



ALIMENTI: TEMPORALE IN ARRIVO?

**RICETTE COLLAUDATE PER LA
COMUNICAZIONE DEL RISCHIO**

Indice

| | |
|--|-----------|
| Prefazione del gruppo consultivo dell'EFSA sulla comunicazione del rischio | 04 |
| Prefazione di Anne-Laure Gassin, presidente del gruppo di lavoro sulla comunicazione del foro consultivo e direttore Comunicazione EFSA | 05 |
| | |
| I. Introduzione e obiettivi | 06 |
| | |
| II. Principi guida di una efficace comunicazione del rischio | 08 |
| II. 1. I principi nella pratica | 10 |
| | |
| III. Fattori che influenzano il livello e il tipo di comunicazione | 12 |
| III. 1. Livello di rischio nell'ottica della comunicazione | 13 |
| III. 2. Natura del pericolo | 14 |
| III. 3. Chi/che cosa è interessato? | 14 |
| III. 4. Effetti su persone/animali/piante/ambiente | 15 |
| III. 5. Livelli di esposizione al pericolo/rischio | 16 |
| III. 6. Capacità di controllare il rischio | 16 |
| III. 7. Altri fattori relativi alla percezione del rischio | 17 |
| III. 8. Livelli di comunicazione richiesti | 18 |

| | |
|---|-----------|
| IV. Strumenti e canali | 19 |
| IV. 1. Relazioni con i media | 20 |
| IV. 2. Siti web | 21 |
| IV. 3. Pubblicazioni a stampa | 22 |
| IV. 4. Pubblicazioni digitali | 23 |
| IV. 5. Riunioni e seminari | 24 |
| IV. 6. Consultazioni pubbliche | 24 |
| IV. 7. Network di partner/portatori di interesse | 25 |
| IV. 8. Social network (Facebook, MySpace ecc.) | 26 |
| IV. 9. Blogging | 27 |
| IV. 10. Microblogging (Twitter) | 27 |
| | |
| V. Imparare dall'esperienza | 28 |
| Valutazione dell'EFSA relativa al rischio della clonazione animale | 29 |
| Comunicazione tematica dell'EFSA sulle zoonosi di origine alimentare | 32 |
| Campagna sul sale | 35 |
| Ricerca dell'Università di Southampton sugli effetti di determinati coloranti artificiali sui bambini | 38 |
| Febbre Q nei Paesi Bassi: apertura e trasparenza | 41 |
| Caso-studio sugli integratori alimentari in Svezia | 44 |
| Caso-studio – Emergenza diossina in Irlanda | 47 |
| | |
| Ulteriori letture | 50 |
| Esempi di altre linee guida | 51 |

Prefazione del gruppo consultivo dell'EFSA sulla comunicazione del rischio

Il fine ultimo della comunicazione del rischio è quello di assistere i portatori di interesse, i consumatori e il pubblico in generale a comprendere la logica che sta dietro una decisione basata sul rischio, affinché questi possano formulare un giudizio equilibrato che rispecchi le prove oggettive concernenti la questione in esame, in relazione ai loro interessi e valori. La comunicazione del rischio non dovrebbe essere considerata un tentativo di convincere o persuadere le persone ad adottare il giudizio del comunicatore in merito alla tollerabilità o accettabilità dei rischi. Piuttosto è il tentativo di aiutare le persone a formulare giudizi più informati e consentire loro di agire di fronte ai rischi presenti nella loro vita. Inoltre, un'efficace comunicazione del rischio è una prerogativa fondamentale per partecipare attivamente ai dibattiti attuali sui rischi, in particolare sui rischi alimentari. Essere ben informati e consapevoli in merito ai rischi alimentari è fondamentale anche per tutti i programmi di coinvolgimento e partecipazione intesi a una codeterminazione più diretta per la progettazione e la definizione di norme e *standard*.

Una comunicazione del rischio efficace può fornire un valido contributo al successo di un programma di gestione del rischio completo e responsabile. Grazie a una comunicazione del rischio efficace è possibile: (1) garantire che i consumatori siano consapevoli dei rischi associati a un prodotto e perciò in grado di utilizzarlo o consumarlo in modo sicuro; (2) costruire la fiducia del pubblico nelle opportune decisioni di

valutazione e gestione del rischio, nonché nelle relative considerazioni in termini di rischi/benefici; (3) aiutare il pubblico a comprendere la natura del rischio alimentare e gli *standard* che garantiscono la sicurezza alimentare; e (4) fornire informazioni corrette, accurate e opportune, affinché i consumatori siano in grado di scegliere tra una serie di opzioni rispondenti ai rispettivi criteri di "accettazione del rischio".

La comunicazione del rischio deve affrontare le seguenti questioni:

- come fornire informazioni al pubblico in merito a pericoli e rischi (sottolineando la differenza tra pericoli e rischi);
- come fornire informazioni al pubblico in merito al processo di valutazione del rischio e alle decisioni di gestione del rischio, ivi compresa una descrizione dei vari attori e delle procedure seguite in entrambe le attività;
- come organizzare un'efficace comunicazione a due vie;
- come promuovere la fiducia e la credibilità di tutte le persone coinvolte nel processo di valutazione e gestione del rischio;
- come coinvolgere nel processo le parti interessate e risolvere i contrasti.

Per raggiungere questo obiettivo, occorre seguire quattro linee guida generali che si applicano a tutte le aree di rischio, non solo a quelle alimentari:

- cominciare con un'analisi critica della propria valutazione del rischio e dei propri risultati di gestione;
- creare un programma integrativo di comunicazione del rischio che garantisca uno sforzo continuo a comunicare con le principali parti interessate, ivi compresi i consumatori, fin dall'inizio del processo di valutazione;
- adeguare la comunicazione alle esigenze del pubblico destinatario, invece che alle esigenze della fonte di informazione;
- adattare e modificare il programma di comunicazione in uno sforzo organizzato per ottenere un feedback e percepire i cambiamenti nei valori e nelle preferenze.

Il presente documento intende assistere tutti i professionisti della gestione e della comunicazione del rischio nel settore alimentare nella definizione di un programma di comunicazione rispondente a questi requisiti generali e attento alle esigenze dei vari destinatari. Un simile programma deve garantire un contributo scientifico di alta qualità e una corretta rappresentazione dei valori e delle preferenze del pubblico.

Esiste un'ampia varietà di manuali sulla comunicazione e sul coinvolgimento delle parti interessate. Alcuni di questi sono destinati ad affrontare questioni specifiche

Prefazione di Anne-Laure Gassin, presidente del gruppo di lavoro sulla comunicazione del foro consultivo e direttore Comunicazione EFSA

in materia di rischio, come la gestione delle scorie radioattive, i campi elettromagnetici e gli impianti chimici. Questo documento non è inteso a creare un'altra guida generica sulla comunicazione del rischio, bensì una fonte di informazioni specifiche per tutte le parti interessate in merito alla sicurezza alimentare, ai metodi di valutazione del rischio e ai compiti dell'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA).

Sono convinto che queste linee guida si riveleranno preziose per tutti i professionisti che operano nella comunicazione del rischio nel settore alimentare e non solo. Il documento offre consigli basati su ricerche significative o esperienze consolidate e si rivolge nello specifico alle agenzie governative preposte alla regolamentazione del settore alimentare. Inoltre risponde alla necessità di valutatori e gestori del rischio, all'interno e all'esterno dell'EFSA, di integrare le esigenze di comunicazione del rischio nelle attività di valutazione e gestione del rischio. Dovrebbe essere una lettura obbligatoria per tutti coloro che si occupano di rischi nel settore alimentare.

Parma, 2 aprile 2012
Ortwin Renn

Sono lieta di scrivere la prefazione a queste linee guida pratiche per la comunicazione del rischio, intese ad assistere i colleghi che operano nella comunicazione in Europa e nel mondo, incaricati del difficile compito di comunicare i rischi dimostrati dalla scienza.

La comunicazione dei rischi associati alla catena alimentare è un elemento cardine del mandato dell'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA). Comunicando i rischi in modo aperto e trasparente, sulla base dei pareri scientifici indipendenti dei suoi gruppi di esperti scientifici, l'EFSA contribuisce a migliorare la sicurezza alimentare in Europa e a costruire la fiducia del pubblico nei confronti dei metodi utilizzati per la valutazione del rischio.

Nella sua strategia di comunicazione per il periodo 2010-2013, l'EFSA ha messo in evidenza l'importanza della comunicazione di messaggi coerenti tra loro come strumento per rafforzare la fiducia dei consumatori nella catena alimentare. A tale scopo l'EFSA collabora con i dipartimenti di comunicazione delle agenzie nazionali per la sicurezza alimentare, attraverso il gruppo di lavoro sulla comunicazione del foro consultivo dell'Autorità (AFCWG), per costruire un approccio più collaborativo e informato alla comunicazione dei rischi nella catena alimentare e promuovere la coerenza nei messaggi diffusi in tutta l'Unione europea (UE).

Tuttavia l'EFSA riconosce che non è sempre possibile tradurre i risultati scientifici in consigli semplici che i non addetti ai lavori possano comprendere o seguire con facilità. Consapevole della necessità di condividere le migliori prassi, l'EFSA ha varato questo progetto con i membri dell'AFCWG. Il contributo dei colleghi degli Stati membri ha garantito non solo che il progetto assumesse la forma di un'iniziativa congiunta ma anche che avesse un contenuto pertinente a tutta l'UE. Ci auguriamo pertanto che queste linee guida si rivelino utili per molti colleghi nel campo della comunicazione.

Abbiamo scelto di produrre il documento in formato elettronico per agevolare gli aggiornamenti periodici e l'aggiunta di nuovi casi-studio, di cui si occuperà annualmente il gruppo AFCWG dell'EFSA.

In accordo con lo spirito collaborativo di questa iniziativa, saremo grati di ricevere un feedback dai professionisti in merito a queste linee guida.

Anne-Laure Gassin



Introduzione e obiettivi

Queste linee guida si prefiggono l'obiettivo di fornire un quadro di riferimento per assistere l'attività decisionale in merito ad approcci adeguati di comunicazione in un'ampia varietà di situazioni che si possono verificare durante la valutazione e la comunicazione dei rischi relativi alla sicurezza alimentare in Europa. L'intento è offrire alle autorità sanitarie pubbliche dei diversi Paesi un quadro comune applicabile alla formulazione di strategie di comunicazione del rischio.

I comunicatori dell'EFSA, degli Stati membri e della Commissione europea collaborano all'interno del gruppo di lavoro sulla comunicazione del foro consultivo (AFCWG) dell'EFSA. L'obiettivo chiave di questo gruppo è promuovere la cooperazione e la coerenza nella comunicazione del rischio, in particolare tra i valutatori del rischio degli Stati membri e dell'EFSA, una delle maggiori priorità indicate nella strategia di comunicazione dell'EFSA.

Queste linee guida sono un'iniziativa del gruppo anzidetto, che riconosce due punti fondamentali: 1) la necessità di una guida più pratica rispetto ai principi esposti nella letteratura scientifica e 2) la limitatezza della letteratura sulla comunicazione del rischio specifica per la sicurezza alimentare. Poiché il gruppo desidera continuare a imparare dall'esperienza e rafforzare la comunicazione del rischio all'interno del sistema di sicurezza alimentare in Europa, questo documento è in costante evoluzione, soggetto a revisioni e aggiornamenti periodici con casi-studio sulle migliori prassi.

Secondo la definizione del *Codex Alimentarius*, la comunicazione del rischio è lo "scambio di informazioni e pareri concernenti rischi e fattori di rischio tra valutatori del rischio, gestori del rischio, consumatori e altre parti interessate".

Nel sistema di sicurezza alimentare europeo, la responsabilità della comunicazione del rischio spetta ai valutatori del rischio a livello UE e nazionale (rispettivamente EFSA e Stati membri) e ai gestori del rischio a livello UE e nazionale (rispettivamente Commissione europea e Stati membri). In ambito europeo, i compiti di valutazione e gestione del rischio sono separati sul piano istituzionale, mentre in alcuni Stati membri risiedono all'interno della stessa istituzione. Queste linee guida non formulano raccomandazioni specifiche rivolte a gestori o valutatori del rischio, ma assistono i comunicatori nel prendere

decisioni in merito alla comunicazione di rischi evidenziati dalla scienza e consentono ai lettori di beneficiare dell'esperienza di casi-studio pratici. Nella loro preparazione è stato prezioso il contributo fornito dai colleghi che si occupano di valutazione scientifica del rischio, a conferma dell'esigenza dei comunicatori, che si tratti di valutatori o gestori, di collaborare con le loro controparti scientifiche.

