



# Ministero della Salute

DIREZIONE GENERALE DEGLI ORGANI COLLEGIALI PER LA TUTELA DELLA SALUTE

UFFICIO 2

**Sezione consultiva delle associazioni dei consumatori e dei produttori  
in materia di sicurezza alimentare**

## **I rischi in sicurezza degli alimenti: Perché, come e cosa è importante comunicare**

La comunicazione ed il coinvolgimento dei portatori d'interesse, cittadini in primis, rappresenta uno dei valori fondanti dell'**Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA)**, d'importanza pari all'indipendenza del processo di valutazione del rischio, come stabilito dal regolamento istitutivo (Reg. (CE) n.178/2002).

In particolare, l'articolo 42 del regolamento, per il quale l'EFSA deve sviluppare "*contatti efficienti con i rappresentanti dei consumatori e dei produttori, con gli operatori delle industrie di trasformazione e con tutte le altre parti interessate*", così come gli articoli 38 e 40, relativi a *trasparenza e comunicazioni*, rispondono al bisogno legittimo dei soggetti interessati di capire i presupposti della valutazione del rischio e rendono possibile un dibattito informato su questioni scientifiche delicate e importanti afferenti al mandato dell'EFSA.

Tali principi sono di essenziale importanza perché volti a diffondere fiducia nell'operato dell'EFSA da parte di tutti i portatori di interesse (*stakeholder*), che, nello specifico, sono distinguibili in "*portatori di interesse istituzionali*", cioè gli organismi con i quali l'EFSA ha l'obbligo di collaborare (Istituzioni e agenzie dell'UE e degli Stati membri dell'UE e Organismi scientifici), e i "*portatori di interesse della società civile*", cioè i consumatori, le organizzazioni non governative (ONG) e i soggetti che operano lungo la filiera agroalimentare, dall'agricoltura all'industria di trasformazione, dalla distribuzione alla somministrazione.

In attuazione del proprio mandato, quindi, EFSA attua azioni orientate al coinvolgimento di tutte le parti interessate, come ribadito anche nel documento "*Strategia EFSA 2020 - Scienza affidabile, alimenti sicuri - Proteggere la salute dei consumatori con pareri scientifici indipendenti sulla catena alimentare*".

I principi dell'Autorità europea, compresi il coinvolgimento e la consultazione delle parti interessate, sono applicati anche in ciascuno Stato membro nelle funzioni svolte dagli **Organismi nazionali di riferimento di EFSA**.

In Italia tale ruolo è attribuito al **Ministero della Salute - Direzione generale degli organi collegiali per la tutela della salute (DGOCTS)** nel cui ambito opera la **Sezione consultiva delle associazioni dei consumatori e dei produttori in materia di sicurezza alimentare** del Comitato nazionale per la sicurezza alimentare (CNSA), che rappresenta un tavolo di confronto tra istituzioni (Ministeri e Regioni) e portatori d'interesse (consumatori, produttori, parti sociali). In particolare, la Sezione consultiva si pone l'obiettivo di individuare

messaggi concordati sulla comunicazione del rischio orientata al perseguimento di corretti stili di vita e a tutela dei prodotti dell'agro-alimentare.

Nell'ambito della Sezione consultiva, a fronte dell'esigenza di stabilire alcuni principi condivisi sulle migliori modalità di comunicazione del rischio in sicurezza alimentare e di programmare alcune attività ed iniziative in materia di comunicazione del rischio, è stato costituito un gruppo di lavoro ad hoc, così composto:

- 3 rappresentanti delle associazioni dei consumatori (eletti a maggioranza tra tutte le associazioni componenti della consulta);
- 3 rappresentanti delle associazioni dei produttori (eletti a maggioranza tra tutte le associazioni componenti della consulta);
- 1 rappresentante delle Regioni e province autonome;
- l'Ufficio 2 della DGOCTS, competente per la materia;
- 1 rappresentante della Direzione generale per l'igiene e la sicurezza degli alimenti e la nutrizione (DGISAN);
- 1 rappresentante della Direzione generale della sanità animale e del farmaco veterinario (DGSAF);
- 1 rappresentante della Direzione generale della comunicazione e dei rapporti internazionali (DGCORI);
- Il membro supplente italiano del CEN (EFSA - *Communication expert network*)

Il presente documento illustra le considerazioni del gruppo di lavoro in merito alle corrette modalità di comunicazione delle informazioni scientifiche legate ai rischi correlati alla sicurezza alimentare, declinate in tre punti focali:

1. Perché comunicare
2. Come comunicare
3. Cosa comunicare.

## **1. Perché comunicare?**

La **comunicazione del rischio in sicurezza alimentare** ha assunto nel tempo un'importanza crescente.

