



## COMUNICATO STAMPA

**Un milione di bambini italiani (tra i 6 e gli 11 anni) in sovrappeso o obesi, il che fa dell'Italia il primo Paese in Europa per dimensioni del problema.**

**COOP, la prima insegna della grande distribuzione in Italia, sotto la supervisione di un autorevole Comitato Scientifico composto da Ecog ( European Childhood Obesity Group) e Sio (Società Italiana dell'Obesità), lancia una campagna per una corretta alimentazione dell'infanzia: una nuova linea di prodotti "virtuosi" destinati ai bambini (la linea CLUB 4-10), sviluppati seguendo le regole contenute nelle "Linee guide Coop per una corretta alimentazione dell'infanzia" - tra cui una merendina "rivoluzionaria" -, un'etichetta nutrizionale ad hoc, un sito web dedicato al tema.**

L'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità) stima che in Europa l'obesità interesserà, entro il 2010, 150 milioni di adulti e 15 milioni di bambini. In Italia un'indagine condotta appena un anno fa nelle scuole italiane dal Ministero del Lavoro e della Salute coordinata dall'Istituto Superiore di Sanità su un campione di circa 46.000 bambini di terza elementare di 18 regioni italiane, ha concluso che il 23,6% dei bambini è sovrappeso ed il 12,3 è obeso. Riportando questi valori a tutta la popolazione italiana di età compresa fra 6 e 11 anni, si stima che oltre un milione di bambini possano essere sovrappeso od obesi: il che fa dell'Italia il primo paese europeo per dimensioni del problema. La questione è ancora più spazzante se si pensa che 4 genitori su 10 di bambini in sovrappeso non sembrano accorgersene, né prendono in considerazione la necessità di una migliore alimentazione unita ad un'adeguata attività fisica. E' oramai un problema di sanità pubblica di portata mondiale tanto che gli esperti hanno coniato il termine "globesity".

Il corretto stile di vita, in particolare l'attività fisica e le buone abitudini alimentari sin dall'infanzia, sono le condizioni necessarie affinché i bambini possano crescere sani e non abbiano problemi di sovrappeso.

Coop, la più grande insegna della grande distribuzione italiana e al tempo stesso organizzazione di consumatori (può contare su una base di oltre 7 milioni di soci), torna ad occuparsi del tema e dopo precedenti e storiche iniziative di educazione al consumo consapevole e ad una sana alimentazione, lancia nella seconda metà del 2009 (da giugno a dicembre) una nuova campagna per una corretta alimentazione dell'infanzia. Lo fa con iniziative concrete che vogliono incidere sui comportamenti dei singoli e al tempo stesso avviare attività di emulazione da parte degli altri competitor. Lo fa facendosi affiancare nell'impresa dalla supervisione di un autorevole Comitato Scientifico composto da ECOG (European Childhood Obesity Group: ovvero l'organismo europeo più autorevole che ha come obiettivi la protezione e promozione della salute dei bambini) e SIO (Società Italiana dell'Obesità: una delle più importanti società scientifiche che si occupano in specifico del tema obesità).

Tra le prime iniziative attuate la stesura delle "Linee guida Coop per una corretta alimentazione dell'infanzia" a cui segue la creazione di una merendina rivoluzionaria nella formula nutrizionale. Una sorta di simbolo di una nuova linea dedicata esclusivamente ai bambini dai 4 ai 10 anni di età, denominata Club 4-10, che progressivamente verrà introdotta sugli scaffali degli oltre 1300 punti vendita Coop in tutta Italia.

**La merendina “rivoluzionaria”-** E’ il primo nato dei prodotti del Club 4-10. Una tortina fatta di farina, zucchero, uova fresche e frutti in 2 gusti (albicocca e ciliegia): la ricetta prevede come per tutti i prodotti a marchio Coop l’assenza di coloranti, di grassi idrogenati e di ogm. Ma c’è ancora di più: rispetto alle merendine più vendute, la tortina Coop ha la percentuale più alta di frutta (21,3%) la percentuale più alta di fibre (albicocca 9,3% e ciliegia 10,5%) che contribuiscono ad abbassare l’indice glicemico del prodotto, il minor apporto calorico (meno di 300 kcal per 100 g) , non ha sale, gli aromi utilizzati sono esclusivamente naturali ed è l’unica che non ha grassi aggiunti. La merendina è stata sviluppata per garantire al bambino un adeguato apporto nutrizionale e si è riusciti ad ottenere un ottimo risultato organolettico. Come è naturale il prodotto, è semplice anche il packaging. Niente cartoons né gadget, ma una semplice lavagna dove sono disegnati seguendo una formula matematica gli ingredienti del prodotto: albicocca (o ciliegia) + uova + farina = tortina.

**Il Club 4-10 e le altre iniziative Coop-** Ma la tortina è solo il primo di una serie di prodotti che progressivamente compariranno a scaffale. A regime circa 40 referenze molte delle quali destinate alle occasioni di consumo fuori pasto, tutte progettate con profilo nutrizionale adeguato.

Coop inoltre si impegna anche a riformulare i prodotti a marchio già esistenti, specificamente destinati ai bambini, seguendo i nuovi criteri della Linea Guida redatta da Coop e supervisionata dal Comitato Scientifico; qualora la riformulazione non fosse possibile, i prodotti ritenuti non conformi alle Linee Guida verranno eliminati dall’assortimento. Infine per quei prodotti destinati agli adulti ma consumati anche dai bambini, che possono creare difficoltà nella composizione equilibrata della loro dieta, Coop si impegna ad identificare delle modalità per suggerirne un consumo moderato.

Tra le iniziative progettate per sensibilizzare ed informare sul tema del sovrappeso e dell’obesità infantile, è previsto a breve il debutto di un nuovo sito tematico al di fuori del sito istituzionale [www.e-coop.it](http://www.e-coop.it). Obiettivo di questo portale, anch’esso gestito in collaborazione con il Comitato Scientifico, è quello di diventare un autorevole punto di riferimento sul web per chiunque sia interessato ad approfondimenti in materia. Un pool di esperti (pediatri, nutrizionisti etc.) sarà disponibile per fornire informazioni e consulenza specifica.

**L’etichetta nutrizionale** – Tutta la linea Club 4-10 adotterà una nuova e specifica etichettatura che dovrà comprendere le seguenti informazioni: tabella nutrizionale per 100 g e per porzione, relativa a: valore energetico, proteine, carboidrati, zuccheri, grassi totali e grassi saturi, fibre e sodio.

Ove possibile saranno inserite anche le GDA Guidelines Daily Amount (quantità giornaliere indicative) che indicano in grammi ed in percentuale il contributo di una porzione dell’alimento rispetto alle quantità giornaliere suggerite di calorie, zuccheri , grassi totali, grassi saturi e sodio, i nutrienti cioè da tenere più sotto controllo per un’alimentazione equilibrata del bambino.

**Roma, 17 giugno 2009**

---

**Per informazioni:**

**Silvia Mastagni – responsabile ufficio stampa Coop**

**Tel. 06 441811 – 335 7884168 – [silvia.mastagni@ancc.coop.it](mailto:silvia.mastagni@ancc.coop.it)**