In considerazione della presenza di strutture e approcci differenti nei 27 Stati membri dell'Unione europea, non esiste una strategia uniforme adatta a ogni situazione. Inoltre si riconoscono evidenti differenze tra i Paesi nella percezione del rischio, che si possono attribuire a molti fattori diversi, tra cui influenze culturali, storiche, economiche e sociali. Da studi sull'opinione pubblica è emerso che i livelli di preoccupazione in merito a rischi diversi variano ampiamente da Paese a Paese. Inoltre, le linee guida sulla comunicazione del rischio relativamente a preoccupazioni alimentari devono tener conto delle differenze tra i Paesi in termini di approvvigionamenti alimentari, nelle abitudini e prassi alimentari, nonché di atteggiamenti specifici nei confronti del cibo e della sua relazione con la salute. Inoltre, i comunicatori dovrebbero considerare l'ambiente sociale e politico nel quale vengono diffusi i messaggi. Nonostante tutte queste differenze, le linee guida possono comunque contribuire a promuovere approcci basati sulle migliori prassi e su principi di base applicabili in diversi contesti e scenari.

È importante anche chiarire da subito che questo documento non è un manuale per la comunicazione in situazioni di crisi, ma piuttosto uno strumento per condividere più in generale le migliori prassi nella comunicazione del rischio. I lettori interessati al lavoro dell'EFSA durante le situazioni di crisi, devono fare riferimento alle "Procedures for responding to urgent advice needs" (Procedure per rispondere a necessità urgenti di consulenza) dell'Autorità, reperibili al seguente link: <http://www.efsa.europa.eu/en/supporting/pub/102e.htm>



Principi guida di una efficace comunicazione del rischio

1 Apertura

L'apertura è fondamentale per l'efficacia della comunicazione del rischio e la reputazione di un'organizzazione. Affinché i pareri e gli interventi relativi ai rischi per la sicurezza alimentare vengano accolti con fiducia, è importante che le valutazioni del rischio siano pubblicate puntualmente e che sia possibile esaminare le informazioni su cui si basano le decisioni. Anche un dialogo aperto con i portatori di interesse e le parti interessate è essenziale per creare un sentimento di fiducia nel processo di valutazione del rischio.

2 Trasparenza

La trasparenza è strettamente collegata all'apertura ed è ugualmente importante per costruire la fiducia. La trasparenza è fondamentale anche nell'attività decisionale e nell'approccio adottato per spiegare come opera un'organizzazione, quali sono i suoi organi di governo e come prende le sue decisioni. Nella comunicazione occorre sempre segnalare con chiarezza eventuali aree di incertezza nella valutazione del rischio, se e come queste aree possono essere affrontate dal valutatore e/o dal gestore del rischio, e le implicazioni di tali incertezze residue nei confronti della salute pubblica.

3 Indipendenza

La comunicazione del rischio sarà sempre percepita come più affidabile se è possibile dimostrare che le persone incaricate delle valutazioni del rischio e della loro comunicazione sono indipendenti da decisori politici, industrie, ONG o altri interessi di parte.

L'EFSA attribuisce la massima importanza al fatto di garantire l'imparzialità dei suoi pareri scientifici e ha istituito tutta una serie di meccanismi e processi intesi a tutelare l'indipendenza e l'integrità del suo lavoro scientifico. Questi sono contenuti nella sua politica sull'indipendenza e sui processi decisionali in ambito scientifico, adottata dal consiglio di amministrazione dell'EFSA nel dicembre 2011 (<http://www.efsa.europa.eu/it/aboutefsa/keydocs.htm>). Nel marzo 2012 l'EFSA ha pubblicato le norme attuative relative alle dichiarazioni di interesse, uno dei capisaldi della summenzionata politica, che forniscono una serie di principi generali più chiari, più trasparenti e più solidi da applicare a tutti coloro che sono impegnati nell'attività dell'EFSA (<http://www.efsa.europa.eu/it/aboutefsa/keydocs.htm>).

4 Prontezza di reazione / tempestività

Una comunicazione tempestiva e accurata, anche quando non si è a conoscenza di tutti i fatti, nel lungo termine contribuisce a garantire che la fonte di informazioni sia considerata credibile e affidabile. Spesso le comunicazioni sollecitate sono cruciali.

II.1. I principi nella pratica

I principi non garantiscono di per sé una buona comunicazione del rischio. La qualità dei materiali scientifici originali è di fondamentale importanza, dal momento che questi sono i fondamenti su cui si basano le attività di comunicazione del rischio. In pratica la pubblicazione in un sito web di informazioni tecniche che il pubblico destinatario troverà poco comprensibili o che non informano pienamente le parti di pubblico pertinenti, non risponde ai principi di una valida comunicazione del rischio, allo stesso modo dei comunicati stampa mal scritti. La qualità e l'adeguatezza della produzione comunicativa sono importanti quanto i principi di fondo.

1 Pubblicare tutti i documenti fondamentali

L'apertura e la trasparenza impongono l'impegno di pubblicare le valutazioni del rischio affinché tutti i principali destinatari abbiano l'opportunità di accedere alla produzione scientifica. Verbali di riunioni, documenti presentati a riunioni importanti e altro materiale devono essere resi disponibili su un sito web, per sensibilizzare il pubblico e promuovere la comprensione e la fiducia.

Per le migliori prassi in quest'area consultare il seguente caso-studio: *Emergenza diossina in Irlanda*

2 Comunicazioni comprensibili e utilizzabili

Tradurre accuratamente le informazioni scientifiche in un linguaggio relativamente semplice e comprensibile per gestori del rischio, non esperti, portatori di interesse e segmenti di pubblico più ampi, è fondamentale. Se non viene spiegato in termini semplici, un rischio può essere frainteso o male interpretato. Per essere utili e

utilizzabili, le informazioni scientifiche devono risultare pertinenti per il pubblico; questo risultato spesso si ottiene fornendo il necessario contesto sui motivi per cui è stato intrapreso il lavoro.

Per le migliori prassi in quest'area consultare i seguenti casi-studio: *Campagna sul sale, Zoonosi*

3 Comunicazioni tempestive

Le valutazioni del rischio e le relative comunicazioni devono essere pubblicate non appena possibile dopo la loro conclusione, ai fini di un'informazione aperta per l'attività decisionale e le possibili azioni. Quando viene comunicata una valutazione del rischio su una questione importante, quanto più lungo è l'intervallo di tempo tra la relativa comunicazione e la gestione del rischio, maggiore sarà la possibilità di creare una preoccupazione eccessiva o lasciare un vuoto informativo che disorienta. I responsabili della comunicazione del rischio devono comprendere questo processo e riconoscere questi possibili divari temporali. Il problema è particolarmente evidente nel caso di un lungo intervallo di tempo tra il processo di valutazione del rischio e gli interventi di gestione del rischio, che mette in luce la necessità di una cooperazione e di un coordinamento tra le due parti.

Per le migliori prassi in quest'area consultare il seguente caso-studio: *Integratori alimentari*

4 Dialogo tra valutatori e gestori del rischio

Il dialogo tra valutatori e gestori del rischio deve essere efficace e il mandato per la valutazione del rischio deve essere sufficientemente chiaro per garantire il

raggiungimento di conclusioni utilizzabili e comprensibili. Grazie alla conoscenza delle esigenze del pubblico, i valutatori e i gestori del rischio sono in grado di considerare le relative aree di interesse che possono scaturire da un parere scientifico. Il fatto di riuscire a prevedere possibili domande da rivolgere alla valutazione del rischio potrà garantire che il mandato (*terms of reference*) per la valutazione risponda a scopi scientifici e di comunicazione, nonché a quelli del gestore del rischio.

In presenza di un possibile rischio, la maggior parte degli interessati, quali gestori del rischio, esponenti dell'industria, ONG o consumatori, vogliono sapere di che cosa si tratta, che cosa si intende fare e che cosa possono o dovrebbero fare in prima persona. Spetta al gestore del rischio comunicare queste informazioni e il dialogo facilita le comunicazioni congiunte.

Per le migliori prassi in quest'area consultare il seguente caso-studio: *Emergenza diossina in Irlanda*

5 Dialogo con i portatori di interesse, comprendere il pubblico

Il dialogo a due vie e l'impegno sono una prassi essenziale nella comunicazione. Comprendere le esigenze e le preoccupazioni sia dei portatori di interesse che di altri destinatari, è fondamentale per massimizzare l'efficacia della comunicazione.

Per le migliori prassi in quest'area consultare i seguenti casi-studio: *Clonazione animale e Febbre Q*

6 Riconoscere e comunicare l'incertezza

Non sempre è possibile essere chiari in merito a un rischio ma i principi di apertura e trasparenza si applicano comunque, sostenuti da valide prassi di comunicazione. Le incertezze devono essere riconosciute e descritte, ad esempio segnalando eventuali lacune nei dati o nelle questioni legate alla metodologia. Inoltre è importante indicare che cosa si sta facendo per affrontare le aree di incertezza, affinché il pubblico destinatario possa comprendere quali misure si stanno prendendo e sia rassicurato sul fatto che si sta affrontando il problema.

Per le migliori prassi in quest'area consultare il seguente caso-studio: *Tutti i casi-studio*

Le istituzioni che applicano i principi e i metodi operativi sopra descritti nella loro attività quotidiana si trovano in una buona posizione per conquistare la fiducia dei loro interlocutori. Ciò che più conta, per una efficace comunicazione del rischio, sono dei validi comunicatori (scienziati e professionisti della comunicazione) in grado di tradurre con efficacia i dati scientifici in comunicazioni adeguate per i vari destinatari, cosicché la valutazione risulti comprensibile e utilizzabile.



Fattori che influenzano il livello e il tipo di comunicazione

Le presenti linee guida sono intese a individuare i principali fattori che occorre tenere in considerazione nel valutare il tipo e il livello di attività di comunicazione necessarie. Le decisioni sulla comunicazione del rischio non possono essere trasformate in una scienza esatta e occorre giudicare a seconda del caso, ma un'analisi approfondita e sistematica di tutti i possibili fattori in causa può contribuire alla formulazione di giudizi più informati. Alcuni elementi che influenzano sull'attività decisionale si basano semplicemente su prove scientifiche, quali ad esempio il pericolo effettivo e i rischi di esposizione a tale pericolo. Occorre sempre tenere conto della percezione del rischio, ma ancor di più quando un possibile rischio, per quanto improbabile, potrebbe coinvolgere gruppi vulnerabili come bambini o neonati. Le valutazioni comprendono anche il contesto più ampio delle opinioni o percezioni di ambienti politici e parti interessate, nonché le misure di gestione del rischio eventualmente già prese per ridurre potenziali rischi.

Questo capitolo presenta una sintesi dei fattori individuati da accademici e professionisti come fondamentali per le decisioni sulla comunicazione del rischio. Benché occorra considerarli tutti, non sempre ciascun fattore è pertinente a ogni scenario. Inoltre non necessariamente i fattori si escludono reciprocamente e, benché siano state definite delle categorie al fine di semplificare un compito molto complesso, i comunicatori non dovrebbero dimenticare che per alcuni scenari può essere necessario affrontare molteplici fattori.

Al termine di ciascuna sezione, ci sono alcune domande che potranno aiutare i professionisti a definire l'approccio di comunicazione più adeguato.

III.1. Livello di rischio nell'ottica della comunicazione

In primo luogo il comunicatore ha bisogno di stabilire il tipo di informazione da comunicare: risposta a una richiesta urgente di valutazione del rischio, revisione della letteratura, valutazione del pericolo, valutazione del rischio completa ecc. Alla luce di questa informazione, il comunicatore può definire il contesto di salute pubblica di base sul quale si fonda la decisione di comunicazione.

In questa fase è importante notare la differenza tra pericolo e rischio. Spesso erroneamente considerati sinonimi, un pericolo deriva dalla capacità di un organismo o di una sostanza di provocare un effetto avverso; il rischio per contro è la probabilità che tale effetto avverso si verifichi, tenendo conto della possibile esposizione al pericolo in questione. Ad esempio un pericolo potrebbe essere la presenza di cadmio, un metallo pesante, negli alimenti; il rischio sarebbe la probabilità che qualcuno possa essere danneggiato dall'esposizione al cadmio attraverso la dieta. Le valutazioni del rischio di solito si articolano in quattro fasi¹ : i) identificazione del pericolo ii) caratterizzazione del pericolo iii) valutazione dell'esposizione e iv) caratterizzazione del rischio.

¹ Le quattro fasi del processo di valutazione del rischio:

i Identificazione del pericolo – l'identificazione di agenti biologici, chimici e fisici in grado di provocare effetti avversi sulla salute e che possono essere presenti in un particolare alimento o mangime o gruppo di alimenti o mangimi.

ii Caratterizzazione del pericolo – valutazione qualitativa e/o quantitativa della natura degli effetti avversi sulla salute associati ad agenti biologici, chimici e fisici che possono essere presenti in alimenti e mangimi.

iii. Valutazione dell'esposizione – stima quantitativa della probabile esposizione degli esseri umani e degli animali ad alimenti e mangimi derivata dagli agenti biologici, chimici e fisici che possono esservi presenti.

iv. Caratterizzazione del rischio – stima qualitativa e/o quantitativa, ivi comprese relative incertezze, della probabilità di comparsa di effetti avversi sulla salute, noti o presunti, e della loro gravità in una determinata popolazione, sulla base dell'identificazione e della caratterizzazione del pericolo nonché della valutazione dell'esposizione.

