

41- INDAGINE SUL COMPORTAMENTO ALIMENTARE ASSUNTO VERSO ALIMENTI O PIETANZE NON CONOSCIUTI

Salvatore Vaccaro

Servizio Dietetico - Azienda Ospedaliera "Santa Maria Nuova" - Reggio Emilia (RE)

INTRODUZIONE

Per effetto della odierna globalizzazione multi-etnica capita sempre più spesso di trovare in commercio o sulle tavole di amici e/o ristoranti degli alimenti o delle pietanze non conosciuti.

MATERIALI E METODI

È stato indagato il comportamento alimentare assunto nei confronti di cibi sconosciuti. Per l'indagine sono pervenute n. 247 risposte (età: 28,95±8,69 anni; peso: 71,47±20,74 kg; BMI: 24,21±6,73 kg/m²), analizzando i dati raccolti per sottogruppi di popolazione.

RISULTATI

La presente casistica, trovandosi di fronte ad alimenti/pietanze non conosciuti: a) li assaggia subito (89,47%); b) non li assaggia assolutamente e non ci pensa a farlo (7,7%); c) li assaggia solo dopo aver sentito un parere positivo da altre persone (2,83%). La scelta ad assaggiare o meno un cibo sconosciuto è influenzata da diversi elementi: a) *componente olfattiva* (69,64% - minor importanza viene data dai soggetti diplomati: p 0,004); b) *fattori visivi* (48,99% - licenza media inferiore: p 0,00002; laureati: p 0,00004): semplice presentazione estetica dell'alimento (88,43% - normopeso: p 0,0018) e/o colori presenti (43,8%); c) *fattori nutrizionali/qualitativi* (48,18% - normopeso: p 0,0002; diplomati: p 0,0016); d) *fattori igienici* (43,32% - minor considerazione viene data dai soggetti con licenza media inferiore: p 0,0191); e) *fattori sociali* (13,77%): viene data importanza nell'assaggiare qualcosa di sconosciuto in compagnia di altre persone (76,47%) o solo dopo aver visto l'espressione mimica e/o sentito le considerazioni sullo stesso da altri (23,53%).

CONCLUSIONI

Dall'indagine è emerso che alimenti/pietanze non conosciuti suscitano a prima vista attrazione/curiosità (89,47%), diffidenza (5,67%) e/o una sensazione di timore/vera paura (4,86%), mentre in seguito al loro assaggio si prova un senso di serenità (52,63%) o timori vari (36,84%). I fattori organolettici sono quelli che maggiormente spingono a provare o meno un cibo non conosciuto.