



ALIMENTI: TEMPESTA IN ARRIVO?

**RICETTE COLLAUDATE PER
LA COMUNICAZIONE DEL RISCHIO**

Stampa	ISBN 978-92-9199-773-2	doi:10.2805/639040	TM-02-16-195-IT-C
PDF	ISBN 978-92-9199-774-9	doi:10.2805/128074	TM-02-16-195-IT-N

Indice

Prefazione della rete EFSA di esperti in comunicazione	07
Introduzione e obiettivi	08
II. Principi guida di una efficace comunicazione del rischio	10
II. 1. I principi nella pratica	12
III. Fattori che influenzano il livello e il tipo di comunicazione	14
III. 1. Livello di rischio nell'ottica della comunicazione	15
III. 2. Natura del pericolo	16
III. 3. Chi/che cosa è interessato?	16
III. 4. Effetti su persone/animali/piante/ambiente	17
III. 5. Livelli di esposizione al pericolo/rischio	18
III. 6. Capacità di controllare il rischio	18
III. 7. Altri fattori relativi alla percezione del rischio	19
III. 8. Livelli di comunicazione richiesti	20

IV.	Strumenti e canali	21
	IV. 1. Relazioni con i media	22
	IV. 2. Siti web	23
	IV. 3. Pubblicazioni a stampa	24
	IV. 4. Pubblicazioni digitali	25
	IV. 5. Riunioni e seminari	25
	IV. 6. Consultazioni pubbliche	26
	IV. 7. Network di partner/portatori di interesse	26
	IV. 8. Social network (Facebook, LinkedIn ecc.)	27
	IV. 9. Twitter	27
	IV. 10. Blogging	28
V.	Imparare dall'esperienza	29
	Cielo sereno	30
	Acrilammide negli alimenti	31
	Sicurezza della caffeina	34
	Comunicazione sulle malattie zoonotiche di origine alimentare	37
	Campagna sul sale	40
	Nuvoloso	43
	Valutazione dei rischi da clonazione animale	44
	Università di Southampton: ricerca sugli effetti di determinati coloranti artificiali sui bambini	47
	Integratori alimentari in Svezia	50
	Esposizione al piombo da carne di cervidi nei consumatori norvegesi e nei cani da caccia	53
	Diossina nel pesce grasso del Mar Baltico	56
	Tempesta in arrivo	59
	Febbre Q nei Paesi Bassi: apertura e trasparenza	60
	Crisi della diossina in Irlanda	63
	Ulteriori letture	66
	Esempi di altre linee guida	67

Prefazione della rete EFSA di esperti in comunicazione

È un piacere presentare questa nuova edizione aggiornata de *Alimenti: tempesta in arrivo? Ricette collaudate per la comunicazione del rischio*. Sono convinta che le presenti linee guida si riveleranno preziose per tutti i professionisti che operano quotidianamente nel settore della comunicazione del rischio.

L'obiettivo di questa pubblicazione è aiutare i comunicatori nel settore dell'alimentazione a progettare dei programmi di comunicazione supportati da dati di alta qualità scientifica e tenendo conto dei valori e degli interessi del pubblico in generale.

Alimenti: tempesta in arrivo? contiene informazioni sulla sicurezza alimentare, sui metodi di valutazione del rischio e sui compiti dell'Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA). Il documento, che offre consigli basati su ricerche esistenti e su una lunga esperienza, si rivolge alle agenzie governative preposte alla regolamentazione del settore alimentare.

Barbara Gallani

Responsabile della comunicazione e delle relazioni esterne, EFSA

Il fine della comunicazione del rischio è quello di aiutare i portatori d'interesse, i consumatori e il pubblico in generale a comprendere la logica che sta dietro una decisione basata sul rischio affinché possano formulare un giudizio equilibrato sui rischi ai quali sono esposti nella vita.