Le valutazioni del rischio utilizzano una terminologia molto varia per descrivere i livelli di rischio, molti dei quali sono difficili da distinguere per i non addetti ai lavori. Questo aspetto rappresenta un'ulteriore difficoltà per la comunicazione. Tuttavia, **dal punto di vista della comunicazione del rischio** e ai fini di queste linee guida abbiamo ristretto il campo a cinque semplici categorie:

- Nessuno/trascurabile
- Basso
- Medio
- Alto
- Sconosciuto.

È importante notare che queste categorie non sono da intendersi come una classificazione scientifica, ma piuttosto come un giudizio che il comunicatore deve esprimere, in collaborazione con gli esperti scientifici, per determinare il tipo e il livello di comunicazione richiesta.

Va notato che a ciascuna di queste categorie si possono associare dei livelli di incertezza e che nel comunicare tali incertezze è importante indicarne la causa, ad esempio dati disponibili insufficienti, limitazioni dei modelli statistici ecc.

Dovrebbe essere possibile applicare a tutti i possibili scenari di rischio almeno una di queste categorie, studiate per fornire un punto di partenza per valutare possibili strategie di comunicazione, tenendo conto degli altri

fattori che seguono. Il livello di rischio (dal punto di vista della comunicazione) andrebbe determinato di concerto con colleghi esperti scientifici.

In sintesi:

- Qual è il pericolo?
- Che cosa sappiamo di eventuali rischi correlati? Gli scienziati hanno già effettuato una valutazione del rischio?
- Chi ha effettuato la valutazione del rischio? Le prime informazioni scientifiche provengono da una fonte attendibile?
- Chi, eventualmente, ha già comunicato il rischio?
- Esistono terze parti (ad esempio ONG, organizzazioni industriali, organizzazioni di consumatori, organizzazioni di professionisti della sanità ecc.) che potrebbero essere informate e contribuire alla comunicazione del rischio?

III.2. Natura del pericolo

I pericoli possono assumere molte forme diverse e in relazione alla sicurezza alimentare possono comprendere: sostanze, prodotti, processi, tecnologie e condizioni. In base al tipo di pericolo cambiano le necessità in termini di comunicazione, in particolare perché determinati pericoli/sostanze possono suscitare un timore soggettivo, ad esempio quando si aggiungono sostanze artificiali agli alimenti, contrariamente alle sostanze naturali. Alcuni pericoli sono già noti e potenzialmente presentano un profilo più elevato, che si riflette nella copertura mediatica, nell'attenzione a livello politico e di salute pubblica, nonché nelle attività di consumatori, industrie e ONG. Sono stati individuati i seguenti fattori:

Natura del pericolo (ad esempio una sostanza):

- si presenta naturalmente
- è aggiunto agli alimenti o creato durante la lavorazione

Dov'è utilizzato o riscontrato il pericolo:

- utilizzato o riscontrato in un prodotto/marchio comunemente utilizzato in casa o per la produzione di alimenti
- utilizzato o riscontrato ampiamente in una gamma di prodotti
- non ampiamente utilizzato o riscontrato
- illegale/regolamentato ai sensi della normativa UE

In sintesi:

- La sostanza è naturale o artificiale?
- Il pericolo si presenta naturalmente o deriva da un intervento tecnologico?
- La tecnologia è percepita come inaccettabile a causa del possibile rischio correlato?
- Esiste un'alternativa accettabile alla tecnologia associata al rischio?

In sintesi:

- Quante persone è probabile che siano interessate dal rischio?
- Quali parti della società è probabile che siano interessate dal rischio? Comprendono gruppi vulnerabili come bambini o anziani?
- Qual è l'impatto sull'ambiente?
- Qual è l'impatto sulle piante?
- Qual è l'impatto sugli animali?

III.3. Chi/che cosa è interessato?

A seconda di chi o di che cosa è interessato dal pericolo o dal rischio si può avere un diverso impatto sulla percezione del rischio e questo a sua volta influisce sull'orientamento della comunicazione, in termini di destinatari e canali adeguati. Per fare un esempio, è possibile concentrarsi maggiormente su una comunicazione mirata a un particolare gruppo a rischio piuttosto che su una comunicazione rivolta a un pubblico generico. Inoltre quando gli interessati sono certi gruppi vulnerabili, come bambini o neonati, spesso l'interesse e la preoccupazione di media e parti interessate aumentano. Nel considerare i probabili livelli di interesse e il possibile orientamento della strategia di comunicazione sono state individuate come frequentemente pertinenti le seguenti categorie:

- Consumatori in generale
 - uomini
 - donne
- Gruppi vulnerabili
 - neonati
 - bambini
 - donne in gravidanza
 - anziani
 - altri
- Piante
- Animali
- Ambiente

Portata del rischio?

- Colpisce molte persone/specie/regioni
- Effetto sconosciuto/effetto "lotteria"
- Colpisce poche persone/specie/regioni

III.4. Effetti su persone/animali/ piante/ambiente

Un altro importante fattore da considerare nel decidere in merito alla strategia di comunicazione sono gli effetti su persone/animali/piante/ambiente. Si tratta di un aspetto strettamente correlato al livello di rischio, ma riguarda più specificamente il tipo di rischio e le percezioni e reazioni nei confronti di rischi diversi. È importante perché, ad esempio, i rischi acuti devono essere comunicati con particolare urgenza e immediatezza, rispetto alle modalità con cui vengono comunicati i rischi associati a malattie croniche negli esseri umani. Ad esempio può risultare difficile suscitare interesse a seguito di un aumento graduale del rischio di patologie coronariche collegate a fattori quali la dieta e lo stile di vita, poiché il rischio non è imminente e il pubblico destinatario può ritenere di non esserne interessato.

Sono state individuate le seguenti categorie di tipi di rischio.

- Rischio sanitario acuto/immediato potenzialmente letale (ad es. intossicazione alimentare)
- Potenzialmente letale senza rischi immediati (ad es. sostanze cancerogene)
- Rischio sanitario cronico/a lungo termine (ad es. allergie, obesità)
- Sconosciuto
- Non considerato un rischio

In sintesi:

- Quanto è immediato il rischio in termini di effetti sulla salute umana, e animale o sull'ambiente?
- Quanto è grave il rischio in termini di impatto sulla salute umana, e animale o sull'ambiente?
- Esistono differenze rispetto all'immediatezza e alla gravità del rischio tra la valutazione fatta dagli esperti scientifici e la percezione del pubblico (non-esperti)?

Diversi approcci al rischio

Esperti

- Si basano sulla valutazione del rischio
- Son obiettivi e generali
- Svolgono argomentazioni analitiche
- Valutano i rischi a fronte dei benefici

Pubblico

- Si basa di più sulla percezione del rischio
- Chiede: "Che cosa significa per me?"
- Vuole risposte alle preoccupazioni
- Valuta i rischi a fronte di paura e indignazione

III.5. Livelli di esposizione al pericolo/rischio

Questo fattore è importante per le decisioni sulla comunicazione e spesso è difficile comunicare la differenza tra pericolo e rischio. Un pericolo non rappresenta necessariamente un rischio se non vi siamo esposti, o comunque non lo siamo in misura sufficiente perché il pericolo diventi un rischio reale.

Un altro elemento importante è la possibilità di scelta: i consumatori, in conseguenza di una preferenza personale o di campagne di sensibilizzazione, possono scegliere di determinare il proprio livello di esposizione a un potenziale pericolo e al rischio associato (ad es. l'effetto del consumo di sale sulla pressione sanguigna). In tempi di austerità economica è importante anche riconoscere che il potere d'acquisto può costituire un fattore di crescente importanza nell'influenzare le scelte dei consumatori. Se l'esposizione è diffusa, un piccolo rischio talvolta può essere significativo, aumentando a sua volta la necessità della comunicazione affinché le persone possano, laddove possibile, evitare il rischio consentendo quindi ai gestori del rischio di intervenire. Nella comunicazione è anche importante tenere conto dell'aspetto temporale, ossia la durata dell'esposizione a una fonte particolare.

- Nessuna esposizione
- Esposizione limitata
- Esposizione diffusa
- Esposizione di gruppi particolari
- Esposizione sconosciuta

In sintesi:

- Quali sono i livelli di esposizione al pericolo dei consumatori?
- Nessuna esposizione, limitata, diffusa, sconosciuta, diversa per segmenti di popolazione differenti?
- Qual è l'impatto o il possibile effetto dell'esposizione nel corso del tempo sulla salute umana e animale e/o sull'ambiente?

In sintesi:

- È possibile evitare l'esposizione di una popolazione al pericolo/rischio? L'esposizione è volontaria o involontaria?
- È probabile che determinati gruppi di popolazione siano esposti in modi diversi?
- Gli individui possono prendere misure per proteggersi contro una possibile esposizione (ad es. riducendo l'assunzione di grassi con la dieta)?
- Le autorità pubbliche possono prendere misure per evitare o ridurre il rischio?

III.6. Capacità di controllare il rischio

Questo fattore può avere un effetto considerevole sugli atteggiamenti nei confronti del rischio e le possibili alternative di gestione del rischio, ivi compresa quella della scelta individuale, tutte pertinenti nel determinare la comunicazione adeguata. I seguenti fattori sono stati individuati come fondamentali per l'attività decisionale.

Il rischio è:

- evitabile dall'individuo
- non evitabile dall'individuo
- può servire un'azione di gestione del rischio
- un'azione di gestione del rischio non può servire o non è immediatamente ovvio/disponibile un approccio chiaro
- un'azione di gestione del rischio non applicabile/necessaria (ad esempio un rischio percepito ma non dimostrato scientificamente).

III.7. Altri fattori relativi alla percezione del rischio

Una serie di altri fattori possono influire sulla percezione del rischio e occorre prenderli in considerazione nel pianificare le strategie di comunicazione. A questo proposito è fondamentale che i comunicatori trasmettano messaggi coerenti tra loro.

I seguenti fattori sono stati identificati come quelli che rendono la sfida comunicativa più delicata:

- La sostanza/prodotto/tecnologia/prova è:
 - Nuovo(a)/innovativo(a)
 - Oggetto di pareri scientifici divergenti
 - Oggetto di opinioni politiche divergenti
 - Oggetto di pareri forti/divergenti dei portatori di interesse
 - Di interesse pubblico
 - Di scarso interesse pubblico, ma costituisce un rischio reale

In sintesi:

- Il rischio è nuovo?
- Esistono precedenti di eventi simili?
- Questo rischio, o un rischio analogo, è stato già comunicato in passato?
- Se sì, qual è la percezione del rischio ora?
- Attualmente sono note campagne di salute pubblica o informazioni relative al rischio in questione?
- Attualmente si comunicano notizie relative al rischio (o a rischi analoghi)? In che modo sono percepite dal pubblico?
- Esistono pareri scientifici diversi in merito al rischio?

III.8. Livelli di comunicazione richiesti

Per decidere i livelli e i tipi di comunicazione è opportuna una valutazione dei fattori che influiscono sulle possibili strategie di comunicazione. Per fornire un quadro di riferimento di base nel quale collocare diversi approcci di comunicazione si sono formulate semplici definizioni dei vari livelli di comunicazione. I tipi di comunicazione che sono più adatti ai diversi livelli (e tengono conto dei fattori individuati sopra) sono trattati nella sezione che segue, relativa a strumenti e canali. Sono stati individuati i seguenti livelli di comunicazione (i relativi esempi sono solo indicativi e possono variare a seconda del pubblico destinatario in questione):

- Scarso impatto sulla salute pubblica/scarso interesse del pubblico (ad es. additivi utilizzati nei mangimi animali)
- Scarso impatto sulla salute pubblica/forte interesse del pubblico (ad es. sostanze autorizzate per la commercializzazione solo a seguito di valutazioni del rischio, quali OGM o coloranti alimentari)
- Impatto medio sulla salute pubblica/interesse medio del pubblico (ad es. consumo di sale)
- Forte impatto sulla salute pubblica/scarso interesse del pubblico (ad es. contaminazione di alimenti da *Salmonella* o *Campylobacter*)
- Forte impatto sulla salute pubblica/forte interesse del pubblico (ad es. l'epidemia da *E.coli* O104:H4 nel 2011 in Germania e in Francia)

Si tratta di una classificazione semplice, che tuttavia identifica in linea di massima i diversi approcci nella maggior parte dei casi. Quando l'impatto o l'interesse sono scarsi, dovrebbe comunque valere l'impegno di base alla trasparenza e all'apertura, ad esempio con la pubblicazione di una valutazione del rischio.

Quando è probabile che l'impatto o l'interesse siano forti, occorre intraprendere iniziative di comunicazione proattive e di ampia portata. In una situazione intermedia, potrebbe essere adeguata qualche iniziativa proattiva mirata.

L'utilizzo più adeguato possibile delle risorse è particolarmente importante per le organizzazioni che ricevono finanziamenti pubblici. Quindi le categorie "scarso impatto/forte interesse" e "forte impatto/scarso interesse" possono rappresentare aree problematiche, poiché si investe una quantità eccessiva di risorse nella risposta a temi popolari nei media ma non dimostrati scientificamente, piuttosto che in iniziative di sensibilizzazione del pubblico su veri problemi di salute pubblica.

