



Regione
Lombardia

ASL Monza e Brianza

Dipartimento di Prevenzione Medica
Servizio Igiene degli Alimenti e della Nutrizione

Linee guida per la stesura del capitolato d'appalto per distributori automatici di alimenti e bevande

Miglioramento della qualità nutrizionale dei prodotti offerti



- ❑ Premessa
- ❑ Marketing mix
- ❑ Prerequisiti
- ❑ Parametri economici e di qualità per l'attribuzione del punteggio
- ❑ Elenco prodotti e caratteristiche merceologiche
- ❑ Tutela della qualità e verifiche del servizio
- ❑ Formazione del personale

Promuovere stili di vita ed ambienti favorevoli alla salute” è uno degli obiettivi prioritari del Programma Europeo “Guadagnare Salute”, basato sull’informazione, sulla comunicazione e su specifiche iniziative di prevenzione.



Gli “Stili di vita” scorretti (alimentazione non equilibrata e sedentarietà) sono i principali responsabili dell’obesità e del sovrappeso, e si correlano alle patologie croniche non trasmissibili. Tali patologie sono divenute un impegno imprescindibile per i Governi dei Paesi Europei, poiché coinvolgono gran parte della popolazione

mondiale, adulti, ma anche giovani e bambini e hanno un impatto rilevante sui servizi sanitari, sul sistema sociale e sull’economia.

In questi ultimi decenni, la nuova organizzazione sociale ha favorito il diffondersi dei “fast food” ed il consumo di snack ad alto contenuto calorico, di sale, di grassi e di zuccheri, ma a basso costo; tale elemento ne ha favorito un consumo diffuso a spese dei cibi freschi, di frutta e verdura. Infatti buona parte della popolazione europea non consuma la quantità di frutta e verdura raccomandata (5 porzioni di frutta e verdura al giorno).

E’ indispensabile pertanto far fronte al problema, mettendo in campo efficaci interventi di prevenzione. La distribuzione automatica di snack salutari, se è anche accessibile in termini di costi ed accompagnata da un’adeguata informazione, risulta uno degli strumenti privilegiati, perché permette di favorire scelte alimentari consapevoli, orientare i consumi e raggiungere quotidianamente un elevato numero di persone in diversi luoghi di aggregazione. La Strategia Globale del Programma Europeo “Guadagnare Salute” raccomanda per una buona efficacia degli interventi, un approccio multisettoriale, e che tutte le parti interessate nella gestione della sanità sia direttamente sia indirettamente (istituzioni, enti locali, parti sociali, scuole, aziende ecc) elaborino piani di intervento sinergici, perché non si può demandare solo ai singoli individui l’adozione volontaria di pratiche salutiste.

Il Marketing mix

Si caratterizza per l'innovativo utilizzo del marketing sociale, che pone, a fianco delle attività di comunicazione per la salute, interventi sul prodotto, sui canali di distribuzione e sul prezzo.

Il marketing sociale viene definito come *“l'utilizzo di principi e tecniche di marketing per influenzare i destinatari ad accettare, rifiutare, modificare o abbandonare in modo volontario un comportamento al fine di ottenere un beneficio per singoli cittadini, gruppi di persone o la società nel suo complesso.”*

Nel campo della prevenzione e della promozione della salute, il marketing sociale, attraverso strategie integrate di marketing mix, intende ridurre tutte quelle barriere che ostacolano la scelta consapevole e l'assunzione di sani stili di vita, associando ad attività di comunicazione, interventi strutturali.

Le attività del marketing mix si possono esprimere in:

Informazione, educazione e sensibilizzazione su sani stili di vita

mediante: utilizzo di bicchieri di plastica con slogan di sensibilizzazione, manifesti, locandine, animazione del punto vendita con adesivi sul pavimento per favorire l'individuazione del distributore e per stimolare l'interesse e sui prodotti salutari per renderli facilmente distinguibili da quelli tradizionali.

- ❑ SCIA
- ❑ Piano di autocontrollo (HACCP)
- ❑ Progetto del servizio e sulle sue modalità di svolgimento.
- ❑ Piano delle forniture, frequenza, continuità e tempistica di rifornimento dei prodotti.
- ❑ Modalità di assistenza tecnica e sistemi di trattamento di igiene degli impianti.
- ❑ Etichettatura

Parametri economici e di qualità per l'attribuzione del punteggio

Il servizio verrà aggiudicato con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa (ai sensi dell'articolo dell'art. 83 del D.Lgs n. 163/06 e s.m.i; Dlgs 17 marzo 1995 n° 157 art. 23) con l'attribuzione di 100 punti (30 punti per l'offerta economica e di 70 punti per l'offerta tecnico-qualitativa).

Offerta economica (30 PUNTI)

Canone qualora l'offerta della ditta sia riferita al canone di concessione dei locali per l'installazione dei distributori automatici si farà riferimento all'offerta più alta.

