6%	24	2,0%	27	2,1%	69	3,0%	18	2,5%	170	2,2%
Altre verdure	195	9,8%	97	8,0%	84	6,4%	68	2,9%	21	2,9%	465	6,1%
Non mi piace nessun tipo di verdura	118	5,9%	66	5,4%	50	3,8%	96	4,1%	27	3,7%	357	4,7%
Non risponde	296	14,9%	192	15,8%	145	11,1%	344	14,7%	40	5,5%	1.017	13,4%
Totale	**1.985**	**100,0%**	**1.217**	**100,0%**	**1.308**	**100,0%**	**2.334**	**100,0%**	**726**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

GRADIMENTO DEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" - PER LOTTO DI FORNITURA

	LOTTO 1 - LIGURIA, PIEMONTE, VALLE D'AOSTA		LOTTO 2 LOMBARDIA		LOTTO 3 TRENTINO-ALTO ADIGE, VENETO		LOTTO 4 - EMILIA-ROMAGNA, FRIULI-VENEZIA GIULIA, MARCHE		LOTTO 5 - LAZIO, SARDEGNA		LOTTO 6 CAMPANIA MOLISE		LOTTO 7 BASILICATA, PUGLIA		LOTTO 8 CALABRIA, SICILIA		LOTTO 9 ABRUZZO, TOSCANA, UMBRIA		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Si	753	85,6%	959	86,8%	696	86,5%	443	86,2%	994	93,8%	839	91,3%	876	96,9%	712	97,9%	563	85,8%	6835	90,3%
No	106	12,0%	124	11,2%	89	11,1%	56	10,9%	43	4,1%	64	7,0%	13	1,4%	10	1,4%	79	12,0%	584	7,7%
Non risponde	21	2,4%	22	2,0%	20	2,5%	15	2,9%	23	2,2%	16	1,7%	15	1,7%	5	0,7%	14	2,1%	151	2,0%
Totale	**880**	**100,0%**	**1.105**	**100,0%**	**805**	**100,0%**	**514**	**100,0%**	**1.060**	**100,0%**	**919**	**100,0%**	**904**	**100,0%**	**727**	**100,0%**	**656**	**100,0%**	**7570**	**100,0%**

GRADIMENTO DEL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" ANCHE PER IL PROSSIMO ANNO - PER LOTTO DI FORNITURA

	LOTTO 1 - LIGURIA, PIEMONTE, VALLE D'AOSTA		LOTTO 2 LOMBARDIA		LOTTO 3 TRENTINO-ALTO ADIGE, VENETO		LOTTO 4 - EMILIA-ROMAGNA, FRIULI-VENEZIA GIULIA, MARCHE		LOTTO 5 - LAZIO, SARDEGNA		LOTTO 6 CAMPANIA MOLISE		LOTTO 7 BASILICATA, PUGLIA		LOTTO 8 CALABRIA, SICILIA		LOTTO 9 ABRUZZO, TOSCANA, UMBRIA		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Si	741	84,2%	939	85,0%	661	82,1%	428	83,3%	978	92,3%	824	89,7%	871	96,3%	703	96,7%	547	83,4%	6.692	88,4%
No	122	13,9%	145	13,1%	123	15,3%	69	13,4%	51	4,8%	84	9,1%	15	1,7%	17	2,3%	100	15,2%	726	9,6%
Non risponde	17	1,9%	21	1,9%	21	2,6%	17	3,3%	31	2,9%	11	1,2%	18	2,0%	7	1,0%	9	1,4%	152	2,0%
Totale	**880**	**100,0%**	**1.105**	**100,0%**	**805**	**100,0%**	**514**	**100,0%**	**1.060**	**100,0%**	**919**	**100,0%**	**904**	**100,0%**	**727**	**100,0%**	**656**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

SENSAZIONE DI MANGIARE PIÙ FRUTTA E VERDURA DA QUANDO LA SCUOLA PARTECIPA AL PROGRAMMA "FRUTTA E VERDURA NELLE SCUOLE" PER ZONA DI FORNITURA