Indipendentemente dal livello dell'impatto sulla salute pubblica e dall'interesse da parte di terzi, è importante che il comunicatore abbia familiarità con i dati scientifici. Occorre fornire un contesto, e il comunicatore del rischio dovrebbe essere in grado di rispondere alle domande dei non addetti ai lavori in modo commisurato al livello di rischio, ad es. "Sì, è possibile ma poco probabile, perché ..."

In sintesi:

- Qual è il probabile impatto del rischio sul pubblico con cui si intende comunicare?
- Qual è il probabile livello di interesse di questo pubblico per il rischio?
- L'impatto del rischio è proporzionato al livello di interesse espresso dal pubblico destinatario?
- È probabile che il pubblico sia interessato alle cause del rischio e/o assuma un ruolo attivo nella gestione del rischio (ad es. nei rischi associati all'alimentazione)?
- È probabile che intenda agire in prima persona per evitare l'esposizione al rischio?

IV

Strumenti e canali

Gli strumenti selezionati e i canali utilizzati devono essere quelli giusti per il compito da svolgere. Prima di tutto occorre che gli obiettivi della comunicazione siano chiari e che il pubblico destinatario sia noto. Disponendo di queste informazioni è possibile confezionare messaggi generali adeguati. Poi si possono individuare gli strumenti giusti e selezionare i canali tra una serie di opzioni alternative. Un comunicato stampa non funziona per qualsiasi questione o qualsiasi pubblico.

La presente sezione è intesa a titolo illustrativo, piuttosto che prescrittivo, e fornisce una panoramica dei possibili usi dei diversi strumenti. Nel confezionare i messaggi e nel considerare gli strumenti e i canali più opportuni occorre sempre tener conto delle differenze tra un Paese e l'altro.



Relazioni con i media

Esistono molti tipi diversi di media e i comunicatori del rischio dovrebbero mirare a sondare l'interesse e inviare comunicati stampa solo a quelli particolarmente interessati a un determinato settore. In ogni caso, a prescindere dalla qualità del rapporto, le relazioni con i media non funzionano se sono isolate: devono essere accompagnate da un valido sito web che dia accesso a informazioni di base di buona qualità.

UTILI PER

- annunci urgenti in materia di salute pubblica, soprattutto rischi sanitari acuti (comunicati stampa, incontri con la stampa, interventi in notiziari TV e radio, interviste ecc.);
- questioni di elevato interesse e profilo pubblico (comunicati stampa, interviste, partecipazioni ecc. selezionando i media pertinenti per la questione);
- **attenzione!** Occorre investire le risorse necessarie nelle relazioni con i media in "tempi di pace" al fine di garantire l'efficacia di un lavoro proattivo.

TALVOLTA UTILI PER

- altri tipi e livelli di rischio, inclusi cambiamenti nel livello di rischio; occorre fare attenzione all'eventualità che i media si concentrino sul cancro e altri fattori che suscitano paura anche a fronte di un rischio minimo. Utilizzare i media in modo proattivo quando si dispone di vere notizie, in particolare in questi scenari.

INADEGUATE PER

- rischio basso, nessuna necessità di interventi o consigli; scarso interesse, nessuna notizia!
- resoconti istituzionali e procedurali, che sono utili ad altri portatori di interesse ma non ai media (salvo per i media specializzati, in determinati casi).

2

Siti web

UTILI PER

- comunicazioni rivolte a un vasto pubblico dove il feedback non è una priorità o un elemento indispensabile delle varie attività di comunicazione;
- comunicazioni adatte a tutti i livelli di rischio, garantendo a tutte le parti interessate il libero accesso a diversi tipi di informazioni (ad es. dalle domande frequenti (FAQ) ai pareri scientifici completi);
- particolarmente utili per la pubblicazione di contenuti sensibili al fattore tempo che devono essere rivisti/modificati periodicamente;
- aggiungere facilmente informazioni supplementari;
- consentire il collegamento con altri soggetti pertinenti;
- collocare le informazioni nel giusto contesto;
- ulteriore diffusione attraverso dispositivi digitali;
- pubblicazione di documenti elettronici pdf, Word ecc. (purché accompagnati da testi web esplicativi).

INADEGUATI PER

- interagire con il pubblico e ricevere feedback, salvo con l'utilizzo di speciali applicazioni che consentono agli utenti di fornire un feedback specifico su questioni ben precise (ad es. consultazioni pubbliche online).

3

Pubblicazioni a stampa

UTILI PER

- raggiungere destinatari specifici con messaggi personalizzati (newsletter, periodici, opuscoli), attraverso mailing list organizzate, distribuzione in occasione di conferenze, ecc.;
- importanti documenti chiave, che rispecchiano le risorse finanziarie collegate con la stampa, produzione e distribuzione (strategie, relazioni annuali, compendi di dati scientifici);
- contenuti non legati al tempo o non soggetti a cambiamenti significativi nel corso del tempo;
- Paesi/portatori di interesse che possono avere un accesso limitato a Internet.

TALVOLTA UTILI PER

- inserti speciali che allertano i lettori in merito a contenuti online, se del caso.

INADEGUATE PER

- annunci urgenti di alto rischio per la salute pubblica, a causa del tempo richiesto dalla stampa e dalla produzione.



Pubblicazioni digitali

UTILI PER

- raggiungere destinatari specifici con messaggi personalizzati (newsletter, periodici, opuscoli), attraverso mailing list organizzate, la distribuzione in occasione di conferenze ecc.;
- contenuti legati al tempo: il costo degli aggiornamenti è inferiore rispetto alle pubblicazioni stampate.

TALVOLTA UTILI PER

- attirare l'attenzione ricorrendo a un'impaginazione accattivante per aumentare il numero di lettori di messaggi importanti.

INADEGUATE PER

- importanti documenti chiave, che riflettono le risorse finanziarie destinate a stampa, produzione e distribuzione (strategie, relazioni annuali, compendi di dati scientifici).

5

Riunioni e seminari

UTILI PER

- interagire con i destinatari principali su questioni delicate che richiedono un dibattito e decisioni informate.

TALVOLTA UTILI PER

- scambio di informazioni/spiegazioni sulle motivazioni di determinate decisioni.

INADEGUATI PER

- raggiungere un gran numero di persone in un'ampia area geografica, benché il problema si possa superare con la trasmissione in diretta su Internet (webcasting), sostenendo un certo onere finanziario;
- annunci a breve termine, a causa di vincoli logistici/organizzativi.

6

Consultazioni pubbliche

UTILI PER

- ricevere diversi punti di vista su questioni potenzialmente controverse o complesse, dove il feedback sarà considerato e utilizzato per modellare il risultato finale;
- verificare i messaggi nei confronti di parti di pubblico differenti.

TALVOLTA UTILI PER

- facilitare il dialogo tra diverse parti interessate.

INADEGUATE PER

- richiedere un feedback quando non vi è nessuna intenzione di tenerne conto nel risultato finale.



Network di partner/portatori di interesse

UTILI PER

- dare ascolto a diversi punti di vista;
- comprendere meglio l'ambiente in cui opera l'organizzazione;
- costruire una relazione e dare vita a un dialogo con importanti organizzazioni interessate alla sicurezza dell'approvvigionamento della catena alimentare in Europa;
- ottenere informazioni per contribuire a definire direzione/priorità/programma di lavoro di un'organizzazione.

TALVOLTA UTILI PER

- informare le parti interessate in merito alle attività in corso;
- diffondere in anticipo messaggi fondamentali attraverso gli strumenti e i canali di comunicazione dei portatori di interesse.

INADEGUATI PER

- impegnarsi quando non si terrà conto di pareri/contributi in relazione a un risultato finale.



Social network (Facebook, MySpace ecc.)

UTILI PER

- informare rapidamente e impegnarsi con le parti interessate;
- trasmettere messaggi semplici e precisi che devono raggiungere un'ampia varietà di consumatori;
- la loro grande efficacia grazie a discussioni nelle comunità online, utilizzate come catalizzatori del mutamento di comportamento;
- promuovere la diffusione verso nuovi destinatari.

TALVOLTA UTILI PER

- impegnarsi in modo informale con i consumatori.

INADEGUATI PER

- duplicare il contenuto del sito web dell'organizzazione;
- argomenti delicati, se non si trovano risorse per gestire discussioni ed esigenze della comunità.



Blogging

UTILE PER

- informare e interagire con le parti interessate in merito a tutti i tipi di rischi;
- condividere riflessioni e opinioni che offrono una panoramica di varie situazioni;
- inviare messaggi che restano pertinenti nel corso del tempo (diversamente dai siti di microblogging, gli archivi sono accessibili).

TALVOLTA UTILE PER

- una diffusione rapida di notizie.

INADEGUATO PER

- comunicazioni a senso unico: i comunicatori devono essere preparati e avere le risorse per interagire, fornire spiegazioni e rispondere a eventuali domande;
- duplicare il contenuto del sito web dell'organizzazione.



Microblogging (Twitter)

UTILE PER

- inviare allerte rapide e specifiche (fino a 140 caratteri) a utenti interessati;
- indirizzare gli utenti a contenuti online più ricchi di informazioni e con un maggiore contesto;
- consentire la diffusione del messaggio originale nel modo più accurato possibile, grazie alla facilità della funzione di inoltro.

TALVOLTA UTILE PER

- informare gli utenti in merito alle ultime notizie, aggiornamenti, pubblicazioni ecc;
- interagire con parti interessate in misura limitata;
- verificare concetti con un pubblico di fedeli "seguaci".

INADEGUATO PER

- ottenere un feedback approfondito; i caratteri sono limitati e questi forum online non si concentrano sul dialogo;
- duplicare il contenuto del sito web dell'organizzazione.



Imparare dall'esperienza

In questo capitolo i comunicatori dell'EFSA e i rappresentanti degli Stati membri in seno al gruppo di lavoro sulla comunicazione del foro consultivo condividono le rispettive esperienze e le lezioni apprese, fornendo esempi su come diversi strumenti e canali siano stati utilizzati con efficacia per scopi diversi. I casi presentati offrono preziose indicazioni su come importanti organizzazioni hanno gestito la comunicazione in merito a questioni significative che hanno colpito l'approvvigionamento della catena alimentare europea negli ultimi anni. Queste linee guida sono un documento in continua evoluzione e i casi-studio saranno aggiornati regolarmente per mettere in evidenza gli sviluppi e acquisire le migliori prassi nel settore.

Valutazione dell'EFSA relativa al rischio della clonazione animale

luglio 2008



Informazioni di base

La clonazione animale consiste nel realizzare la copia di un animale essenzialmente uguale all'originale. La tecnica più comunemente usata è il cosiddetto trasferimento del nucleo di cellule somatiche (SCNT), che consiste nel realizzare una copia genetica di un animale sostituendo il nucleo di un ovulo (cellula uovo) non fecondato con il nucleo di una cellula del corpo (cellula somatica) di un animale in modo da ottenere un embrione. L'embrione viene quindi impiantato in una madre surrogata, nel cui grembo si sviluppa fino alla nascita. Per molti anni le piante sono state prodotte con queste tecniche di clonazione, che per un certo periodo sono state praticate anche su una scala commerciale più ampia per alcuni tipi di frutta e verdura, ad esempio per le banane.

Le tecniche di clonazione animale vengono impiegate anche in alcuni Paesi al di fuori dell'UE e varie autorità per la sicurezza alimentare hanno già emanato pareri scientifici sull'argomento.

A seguito di una consultazione pubblica, nel luglio 2008 l'EFSA ha adottato un parere scientifico sulle implicazioni della clonazione animale per la sicurezza alimentare, la salute e il benessere animale e l'ambiente. Successivamente, nel 2009, 2010 e 2012, l'EFSA ha adottato dichiarazioni scritte in cui si confermavano le conclusioni e le raccomandazioni del parere del 2008. Il parere ed entrambe le dichiarazioni sono stati emanati a seguito di richieste di consulenza da parte della Commissione europea sull'argomento.

| Fattori da considerare | Conclusioni | Commenti |
|---|--|--|
| Livello di rischio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elevato per gli animali ▪ Problemi di sicurezza alimentare considerati improbabili ▪ Restano delle incertezze | <i>Al momento rischio elevato per gli animali che tuttavia potrebbe diminuire con il miglioramento della tecnologia</i> |
| Livello di comunicazione richiesto | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Scarso impatto sulla salute pubblica/forte interesse del pubblico | |
| Effetti su persone/animali | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Animali: effetti acuti e potenzialmente mortali per le madri e la prole ▪ Persone: problemi di sicurezza alimentare improbabili | <i>Possibili rischi elevati per la salute e il benessere degli animali, ad es. nascita di prole di grandi dimensioni</i> |
| Esposizione al pericolo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Esposizione limitata o nulla | <i>Poiché la tecnologia non è ancora ampiamente diffusa in Europa, l'impatto sugli animali è limitato e la catena alimentare non è ancora stata interessata; ancora nessun effetto per gli esseri umani.</i> |
| Capacità di controllare il rischio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sono possibili azioni di gestione del rischio | <i>Incetanze in alcune aree della gestione del rischio per quanto concerne l'identificazione e la tracciabilità della prole di animali clonati (seconda generazione) nella catena alimentare</i> |
| Natura del pericolo (ad es. sostanza) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Creazione artificiale, benché non ancora ampiamente in uso | |
| Soggetti interessati | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Animali ▪ Attualmente nessuno/pochi esseri umani | |
| Altri fattori relativi alla percezione del rischio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Oggetto di pareri divergenti/forti prese di posizione di politici e portatori di interesse; preoccupa il pubblico ▪ Problemi di tracciabilità | <i>Ampi dibattiti pubblici e tra portatori di interesse su questioni etiche</i> |

Discussione

È stato necessario un intenso impegno proattivo. La questione presenta un profilo elevato, forti prese di posizione dei portatori di interesse, aspetti emotivi, incertezze significative. Inoltre questioni non rientranti nel mandato dell'EFSA avrebbero potuto creare confusione in assenza di una comunicazione proattiva per spiegare ruoli e processi; non si è trattato solo di una questione di contenuti.

