



• CLIVIO BALDORI

A scuola, in ospedale, alla stazione e in ufficio, ma anche in biblioteca, al museo o in palestra. Ormai sono un po' dappertutto. Basta avere in tasca la moneta giusta e a placare sete e fame ci pensa uno degli 800mila distributori automatici presenti in Italia.

Peccato che, nella maggior parte dei casi, i 20 milioni di persone che ricorrono a queste macchinette devono accontentarsi di merendine e snack carichi di grassi e zuccheri o di bibite gasate e ipercaloriche.

Eppure, secondo un sondaggio realizzato re-

INVECE CHE MERENDINE E SNACK

Dal distributore frutta e panini

centemente dalla Coldiretti, per 4 italiani su 10 mangiare in modo salutare è il primo obiettivo da perseguire nel corso del 2007. Come conciliare, allora, il desiderio di uno stile alimentare equilibrato e la difficoltà di reperire in modo veloce e immediato uno spuntino leggero e magari pieno di vitamine?

Una soluzione c'è: utilizzare distributori automatici che vendono frutta fresca, verdure di stagione, yogurt e panini genuini come quelli che si comprano negli alimentari.

A scegliere questa strada sono già molte amministrazioni locali. L'ultima in ordine cronologico è stata la Regione Veneto. La Giunta guidata da Giancarlo Galan, la scorsa settimana, ha approvato il progetto Nutrivending, che partirà in via sperimentale in scuole e imprese locali. "Per un anno", ha dichiarato l'assessore alla Tutela del consumatore, sicurezza alimentare e servizi veterinari, Elena Donazzan, "verrà offerta la possibilità di acquistare attraverso i distributori automatici macedonia di frutta di stagione, succo di frutta e yogurt in sostituzione delle solite merendine industriali preconfezionate. A questo verrà affiancata una ricca attività informativa in tema di alimentazione e attività motoria".

Un progetto molto simile è stato lanciato lo

scorso anno anche in Emilia-Romagna. Capofila, in questo caso, è stata la città di Modena. Qui, grazie all'impegno del Coordinamento nazionale marketing sociale, dell'Ausl, dell'associazione Federconsumatori e di Confida (l'associazione aderente a Confcommercio che rappresenta la distribuzione automatica), sono state elaborate linee di indirizzo per i capitolati d'appalto nella distribuzione automatica degli alimenti, ovvero linee guida condivise che possono essere adottate dalle aziende e dalle amministrazioni interessate al progetto. "Il nostro obiettivo è favorire la promozione della salute e prevenire l'obesità", commenta Giuseppe Fattori, responsabile del Coordinamento nazionale marketing sociale, "aumentando l'offerta di alimenti freschi, come macedonia, yogurt con fermenti lattici attivi, panini al prosciutto, prodotti locali, biologici ed equosolidali".

Gli obiettivi sono mangiar bene ed educare a uno stile di vita sano. Parole d'ordine adottate recentemente anche dalle aziende che producono bibite. L'Assobibe che le rappresenta solo un paio di mesi fa ha stilato un codice di autoregolamentazione che, oltre alla realizzazione di etichette con informazioni nutrizionali complete, al sostegno di programmi educativi e alla rinuncia della pubblicità diretta ai minori, prevede il rifiuto di vendere direttamente, anche attraverso distributori automatici, i propri prodotti nelle scuole elementari di tutta Italia.