



home page
granditemi
alimentazione e salute
ultimi aggiornamenti
sicurezza alimentare
nutrizione e salute
argomenti di salute

alimentazione e salute

Sicura 2006: il marketing sociale per la prevenzione dell'obesità

Positivo il bilancio finale di [Sicura 2006](#), la terza edizione della convention sulla sicurezza alimentare che ha riunito a Modena Fiere, dal 18 al 20 ottobre, tutti gli attori della filiera alimentare: mondo della produzione e della distribuzione, operatori sanitari, consumatori e media. Molti gli spunti di riflessione e i progetti scaturiti dalla tre giorni modenese: dai nuovi sistemi di conservazione a base di oli essenziali, alle proposte per migliorare il sistema di allerta rapido dell'Unione europea per favorire il ritiro dal commercio degli alimenti nocivi; da uno studio sulle lacune che caratterizzano alcuni settori dell'imballaggio alimentare, alle macchine distributrici dotate di prodotti freschi e dieteticamente equilibrati; dai problemi nutrizionali dei bambini nell'attuale società multietnica al problema della presenza delle micotossine nei cereali.

Rispetto al 2005, Sicura ha registrato un incremento dei partecipanti di quasi il 50%. Promossa da Regione Emilia Romagna, aziende Usl di Modena e Bologna, e Modena Esposizioni (in collaborazione con le aziende Usl di Reggio Emilia, Parma e Piacenza e il sostegno della Camera di commercio di Modena), la convention è stata articolata in oltre 30 incontri, cui hanno preso parte 200 relatori, per un totale di oltre 1.200 partecipanti.

Marketing sociale e obesità

Di particolare interesse l'[intervento di Giuseppe Fattori](#) (responsabile del Coordinamento nazionale marketing sociale e del piano per la salute della Ausl di Modena), dedicato alle strategie di prevenzione dell'obesità, soprattutto rispetto alle nuove possibilità offerte dalla distribuzione automatica. La letteratura scientifica ha preso in esame alcune strategie per orientare i comportamenti verso stili di vita salutari (educazione alla salute, marketing sociale e normative) e ne ha illustrato le potenzialità. È stato dimostrato che l'utilizzo integrato di strategie di educazione alla salute, marketing sociale e regolamentazione consente di incidere in modo più efficace nella prevenzione e nella promozione della salute, permettendo di raggiungere un pubblico più ampio.

Lo sviluppo di [linee di indirizzo per i capitolati d'appalto per la distribuzione automatica](#) (pdf 1,1 Mb) è un intervento di prevenzione dell'obesità e di promozione della salute, che ha l'obiettivo di introdurre i principi della tutela della salute nei bandi di gara del settore del vending. Tra le azioni di prevenzione dell'obesità, documenti come il Piano sanitario nazionale 2006-2008, il Piano nazionale della prevenzione 2005-2007 e i relativi piani regionali, indicano proprio il miglioramento della qualità e della tipologia dei prodotti presenti nei distributori automatici, anche attraverso una maggiore offerta di frutta e verdura. Viene sollecitato inoltre lo sviluppo di forme di collaborazione con i gestori del vending. Scopo del documento è favorire la diffusione di una cultura della prevenzione e della promozione della salute anche attraverso una gestione dei capitolati d'appalto più attenta al mantenimento dello stato di salute e dei fattori che lo influenzano. Si tratta di una proposta per una pubblica amministrazione che intenda superare la logica del beneficio economico immediato e puntare su un bilancio più complessivo, che includa per esempio anche aspetti sociali, nutrizionali, nonché l'utilizzo delle energie riconvertibili.

Il testo propone una serie di linee di indirizzo per i bandi di gara, che poi dovranno essere adattati alle esigenze delle singole realtà. Attraverso i capitolati d'appalto è possibile contribuire alla promozione di determinati valori, tra cui l'attenzione al rapporto tra alimentazione e salute, la valorizzazione delle produzioni alimentari locali e la tutela dell'ambiente. Il documento è frutto di un lavoro di condivisione tra i diversi stakeholder coinvolti. Si tratta di un "testo aperto", sul quale sono pertanto auspicati interventi che contribuiscano al suo miglioramento.

È gradita, da parte di chi utilizza le linee di indirizzo, una e-mail di segnalazione a fattori@marketingsociale.net. Il [testo completo](#) (pdf 1,1 Mb) è stato presentato in occasione del convegno, organizzato all'interno di Sicura, "La distribuzione automatica di alimenti e promozione della salute. La ricerca: capitolati d'appalto e progetti innovativi".