Una comunicazione del rischio efficace può fornire un valido contributo al successo di un programma di gestione del rischio, in quanto permette di:

- garantire che i consumatori siano consapevoli dei rischi associati a un prodotto e perciò in grado di utilizzarlo o consumarlo in modo sicuro;
- costruire la fiducia del pubblico nelle decisioni di valutazione e gestione del rischio nonché nelle relative considerazioni in termini di rischi/benefici;
- aiutare il pubblico a comprendere la natura del rischio o dei rischi;
- fornire informazioni corrette, accurate e opportune, affinché i consumatori siano in grado di scegliere tra una serie di opzioni rispondenti ai propri criteri di "accettazione del rischio".

Per centrare questi obiettivi, occorre seguire quattro linee guida generali:

- cominciare con un'analisi critica della propria valutazione del rischio e dei risultati della propria gestione;
- definire un programma di comunicazione del rischio che garantisca uno sforzo continuo a comunicare con i principali portatori d'interesse, ivi compresi i consumatori, fin dall'inizio del processo di valutazione;
- adeguare la comunicazione alle esigenze del pubblico di destinazione, invece che a quelle della fonte di informazione;
- adattare e modificare il programma di comunicazione in modo da ottenere riscontri e percepire i cambiamenti nei valori e nelle preferenze.

Rete di esperti in comunicazione



Introduzione e obiettivi

Le presenti linee guida si prefiggono l'obiettivo di fornire un quadro di riferimento che agevoli 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 della rete EFSA di esperti in comunicazione (CEN). L'obiettivo chiave del 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.

Le presenti linee guida sono un'iniziativa del CEN, 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 la rete di esperti desidera continuare a imparare dall'esperienza rendendo più rigorosa la comunicazione del rischio all'interno del sistema di sicurezza alimentare in Europa, questo è un documento 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) nonché ai gestori del rischio, sempre 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 sono riuniti 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 relative alle preoccupazioni in materia di alimenti devono tener conto delle differenze tra i Paesi in termini di approvvigionamenti degli stessi alimenti, di 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 il presente 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 possono fare riferimento alle "*Procedures for responding to urgent advice needs*" (Procedure di risposta 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 comunicazione del rischio efficace

1 Apertura

L'apertura è fondamentale per l'efficacia della comunicazione del rischio e la reputazione di un'organizzazione. Affinché le consulenze e gli interventi in presenza di 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 i problemi in queste aree possono essere affrontati 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, settori industriali, 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 proprio lavoro scientifico. Questi sono contenuti nella sua politica sull'indipendenza e sui processi decisionali in ambito scientifico, adottata dal consiglio di amministrazione dell'Autorità stessa nel dicembre 2011 (<http://www.efsa.europa.eu/it/aboutefsa/keydocs.htm>). Nel marzo 2012 l'EFSA ha pubblicato le norme di attuazione 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 contribuiscono al lavoro dell'Autorità (<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. Una comunicazione sollecita è spesso fondamentale.

11.1. 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 categorie di pubblico interessate 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 Pubblicazione di 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. Verbal di riunioni, documenti presentati a sessioni 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 caso-studio *Crisi della diossina in Irlanda* (vedi infra).

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 casi-studio *Campagna sul sale, Zoonosi* (vedi infra).

3 Comunicazioni tempestive

Le valutazioni del rischio e le relative comunicazioni devono essere pubblicate immediatamente dopo la 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 tale comunicazione e la gestione del rischio, maggiore sarà la probabilità di creare una preoccupazione eccessiva o lasciare un vuoto d'informazioni che disorienta. I responsabili della comunicazione del rischio devono comprendere questo processo e riconoscere tali 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 dello stesso 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 caso-studio *Integratori alimentari* (vedi infra).

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 su una valutazione del rischio può garantire che il mandato (*terms of reference*) per la valutazione risponda a scopi scientifici e di comunicazione nonché a quelli di gestione del rischio.

In presenza di un possibile rischio, la maggior parte degli interessati, che siano 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 caso-studio *Crisi della diossina in Irlanda* (vedi infra).

5 Dialogo con i portatori di interesse e comprensione del 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 casi-studio *Clonazione animale* e *Febbre Q* (vedi infra).

6 Ammissione dell'esistenza di incertezze e comunicazione in merito

Se non sempre è possibile essere chiari in merito a un rischio, si applicano comunque i principi di apertura e trasparenza, 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 *tutti i casi-studio* (vedi infra).