All'offerta con il prezzo più alto verrà attribuito il punteggio maggiore, mentre alle restanti offerte saranno attribuiti punteggi proporzionalmente inferiori.

Prezzo: all'offerta più bassa della media dei prezzi riferita a ciascuna tipologia di prodotti erogati verrà attribuito il punteggio maggiore. Il prezzo dei prodotti deve essere garantito per la durata dell'appalto.

QUALITA' (70 PUNTI)

Relativamente all'offerta tecnico-qualitativa, il totale dei punti assegnati è costituito dalla somma dei punteggi delle singole valutazioni tecniche attribuite dalla commissione giudicatrice avendo come riferimento la Tabella Parametri di Qualità.

Si precisa che, qualora il servizio presentato avesse punteggio qualità inferiore a 35 punti, il servizio proposto sarà considerato insufficiente e pertanto non parteciperà alle fasi successive della presente gara.

- 20% del distributore deve essere dedicato all'H₂O, naturale o effervescente
- 60% a prodotti freschi, preferibilmente di provenienza nazionale, a filiera corta
- 20% a prodotti a lunga durata (crackers, merendine, grissini)
- Altre bevande che rappresentano alimenti da premiare/favorire sono il latte UHT, succhi di frutta 70% frutta e spremute 100% frutta.

Rappresenta un ulteriore aspetto migliorativo l'assenza di prodotti quali grassi vegetali generici, olio di palma o di cocco, acidi grassi idrogenati; di prodotti salati o con contenuto di sodio > 0,4g per porzione, di bibite gasate o comunque dolci.

Nell'ambito dell'aspetto qualitativo il gestore può proporre prodotti in linea con indicazioni o progetti ministeriali e quindi essere premiato in sede di aggiudicazione di appalto.

PARAMETRI DI QUALITA'

PARAMETRO	PUNTEGGIO
Certificazione UNI EN ISO 9001/2008	0 - 3
Attestato di appartenenza a CONFIDA o associazione analoga	0 - 3
Tipologia di distributori automatici e loro descrizione, con preferenza a quelli refrigerati, ECO compatibili e a basso dispendio energetico, di ultima generazione.	0 – 5 Presenza di schede tecniche dettagliate, illustranti tali caratteristiche: 5 punti Assenza di tali caratteristiche: 0 punti
Raccolta differenziata dei rifiuti, con disponibilità di contenitori per la differenziazione e /o bicchieri o contenitori biodegradabili	0 – 5 punti Presenza di tali ausili: 5 punti Assenza: 0 punti
Utilizzo di prodotti nutrizionalmente e qualitativamente migliorativi: ❑ Frutta e verdura fresche, proposte in maniera accattivante in modo da indurre il consumatore al consumo. Meglio i prodotti conservati in atmosfera modificata. ❑ H₂O naturale o effervescente naturale e, in alternativa, succhi di frutta senza zuccheri aggiunti e con 70% di frutta; spremute 100% frutta ❑ Yogurt intero o parz. scremato, con frutta o cereali; yogurt con fermenti lattici attivi; brick di latte UHT ❑ Prodotti da forno: crackers non salati in superficie, grissini non salati. I grassi aggiunti devono essere olio extravergine d'oliva o oli monoseme.	0 – 20 Punteggio assegnato a discrezione della Commissione Esaminatrice Assenza del requisito: 0 punti

PARAMETRO	PUNTEGGIO
❑ Merendine e dolci in genere: semplici, derivati dalla tradizione dolciaria italiana, a base di pan di spagna, pasta frolla, marmellata (ad es. crostata). Il contenuto calorico non deve essere superiore a 150Kcal per porzione, quello di grassi non superiore a 5g per porzione e quello di sodio a 0,4g per porzione. I grassi aggiunti devono essere olio extravergine d'oliva o oli monoseme. Assenza di aromi e coloranti artificiali. ❑ Formaggio: preferibilmente DOP. No formaggi fusi e con polifosfati aggiunti ❑ Salumi: prosciutto crudo/cotto DOP, senza polifosfati aggiunti, senza lattosio e glutine. Grassi aggiunti: non devono essere presenti grassi vegetali generici, olio di palma o di cocco, acidi grassi idrogenati o trans.	0 – 20 Punteggio assegnato a discrezione della Commissione Esaminatrice Assenza del requisito: 0 punti
Presenza di prodotti DOP, IGP, di stagione, di provenienza nazionale, a filiera corta, del commercio equo/solidale, biologici, non OGM.	0 – 10 punti Punteggio assegnato a discrezione della Commissione Esaminatrice Assenza: 0 punti
Presenza di prodotti per utenza speciale (celiaci, allergici)	0 – 9 punti
Presenza di etichettatura a disposizione e facilmente fruibile da parte dell'utenza in modo da permetterne la lettura prima della scelta	0 – 5 punti
Adesione a progetti di promozione di stili alimentari corretti	0 – 5 punti Punteggio assegnato a discrezione della Commissione Esaminatrice Assenza del requisito: 0 punti
Monitoraggio sulla qualità percepita da parte dell'utenza	0 – 5 punti Presenza di questionari: 5 punti Assenza: 0 punti

