



Catalogo dei criteri per la campagna «5 al giorno»

Stato: marzo 2020

Criteri di inclusione	Criteri di esclusione
Frutta e verdura	
<p>Prodotti ortofrutticoli puri, senza zuccheri aggiunti o sorte di zuccheri (secondo la definizione USAV di «zucchero aggiunto»), dolcificanti o sostituti dello zucchero, grassi e sale¹:</p> <ul style="list-style-type: none">- interi, sbucciati, tagliati, passati- miscele di frutta e/o verdura- non trasformati, prodotti freschi, alimenti surgelati o precotti- fagiolini secchi- verdure in scatola² <p>Porzioni per bambini³:</p> <ul style="list-style-type: none">- 4 - 6 anni: 70 g di verdura o 100 g di frutta- 7 - 9 anni: 70 g di verdura o 110 g di frutta- 10 - 12 anni: 80 g di verdura o 120 g di frutta <p>Porzioni per adulti:</p> <ul style="list-style-type: none">- 120 g di verdura o frutta <p>Scegliete preferibilmente varietà locali e stagionali!</p>	<p>Tutti i succhi o smoothie, anche "puri" e altri preparati di succo di verdura o frutta</p> <p>Tutti i prodotti, anche se soddisfano i criteri di inclusione, sotto forma di «borracce»</p> <p>Contorni o parti di frutta o verdura nei piatti pronti</p> <p>Prodotti vegetali e prodotti a base di frutta preparati con l'aggiunta di zucchero e sorte di zuccheri, dolcificanti, sostituti dello zucchero, grassi e sale</p> <p>Lista negativa: patate, patate dolci, erbe aromatiche, legumi, frutti oleaginosi (come olive, avocado), frutta secca</p>

¹ L'USAV sta lavorando attualmente alle linee guida per la definizione di «sodio aggiunto».

² Sono accettate le verdure in scatola tradizionali con aggiunta di sale.

³ Secondo la scheda informativa della Società svizzera di nutrizione (SSN), http://www.sge-ssn.ch/media/Scheda_informativa_alimentazione_dei_bambini_2017.pdf

Criteri di inclusione	Criteri di esclusione
Misure di comunicazione	
<p>Il logo può essere utilizzato solo in relazione diretta con i prodotti ortofrutticoli definiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sull'imballaggio stesso - nel punto di vendita, nella misura in cui è garantita la differenziazione dagli altri prodotti - per pubblicità online, stampa e altri media, nella misura in cui è garantita la differenziazione da altri prodotti e servizi - nel caso di sponsoring, se si utilizza il logo «5 al giorno», solo i prodotti inclusi possono essere distribuiti e pubblicizzati durante l'intera campagna <p>Evitare dichiarazioni fuorvianti o ingannevoli!</p>	<p>Nessuna indicazione dell'azienda nel suo complesso</p> <p>Nessuna indicazione globale dei produttori</p> <p>Nessuna indicazione dell'intera linea di prodotti</p>
Altri prodotti	
<p>Attuali borse con il logo «5 al giorno» (considerare e preferire mix stagionali)</p>	<p>Tutti gli elettrodomestici da cucina, utensili da cucina</p>

L'«etichetta della porzione» non prosegue.