

Educare al gusto, alla salute e al benessere

Nutrirsi bene in tempi moderni. Su questo obiettivo si concentra l'azione di Alimos, frutto della trasformazione della Centrale Sperimentazioni e Servizi Agroambientali, nata nel '67 a Cesena per favorire i processi di innovazione nel settore ortofrutticolo, sostenere la tutela dell'ambiente e del territorio (agro-diversità) e a contribuire al mantenimento della salute dei consumatori. Sulla scia di una lunga tradizione, ma attenta all'innovazione, che coniuga spirito d'impresa, valori cooperativi, sensibilità per i prodotti della terra, nel '97 muove i primi passi il progetto Fattorie Didattiche con le esperienze guidate in fattoria (ora sono 1.200 in tutta Italia). In seguito, nel 2004 nasce Frutta Snack, progetto di educazione alimentare e somministrazione di ortofrutta a scuola.

L'attività di Alimos prende origine da alcune semplici constatazioni: si mangia meno frutta e verdura del necessario e il livello di obesità e sovrappeso giovanili sta raggiungendo livelli di attenzione: più del 25 per cento di bambini e adolescenti italiani sono obesi o in sovrappeso. In Italia il consumo di frutta e ortaggi è ben lontano dalle 5 porzioni giornaliere e dai 400 grammi raccomandati. Gli italiani ne consumano in media solo 2,8 porzioni al giorno. La situazione è ancora più critica nella fascia giovanile, notoriamente poco amante di questi alimenti. Anche se il nostro è il secondo Paese consumatore di frutta (dopo la Grecia), i dati di mercato confermano che è in atto un fenomeno strutturale di ridimensionamento dei consumi di frutta e ortaggi freschi, che dal 2000 al 2008 sono diminuiti rispettivamente dell'11,64 per cento e del 21,28 per cento (fonte Cso).

Maggiore attenzione va data anche alla comunicazione, in particolare alla pubblicità. I bambini italiani sono i più bersagliati d'Europa: a loro è destinato uno spot ogni 5 minuti in fascia oraria protetta. Va considerato poi che le abitudini alimentari degli italiani stanno cambiando e con grande rapidità. Cambiano i tempi di vita, i tempi di lavoro e di conseguenza il modo di alimentarsi. In Italia più di 20 milioni di persone consumano pasti fuori casa.



«Allarmare i consumatori non è la strategia vincente — spiega **Massimo Brusaporci** di Alimos —. Possiamo contribuire a fare prevenzione, intraprendendo azioni positive e concrete che siano capaci di intercettare i gusti e i bisogni del consumatore moderno e dei giovani, come ad esempio favorire forme di consumo nuove e alternative». In questo contesto rientra Frutta Snack, unico progetto di educazione alimentare in Italia che abbinava l'esperienza del consumo di frutta e verdura con quella didattica educativa e formativa, che ha coinvolto 82 mila studenti, 3.221 classi, 144 istituti scolastici in Emilia Romagna, Marche, Lazio e Puglia. Un progetto così apprezzato che Bruxelles, lo scorso dicembre, lo ha proposto come best-practice durante la presentazione del Programma europeo "Frutta nelle scuole". Per rendere attuativa l'azione comunitaria, il Ministero per le Politiche agricole, alimentari e forestali sta ultimando la stesura della strategia nazionale. «Il programma triennale sarà calato sulle esigenze specifiche dei territori e manterrà una certa flessibilità — dichiara **Riccardo Deserti**, dirigente Mipaaf —. Nel suo primo anno di attuazione raggiungerà

500mila alunni tra i 6 e gli 11 anni in 3.300 istituti per un totale di 28mila classi».

Eppure la valenza strategica del prevenire educando non deve essere limitata solo alle scuole. Come riferisce **Giorgio Donegani**, direttore "Food and school" di Milano, secondo cui «è necessario che i genitori tornino a essere il vero fulcro dell'educazione alimentare».