Conclusioni sul livello di comunicazione

Richiesta una comunicazione proattiva di livello elevato, rivolta a un ampio pubblico di specialisti e non addetti ai lavori.

Conclusioni su comunicazioni, strumenti e canali adeguati

Forte coinvolgimento dei media, ivi compresa una riunione informativa per i media sul parere dell'EFSA; ampio dialogo con i portatori di interesse nel quadro di una importante iniziativa di consultazione pubblica.

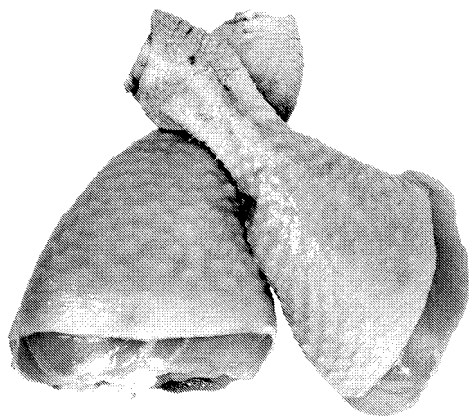
RISULTATI E LEZIONI APPRESE

L'approccio è stato percepito positivamente. Un risultato importante per l'EFSA è stato la comprensione generale del suo ruolo e del fatto che l'Autorità non fosse responsabile per questioni etiche o sociali, né per decisioni di gestione del rischio.

A sostegno della comunicazione dei parametri del suo mandato, è stato particolarmente utile il fatto che, oltre a richiedere la consulenza scientifica dell'EFSA, la Commissione europea abbia richiesto contemporaneamente

il parere del Gruppo europeo sull'etica. La consultazione ha effettivamente contribuito a plasmare la riflessione, e le piccole ma importanti differenze tra la bozza e il parere finale, sono state accolte molto positivamente. Il fatto di agire in prima linea e di rendersi visibili (definizione del ruolo dell'EFSA, consultazione, coinvolgimento dei portatori di interesse) su una questione così delicata e di alto profilo come questa ha dato i suoi frutti.

Comunicazione tematica dell'EFSA sulle zoonosi di origine alimentare



Informazioni di base

Le zoonosi sono infezioni o malattie che possono essere trasmesse direttamente o indirettamente tra animali ed esseri umani. Le zoonosi di origine alimentare sono provocate dal consumo di alimenti o acqua contaminati da microorganismi patogeni, quali batteri, tossine batteriche e parassiti. Nell'uomo queste malattie possono avere gravità diversa, con quadri clinici caratterizzati da lieve sintomatologia fino a patologie potenzialmente letali. Il rischio di contaminazione è presente dall'azienda agricola alla tavola e rende pertanto necessari interventi di prevenzione e controllo lungo tutta la filiera alimentare.

Le zoonosi di origine alimentare rappresentano una minaccia seria e diffusa per la salute pubblica. Nell'Unione europea sono confermati ogni anno più di 320 000 casi nell'uomo, per quanto il numero effettivo sia probabilmente di gran lunga più elevato. L'approccio coordinato di tutti gli attori dell'UE contro le malattie zoonotiche ha contribuito a ridurre di quasi la metà i casi umani di salmonellosi nell'UE in cinque anni (2004-2009). L'EFSA contribuisce alla protezione dei consumatori da questa minaccia per la salute pubblica fornendo assistenza e consulenza scientifica indipendente in materia di salute umana e sugli aspetti di sicurezza alimentare correlati a queste malattie, nonché nel monitorare i progressi nell'UE.

In linea con la strategia di comunicazione dell'EFSA, le malattie zoonotiche sono state selezionate tra le principali aree tematiche per la comunicazione. Per i prossimi anni è stato preparato un piano di comunicazione a lungo termine che individua aree di interesse prioritario a fini di sensibilizzazione (*Salmonella* e resistenza agli antimicrobici) e definisce le tappe principali, interne ed esterne, nonché i canali di comunicazione pertinenti per il pubblico destinatario. Sulla base del piano si sono intraprese numerose attività: è stato messo a punto un pacchetto informativo completo sulle zoonosi per il sito web dell'EFSA, che fornisce informazioni generali sulle malattie e riunisce tutti i principali risultati, sono state preparate schede informative su determinati settori, da utilizzare in occasione di eventi importanti e da distribuire alle parti interessate, mentre le attività mediatiche si sono incentrate sui principali risultati. Inoltre, in una fase successiva, si prevede di produrre brevi filmati online per fornire spiegazioni su queste malattie e si stanno valutando ulteriori iniziative di comunicazione.

| Fattori da considerare | Conclusioni | Commenti |
|---|--|--|
| Livello di rischio | <ul style="list-style-type: none"> Rischio elevato per gli esseri umani a seconda del tipo di zoonosi e del gruppo di popolazione | <p><i>Ogni anno sono riferiti oltre 190 000 casi di campilobatteriosi e oltre 100 000 casi di salmonellosi nell'uomo, benché si ritenga che il numero effettivo sia molto più elevato. Alcuni agenti patogeni, anche se riportati con minor frequenza, possono avere gravi effetti per la salute, in particolare nei gruppi vulnerabili (ad es. la Listeria presenta un tasso di mortalità più elevato tra gli anziani).</i></p> |
| Livello di comunicazione richiesto | <ul style="list-style-type: none"> Forte impatto sulla salute pubblica/scarso interesse del pubblico. Con l'eccezione delle situazioni di crisi (come l'emergenza <i>E. coli</i> del 2011 in Europa), in generale i consumatori non si preoccupano eccessivamente della contaminazione batterica degli alimenti e l'interesse è relativamente scarso/basso. | |
| Effetti su persone/animali | <ul style="list-style-type: none"> Le persone possono essere colpite consumando alimenti contaminati. | <p><i>La manipolazione sicura della carne cruda e altri ingredienti alimentari crudi, un'accurata cottura e un'attenta igiene della cucina possono prevenire o ridurre il rischio posto da questi microorganismi.</i></p> |
| Esposizione al pericolo | <ul style="list-style-type: none"> Esposizione relativamente ampia attraverso alimenti diversi | <p><i>Diversi alimenti possono essere contaminati da microorganismi patogeni, quali uova, carne cruda e verdure.</i></p> |
| Capacità di controllare il rischio | <ul style="list-style-type: none"> Occorre un approccio integrato di gestori e valutatori del rischio per controllare i rischi e monitorare i progressi. | <p><i>Per controllare il rischio è necessario ridurre la presenza di batteri patogeni negli animali destinati alla produzione alimentare e nei prodotti derivati, nonché educare i consumatori sulla manipolazione sicura degli alimenti.</i></p> |
| Natura del pericolo (ad es. sostanza) | <ul style="list-style-type: none"> Batteri patogeni, tossine batteriche, parassiti | <p><i>Molti microorganismi si trovano comunemente nell'intestino di animali sani destinati alla produzione alimentare.</i></p> |
| Soggetti interessati | <ul style="list-style-type: none"> Consumatori UE; animali | |
| Altri fattori relativi alla percezione del rischio | <ul style="list-style-type: none"> L'impatto delle malattie zoonotiche non è molto noto nell'UE e i consumatori temono maggiormente i pericoli chimici rispetto ai pericoli biologici. | <p><i>Con l'eccezione dei grandi focolai infettivi di origine alimentare, le malattie zoonotiche e le azioni dell'UE per combatterle tendono a ricevere una copertura mediatica inferiore rispetto a molte altre questioni di sicurezza alimentare.</i></p> |

Discussione

La formulazione di una strategia completa di comunicazione per le malattie zoonotiche ha richiesto una pianificazione approfondita a lungo termine, compresa l'individuazione di importanti questioni ed eventi esterni in materia. Si è reso necessario un intenso impegno proattivo per produrre informazioni generali intese a fornire un ulteriore contesto adatto a tutti i tipi di pubblico. Le attività mediatiche si sono incentrate sui principali esiti scientifici del 2011 sulla base delle principali tappe individuate nella fase di pianificazione.

Conclusioni sul livello di comunicazione

Benché il rischio di malattie zoonotiche di origine alimentare sia un'importante minaccia per la salute pubblica, l'interesse del pubblico è piuttosto basso rispetto ad altre questioni di più alto profilo. L'onere economico complessivo delle malattie zoonotiche nell'UE è significativo (ad es. ben 3 miliardi di EUR ogni anno per la salmonellosi umana). Per questi motivi si è ritenuta opportuna la produzione proattiva di materiale informativo destinato ai non addetti ai lavori, in aggiunta ad attività mediatiche costanti su atti scientifici selezionati, rivolte principalmente a giornalisti specializzati.

Conclusioni su comunicazioni, strumenti e canali adeguati

L'approccio tematico completo ha richiesto un'ampia gamma di strumenti e canali di comunicazione. Le attività di comunicazione online e le schede informative sono state selezionate come strumenti adatti a fornire informazioni generali a tutti i tipi di pubblico. Le attività mediatiche sono state considerate per questioni specifiche, in particolare per rivolgersi a un pubblico di esperti. A sostegno dell'approccio sono previsti anche nuovi strumenti di comunicazione, come brevi filmati online.

RISULTATI E LEZIONI APPRESE

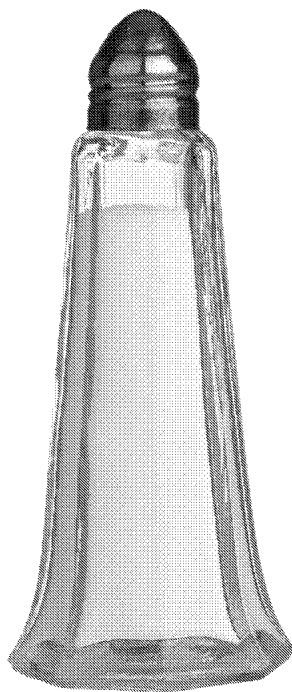
La comunicazione tematica dell'EFSA sulle zoonosi di origine alimentare è ancora in fase di sviluppo e una valutazione approfondita dei risultati si potrà effettuare solo nei prossimi anni. In quanto protagonista della lotta alle malattie zoonotiche di origine alimentare in Europa, l'Autorità è in una posizione ideale per fornire agli Stati membri nonché ad altri portatori di interesse e altre parti interessate preziose informazioni di salute pubblica in merito al rischio rappresentato dalle zoonosi. In particolare, il pacchetto completo di informazioni generali, pubblicato sul sito web dell'EFSA, le schede informative e i filmati sono stati accolti

positivamente. Inoltre, in seno all'organizzazione, le informazioni fornite comprendono materiali di riferimento generali utilizzabili da unità diverse per scopi diversi (ad es. per rispondere a domande di esterni, in occasione di eventi).

Nel prossimo futuro, l'obiettivo di questo approccio integrato è quello di sensibilizzare tutti i tipi di pubblico a cui si rivolge l'EFSA a questa minaccia per la salute pubblica, al ruolo dell'EFSA nel combatterla insieme ad altri soggetti dell'UE, nonché ai progressi realizzati finora.

