Food: Edenred per un'alimentazione bilanciata

mixerplanet-img-food1-966ba527

Edenred® presenta gli ultimi risultati del Progetto europeo FOOD per promuovere un’alimentazione bilanciata durante la pausa pranzo

FOOD è un consorzio pubblico-privato coordinato da Edenred che ha l’obiettivo di studiare il crescente fenomeno dell'obesità in Europa attraverso un approccio originale che coinvolge ristoratori, aziende e lavoratori di 7 paesi europei (Belgio, Francia, Italia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Spagna e Svezia). I ricercatori impegnati hanno lavorato a stretto contatto per più di tre anni con l'obiettivo di promuovere i principi di un'alimentazione bilanciata.

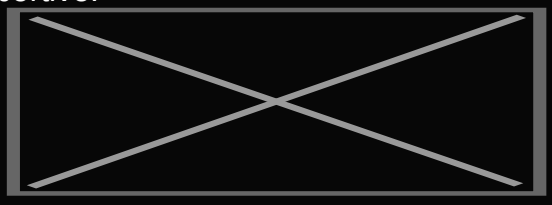
Le abitudini alimentari degli italiani durante la pausa pranzo

Dagli ultimi dati (2012) della ricerca realizzata nell’ambito **FOOD, progetto lanciato quattro anni fa,** che ha visto coinvolti 832 ristoranti e 6324 lavoratori, è emerso che in Italia, il **30% dei lavoratori italiani consuma il pranzo in un ristorante** e il **15% mangiando un panino al bar**. Tra chi sceglie di passare la pausa pranzo in ufficio, il **41%**, si porta il **pasto da casa;** il 13% torna a casa per la pausa mentre solo il 5% dei lavoratori dichiara invece di non avere tempo per fare una pausa durante la giornata lavorativa.

Nella preferenza di un locale o ristorante, entrano in gioco diversi criteri. La **distanza dall’ufficio** è il primo fattore di scelta, seguito dalla **rapidità del servizio**, dal **prezzo** e dalla **varietà del menù**. A seguire, gli altri criteri di selezione sono la qualità nutritiva delle pietanze offerte e la capacità del personale all'interno dei bar e ristoranti di informare circa le proprietà nutritive degli alimenti.

Per quanto riguarda la scelta del menù, emerge come dato evidente anche il desiderio da parte del consumatore di mangiare secondo i propri gusti (49,5%). I lavoratori hanno inoltre dichiarato che per mantenere un’alimentazione equilibrata, le aziende dovrebbero fornire gratuitamente acqua e frutta fresca a tutti i dipendenti. Infine, la ricerca ha rivelato che i lavoratori vorrebbero ricevere dalle loro aziende maggiori informazioni e consigli per mantenere una dieta sana ed equilibrata e la possibilità di

usufruire di strutture sportive.

1. Il progetto FOOD 

La ricerca sui bisogni e sulle aspettative.

Dopo aver realizzato un inventario dei programmi esistenti per conoscere e capire meglio i fabbisogni di ogni singolo paese, sono state condotte nel corso degli anni due distinte indagini destinate a dipendenti e ristoranti.

INDAGINE QUANTITATIVA commissionata a CIRIHA, centro di ricerca belga per la salute alimentare, gli uffici Edenred dei paesi membri si sono occupati di distribuire i questionari mentre i risultati sono stati analizzati dall'Istituto Paul Bocuse.

INDAGINE QUALITATIVA su un campione di *45 ristoratori in 12 paesi*. Le indagini evidenziano gli stereotipi diffusi inerenti i principi di una corretta alimentazione, sia da parte dei ristoratori sia da parte dei consumatori. Spesso, i rispondenti affermano che il cibo sano è più costoso e più laborioso da preparare, che ha poco gusto, che è simile a prodotti dietetici e che non appartiene alla tradizione gastronomica del proprio paese. Tuttavia, la grande maggioranza degli chef (90%) riconosce il ruolo decisivo del piatto salutare, in particolare uno su due vorrebbe seguire training e corsi pratici per essere informato sulle buone pratiche ed il 44% sostiene che la domanda da parte dei consumatori di cibo sano sia in aumento.

2. Le guide per ristoratori e consumatori

Il secondo step ha previsto la realizzazione di una guida di consigli pratici per i ristoratori al fine di aiutarli a rendere i menù più sani, senza costi aggiuntivi.