La tutela degli interessi dei consumatori e la garanzia di offrire alimenti sani e sicuri rappresentano il principio base della legislazione in sicurezza alimentare (Regolamento CE n.178/2002) e sono oggetto di particolare attenzione da parte dei diversi portatori d'interesse, quali cittadini, organizzazioni non governative, associazioni professionali ed organizzazioni commerciali.

Come evidenziato nel Regolamento CE n.178/2002, *"La sicurezza e la fiducia dei consumatori della Comunità e dei paesi terzi rivestono un'importanza capitale. La Comunità è tra i più importanti protagonisti del commercio mondiale di alimenti e mangimi e, in tale veste, ha stipulato accordi commerciali internazionali, contribuendo all'elaborazione di norme internazionali a sostegno della legislazione alimentare e sostiene i principi del libero commercio di mangimi sicuri e di alimenti sani e sicuri in maniera non discriminatoria, all'insegna di pratiche commerciali leali e moralmente corrette"*. A tale proposito il medesimo Regolamento si pone l'obiettivo di costituire una base per consentire ai consumatori di compiere scelte consapevoli in relazione agli alimenti che consumano, mirando a prevenire le pratiche fraudolente o ingannevoli, l'adulterazione degli alimenti e qualsiasi altro comportamento in grado di indurre in errore il consumatore.

Molte indagini, effettuate anche dalla stessa Commissione europea e che hanno coinvolto psicologi, sociologi, economisti ed esperti di marketing, hanno evidenziato che tra i consumatori europei c'è molta preoccupazione e sfiducia, probabilmente generate anche da un'informazione che spesso non si basa su evidenze scientifiche ed è tendenzialmente incline ad enfatizzare più

le violazioni riscontrate sul campo che le massime garanzie offerte dal sistema nazionale di controllo. Anche i dati sulla percezione del rischio derivanti dalla sorveglianza *PASSI* (Progressi delle Aziende Sanitarie per la Salute in Italia - attività di sorveglianza in sanità pubblica svolta dal Centro nazionale di epidemiologia, sorveglianza e promozione della salute dell'Istituto superiore di sanità) evidenziano chiaramente che spesso il rischio percepito non corrisponde al rischio sanitario reale.

Queste considerazioni evidenziano, in linea generale, che **un'errata percezione del rischio sanitario reale** da parte dei consumatori genera **un alto livello di preoccupazione e sfiducia nella sicurezza degli alimenti**, che, a sua volta, può esitare in **"allarmi" alimentari**, con conseguenti ingenti cali di consumi e pesanti ripercussioni sul mercato

Le istituzioni nazionali, quindi, hanno il dovere e la necessità di conquistare e mantenere alta la **fiducia** di tutti i portatori di interesse.

Tale obiettivo può essere raggiunto attraverso il confronto, mediante la consultazione aperta e trasparente dei cittadini, direttamente o attraverso organi rappresentativi, e, soprattutto, con l'adozione di adeguati provvedimenti, volti a informare i cittadini sulla natura, la gravità e l'entità di eventuali rischi legati agli alimenti o alla loro filiera produttiva, e sulle misure adottate o in procinto di essere adottate per prevenire, contenere o eliminare tali rischi.

Una comunicazione responsabile in sicurezza alimentare, quindi, permette di:

- Spiegare ai cittadini/consumatori che non esiste il "RISCHIO ZERO";
- Rispettare il diritto e la necessità dei consumatori di sapere come possono proteggere la loro salute e quella delle persone a loro vicine, di vivere in ambiente sano e proteggere anche la salute dei propri animali;
- Tutelare e valorizzare il sistema agroalimentare nazionale e gli alimenti e bevande prodotti in Italia, che rappresentano una vera attrazione verso i cittadini di tutto il mondo;
- Evitare che si diffondano notizie incontrollate che generano esagerato allarmismo non proporzionale al problema, né scientificamente provato;
- Migliorare il rapporto di fiducia autorità/impresе/consumatore;
- Consentire ai consumatori di scegliere gli alimenti in modo consapevole;
- Evitare quanto più possibile che i settori coinvolti in inutili allarmismi paghino gravi crisi economiche e occupazionali;
- Ridurre la quantità di sprechi alimentari da parte dei consumatori e agevolare, senza pregiudizi, la donazione del cibo oltre la vita commerciale, nel rispetto dei requisiti di sicurezza del prodotto.

