

Area tematica: Sicurezza Alimentare

Titolo del progetto:

Metodi di comunicazione innovativi indirizzati al consumatore ai fini della scelta e dell'uso "responsabile" degli alimenti

Responsabile Scientifico:

dott. Stefano Saccares fino dal 15/12/2016 al 12/04/2018

dott.ssa Valeria Morena dal 12/04/2018

SINTESI

Metodi di comunicazione innovativi indirizzati al consumatore ai fini della scelta e dell'uso "responsabile" degli alimenti

Parole chiave:

Rischio alimentare; percezione del rischio; alunni-studenti/adolescenti, strumento di comunicazione

Contenere il rischio alimentare e promuovere iniziative utili alla formazione del consumatore è una delle sfide di questi tempi e coinvolge trasversalmente e con differenti ruoli produttori, consumatori, istituzioni e mondo scientifico. Il processo di analisi del rischio si articola in tre fasi: valutazione, gestione e comunicazione del rischio. Aiutare il consumatore a comprendere la natura del rischio alimentare può influenzare i suoi comportamenti inducendo l'adozione di pratiche alimentari consapevoli e sicure. Per una comunicazione tempestiva, chiara ed efficace nel settore della sicurezza alimentare si deve partire dalla comprensione della percezione dei rischi da parte delle diverse fasce di consumatori (1, 2). Gli strumenti per informare possono essere diversi e scelti in funzione del contenuto e del pubblico di riferimento, nelle forme e modalità con le quali i destinatari si informano e comunicano. L'informazione al pubblico è fornita soprattutto attraverso canali tradizionali, "media", campagne informative, convegni, opuscoli, brochure, iniziative in ambito scolastico o in altre realtà. Nella maggior parte dei casi si tratta di strumenti di informazione e non di comunicazione in cui il cittadino ha una posizione passiva di destinatario del messaggio. Negli ultimi anni sono stati realizzati sistemi di comunicazione web-based, quali giochi, video, app, che hanno diversificato i possibili strumenti per comunicare con il consumatore in generale o con specifiche fasce.

In questo contesto si inserisce la ricerca corrente - Metodi di comunicazione innovativi indirizzati al consumatore ai fini della scelta e dell'uso "responsabile" degli alimenti - che va ad affiancarsi a studi sulla comunicazione del rischio già realizzati in ambito nazionale e internazionale (3, 4, 5). La ricerca si rivolge ad una specifica fascia di popolazione, quella adolescenziale, per la quale non esistono numerosi riferimenti bibliografici. La fascia menzionata può essere esposta a rischio soprattutto nei momenti di preparazione autonoma dei cibi o durante il loro consumo fuori casa, se non opportunamente informata sulle buone pratiche relative alla manipolazione e al consumo degli alimenti.

Focalizzare l'attenzione su questo particolare gruppo potrebbe rivelarsi un investimento a lungo termine, avendo gli adolescenti capacità di assimilare velocemente informazioni utili per poi veicolarle in famiglia e per consolidare adeguate abitudini alimentari.

Obiettivo della ricerca è stato sondare la percezione dei rischi associati all'alimentazione in una popolazione di adolescenti di Roma e provincia (14-18 anni), per poi predisporre strumenti di comunicazione e interventi divulgativi utili a supportare i giovani consumatori nella gestione dei rischi alimentari.

SUMMARY

Innovative communication methods for the "responsible" choice and use of food by the consumer

Key words:

Food risk; risk perception; students/adolescents, communication tool

Containing food risk and promoting useful initiatives for consumer education are some of the challenges of these times and involve transversely and with different roles producers, consumers, institutions and the scientific world. The risk analysis process is divided into three phases: risk assessment, management and communication. Helping the consumer to understand the nature of food risk can influence his behavior by inducing the adoption of conscious and safe food practices. For timely, clear and effective communication in the food safety sector, it is necessary to start from understanding the perception of risks by the different groups of consumers (1, 2). The tools to inform can be different and are chosen according to the content and the target, in the forms and modalities with which the recipients inform and communicate. Information to the public is provided, above all, through traditional channels, "media", information campaigns, conferences, brochures, initiatives in schools or in other places. In most cases, these are information and non-communication tools in which the citizen has a passive position, only as the recipient of the message. In recent years, web-based communication systems have been implemented, such as games, videos and apps, which have diversified the possible tools to communicate with the consumer in general or with specific groups. The current research, *Innovative communication methods for the "responsible" choice and use of food by the consumer*, is inserted in this context and goes alongside risk studies already carried out at national and international levels (3, 4, 5). The research is aimed at a specific segment of the population, the adolescent one, for which there are not many bibliographic references. Adolescents, if not appropriately informed about good practices concerning the handling and consumption of food, can be exposed to risk, especially during moments of autonomous preparation of food or during their consumption outside the home.

Focusing on this particular group could be a long-term investment: in fact adolescents have ability to quickly assimilate useful information and then convey them to the family and to consolidate adequate eating habits.

The aim of the research was to investigate the perception of risks associated with nutrition in a population of adolescents (14-18 years old), in Rome and its province and then prepare communication tools and informational interventions useful to support young consumers in the management of food risks.