Campagna sul sale

Agenzia per la sicurezza alimentare
(Food Standards Agency - FSA),
Regno Unito 2004 – 2009



Informazioni di base

L'intera popolazione del Regno Unito è potenzialmente a rischio a causa dell'elevata assunzione di sale. Per esercitare un reale impatto sulle quantità di sale assunte dai consumatori, la FSA ha lavorato in collaborazione con l'industria alimentare e le organizzazioni sanitarie del Regno Unito per incoraggiare la riformulazione dei prodotti e sensibilizzare i consumatori in merito ai rischi per la salute associati all'assunzione di quantità eccessive di sale. Una campagna di sensibilizzazione verso i consumatori è stata promossa in concomitanza con un'iniziativa mirata a ridurre il contenuto di sale negli alimenti acquistati. Nel 2006 sono stati pubblicati i primi obiettivi per la riduzione volontaria del sale a titolo di orientamento per l'industria alimentare. Questi obiettivi sono soggetti a verifiche e revisioni periodiche ai fini di un costante progresso nella riduzione dell'assunzione quotidiana di sale.

| Fattori da considerare | Conclusioni | Commenti |
|---|---|--|
| Livello di rischio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elevato per coloro che consumano abitualmente quantità elevate di sale. | <i>A seguito di una valutazione completa del rischio del sale e dei relativi effetti sulla salute, il Comitato consultivo scientifico indipendente sulla nutrizione (2003) ha confermato che la popolazione nel suo complesso trarrebbe giovamento dal ridurre l'assunzione di sale a un massimo di 6 grammi al giorno. Un livello massimo raccomandato inferiore è stato fissato per i bambini sotto gli 11 anni.</i> |
| Livello di comunicazione richiesto | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Impatto medio sulla salute pubblica/interesse medio del pubblico | |
| Effetti su persone/animali | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rischio cronico | <i>Il consumo eccessivo di sale può far aumentare la pressione sanguigna, triplicando il rischio di malattie cardiache o ictus. Riducendo l'assunzione quotidiana di sale nel Regno Unito a 6 grammi, sarebbe possibile prevenire in media 20 200 decessi prematuri ogni anno.</i> |
| Esposizione al pericolo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Esposizione ampia – Circa il 75 % del sale consumato proviene da alimenti trasformati, il 10-15 % è aggiunto dai consumatori e il 10-15 % è presente per natura negli alimenti. | <i>Quando è stata avviata la campagna, gli adulti consumavano in media 9,5 grammi di sale al giorno.</i> |
| Capacità di controllare il rischio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Per controllare il rischio è richiesto uno sforzo notevole. | |
| Natura del pericolo (ad es. sostanza) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Il sale è presente per natura in scarsa quantità nella maggior parte degli alimenti. Inoltre, è presente negli alimenti trasformati e viene aggiunto dagli stessi consumatori. | <i>Il sale è un prodotto molto familiare e molte persone forse non sono consapevoli del livello di rischio associato a un consumo elevato.</i> |
| Soggetti interessati | <ul style="list-style-type: none"> ▪ A causa della presenza di sale nella maggior parte degli alimenti, chiunque è esposto quotidianamente al consumo di sale. | <i>L'intera popolazione è potenzialmente a rischio a causa di un'elevata assunzione di sale.</i> |
| Altri fattori relativi alla percezione del rischio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Benché il sale sia oggetto di scarsa preoccupazione nel pubblico, il rischio è reale. La scarsa preoccupazione in parte deriva dalla familiarità con il prodotto. | <i>Il sale è importante per il sapore degli alimenti e ciò ostacola il cambio di comportamento.</i> |

Discussione

È stato necessario un intenso lavoro proattivo. Promuovere il sostegno a questa campagna ha richiesto il coinvolgimento di un'ampia gamma di portatori di interesse, tra cui le principali organizzazioni industriali, enti di beneficenza e altre organizzazioni non governative. Tutti i settori dell'industria alimentare – rivenditori, produttori, associazioni di categoria, ristoratori e fornitori del settore della ristorazione – hanno sostenuto il messaggio di sensibilizzazione sul sale rispondendo positivamente agli inviti a ridurre il sale negli alimenti e continuano a impegnarsi nel programma.

Conclusioni sul livello di comunicazione

Il rischio posto dal sale potrebbe esercitare un forte impatto sulla vita delle persone, ma l'interesse è piuttosto basso. Pur rappresentando un rischio significativo per l'intera popolazione, i suoi effetti sono comunque a lungo termine. Per questi motivi è sembrata opportuna un'iniziativa di comunicazione proattiva e di ampia portata, attuata in varie fasi e coinvolgendo un'ampia gamma di portatori di interesse.

Conclusioni su comunicazioni, strumenti e canali adeguati

L'iniziativa di comunicazione si è incentrata sulle donne tra i 35 e i 65 anni. Benché gli uomini siano più soggetti a malattie cardiache e ictus, le donne continuano a essere le principali responsabili dell'acquisto e della preparazione degli alimenti nei nuclei familiari del Regno Unito. Si è fatto ricorso a una serie di strumenti mediatici per trasmettere i messaggi, compresi annunci pubblicitari televisivi, manifesti, articoli sulla stampa femminile e su quotidiani nazionali, nonché notiziari.

Oltre alle informazioni online incentrate sui consumatori, in tutte le fasi della campagna si sono prodotti materiali per i consumatori, quali volantini e tesserine del tipo carta di credito con suggerimenti, per promuovere la consapevolezza del problema e delle azioni che si possono intraprendere per ridurre il consumo di sale.

Inoltre, numerosi portatori di interesse (nell'industria alimentare e tra le organizzazioni non governative) si sono impegnate a far arrivare i messaggi della campagna anche a gruppi difficilmente raggiungibili. Ad esempio, oltre a comunicare periodicamente i messaggi della FSA sulla riduzione del consumo di sale ad autorità locali, operatori sanitari e partner nel settore alimentare attraverso notiziari online e pubblicazioni mirate, le squadre hanno lavorato con una serie di partner regionali su specifici progetti locali intesi a sensibilizzare sugli effetti del sale sulla salute e a ridurre il consumo di sale.

RISULTATI E LEZIONI APPRESE

Da alcune analisi specifiche delle urine condotte dopo la terza fase della campagna è emerso che gli adulti consumavano in media 8,6 g di sale, contro 9,5 g prima dell'inizio della campagna. Inoltre, da una valutazione della campagna con il monitoraggio dei cambiamenti nel comportamento dichiarato dai consumatori, è emerso che prima dell'avvio della fase 4:

- il numero di consumatori che avevano ridotto il consumo di sale era aumentato di circa un terzo;
- la consapevolezza del messaggio sul consumo quotidiano dei 6 g si era decuplicata;
- il numero di consumatori che cercavano di ridurre l'assunzione di sale controllando le etichette era raddoppiato.

Ricerca dell'Università di Southampton sugli effetti di determinati coloranti artificiali sui bambini

Agenzia per la sicurezza alimentare
(Food Standards Agency - FSA),
Regno Unito, settembre 2007 – aprile 2008

Informazioni di base

Nel 2006 la FSA ha finanziato uno studio, intrapreso dall'Università di Southampton, per indagare sugli effetti di coloranti alimentari artificiali sul comportamento dei minori. I risultati dello studio, pubblicati il 6 settembre 2007, hanno dimostrato l'esistenza di un collegamento tra sei coloranti alimentari artificiali e il conservante benzoato di sodio e l'aumento dell'iperattività nei bambini da 3 a 8/9 anni di età nella popolazione generale. I sei coloranti in questione sono giallo arancio S (E110), tartrazina (E102), azorubina/carmoisina (E122), Ponceau 4R (E124), giallo di chinolina (E104) e rosso allura AC (E129).



| Fattori da considerare | Conclusioni | Commenti |
|---|--|--|
| Livello di rischio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Basso | <p><i>Il livello di rischio è considerato basso perché solo un numero esiguo di bambini testati ha evidenziato iperattività in correlazione ai coloranti artificiali interessati. Sussiste incertezza in merito a un rapporto di causa-effetto.</i></p> |
| Livello di comunicazione richiesto | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Forte impatto/forte interesse | |
| Effetti su persone/animali | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Eventuale rischio acuto. Secondo lo studio, il consumo di miscele di determinati coloranti alimentari artificiali e del conservante sodio benzoato è collegato all'aumento dell'iperattività in alcuni bambini. | |
| Esposizione al pericolo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ampia esposizione | <p><i>All'epoca, questi particolari coloranti artificiali erano utilizzati in un'ampia gamma di alimenti che tendono a presentare una colorazione vivace, tra cui alcune bibite, dolci, torte e gelati, per cui i bambini erano costantemente esposti al rischio.</i></p> |
| Capacità di controllare il rischio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Per legge gli additivi alimentari devono essere elencati sull'etichetta degli ingredienti, affinché i consumatori possano scegliere di evitare il prodotto, se lo desiderano. Tuttavia, è improbabile che i bambini e i loro genitori controllino l'etichetta di ogni prodotto acquistato per verificare l'esistenza del rischio. Inoltre, si presume che le persone non vedano l'etichetta su circa la metà degli alimenti e delle bevande che consumano. | <p><i>In assenza delle misure prese dall'industria per ridurre i livelli negli alimenti trasformati, le persone non sarebbero in grado di evitare completamente il rischio potenziale posto da questi additivi.</i></p> |
| Natura del pericolo (ad es. sostanza) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ I coloranti alimentari sono aggiunti intenzionalmente a un'ampia gamma di prodotti per renderli più attraenti, mentre il sodio benzoato è aggiunto come conservante. | |
| Soggetti interessati | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Bambini, nello specifico una subpopolazione di individui sensibili agli additivi alimentari in generale o ai coloranti alimentari in particolare. | <p><i>Possono essere maggiormente a rischio i bambini che mostrano segni di iperattività o disturbo da deficit di attenzione/iperattività.</i></p> |
| Altri fattori relativi alla percezione del rischio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ È opinione di alcuni che i coloranti artificiali siano inutili e potenzialmente dannosi per la salute. Nei giorni successivi alla pubblicazione dello studio di Southampton nel settembre 2007 il <i>Daily Mail</i> ha lanciato una campagna per l'abolizione di questi coloranti in Gran Bretagna. | <p><i>In seguito è stato fatto un raffronto sbagliato tra i coloranti e la benzina al piombo, con i quotidiani che titolavano "Coloranti artificiali pericolosi per i bambini come la benzina al piombo". Questi ulteriori fattori hanno aumentato la percezione del rischio verso questi additivi nell'opinione pubblica.</i></p> |

Discussione

Prima della pubblicazione dello studio è stata necessaria una notevole pianificazione per prepararsi alle reazioni di ONG, industria e i portatori di interesse. La risposta iniziale dell'Agenzia è stata prudente poiché non si era stabilito alcun nesso causale tra il consumo di prodotti contenenti questi coloranti e l'iperattività. I consigli dell'Agenzia si focalizzavano sull'aiuto pratico che si poteva dare ai genitori per evitare alimenti contenenti questi coloranti, se desideravano farlo.

Una successiva discussione in seno al consiglio e una revisione dello studio effettuata dall'EFSA ha indotto la FSA a consigliare ai ministri britannici di imporre un divieto volontario su questi particolari coloranti, da attuare entro la fine del 2009. La n.d. Deirdre Hutton, all'epoca presidente della FSA, ha dichiarato: "È un dovere dell'Agenzia mettere al primo posto i consumatori. Questi additivi non fanno altro che dare più colore agli alimenti. Quindi, alla luce delle conclusioni dello studio di Southampton, sarebbe sensato eliminarli dagli alimenti e dalle bevande. L'industria britannica ha già fatti grandi passi avanti per eliminare questi coloranti dagli alimenti; questa decisione si basa sul lavoro già svolto ed è intesa a incoraggiare l'industria a continuare su questa strada".

Conclusioni sul livello di comunicazione

Nei giorni successivi alla pubblicazione dello studio sono state programmate riunioni e sessioni di domande e risposte con le parti interessate. Poiché non tutti i bambini evidenziano un aumento del comportamento iperattivo con l'assunzione di determinate serie di additivi, l'Agenzia ha deciso in primo luogo di rivolgere consigli ai genitori di bambini che mostravano segni di iperattività. In seguito, l'attenzione si è allargata a una gamma più ampia di consumatori che, benché non immediatamente interessati ai coloranti e all'iperattività nei bambini, potevano sentirsi rassicurati dalle misure prese dall'Agenzia e dall'industria alimentare per eliminarli.

Conclusioni su comunicazioni, strumenti e canali adeguati

L'Agenzia ha istituito una pagina dedicata sul proprio sito web per fornire informazioni in merito alle azioni intraprese dall'industria, con i dettagli di siti web di aziende e numeri telefonici per l'assistenza ai consumatori. Anche sul sito web "Eat well" dell'Agenzia sono state inserite informazioni per aiutare i consumatori a comprendere meglio i codici E.

L'Agenzia continua a pubblicare sul proprio sito elenchi aggiornati di aziende di catering, ristoranti, produttori, rivenditori e linee di prodotti che non contengono i sei coloranti individuati dallo studio di Southampton.

RISULTATI E LEZIONI APPRESE

Subito dopo la pubblicazione dello studio di Southampton l'Agenzia avrebbe potuto spiegare meglio come stava incoraggiando l'industria alimentare a fornire maggiori informazioni ai genitori in tempi più brevi per aiutarli a fare delle scelte. Inoltre, l'Agenzia non è stata forse abbastanza chiara sul motivo per cui non vi è stato un divieto immediato, in primo luogo perché non esisteva un rischio rilevante per la salute pubblica.

Secondo il regolamento (CE) n. 1333/2008, entrato in vigore nel luglio 2010, l'utilizzo negli alimenti di uno o più dei sei coloranti citati nello studio di Southampton richiede l'apposizione di un'avvertenza sanitaria obbligatoria sull'etichetta che indichi il possibile collegamento con l'iperattività in alcuni bambini.