## **2. Come comunicare?**

Le comunicazioni devono essere **chiare, comprensibili e puntuali**.

La comunicazione del rischio fondata su tali principi rappresenta una delle sfide più importanti per le istituzioni pubbliche e non solo.

Infatti, se da un lato è vero che i rischi non possono essere ben gestiti senza la comunicazione, che influenza fortemente le decisioni e il comportamento del pubblico, e che la comunicazione viene riconosciuta come attività essenziale e urgente che consente ad organizzazioni e persone, inclusi i Governi, di gestire efficacemente i rischi, dall'altro bisogna fare attenzione ad evitare una comunicazione eccessivamente tecnica che rischia di risultare, per la maggior parte dei consumatori, poco comprensibile e pertanto inevitabilmente distante.

La percezione pubblica del rischio in questo processo è una parte fondamentale da prendere in considerazione così come gli studi sociali e psicologici necessari per poterla comprendere. Le risposte ai rischi e ai pericoli sono infatti pesantemente influenzate da fattori

psicologici e sociali, e di conseguenza una comunicazione efficace deve riuscire ad integrare entrambi gli aspetti.

### **Comunicare in tempo di pace**

Una comunicazione del rischio efficace deve essere organizzata e collaudata già "in tempo di pace" per creare quella base indispensabile a rendere più efficace la comunicazione anche in situazioni di emergenza.

Al riguardo, si evidenzia per inciso che per le situazioni di emergenza EFSA ha pubblicato delle linee guida dedicate (*La comunicazione in caso di emergenze in alimenti e mangimi - Le migliori pratiche per comunicare durante un incidente di sicurezza alimentare o di mangimi - marzo 2016*) e che la Direzione Generale per l'igiene e la sicurezza degli alimenti e la nutrizione (DGISAN), in riferimento alla comunicazione in caso di richiami di alimenti conseguenti all'avvio delle procedure di allerta, ha dato attuazione alla Direttiva emanata dal Ministro della Salute "Garantire l'uniformità e l'efficacia di azione nel richiamo degli alimenti oggetto di allerta da parte degli operatori del settore alimentare (OSA)" con l'attivazione di un sistema operativo, operante dal 1° gennaio 2017:

[http://www.salute.gov.it/portale/news/p3\\_2\\_1\\_3\\_5.jsp?lingua=italiano&menu=notizie&p=avvisi&tipo=richiami&dataa=2017/12/31&datada=2016/01/01](http://www.salute.gov.it/portale/news/p3_2_1_3_5.jsp?lingua=italiano&menu=notizie&p=avvisi&tipo=richiami&dataa=2017/12/31&datada=2016/01/01).

Il presente documento, invece, non riguarda la comunicazione in situazioni di emergenza, ma fa riferimento alle linee guida pubblicate da EFSA nel 2012, e successivamente aggiornate nel 2015 e nel 2017, "**ALIMENTI: TEMPORALE IN ARRIVO. Ricette collaudate per la comunicazione del rischio**", che rappresentano una guida pratica con illustrazione di esperienze ed insegnamenti volte a *fornire un quadro di supporto ai professionisti della comunicazione*. Tali linee guida indicano nella apertura, trasparenza, indipendenza e tempestività i pilastri di una comunicazione efficace e hanno l'obiettivo di costruire un solido rapporto di fiducia tra il cittadino e le istituzioni incaricate di valutare e comunicare il rischio per evitare che il cittadino/consumatore si senta isolato e costretto ad interpretazioni soggettive e arbitrarie.