	LOTTO 1 - LIGURIA, PIEMONTE, VALLE D'AOSTA		LOTTO 2 LOMBARDIA		LOTTO 3 TRENTINO-ALTO ADIGE, VENETO		LOTTO 4 - EMILIA-ROMAGNA, FRIULI-VENEZIA GIULIA, MARCHE		LOTTO 5 - LAZIO, SARDEGNA		LOTTO 6 CAMPANIA MOLISE		LOTTO 7 BASILICATA, PUGLIA		LOTTO 8 CALABRIA, SICILIA		LOTTO 9 ABRUZZO, TOSCANA, UMBRIA		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
No	132	15,0%	197	17,8%	161	20,0%	99	19,3%	168	15,8%	161	17,5%	61	6,7%	62	8,5%	149	22,7%	1.190	15,7%
Si, un po' di più	369	41,9%	495	44,8%	341	42,4%	192	37,4%	356	33,6%	368	40,0%	265	29,3%	243	33,4%	281	42,8%	2.910	38,4%
Sì, molto di più	176	20,0%	228	20,6%	170	21,1%	99	19,3%	232	21,9%	191	20,8%	210	23,2%	120	16,5%	112	17,1%	1.538	20,3%
Si, ma solo in alcuni giorni	166	18,9%	171	15,5%	104	12,9%	83	16,1%	151	14,2%	145	15,8%	193	21,3%	66	9,1%	104	15,9%	1.183	15,6%
Non risponde	37	4,2%	14	1,3%	29	3,6%	41	8,0%	153	14,4%	54	5,9%	175	19,4%	236	32,5%	10	1,5%	749	9,9%
Totale	**880**	**100,0%**	**1.105**	**100,0%**	**805**	**100,0%**	**514**	**100,0%**	**1.060**	**100,0%**	**919**	**100,0%**	**904**	**100,0%**	**727**	**100,0%**	**656**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

L'indagine presso le famiglie

RICEZIONE DI MATERIALE DIVULGATIVO SUL PROGRAMMA -PER ZONA DI FORNITURA

	LOTTO 1 - LIGURIA, PIEMONTE, VALLE D'AOSTA		LOTTO 2 LOMBARDIA		LOTTO 3 TRENTINO-ALTO ADIGE, VENETO		LOTTO 4 - EMILIA-ROMAGNA, FRIULI-VENEZIA GIULIA, MARCHE		LOTTO 5 - LAZIO, SARDEGNA		LOTTO 6 CAMPANIA MOLISE		LOTTO 7 BASILICATA, PUGLIA		LOTTO 8 CALABRIA, SICILIA		LOTTO 9 ABRUZZO, TOSCANA, UMBRIA		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Si	548	62,3%	645	58,4%	460	57,1%	312	60,7%	701	66,1%	433	47,1%	411	45,5%	496	68,2%	295	45,0%	4.301	56,8%
No	276	31,4%	373	33,8%	276	34,3%	159	30,9%	299	28,2%	414	45,0%	435	48,1%	182	25,0%	314	47,9%	2.728	36,0%
Non risponde	56	6,4%	87	7,9%	69	8,6%	43	8,4%	60	5,7%	72	7,8%	58	6,4%	49	6,7%	47	7,2%	541	7,1%
Totale	**880**	**100,0%**	**1.105**	**100,0%**	**805**	**100,0%**	**514**	**100,0%**	**1.060**	**100,0%**	**919**	**100,0%**	**904**	**100,0%**	**727**	**100,0%**	**656**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

GIUDIZI SULLA CAPACITÀ DEL PROGRAMMA DI AUMENTARE LA TENDENZA DEL BAMBINO A CONSUMARE FRUTTA E VERDURA

	LLOTTO 1 - LIGURIA, PIEMONTE, VALLE D'AOSTA		LOTTO 2 LOMBARDIA		LOTTO 3 TRENTINO-ALTO ADIGE, VENETO		LOTTO 4 - EMILIA-ROMAGNA, FRIULI-VENEZIA GIULIA, MARCHE		LOTTO 5 - LAZIO, SARDEGNA		LOTTO 6 CAMPANIA MOLISE		LOTTO 7 BASILICATA, PUGLIA		LOTTO 8 CALABRIA, SICILIA		LOTTO 9 ABRUZZO, TOSCANA, UMBRIA		TOTALE	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
No	232	26,4%	325	29,4%	232	28,8%	95	18,5%	180	17,0%	178	19,4%	186	20,6%	45	6,2%	199	30,3%	1.672	22,1%
Si, un poco	362	41,1%	464	42,0%	342	42,5%	199	38,7%	366	34,5%	393	42,8%	360	39,8%	261	35,9%	305	46,5%	3.052	40,3%
Si, molto	199	22,6%	217	19,6%	154	19,1%	148	28,8%	287	27,1%	221	24,0%	261	28,9%	174	23,9%	92	14,0%	1.753	23,2%
Si, ma solo ogni tanto	64	7,3%	63	5,7%	42	5,2%	39	7,6%	90	8,5%	75	8,2%	51	5,6%	48	6,6%	37	5,6%	509	6,7%
Non risponde	23	2,6%	36	3,3%	35	4,3%	33	6,4%	137	12,9%	52	5,7%	46	5,1%	199	27,4%	23	3,5%	584	7,7%
Totale	**880**	**100,0%**	**1.105**	**100,0%**	**805**	**100,0%**	**514**	**100,0%**	**1.060**	**100,0%**	**919**	**100,0%**	**904**	**100,0%**	**727**	**100,0%**	**656**	**100,0%**	**7.570**	**100,0%**

NOTE

NOTE

NOTE

NOTE

NOTE

NOTE

NOTE

Programma Comunitario

Frutta e Verdura nelle Scuole

anno scolastico 2016 • 2017

Il Monitoraggio del Programma

Agosto 2017