Febbre Q nei Paesi Bassi: apertura e trasparenza

2009



Informazioni di base

Alla fine del 2009 la febbre Q era uno dei principali argomenti trattati dai media nei Paesi Bassi, a causa della preoccupazione per il numero crescente di persone infette. La responsabilità della politica per combattere la febbre Q spettava al ministero dell'Agricoltura, della natura e della qualità alimentare (LNV) (in collaborazione con il ministero della Salute, del benessere e dello sport). L'argomento era molto sensibile dal punto di vista del benessere animale, poiché l'Autorità olandese per la sicurezza degli alimenti e dei prodotti di consumo (VWA) aveva dovuto procedere all'abbattimento di migliaia di capre gravide.

La febbre Q è una malattia infettiva che può essere trasmessa dagli animali agli esseri umani. Nei Paesi Bassi, capre e pecore da latte infette sono la causa principale della diffusione della malattia tra gli esseri umani. La maggior parte delle persone ha contratto la malattia inalando aria contaminata dal batterio che provoca la febbre Q, presente nell'aria soprattutto durante la stagione dei parti di pecore e capre. Inoltre, il batterio può essere presente nel latte crudo, nel concime e nell'urina, mentre non si trova nella carne ovina o caprina. Anche altri animali (ad es. bovini e animali domestici) possono essere infettati e possono trasmettere l'infezione all'uomo, ma questa eventualità si è presentata raramente nei Paesi Bassi. In un ambiente aperto, il batterio può rappresentare ancora una minaccia di contaminazione per mesi o anche anni.

La malattia si trasmette molto raramente tra esseri umani. Oltre la metà delle persone affette da febbre Q praticamente non presentano sintomi. Gli eventuali sintomi in genere sono febbre e forte cefalea. Altri sintomi comprendono tosse, dolori muscolari e alle articolazioni, brividi, sudorazione notturna, apatia e affaticamento.

Nei casi gravi può manifestarsi una polmonite accompagnata da tosse secca e dolore al petto. Alcune persone affette da febbre Q si ammalano di epatite. La febbre Q colpisce più frequentemente gli uomini delle donne e i fumatori rispetto ai non fumatori. In molti casi, chi ha avuto la febbre Q prova affaticamento per un lungo periodo dopo la guarigione.

| Fattori da considerare | Conclusioni | Commenti |
|---|--|---|
| Livello di rischio | <ul style="list-style-type: none"> Basso, con un rischio maggiore per coloro che sono regolarmente a contatto con capre e pecore | <i>La trasmissione tra esseri umani è molto rara.</i> |
| Livello di comunicazione richiesto | <ul style="list-style-type: none"> Forte impatto/forte interesse nelle regioni colpite | |
| Effetti su persone/animali | <ul style="list-style-type: none"> La maggior parte delle persone contraggono la febbre Q inalando aria contaminata dal batterio noto come causa della malattia. Questo è presente nell'aria soprattutto durante la stagione dei parti di pecore e capre. Inoltre, il batterio può essere presente nel latte crudo, nel concime e nell'urina. | <i>Il batterio non si trova nella carne ovina o caprina. Altri animali (ad es. bovini e animali domestici) possono essere infettati e possono trasmettere l'infezione agli esseri umani con cui sono in contatto.</i> |
| Esposizione al pericolo | <ul style="list-style-type: none"> Moderata. Solo le persone che hanno contatti regolari con gli animali. | <i>Nei Paesi Bassi, capre e pecore da latte infette sono la causa principale della diffusione della malattia tra gli esseri umani.</i> |
| Capacità di controllare il rischio | <ul style="list-style-type: none"> Bassa | <i>Nel 2008 sono state prese diverse misure di gestione del rischio e nel 2009 se ne sono aggiunte altre, compresa la vaccinazione obbligatoria per gli allevamenti di capre e pecore ad "alto rischio" e l'abbattimento di capre gravide.</i> |
| Natura del pericolo (ad es. sostanza) | <ul style="list-style-type: none"> Batterio noto come causa della febbre Q | |
| Soggetti interessati | <ul style="list-style-type: none"> Persone che lavorano o sono a contatto diretto con gli animali. | <p><i>Oltre la metà delle persone affette da febbre Q praticamente non presentano sintomi. Gli eventuali sintomi in genere sono febbre (persistente) e forte cefalea. Altri sintomi comprendono tosse, dolori muscolari e alle articolazioni, brividi, sudorazione notturna, apatia e affaticamento.</i></p> <p><i>Nei casi gravi può manifestarsi polmonite accompagnata da tosse secca e dolore al petto. Alcune persone affette da febbre Q si ammalano di epatite. La febbre Q colpisce più frequentemente gli uomini delle donne e i fumatori rispetto ai non fumatori. In molti casi, chi ha avuto la febbre Q prova affaticamento per un lungo periodo dopo la guarigione.</i></p> |
| Altri fattori relativi alla percezione del rischio | <ul style="list-style-type: none"> Come misura di gestione del rischio è stato previsto l'abbattimento di 35 000 capre gravide. | <i>La decisione è stata presa dalle autorità competenti nei Paesi Bassi e sostenuta da comunicazioni aperte e trasparenti.</i> |

Discussione

Nei Paesi Bassi il governo era consapevole della crescente preoccupazione per il benessere animale. Poiché in particolare il liquido amniotico e la placenta di animali gravidi infetti possono contenere grandi quantità del batterio, si è presa la decisione di abbattere le capre gravide negli allevamenti infetti. Tuttavia occorre procedere in modo etico e rispettoso, per tenere conto delle preoccupazioni relative al benessere animale. Quindi gli animali sono stati prima sedati e in seguito sottoposti a iniezione letale, una volta addormentati. I veterinari sono stati debitamente istruiti e si è avuta cura di prestare attenzione ai sentimenti degli allevatori colpiti. In un caso l'evento è stato filmato da una troupe televisiva e la sequenza filmata è stata condivisa con tutte le stazioni televisive e i principali media.

L'intento era quello di mostrare la preoccupazione del governo per il benessere animale e la sofferenza degli allevatori.

Il messaggio chiave era il seguente: *"È molto triste, ma è necessario per proteggere la salute umana."*

Conclusioni sul livello di comunicazione

Considerando l'enorme attenzione dei media per la febbre Q e le preoccupazioni relative al benessere animale, si è optato per l'apertura e la trasparenza, decidendo di mostrare il primo abbattimento il 21 dicembre 2009. Prima di quella data sono stati pubblicati gli indirizzi degli allevamenti infetti e sono stati informati i residenti nelle vicinanze.

Conclusioni su comunicazioni, strumenti e canali adeguati

La copertura mediatica è stata enorme: tutti i principali canali radiofonici e televisivi hanno riferito la notizia nella stessa giornata. Il giorno successivo, tutti i quotidiani nazionali e locali hanno fatto lo stesso. L'Autorità olandese ha apprezzato il tono, le immagini, le fotografie e il contenuto delle notizie. La comunicazione ha avuto un forte impatto ed è stata molto emotiva, ma anche rispettosa e onesta, secondo l'intenzione originale di apertura e trasparenza. La strategia di comunicazione e la sua attuazione hanno prodotto un risultato positivo, internamente ed esternamente. L'approccio più aperto è stato stimolante per i veterinari e tutti i soggetti coinvolti in questa operazione così emotiva, e si è mostrata anche comprensione nei confronti degli allevatori proprietari di animali infetti.

In un articolo di giornale (Dagblad Pers) si affermava che il ministero dell'Agricoltura, della natura e della qualità alimentare aveva imparato dall'esperienza negativa delle precedenti crisi dell'influenza suina e dell'afta epizootica.

<http://nos.nl/artikel/124250-eerste-geiten-geruimd-op-brabantse-qkoortsbedrijven.html>

Notizie della radiotelevisione nazionale olandese: NOS (21 dicembre 2009)

RISULTATI E LEZIONI APPRESE

La valida collaborazione tra la VWA e il ministero dell'Agricoltura, della natura e della qualità alimentare dei Paesi Bassi è stata fondamentale per conseguire un simile risultato in tempi così brevi. Sono passati solo alcuni giorni tra l'annuncio delle misure e l'inizio dell'operazione.

L'apertura richiede coraggio.

I media comprendono di non poter pretendere diritti esclusivi in presenza di buoni motivi e tendono a collaborare.

È possibile adottare un approccio così organizzato e riservato con la stampa solo in occasioni molto rare e particolari, altrimenti verrà percepito come una limitazione della libertà di stampa. (Qualche critica dell'associazione olandese dei capiredattori e di un partito politico).

L'apertura e la trasparenza stimolano l'interesse dei giornalisti.

Caso-studio sugli integratori alimentari in Svezia



Informazioni di base

Il 25 febbraio 2009, l'Agenzia dei prodotti medici svedese ha pubblicato un'avvertenza relativa al Fortodol, un integratore alimentare a base di erbe. Dopo essere venuta a conoscenza di quattro casi di danni epatici in pazienti svedesi che avevano assunto Fortodol, l'Agenzia ha pubblicato l'informazione sulla pagina iniziale del suo sito web. In uno dei casi, il paziente ha sviluppato un'insufficienza epatica acuta ed è deceduto. Anche l'Agenzia dei prodotti medici norvegese era stata informata in merito a cinque casi di danni epatici e un decesso che si potevano associare all'assunzione di Fortodol.

Gli integratori alimentari sono preparazioni intese a fornire nutrienti, come vitamine, minerali, fibre, acidi grassi o amminoacidi, che mancano o non sono presenti in quantità sufficiente nella dieta di una persona.

La direttiva 2002/46/CE del Parlamento europeo e del Consiglio e relative modifiche sul ravvicinamento delle leggi degli Stati membri dell'UE in materia di integratori alimentari stabilisce requisiti armonizzati per l'etichettatura degli integratori alimentari e introduce norme specifiche su vitamine e minerali negli integratori alimentari, nell'intento di armonizzare la legislazione e garantire che i prodotti siano sicuri e opportunamente etichettati per consentire ai consumatori di operare scelte informate.

Ciononostante, dal 1996 oltre 250 notifiche sugli integratori alimentari sono state inserite nella banca dati del sistema di allarme rapido per gli alimenti e i mangimi dell'Unione europea.

| Fattori da considerare | Conclusioni | Commenti |
|---|---|--|
| Livello di rischio | <ul style="list-style-type: none"> Sconosciuto – non quantificabile in quanto i dati sul consumo non sono disponibili | <i>La distribuzione mondiale tramite il commercio elettronico è difficile da controllare e a livello nazionale è difficoltoso rintracciare e ritirare i prodotti. Un'altra difficoltà è rappresentata dalla distribuzione del prodotto con diversi nomi commerciali.</i> |
| Livello di comunicazione richiesto | <ul style="list-style-type: none"> Impatto medio/interesse medio | |
| Effetti su persone/animali | <ul style="list-style-type: none"> Danni epatici, sintomi quali inappetenza, nausea, vomito, dolori addominali, urina scura, ittero, un decesso | |
| Esposizione al pericolo | <ul style="list-style-type: none"> Sconosciuta – non sono disponibili dati sul consumo. | |
| Capacità di controllare il rischio | <ul style="list-style-type: none"> Limitata – è stato consigliato al pubblico di non acquistare o utilizzare questo integratore alimentare | <i>Messaggi generali: i consumatori dovrebbero prestare attenzione nell'acquisto online di alimenti/integratori alimentari.</i> |
| Natura del pericolo (ad es. sostanza) | <ul style="list-style-type: none"> Sostanza non autorizzata. Da analisi del prodotto (lavorato in Messico, con materie prime probabilmente provenienti dall'India, e confezionato negli USA) è emerso che due dei nove lotti esaminati contenevano la sostanza farmacologica nimesulide (non indicata tra gli ingredienti) sospettata di aver provocato gravi ripercussioni sulla salute pubblica. | <i>Il caso citato illustra che alcune preparazioni distribuite sul mercato possono contenere sostanze che presentano effetti avversi per la salute. Il rischio derivante da tali prodotti è difficile da valutare, in quanto non sono disponibili dati sul consumo.</i> |
| Soggetti interessati | <ul style="list-style-type: none"> I consumatori dell'integratore alimentare Fortodol, in vendita su Internet e nei negozi di alimenti per la salute e che è indicato per alleviare artrite, dolori muscolari e cefalee. | |
| Altri fattori relativi alla percezione del rischio | <ul style="list-style-type: none"> Essendo in vendita nei negozi di alimenti per la salute, questo integratore alimentare era associato all'idea di benessere. | |

Discussione

Il caso illustra che alcune preparazioni distribuite sul mercato possono contenere sostanze con effetti avversi sulla salute. Il rischio derivante da tali prodotti è difficile da valutare, in quanto non sono disponibili dati sul consumo. Gli integratori alimentari contaminati, commercializzati illegalmente o contenenti sostanze non autorizzate o nuovi ingredienti alimentari, possono danneggiare molti consumatori. La distribuzione mondiale via Internet è difficile da controllare, poiché rende difficile rintracciare i prodotti o ritirarli dal mercato a livello nazionale. Un'altra difficoltà è data dalla distribuzione del prodotto con diversi nomi commerciali. Ciononostante, l'interesse dei media su questo argomento si è rivelato scarso.