Alcuni suggerimenti per i RISTORATORI:

- Scegliere metodi di cottura che riducono l'impiego di grassi (prediligere la cottura a vapore, al forno o su grill).
- Non lasciare i contenitori del sale a disposizione sui tavoli (Belgio).
- Servire sistematicamente acqua del rubinetto (Francia).
- Proporre i piatti in due modalità: normale o piccola (Italia).

- Proporre più cereali, verdure e frutta, prodotti regionali e di stagione, conditi con olio di oliva ed olio di semi di colza (Repubblica Ceca).
- Indicare chiaramente i piatti maggiormente sani all'interno dei menù (Spagna).
- Creare dei vassoi che raffigurano il pasto completo e bilanciato (Svezia).

Alcuni suggerimenti per i CONSUMATORI:

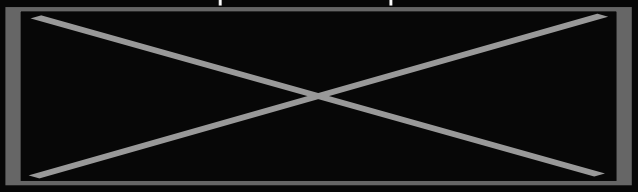
- Assaggiare il cibo prima di aggiungere sale e/o provare altri condimenti.
- Diminuire l'uso di grassi e scegliere preferibilmente quelli vegetali.
- Limitare il consumo di grassi saturi (che aumentano il rischio di malattie cardiovascolari) con grassi insaturi come olio di oliva.
- Mangiare almeno 5 porzioni di frutta e verdura ogni giorno.
- Preferire dessert a base di frutta fresca o, in alternativa, yogurt e latticini.
- Scegliere metodi di cottura che richiedono pochi grassi (al forno, al vapore o alla griglia).
- Bere preferibilmente acqua durante il pranzo.

3. Gli strumenti di comunicazione

Il programma ha previsto l'implementazione di vari strumenti per facilitare la divulgazione e l'impiego dei suggerimenti **FOOD** sia verso la rete dei ristoranti sia presso gli utilizzatori. In particolare, il sito pan-europeo **www.food-programme.eu** rappresenta un canale utile dove poter scaricare in maniera gratuita guide pratiche e schede informative. Per identificare più facilmente i ristoranti aderenti a **FOOD** ed impegnati nella diffusione del programma, è stato spedito un certificato e una vetrofania da esporre all'interno del proprio locale. Il programma è stato inoltre pubblicizzato attraverso i carnet Ticket Restaurant®. Nel complesso, sono state attivate 85 iniziative di comunicazione che hanno permesso di raggiungere 350.000 ristoratori e più di 4.000.000 utenti tra tutti i paesi aderenti.

4. Sviluppare il programma e condividere best practices.

Il progetto **FOOD** è stato finanziato fino ad aprile 2011 dall'Unione Europa. In seguito, le aziende coinvolte su iniziativa di Edenred, hanno scelto di proseguire in piena autonomia ma sempre alla ricerca di nuovi partner che possano rafforzare il valore e le iniziative del consorzio.



Edenred, *inventore del Ticket Restaurant® e leader mondiale nei buoni servizio prepagati per le imprese, elabora e sviluppa soluzioni destinate al*

benessere dei dipendenti e ad ottimizzare l'efficienza di aziende e collettività. Le soluzioni proposte da Edenred garantiscono che le risorse stanziate dalle imprese vengano destinate ad un'utilizzazione specifica e permettono di gestire:

- ***i vantaggi per i lavoratori dipendenti*** *(Ticket Restaurant®, Ticket Alimentación, Ticket CESU, Childcare Vouchers…)*
- ***le spese professionali*** *(Ticket Car, Ticket Clean Way, Repom…)*
- ***gli incentivi e i bonus*** *(Ticket Compliments, Ticket Kadéos…)*

Il Gruppo assiste inoltre la Pubblica Amministrazione e le istituzioni private nella gestione dei loro ***programmi di interesse sociale.***

Quotata alla Borsa di Parigi, Edenred è presente in 40 paesi con circa 6.000 collaboratori, al servizio di 610.000 imprese ed enti pubblici, e con 38 milioni di utilizzatori e 1,3 milioni di esercizi affiliati. Nel 2012, Edenred ha emesso buoni per 16,7 miliardi di euro, di cui oltre il 61% nei paesi emergenti.
Ticket Restaurant® e gli altri nomi di prodotti e servizi proposti da Edenred sono marchi depositati di proprietà del gruppo Edenred.