In particolare, appare necessario:

- Mettere al primo posto il cittadino, fornendogli tutti gli strumenti per comprendere i rischi;
- Coinvolgere i consumatori e tutte le parti interessate sin dall'inizio del processo, in una comunicazione a due vie;
- Valutare bene la completezza dell'informazione con la necessità di comunicare tempestivamente il rischio, per non creare pericolosi vuoti comunicativi;
- Comunicare in modo empatico;
- Comunicare in modo comprensibile, descrivere con chiarezza ed in modo esaustivo descrivendo anche l'eventuale incertezza scientifica in modo completo e trasparente;
- Avvalersi di esperti della comunicazione;
- Potenziare e rendere più "amichevole" il sito del Ministero, magari con una sezione dedicata appositamente alla comunicazione del rischio in materia di sicurezza degli alimenti. In tal senso si sta operando una riorganizzazione dell'area tematica dedicata del portale.
- Offrire strumenti facilmente accessibili ai cittadini per la valutazione dei rischi;
- Fare un censimento degli strumenti già in uso dalle associazioni dei consumatori e produttori e verificare la possibilità di un coordinamento;
- Pubblicare sul sito del Ministero e sui siti dei portatori di interesse delle FAQ, da aggiornare periodicamente, che possano avvicinare i cittadini/consumatori agli argomenti del rischio degli alimenti;

- Prevedere un'iniziativa sistematica di formazione sulla sicurezza alimentare rivolta a medici di base, farmacisti, ginecologi, pediatri e qualsiasi altra figura professionale coinvolta.

### **Strumenti di comunicazione**

La comunicazione deve essere di qualità e *adeguata* al target da raggiungere, sia nelle modalità che nelle scelte operative (ad esempio, è un errore pubblicare documenti scientifici perfetti ma incomprensibili per il pubblico destinatario).

La comunicazione del rischio dovrebbe tenere ben presente questi principi: essere breve, ben strutturata e facile da comprendere.

Per raggiungere un determinato pubblico si possono utilizzare canali ed approcci comunicativi diversi e la scelta dipende strettamente dai contenuti, dal target, dai risultati che ci si propone di raggiungere e dal tempo e risorse di cui disponiamo. Di importanza fondamentale è anche la coerenza tra gli obiettivi di comunicazione, gli strumenti e i canali prescelti.

Gli strumenti per la realizzazione di iniziative di comunicazione possono essere molteplici: alcuni più strettamente tradizionali come brochure, giornali, televisione, ad esempio e altri più innovativi come l'utilizzo dell'infografica, dei social media o di video tematici.

È cruciale, a tale proposito, mettersi nei panni dei cittadini/consumatori, partire dalle loro domande (individuando una modalità gestibile di raccolta di input da parte dei cittadini), utilizzare il loro linguaggio, andare dove loro cercano l'informazione e non sottovalutare la grande richiesta e necessità di partecipazione che caratterizza il nuovo mercato.

Ovviamente il pubblico è fatto da fasce di popolazione molto diverse che richiedono linguaggi diversi e luoghi diversi. Riprendendo il rapporto *PASSI*, televisione e radio sono le fonti principali di informazione sopra i 50 anni, mentre internet assume un ruolo fondamentale nei giovani sotto i 34 anni.

In linea generale le campagne informative possono essere condotte su diversi fronti e declinate in funzione delle diverse tipologie di pubblico. Ad esempio, si potrebbe ricorrere alle seguenti modalità di comunicazione:

- Collaborazione con la Fondazione Pubblicità Progresso per campagne istituzionali;
- Presenze concordate in trasmissioni tv chiave, anche rivolte a target diversi e quindi con un livello di approfondimento differenziato;
- Spot tv/radio sui canali RAI;
- Brevi video-pillole per il web rivolte ai più giovani;
- Utilizzo dei social network;
- Collaborazione con il personale medico e paramedico e svolgimento di campagne educative con diffusione di brochure e poster nelle sale di attesa dei medici;
- Diffusione di materiali informativi attraverso riviste, siti e sportelli per i cittadini gestiti da associazioni di consumatori;
- Info grafiche e materiali informativi nei luoghi di distribuzione e somministrazione degli alimenti: bar, ristoranti, catene distributive, distributori automatici, ecc.;
- Info grafiche adesive, da attaccare sulla porta del frigorifero o su un'altra superficie, con informazioni utili per prevenire il rischio alimentare (per esempio il corretto uso del frigorifero, come pulire il frigorifero, ecc.) e per fornire contatti per la richiesta di informazioni in caso di problemi correlati agli alimenti;
- Schede tecniche (come fare le conserve domestiche, come gestire gli avanzi, come surgelare, ecc.);
- Predisposizione di kit informativi per le scuole e accordo con MIUR e società di ristorazione per formazione/informazione nelle scuole a insegnanti e studenti;
- Campagne in periodi dell'anno e per momenti particolarmente a rischio (l'estate, il barbecue, il picnic, il viaggio, lo sport, ecc.);

## La comunicazione del rischio alimentare e i Social media

Tra gli strumenti di comunicazione un capitolo specifico va dedicato ai *social media* che, attualmente, rappresentano uno strumento strategico per la comunicazione.