Elenco prodotti e caratteristiche merceologiche

Frutta

- Frutta fresca di stagione intera
- Macedonia di frutta
- Mousse di frutta
- Spremuta
- Polpa di frutta 100%

Latte e derivati

- Latte parzialmente scremato ed intero
- Yogurt magro naturale e alla frutta

Prodotti da forno non dolci (a basso contenuto di sale e con olio extra vergine oliva)

- Fette biscottate, grissini, crackers

Prodotti da forno dolci (a basso contenuto di sale e zucchero)

- Barretta ai cereali
- Plum-cake

Bevande (non zuccherate)

- Acqua naturale e frizzante
- Karkadè
- Caffè d'orzo
- The, caffè

Standard nutrizionali relativi ai distributori automatici

- * prodotti a contenuto energetico inferiore/uguale alle 150 kcal per singola porzione, pari a circa il 5% della quota energetica giornaliera raccomandata per un individuo sano
- * prodotti per una fascia specifica di persone ad es. prodotti privi di glutine o per diabetici
- * frutta e verdura e altri prodotti e preparati alimentari caratterizzati da proprietà nutrizionali naturali quali: basso contenuto in grassi e densità energetica, elevato apporto di fibra, vitamine, sali minerali e antiossidanti;

- * cereali integrali o alimenti che li contengono in percentuale superiore al 50%
- * fra le bevande si raccomandano l'acqua e i succhi di frutta con contenuto di frutta pari al 100% e privi di zuccheri aggiunti;
- * prodotti a basso contenuto di sodio: apporto non superiore a 0,12g/100g
- * ove possibile: prodotti alimentari freschi e locali, prodotti DOP(denominazione di origine protetta) e IGP (indicazione geografica protetta), prodotti da agricoltura biologica, produzione integrata ed equo solidali, prodotti da produzioni locali (KM 0)

ALIMENTI E BEVANDE DA EVITARE (SCONSIGLIATI)

Sono da evitare prodotti alimentari che contengono:

- grassi trans
- un apporto totale di lipidi superiore a gr.9 per porzione
- oli vegetali (palma e cocco)
- zuccheri semplici aggiunti
- alto contenuto di sodio (superiore a 0,4-0,5 gr /100gr.)
- nitriti e/o nitrati come additivi

Sono da evitare bevande:

- con aggiunta di zuccheri semplici e dolcificanti
- ad alto contenuto di teina, caffeina, taurina e similari

ETICHETTATURA NUTRIZIONALE - PUBBLICITA' - INFORMAZIONE - ESPOSIZIONE

Al fine di educare e orientare i consumatori verso scelte alimentari sane dal punto di vista nutrizionale:

- **fornire prodotti** che riportano l'etichettatura nutrizionale
- **rendere disponibili** materiali informativi (poster /opuscoli/ etichette/ banner) nonché elenco ingredienti e caratteristiche nutrizionali dei prodotti offerti, accanto ai distributori automatici
- **garantire una presentazione** ottimale dei prodotti raccomandati: l'acqua, ad esempio, deve essere posta in posizione a più alto potenziale di vendita e le

bevande a più alto contenuto calorico devono essere poste in posizione a più basso potenziale di vendita. Di norma, si intendono a più alto potenziale di vendita le posizioni poste all'altezza degli occhi.

Tutela della qualità e verifiche del servizio

L'Amministrazione appaltante si riserva di effettuare controlli periodici a campione al fine di verificare il rispetto degli impegni assunti dal gestore per la qualità dei prodotti e del servizio. Eventuali violazioni potranno comportare la risoluzione del contratto.

La Ditta dovrà presentare al Servizio Igiene Alimenti e Nutrizione (SIAN) dell'ASL competente le schede tecniche dei prodotti alimentari proposti. I controlli igienico sanitari e nutrizionali sono di competenza del SIAN e saranno esercitati nei modi previsti dalla normativa vigente.

Formazione del Personale

Tutto il personale adibito al trasporto e distribuzione dei prodotti deve essere formato professionalmente ed aggiornato dalla ditta appaltatrice sui vari aspetti, secondo la normativa vigente, ed in particolare:

- ❑ Igiene degli alimenti e della nutrizione
- ❑ Merceologia degli alimenti
- ❑ Controllo di qualità

A cura di

Servizio Igiene degli Alimenti e Nutrizione
Direttore: Dr. Giovanni Bonfà

Dr.ssa Ida Bertini Malgarini (Responsabile U.O. Igiene degli Alimenti e Nutrizione)
Dr.ssa Alessandra Galbiati (Responsabile U.O. Igiene degli Alimenti e Nutrizione)

Dr.ssa Claudia Chiarino (dirigente medico)
Dr.ssa Rosalia Liuzza (dirigente medico)
Dr.ssa Virginia Quattrone (dirigente medico)



anno edizione 2013