

AGGIORNAMENTO SCIENTIFICO

LE BIBITE ZUCCHERATE SPIEGATE AI RAGAZZI

Informare i giovani acquirenti sul contenuto calorico delle bibite zuccherate potrebbe migliorare il comportamento di acquisto. I cartelli informativi posti in negozio potrebbero infatti portare a una riduzione delle quantità acquistate, alla sostituzione con una bibita ipocalorica o al non acquisto, anche dopo che i cartelli sono stati rimossi.

Il risultato è contenuto in uno studio pubblicato sull'*American journal of public health*, condotto in sei punti vendita in quartieri a basso reddito di Baltimora, nel Maryland, negli Stati Uniti, dal 2012 al 2013.

I ricercatori volevano capire come gli adolescenti modificano il tipo e la dimensione dei loro acquisti di bevande zuccherate (SSB) in presenza di cartelli informativi sul contenuto calorico, posti nei negozi. Hanno anche valutato se gli effetti persistono dopo la rimozione dei cartelli.

Nel test sono stati usati cartelli informativi di tipo diverso: calorie assolute, l'equivalente in cucchiaini di zucchero, i minuti di corsa o i chilometri di cammino necessari allo smaltimento delle calorie contenute nella bibita.

I ricercatori hanno raccolto i dati di 4516 acquisti da parte degli adolescenti neri, anche all'inizio dello studio e dopo il test, quando sono stati rimossi i cartelli.

Si è scoperto che fornire informazioni sul contenuto calorico riduce significativamente il numero di calorie totali da bibite, la probabilità di acquistare una SSB e la probabilità di acquistare una SSB da mezzo litro oppure superiore.

Dopo aver rimosso i cartelli, la quantità, il volume e il numero di calorie da SSB sono rimasti inferiori ai valori pre-test.

Fonte:

Bleich, Sara N., et al. "Reducing Sugar-Sweetened Beverage Consumption by Providing Caloric Information: How Black Adolescents Alter Their Purchases and Whether the Effects Persist." American journal of public health 104.12 (2014): 2417-2424.