Come rilevato dalle Linee guida Efsa per la comunicazione del rischio, "i *social network* risultano particolarmente utili per informare rapidamente e impegnarsi con le parti interessate, trasmettere messaggi semplici e precisi che devono raggiungere un'ampia varietà di consumatori". Sono, inoltre, efficaci grazie a "discussioni nelle comunità on line" e rappresentano "un catalizzatore di mutamento del comportamento".

L'utilizzo dei social network deve, dunque, essere una parte strategica, pur se non esclusiva, di un progetto di comunicazione del rischio in materia alimentare con tre obiettivi fondamentali:

- Informazione corretta e tempestiva
- Empowerment dei cittadini
- Contrasto a falsi miti e bufale on line.

In questo modo si intende creare una comunità di utenti dei social e aggregare "influencers" con tecniche di *content e community marketing* in grado di collaborare in modo proattivo con le Istituzioni per la diffusione di "buone notizie" e la promozione di comportamenti corretti in materia di sicurezza degli alimenti.

In proposito, va ricordato che il Ministero della salute ha già un proprio profilo *Twitter* e un canale *Youtube*, attraverso cui diffonde informazioni di servizio, veicola le proprie iniziative e dialoga con i cittadini.

Inoltre, il Ministero monitora attentamente i social network attraverso sistemi di *sentiment analysis* e, da alcuni anni, utilizza i social media e i social network per campagne sui temi principali della promozione della salute come: fumo, alcol, alimentazione, sicurezza degli alimenti, attività fisica, solidarietà, salute della donna e del bambino, benessere degli animali.

## 3. Cosa comunicare?

In generale, è importante che il cittadino abbia contezza del fatto che, sebbene la sicurezza degli alimenti sia un prerequisito imprescindibile per la loro immissione sul mercato e sia garantita dall'osservanza da parte di tutti gli operatori del settore alimentare di specifiche disposizioni legislative a livello europeo e nazionale, ricade comunque nella **responsabilità del consumatore il mantenimento, dopo l'acquisto, dei requisiti di sicurezza garantiti e rispettati dalla produzione industriale, attraverso trattamenti e manipolazioni corrette del cibo e seguendo fedelmente le informazioni riportate sulle etichette.**

Oltre a questa tematica di carattere generale, il gruppo di lavoro ne ha individuate altre relative ad una serie di rischi reali o percepiti come tali e che necessitano di iniziative di comunicazione mirate.

In particolare, i temi che necessitano di attività di comunicazione adeguata ed efficace, proposti dal gruppo di lavoro e condivisi con la Sezione consultiva sono:

- Aspetti di sicurezza legati ai food ingredients (Additivi, Aromi, Enzimi);
- Manipolazioni e preparazioni domestiche, conservazione dei cibi crudi/preparati;
- Corretta alimentazione;
- Etichette;
- Attenzione agli sprechi;
- Pareri della Sezione sicurezza alimentare - CNSA;
- Pareri di EFSA resi accessibili.

*Il gruppo di lavoro ha concluso il proprio lavoro auspicando, a nome di tutta la Sezione consultiva dei consumatori e dei produttori, che vengano organizzati incontri annuali per fare il punto della situazione in merito alle attività svolte ed alle eventuali nuove esigenze in materia di comunicazione dei rischi in sicurezza alimentare.*

## **IL GRUPPO DI LAVORO SULLA COMUNICAZIONE DEL RISCHIO IN SICUREZZA ALIMENTARE**

Sezione consultiva delle associazioni dei consumatori e dei produttori in materia di sicurezza alimentare -  
CNSA (Comitato nazionale per la sicurezza alimentare)

IL COORDINATORE

\* Dott.ssa Rossana Valentini

\* Firma autografa sostituita a mezzo stampa, ai sensi del l'articolo 3, comma 2 del D. lgs n. 39/1993