Le istituzioni che applicano i principi e i metodi operativi sopra descritti nella loro attività quotidiana hanno buone possibilità di 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, in modo che la valutazione risulti comprensibile e utilizzabile.

L'incertezza nella scienza: come comunicare in merito?

Perché l'incertezza è importante?

Non si può mai essere completamente certi del futuro, né in campo scientifico, né nella vita quotidiana. Anche quando vi siano prove solide che qualcosa accadrà, l'esito sarà quasi sempre incerto. Ma tenendo conto di tale incertezza saremo in grado di assumere decisioni migliori e più trasparenti.

Che cosa sono le incertezze scientifiche?

Dal 2013 il comitato scientifico dell'EFSA sviluppa linee guida su come valutare l'incertezza in modo organico e sistematico. Un progetto di tale documento definisce l'incertezza come "tutti i tipi di limitazione della conoscenza a disposizione dei valutatori nel momento in cui viene condotta una valutazione nonché nell'ambito temporale e delle risorse disponibili per la valutazione". Alcuni esempi di questi limiti sono la bassa qualità e la mancanza di standardizzazione dei dati disponibili, il tipo di tecnica di modellazione prescelto e l'utilizzo di fattori standard. Il lavoro del comitato include alcune considerazioni e raccomandazioni su come comunicare l'incertezza delle valutazioni scientifiche a un pubblico più ampio.

Ma gli scienziati non sanno tutto?

La scienza è ricerca della conoscenza. Gli scienziati si sforzano costantemente di colmare le lacune delle conoscenze umane sul funzionamento del mondo. Spesso hanno una conoscenza molto approfondita della propria disciplina specialistica, oltre a sapere benissimo in

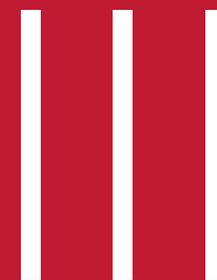
quali ambiti la conoscenza è insufficiente. La fiducia che ripongono nelle proprie decisioni scientifiche si basa sulla combinazione dei seguenti elementi:

- la qualità dei dati scientifici disponibili;
- la propria esperienza e competenza di giudizio nell'interpretazione dei dati;
- la propria valutazione delle possibili conseguenze del fatto di ignorare qualcosa (cioè l'incertezza).

Migliori prassi per la comunicazione dell'incertezza

Alcune agenzie internazionali e nazionali per l'ambiente, per la sicurezza aerea e altri ambiti hanno emanato delle raccomandazioni. Varie aziende hanno sviluppato approcci ad hoc. Ma nel complesso, la letteratura non chiarisce quali siano le strategie più efficaci per la comunicazione delle incertezze scientifiche.

Nel 2016, l'EFSA ha effettuato un sondaggio tra il pubblico di destinazione a livello di portatori d'interesse in merito alla comunicazione dell'incertezza scientifica; ora intende integrarne i risultati nelle linee guida una volta ultimate da parte del comitato scientifico. Il sondaggio sta aiutando a capire come possano essere modificate le attuali modalità di comunicazione delle incertezze applicate dall'agenzia nonché ad adattare i messaggi chiave alle necessità specifiche del pubblico di destinazione. Una volta completato il sondaggio, i suoi esiti saranno inclusi in una futura edizione del presente manuale.



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 influiscono 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, a maggior ragione quando un possibile rischio, per quanto improbabile, potrebbe interessare categorie vulnerabili come bambini o neonati. Le valutazioni comprendono anche il contesto più ampio delle opinioni o percezioni di ambienti politici e portatori d'interesse, nonché le misure di gestione eventualmente già prese per ridurre i potenziali rischi.

Il presente capitolo contiene 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 i fattori non si escludono necessariamente l'un l'altro 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 figurano alcune domande che possono 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 questi dati, 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

¹ Le quattro fasi del processo di valutazione del rischio:

- i identificazione del pericolo, ossia 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 categoria di alimenti o mangimi;
- ii caratterizzazione del pericolo, ossia la 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, ossia la stima quantitativa della probabile esposizione di esseri umani e animali ad alimenti e mangimi derivata dagli agenti biologici, chimici e fisici che possono esservi presenti;
- iv caratterizzazione del rischio, ossia la 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.

fasi¹: i) identificazione del pericolo, ii) caratterizzazione del pericolo, iii) valutazione dell'esposizione e iv) caratterizzazione del rischio.