Conclusioni sul livello di comunicazione

Molti Paesi dell'UE (Svezia, Norvegia, Danimarca, Finlandia, Regno Unito, Repubblica di Irlanda, Portogallo, Spagna) hanno preso misure per ritirare il prodotto contenente la sostanza, venduto anche con altri marchi come Donsbach Miradin, Lepicol Miradin, Leppin Miradin e Miradin, dai rispettivi mercati.

Poiché la vendita del prodotto avveniva tramite Internet, sono stati interessati anche molti altri Paesi.

Conclusioni su comunicazioni, strumenti e canali adeguati

Nessuna notizia di panico tra i consumatori. Scarse richieste di informazioni da parte dei media.

Sono stati comunicati i seguenti messaggi fondamentali:

- non acquistare o utilizzare questo integratore alimentare;
- non acquistarlo in Internet;
- poiché si tratta di un prodotto lanciato come integratore alimentare e non come medicinale, c'è il rischio che le persone lo utilizzino per lunghi periodi di tempo;
- chi soffre di sintomi quali inappetenza, nausea, vomito, dolori addominali, urina scura, ittero ecc. dovrebbe sottoporsi a check-up del fegato.

Messaggio generale: i consumatori dovrebbero prestare attenzione quando acquistano alimenti/integratori alimentari online.

Queste comunicazioni sono state condivise attraverso canali di comunicazione online e i media.

RISULTATI E LEZIONI APPRESE

Punti di forza: collaborazione tra Stati membri via RASFF ed e-mail.

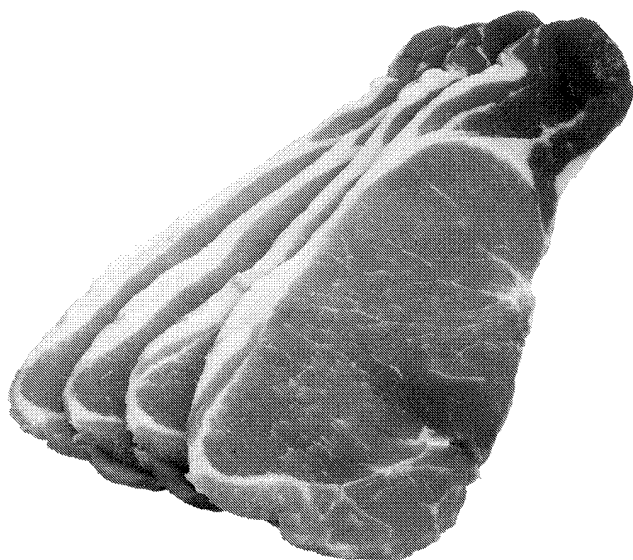
Opportunità: lo scarso interesse dei media sull'argomento ha dato spazio a una trattazione più ampia nei canali mediatici online.

Punti deboli: tempi di reazione lenti dalla notifica al ritiro del prodotto.

Minacce: influenza del mercato elettronico mondiale a livello nazionale, abbinata alla tendenza a uno stile di vita favorevole agli integratori alimentari.

Caso-studio – Emergenza diossina in Irlanda

Autorità irlandese per la
sicurezza alimentare (FSAI), 2008



Informazioni di base

Le diossine sono un gruppo di sostanze chimiche tossiche persistenti che si formano come sottoprodotto della combustione industriale e di processi chimici. Essendo altamente resistenti alla decomposizione, persistono nell'ambiente. L'esposizione umana alle diossine deriva fino al 90 % dal consumo di alimenti contenenti diossine, soprattutto alimenti di origine animale con un elevato contenuto di grassi, poiché questi contaminanti si accumulano nei tessuti grassi. Gli alimenti dove si possono accumulare le diossine comprendono carne, pesce, uova e latte.

La crisi è cominciata con la scoperta, durante i controlli di routine, della presenza di marcatori PCB (indice di una possibile contaminazione da diossine) nel grasso di

maiale. Ulteriori analisi hanno confermato il 6 dicembre 2008 la presenza di diossina nei campioni. Si è stimato che circa il 10 % della carne di maiale proveniente dall'Irlanda fosse interessata dalla contaminazione. Tuttavia, a causa di problemi generali di tracciabilità nella catena alimentare, aggravati dal fatto che tutti i maiali irlandesi sono macellati e lavorati in un numero esiguo di impianti di lavorazione, era impossibile distinguere tra prodotti potenzialmente contaminati e non contaminati. Di conseguenza, a titolo di misura precauzionale e nell'interesse della tutela della salute pubblica, tutti i prodotti a base di maiale provenienti da animali macellati in Irlanda tra l'1 settembre e il 6 dicembre sono stati richiamati.

| Fattori da considerare | Conclusioni | Commenti |
|---|---|--|
| Livello di rischio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Basso – consumatori | <i>Basso rischio per la salute pubblica, grazie al richiamo e all'esposizione limitata a un periodo di tre mesi, per cui il contributo al carico corporeo dei consumatori non è stato significativo.</i> |
| Livello di comunicazione richiesto | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Forte impatto/forte interesse | |
| Effetti su persone/animali | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Le diossine sono sostanze chimiche tossiche che possono colpire la pelle e il sistema immunitario e sono note per essere cancerogene. | <i>Nessun effetto immediato sulla salute, ma possono contribuire al carico corporeo.</i> |
| Esposizione al pericolo | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Esposizione molto limitata | <i>Livello di esposizione limitato al periodo dal 1° settembre al 6 dicembre 2008</i> |
| Capacità di controllare il rischio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestione del rischio con la decisione di ritirare tutta la carne di suino dall'Irlanda e i prodotti irlandesi a base di suino | <i>I prodotti interessati sono stati tolti dal mercato mentre i prodotti non contaminati sono ritornati sul mercato entro sei giorni.</i> |
| Natura del pericolo (ad es. sostanza) | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tutta la carne di suino dall'Irlanda e i prodotti a base di suino | |
| Soggetti interessati | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tutti i consumatori di carne di suino dall'Irlanda e prodotti a base di suino | |
| Altri fattori relativi alla percezione del rischio | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ai consumatori è stato raccomandato di non preoccuparsi eccessivamente dei rischi per la salute. Questo ha indotto alcuni consumatori a interrogarsi sul motivo del ritiro. | |

Discussione

Durante la crisi, la cronaca si è spostata dalla protezione dei consumatori ai diritti dei consumatori, al danno per il settore dell'industria e al desiderio di un risarcimento, fino al ritorno sul mercato dei prodotti irlandesi a base di maiale. Come per molte storie di questa portata, nel dibattito mediatico sono intervenute numerose voci, con le rispettive opinioni. In questo clima surriscaldato e confuso, la FSAI ha continuato a lanciare un messaggio chiaro: i consumatori non dovevano preoccuparsi eccessivamente in merito ai rischi per la salute, ma che la diossina non poteva essere consentita nella catena alimentare.

Conclusioni sul livello di comunicazione

L'obiettivo specifico della comunicazione era quello di informare adeguatamente i consumatori in merito ai rischi. Inoltre le raccomandazioni al governo prevedevano che la diossina non dovesse essere presente nella catena alimentare e che, nonostante il rischio immediato fosse scarso o nullo per la salute delle persone che avevano consumato carne di maiale contaminata nel periodo dal 1° settembre al 6 dicembre, non fosse comunque tollerabile consentire che le persone fossero esposte alle diossine negli alimenti. Questo è stato il messaggio di base lanciato dalla FSAI per tutto il tempo, al quale si sono aggiunti altri messaggi secondari, tra cui i seguenti:

- la FSAI sta avvisando rivenditori e produttori di rimuovere immediatamente dagli scaffali i prodotti interessati, ricordando al settore dell'industria l'obbligo legale di procedere in questo senso;

- si consiglia ai consumatori di controllare se hanno in casa questi prodotti, e in caso affermativo di non mangiarli, bensì di gettarli o riportarli al rivenditore;
- la FSAI continuerà ad agire per la rapida rimozione dei prodotti contaminati dalla catena alimentare, ai fini della tutela della salute dei consumatori e nel loro interesse;
- sono disponibili informazioni sul sito web FSAI e tramite la sua linea di assistenza.

Conclusioni su comunicazioni, strumenti e canali adeguati

Intense relazioni con i media durante tutta la crisi, comprese informazioni quotidiane ai media, abbinate a un ampio coinvolgimento dei portatori di interesse.

RISULTATI E LEZIONI APPRESE

L'enorme copertura mediatica, in molti casi con notizie contrastanti e/o sensazionalistiche, ha sottoposto i consumatori a un bombardamento di informazioni lasciandoli incerti in merito al rischio effettivo posto dalla crisi. In una simile tempesta di informazioni, le autorità hanno incontrato notevoli difficoltà a trasmettere il messaggio corretto ai consumatori. Nonostante la quantità di informazioni ricevute, la fiducia dei consumatori negli alimenti irlandesi si è rapidamente ripristinata, in parte grazie al ruolo svolto dall'EFSA e dai gestori del rischio dell'UE nel sostenere le autorità irlandesi. L'aumento della fiducia dei consumatori è stato confermato dal rapido ritorno delle vendite di carne di maiale ai livelli precedenti l'allarme alimentare, con alcuni settori che hanno addirittura registrato un aumento delle vendite.

Ulteriori letture

- Fife Schaw, C. and Rowe, G. 1996. **Public perceptions of everyday food hazards: A psychometric study.** Risk Analysis, 16(4): 487–500.
- Flynn, J., Slovic, P. and Kunreuther, H., eds. 2001. **Risk, media and stigma: Understanding public challenges to modern science and technology,** London: Earthscan.
- Frewer, L.J., Howard, C., Hedderley, D. and Shepherd, R. 1996. **What determines trust in information about food related risks? Underlying psychological constructs.** Risk Analysis, 16(4): 473–86.
- Gregory, J. and Miller, S. 1998. **Science in public: Communication, culture and credibility,** Cambridge: Plenum Press.
- Hansen, J., Holm, L., Frewer, L., Robinson, P. and Sande, P. 2003. **Beyond the knowledge deficit: Recent research into lay and expert attitudes to food risks.** Appetite, 41: 111–21. 18.
- Harrabin, R. 2004. **Risky business.** British Journalism Review, 15: 28–33.
- Kasperson, R.E., Renn, O., Slovic, P., Brown, H.S., Emel, J., Goble, R., Kasperson, J.X. and Ratick, S. 1988. **The social amplification of risk: A conceptual framework.** Risk Analysis, 8(2): 178–87.
- Krystallis, A., Frewer, L.J., Rowe, G., Houghton, J.R., Kehagia, O. and Perrea, T. 2007. **A perceptual divide? Consumer and expert attitudes to food risk management in Europe.** Health, Risk & Society, 9(4): 407–24.
- Lofstedt, R.E. 2006. **How we can make food risk communication better: Where are we and where are we going?.** Journal of Risk Research, 9: 869–90.
- Renn, O. 1991. **“Risk communication and the social amplification of risk”.** In Communicating risks to the public: International perspectives, Edited by: Kasperson, R.E. & Stallen, P.J.M. 457–81. Dordrecht: Kluwer Academic.
- Rosati, S. and Saba, A. 2004. **The perception of risks associated with food-related hazards and the perceived reliability of sources of information.** International Journal of Food Science and Technology, 39: 491–500.
- Slovic, P. 1986. **Informing and educating the public about risk.** Risk Analysis, 6(4): 403–15.
- Slovic, P. 1987. **Perception of risk.** Science, 236: 280–5.
- Slovic, P. 1993. **Perceived risk, trust, and democracy.** Risk Analysis, 13(6): 675–82. 44.
- Slovic, P. 2000. **The perception of risk,** London: Earthscan.

Esempi di altre linee guida

Christensen, L.L. 2007. **The hands on guide for science communicators**, Dordrecht: Springer.

European Commission. 2006. **Communicating science: A scientist's survival kit**, Brussels: European Commission. http://ec.europa.eu/research/science-society/pdf/communicating-science_en.pdf

Food and Agriculture Organisation of the United Nations, and World Health Organisation (FAO/WHO). 1998. **The application of risk communication to food standards and safety matters**, Rome: FAO/WHO. <http://www.fao.org/docrep/005/x1271e/X1271E00.htm>

Science Media Centre. 2002. **Communicating risk in a soundbite: A guide for scientists**, London: The Royal Institution of Great Britain. <http://www.sciencemediacentre.org>

Social Issues Research Centre (SIRC). 2001. **Guidelines on science and health communication**, Oxford: SIRC. <http://www.sirc.org>

Social Issues Research Centre (SIRC). 2006. **MESSENGER: Media, science and society; engagement and governance in Europe**, Oxford: SIRC. <http://www.sirc.org>

The Royal Society. 2000. **Scientists and the media: Guidelines for scientists working with the media and comments on a press code of practice**, London: The Royal Society. <http://www.royalsoc.ac.uk>

www.efsa.europa.eu/riskcomm

