Wellness Report

January 2012

Etichetta: una bussola per il consumatore

L'etichetta rappresenta per il consumatore la vera e propria carta di identità di un prodotto; in particolare, per i prodotti alimentari è una **bussola fondamentale** per conoscerne le proprietà organolettiche, nutrizionali e di conservazione.

Il **nuovo regolamento UE** 1169/2011 sulle diciture delle etichette alimentari rappresenta un'evoluzione verso una maggiore trasparenza che coinvolge tutti gli operatori. Dallo scorso 22 novembre, le nuove regole impongono infatti l'indicazione sulla confezione di **informazioni nutrizionali** fondamentali e di impatto sulla **salute**, l'evidenziazione della presenza di **allergeni**, il divieto di indicazioni fuorvianti e una **dimensione** minima delle etichette per renderle più facilmente leggibili.

EDITORIALE

Con l'inizio del 2012, torna rinnovata nel formato e nei contenuti, la newsletter di **Nestlé Italia: Wellness Report.**

In queste pagine vogliamo condividere le ricerche condotte a livello internazionale, nel centro di Vevey, i progetti locali di comunicazione e i temi di attualità nel campo della nutrizione, della salute e del benessere.

Questo appuntamento mensile vuole essere uno strumento di aggiornamento e stimolo al confronto. Eventuali spunti e suggerimenti saranno quindi i benvenuti scrivendo all'indirizzo **relazioni.esterne@it.nestle.com**

Partiamo, in questa edizione, parlando di etichettatura, argomento tornato alla ribalta con la pubblicazione del nuovo regolamento UE.

A tutti buona lettura,

Manuela Kron
Direttore Corporate Affairs
Gruppo Nestlé in Italia

Segue a pag. 2

Segue da pag. 1

Con il nuovo regolamento dell'UE uno stimolo alla trasparenza

Mentre permangono i dubbi tra i tecnici sulla validità delle disposizioni nazionali italiane non menzionate dal nuovo regolamento - il testo europeo non contempla ad esempio la dicitura sulla sede dello stabilimento di produzione - si ampliano le riflessioni sulle potenzialità dell'etichetta quale efficace veicolo di comunicazione e biglietto da visita dell'azienda nelle mani del consumatore.

A dimostrarlo i dati dell'ultima edizione dell'**Osservatorio ADI-Nestlé** che evidenziano come gli italiani siano attenti a ciò che mettono nel carrello:

¨ solo il **4%** non legge le etichette,

¨ **l'88%** non si lascia sfuggire la data di scadenza, prima informazione ricercata dal pubblico,

¨ il **73%** legge la lista degli ingredienti,

¨ circa il **37%** delle donne si tiene informato e legge sempre le indicazioni sulla confezione mentre gli uomini si fermano al **27%**.

¨Tuttavia, oltre alle indicazioni base, sempre più spesso i consumatori sono alla ricerca di informazioni aggiuntive come i consigli nutrizionali (letti da 2 rispondenti su 10).

Proprio in quest'ottica va visto il modello creato da Nestlé: il **Nutritional Compass®**, una mappa per orientare le scelte del consumatore nell'ottica di un'azienda che, in quanto leader nel settore, deve svolgere anche un ruolo pedagogico e di 'partner nutrizionale'.

Alla base di questa evoluzione dell'etichetta vi è l'assunto che ogni consumatore abbia un grado di attenzione limitato e che perciò sia necessario trovare modalità efficaci per catturare la sua attenzione il più a lungo possibile.

Il Nutritional Compass® è quindi il risultato di un approccio innovativo nella comunicazione nutrizionale.

Un risultato raggiunto grazie ad un lavoro di équipe dal Nestlé Research Center, che ha coinvolto **nutrizionisti, creativi, linguisti, psicologi della percezione e neuroscienziati per individuare le forme, i colori e le parole più adatte a trasmettere i contenuti.**

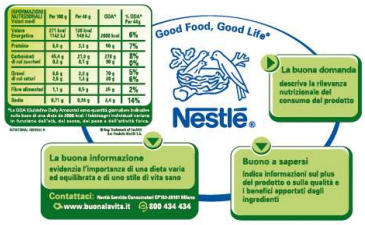
Una bussola che oggi si trova riprodotta sul 97% dei prodotti dell'azienda per invogliare a una dieta bilanciata e sana.

Il Nutritional Compass

Il Nutritional Compass® è lo strumento informativo di Nestlé per facilitare la lettura delle etichette poste sui prodotti. Accanto alle tabelle nutrizionali, indica:

"La buona Domanda" introduce con un linguaggio diretto e semplice la rilevanza nutrizionale del consumo del prodotto

"Buono a sapersi" indica informazioni sul plus del prodotto o sulla qualità e i benefici apportati dagli ingredienti



"La buona informazione" che cambia a seconda dell'alimento ed evidenzia l'importanza di una dieta varia ed equilibrata e di uno stile di vita sano.

La sezione **"Contattaci"** contiene i riferimenti per parlare direttamente con un Nutrizionista messo a disposizione dei consumatori e rimanda ai siti di prodotto e al sito **www.buonalavita.it**

Newsletter di Nestlé Italiana
www.nestle.it
In collaborazione con Edelman
Per ricevere Wellness Report, scrivere a:
relazoni.esterne@it.nestle.com