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 delle presenti linee guida, abbiamo ristretto il campo a cinque semplici categorie:

- .. nessuno/trascurabile
- .. basso
- .. medio
- .. alto
- .. non noto

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 che, 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 fattori riportati di seguito.

Natura del pericolo (ad esempio, sotto forma di sostanza):

- .. si presenta naturalmente
- .. è aggiunta agli alimenti o prodotta durante la lavorazione.

Dov'è utilizzato o riscontrato il pericolo:

- .. sostanza utilizzata o presente in un prodotto/ marchio comunemente sostanza utilizzata in casa o per la produzione di alimenti
- .. sostanza utilizzata o presente ampiamente in una gamma di prodotti
- .. sostanza non ampiamente utilizzata o riscontrata
- .. sostanza illegale/regolamentata 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 categorie sociali è probabile che siano interessate dal rischio? Comprendono categorie 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 stesso, cosa che 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 sono certe categorie vulnerabili a essere interessate, 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
- .. categorie vulnerabili
 - neonati
 - bambini
 - donne in gravidanza
 - anziani
 - altri
- .. piante
- .. animali
- .. ambiente

Portata del rischio

- .. Colpisce molte persone/specie/regioni
- .. Effetto sconosciuto/«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 tale 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 e potenzialmente letale (ad es. intossicazione alimentare)
- .. rischio potenzialmente letale senza incidenza immediata (ad es. sostanze cancerogene)
- .. rischio sanitario cronico/a lungo termine (ad es. allergie, obesità)
- .. non noto
- .. 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
- .. formulano giudizi obiettivi e generali
- .. svolgono argomentazioni analitiche
- .. valutano i rischi a fronte dei benefici

Pubblico

- .. si basa piuttosto sulla percezione del rischio
- .. si chiede: "Che cosa significa per me?"
- .. vuole risposte alle preoccupazioni
- .. valuta i rischi sulla base di paura e indignazione

III.5. Livelli di esposizione al pericolo/rischio

Questo fattore è importante per le decisioni sulla comunicazione; a tale proposito, spesso è difficile esplicitare 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 tra quelli che influenzano le scelte dei consumatori. Se l'esposizione è diffusa, un piccolo rischio talvolta può essere significativo in quanto aumenta a sua volta la necessità della comunicazione finalizzata a far sì che le persone siano in grado, laddove possibile, di 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 categorie particolari
- .. Esposizione non nota

In sintesi

- .. Quali sono i livelli di esposizione al pericolo dei consumatori?
- .. Nessuna esposizione, limitata, diffusa, non nota, 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 determinate fasce di popolazione siano esposte in modi diversi?
- .. Le persone possono prendere misure individuali 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 opzioni di gestione dello stesso, 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 da una persona
- .. non evitabile da una persona
- .. affrontabile con una misura di gestione
- .. non affrontabile con una misura di gestione o con un approccio che sia immediatamente logico/disponibile
- .. caratterizzato dal fatto che la misura di gestione non è applicabile/necessaria (ad esempio un rischio percepito ma non dimostrato scientificamente)

III.7. Altri fattori relativi alla percezione del rischio

Sulla percezione del rischio può influire una serie di altri fattori, che vanno presi in considerazione nel pianificare le strategie di comunicazione. A questo proposito è fondamentale che i comunicatori trasmettano messaggi coerenti tra loro.

I fattori riportati di seguito sono stati identificati come quelli che acquiscono le difficoltà di comunicazione.

- .. Il prodotto la sostanza/tecnologia/prova è:
 - .. nuovo(a)/innovativo(a)
 - .. oggetto di pareri scientifici divergenti
 - .. oggetto di opinioni politiche divergenti
 - .. oggetto di convinzioni radicate/pareri divergenti dei portatori di interesse
 - .. di interesse pubblico
 - .. di scarso interesse pubblico e tuttavia 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 adottare decisioni basate su informazioni verificate in merito sia ai livelli sia ai tipi di comunicazione è opportuna una valutazione dei fattori che influiscono sulle possibili strategie di tale comunicazione. Quale 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 a tali 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* 0104:H4 nel 2011 in Germania e in Francia).

Si tratta di una classificazione semplice, che tuttavia individua 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 gli organismi 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. Una volta chiarito il contesto, 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 di destinazione?
- .. È probabile che il pubblico sia interessato alle cause del rischio e/o assuma un ruolo attivo nella gestione dello stesso (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 di destinazione sia noto. Disponendo di queste informazioni è possibile confezionare messaggi a valenza generale 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 contiene 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 adatti 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. NB: esiste la possibilità che i media si concentrino sul cancro e altri fattori che suscitano paura anche a fronte di un rischio minimo; è opportuno servirsi dei 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 o FAQ ai pareri scientifici completi);
- .. particolarmente utili per la pubblicazione di contenuti sensibili al fattore tempo che devono essere rivisti/modificati periodicamente;

- .. agevole aggiunta di informazioni supplementari;
- .. collegamento con altri soggetti pertinenti;
- .. inquadramento delle informazioni nel giusto contesto;
- .. ulteriore diffusione attraverso dispositivi digitali;
- .. pubblicazione di documenti elettronici in pdf, Word ecc. (purché accompagnati da testi web esplicativi).

INADEGUATI PER

- .. interagire con il pubblico e ricevere riscontri, 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.;
- “ riprodurre importanti documenti chiave contenenti le risorse finanziarie destinate a stampa, produzione e distribuzione (strategie, relazioni annuali, compendi di dati scientifici);
- “ divulgare contenuti non dipendenti dal passare del tempo o non soggetti a cambiamenti significativi nel corso del tempo;
- “ soddisfare le esigenze di Paesi/portatori di interesse che possono avere un accesso limitato a Internet.

TALVOLTA UTILI PER

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

INADEGUATE PER

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

4

Pubblicazioni digitali

UTILI PER

- “ raggiungere destinatari specifici con messaggi personalizzati (newsletter, periodici, opuscoli), attraverso mailing list organizzate, distribuzione in occasione di conferenze ecc.;
- “ contenuti soggetti al passare del 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.

INADEGUATI PER

- “ diffondere importanti documenti chiave contenenti 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

- “ scambiare 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) a fronte di un certo onere finanziario;
- “ diffondere annunci a breve termine, a causa di vincoli logistici e/o organizzativi.

6

Consultazioni pubbliche

UTILI PER

- “ ricevere diversi punti di vista su questioni potenzialmente controverse o complesse, dove il feedback è tenuto in considerazione e utilizzato per modellare il risultato finale;
- “ verificare i messaggi presso categorie di pubblico differenti.

TALVOLTA UTILI PER

- “ facilitare il dialogo tra diverse parti interessate.

INADEGUATI PER

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

7

Network di partner/portatori di interesse

UTILI PER

- “ dare ascolto a diversi punti di vista;
- “ comprendere meglio l'ambiente in cui opera l'organismo;
- “ costruire una relazione e instaurare un dialogo con importanti organismi interessati alla sicurezza dell'approvvigionamento della catena alimentare in Europa;
- “ ottenere elementi in base ai quali, tra l'altro, definire direzione/priorità/programma di lavoro di un organismo.

TALVOLTA UTILI PER

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

INADEGUATI PER

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

8

Social network (Facebook, LinkedIn ecc.)

UTILI PER

- “ informare rapidamente e collaborare con le parti interessate;
- “ trasmettere messaggi semplici e precisi che devono raggiungere un'ampia fascia di consumatori;
- “ fungere da catalizzatori del mutamento a livello di comportamenti, grazie all'efficacia nelle discussioni delle comunità online;
- “ promuovere la diffusione verso nuovi destinatari.

TALVOLTA UTILI PER

- “ collaborare in modo informale con i consumatori.

INADEGUATI PER

- “ riprodurre il contenuto del sito web dell'organizzazione;
- “ trattare argomenti delicati, se non si trovano risorse per gestire le discussioni e tenere conto delle esigenze della comunità.

9

Twitter

UTILE PER

- “ inviare avvisi rapidi e specifici (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 inoltrare.

TALVOLTA UTILI PER

- “ informare gli utenti in merito a ultime notizie, aggiornamenti, pubblicazioni ecc.;
- “ interagire (fino a un certo punto) con le parti interessate;
- “ verificare concetti con un pubblico di fedeli "follower".

INADEGUATI PER

- “ ottenere un feedback approfondito dagli utenti; inviare lunghi messaggi, in quanto i caratteri sono limitati e questi forum online non si concentrano sul dialogo;
- “ riprodurre il contenuto del sito web dell'organizzazione.

10

Blog

UTILI PER

- “ informare e interagire con le parti interessate in merito a tutti i tipi di rischi;
- “ condividere riflessioni e opinioni che rispecchiano il lato umano dell'organismo;
- “ inviare messaggi che restano pertinenti nel corso del tempo (diversamente dai siti di micro-blogging, gli archivi sono accessibili);
- “ creare una comunità di persone intorno a un tema specifico.

TALVOLTA UTILI PER

- “ diffondere notizie rapidamente.

INADEGUATI PER

- “ effettuare comunicazioni a senso unico: i comunicatori devono essere preparati e avere le risorse per interagire, fornire spiegazioni e rispondere a eventuali domande;
- “ riprodurre 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 alla rete di esperti in comunicazione (CEN) condividono le rispettive esperienze e gli insegnamenti tratti, fornendo esempi su come diversi strumenti e canali siano stati utilizzati con efficacia per scopi diversi. I casi presentati offrono 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. Le presenti linee guida sono un documento in continua evoluzione e i casi-studio saranno aggiornati periodicamente per mettere in evidenza gli sviluppi e acquisire le migliori prassi nel settore.



Cielo sereno

La presente sezione esamina gli approcci di comunicazione proattivi che anticipano le esigenze e gli obiettivi del pubblico nel tentativo di soddisfarne nel minor tempo possibile le esigenze in materia di informazione e comunicazione.

Acrilammide negli alimenti

Autorità europea per la sicurezza alimentare (EFSA), 2015



Contesto

L'acrilammide è una sostanza chimica che si forma naturalmente in molti prodotti alimentari amidacei comuni durante la normale cottura ad alte temperature: frittura, cottura al forno e alla griglia, tostatura e lavorazione industriale a più di 120°C con scarsa umidità. Molti alimenti a base di patate e cereali contengono acrilammide: patatine e snack, patate fritte, polpette, patate arrosto, pane, biscotti, dolci, pasta per torte dolci o salate, cracker, fette biscottate e crostini. La sostanza è inoltre presente nel caffè tostato e nei relativi succedanei.

L'acrilammide negli alimenti si forma principalmente dagli zuccheri e dagli aminoacidi (uno in particolare, denominato asparagina), che sono naturalmente presenti in molti cibi. Il processo chimico che porta alla formazione di questa sostanza è noto come reazione di Maillard, che, tra l'altro, fa "dorare" il cibo e ne esalta il sapore. Tuttavia, è stato dimostrato che, negli animali, l'esposizione prolungata all'acrilammide e alla glicidammide, uno dei suoi metaboliti, provoca il cancro.

È dal 2002 che le autorità sono al corrente della problematica connessa all'acrilammide negli alimenti e monitorano l'esposizione dei consumatori. A seguito della richiesta di valutare i nuovi dati scientifici sul suo possibile effetto cancerogeno, nel maggio 2015 l'EFSA ha completato la prima valutazione completa dei rischi associati a questa sostanza.

Fattori da considerare	Conclusioni	Osservazioni
Livello di rischio	“ Potenzialmente alto	<i>La presenza di acrilammide in un numero così elevato di alimenti di consumo quotidiano significa che i rischi per la salute umana sono diffusi.</i>
Natura del pericolo (ad es. sostanza)	“ Negli animali, l'acrilammide, che è un contaminante di processo, e in particolare il suo metabolita, la glicidammide, sono entrambi sia genotossici che cancerogeni. Queste sostanze potrebbero inoltre avere effetti nocivi sul sistema nervoso, sullo sviluppo pre e post natale e sulla riproduzione maschile.	<i>Dati significativi emersi dalla sperimentazione sugli animali confermano la tossicità di acrilammide e glicidammide, ma i risultati degli studi sull'uomo sono discordanti. L'effettuazione di questi studi è difficile, a causa della presenza di queste sostanze in un gran numero di alimenti.</i>
Chi/che cosa è interessato	“ Tutte le fasce d'età sono esposte, ma soprattutto i bambini.	<i>I bambini sono più a rischio in base al peso corporeo.</i>
Effetti su persone/animali	“ Effetti a lungo termine: l'esposizione è comune poiché tutti gli alimenti amidacei cotti a temperature elevate contengono acrilammide. Sebbene l'acrilammide non sia di tossicità particolarmente elevata, la sua presenza diffusa aumenta il rischio di cancro.	<i>I risultati degli studi sull'uomo sono per ora discordanti, nel senso che la cancerogenicità è provata negli animali ma non nell'uomo (nel quale è tuttavia probabile, sulla base dei risultati degli studi sugli animali).</i>
Esposizione al rischio	<p>“ Il margine di esposizione (MOE) per gli effetti dell'acrilammide correlati al cancro variano da 425 per il consumatore medio in età adulta fino a 50 per i bambini piccoli che ne facciano un consumo elevato. Tali intervalli costituiscono una preoccupazione per la salute pubblica.</p> <p>“ I MOE per gli effetti neurologici vanno da 1 075 per il consumatore medio adulto a 126 per i bambini piccoli che ne facciano un consumo elevato. Ciò indica che non rappresentano una preoccupazione per la salute pubblica.</p>	<p><i>Per le sostanze genotossiche e cancerogene, un MOE di 10 000 o più è di lieve preoccupazione per la salute pubblica.</i></p> <p><i>Per sostanze non genotossiche un MOE di 100 o più indica di solito un'assenza di preoccupazioni per la salute pubblica.</i></p>
Capacità di controllare il rischio	“ La scelta degli ingredienti, il metodo di conservazione e la temperatura di cottura degli alimenti influenzano la quantità di acrilammide che si sviluppa negli alimenti.	<i>È praticamente impossibile eliminare del tutto l'acrilammide dalla dieta. Tuttavia, i controlli e/o le campagne d'informazione sulla produzione alimentare industriale, i ristoranti, il catering e la cottura domestica possono contribuire a ridurre i livelli negli alimenti.</i>
Altri fattori relativi alla percezione del rischio	“ La reazione di Maillard fa dorare il cibo e ne esalta il sapore, a vantaggio della degustazione da parte di molti consumatori. Questi ultimi potrebbero preferire un rischio a lungo termine a un cambiamento delle proprie abitudini culinarie/alimentari che inciderebbe negativamente sul piacere della tavola.	<i>In Europa, alcuni grandi operatori del settore alimentare hanno adottato un codice di condotta volontario volto a ridurre il livello di acrilammide negli alimenti. Anche gli operatori del settore alimentare di dimensioni minori, quali i servizi di catering e i ristoranti, sono produttori di acrilammide negli alimenti.</i>
Livello di comunicazione richiesto	“ Per diffondere una consapevolezza diffusa del problema, si è resa necessaria una comunicazione diversificata, rivolta ai gestori del rischio a livello UE e nazionale, agli operatori del settore alimentare, alle organizzazioni di consumatori e ai consumatori stessi.	<i>I potenziali rischi per la salute pubblica causati dall'acrilammide negli alimenti erano già noti prima della pubblicazione del parere scientifico dell'EFSA; tuttavia, tale documento, la prima valutazione condotta a livello dell'UE, ha tenuto conto di molti nuovi dati scientifici.</i>

Discussione

Le comunicazioni dell'EFSA puntavano a realizzare due obiettivi principali: contribuire a fornire ai gestori del rischio una base scientifica solida per future misure di riduzione dell'acrilammide, ove ritenute necessarie, e sensibilizzare al tema tutti i portatori d'interesse, ivi inclusa l'opinione pubblica. Inoltre, poiché la cucina casalinga e le abitudini alimentari dei consumatori hanno effetti diretti sull'esposizione all'acrilammide, l'EFSA ha collaborato con gli esperti di comunicazione delle autorità degli Stati membri dell'UE per produrre uno strumento comune (un'infografica) a uso dell'EFSA stessa e degli organismi partner nazionali. L'infografica contiene informazioni scientifiche sull'acrilammide negli alimenti, ma fornisce anche una sintesi ragionata di consigli sull'alimentazione e la cottura forniti dalle autorità nazionali ai cittadini al fine di ridurre l'esposizione all'acrilammide nell'alimentazione.

Conclusioni sul livello di comunicazione e su comunicazioni, strumenti e canali adeguati

L'EFSA e numerose autorità competenti nazionali nei paesi dell'UE/SEE hanno fornito informazioni sui potenziali rischi per la salute dovuti alla presenza di acrilammide negli alimenti. Poiché il parere scientifico predisposto dall'EFSA nel 2015, su richiesta della Commissione europea, prendeva in considerazione nuovi dati scientifici, si rendeva necessaria una campagna di comunicazione. L'approccio comunicativo multi-livello dell'EFSA è stato avviato prima ancora dell'adozione del parere.

Un anno prima dell'adozione, l'EFSA ha pubblicato un comunicato stampa e tenuto una consultazione pubblica sul progetto di parere scientifico, che conteneva le conclusioni provvisorie. La consultazione ha permesso all'EFSA di raccogliere informazioni utili dai portatori di interesse, in particolare dai rappresentanti dei diversi settori alimentari e organizzazioni di consumatori interessati, che sono stati invitati a una riunione pubblica a Bruxelles intesa a spiegare e discutere il lavoro svolto con gli esperti scientifici dell'EFSA. I contributi ricevuti hanno permesso all'EFSA di perfezionare alcuni aspetti del parere e di rafforzare la condivisione di punti di vista con i portatori di interesse e i gestori del rischio.

Per la pubblicazione del parere, l'EFSA ha pubblicato un comunicato stampa e le FAQ per i media nonché una sintesi di quattro pagine, scritta in un linguaggio chiaro, che illustrava gli elementi essenziali della valutazione del rischio effettuata, rivolta ai gestori del rischio dell'UE e nazionali e ai decisori politici. L'infografica sviluppata in collaborazione con partner nazionali in materia di comunicazione era rivolta a tutti i cittadini ed è stata ampiamente promossa su Twitter e altre piattaforme; alcune autorità nazionali vi hanno fatto ricorso nelle proprie campagne nazionali per sensibilizzare al problema.

In generale, l'ampia e costante copertura mediatica a partire da giugno 2015, a livello dell'UE e in vari Paesi europei, ha contribuito alla sensibilizzazione in merito al tema.

Conclusioni e insegnamenti tratti dalla comunicazione

I comunicati stampa pubblicati nel 2014 e 2015 hanno

registrato elevati volumi di traffico. Il monitoraggio della copertura mediatica ha rivelato che l'interesse si incentrava su diversi aspetti del parere in diversi Paesi; per esempio, in alcuni sono stati particolarmente segnalati il pane tostato e le patatine confezionate, mentre in altri il caffè e i prodotti fritti a base di patate.

Per quanto riguarda il sito web dell'EFSA, gli indicatori di coinvolgimento hanno mostrato un forte interesse; ciò significa che la maggior parte degli utenti ha letto tutto l'articolo, cercando poi informazioni aggiuntive. Fonti di traffico già consolidate – la newsletter EFSA Highlights e Google – hanno continuato a svolgere un ruolo preminente, confermando l'importanza dell'indicizzazione e dell'ottimizzazione dei motori di ricerca.

Un aspetto di particolare interesse per l'EFSA è stata la diffusione di comunicazioni sull'acrilammide negli alimenti sui social media in maniera più intensa rispetto a iniziative precedenti. Ciò ha prodotto risultati significativi: Twitter è diventato un'importante fonte di traffico dei contenuti dell'EFSA, insieme ad altre piattaforme sociali quali LinkedIn e Facebook. Un piano strutturato per i social media ha migliorato la visibilità dei contenuti dell'EFSA. Il volume di traffico originato dai social media verso la pagina web dell'EFSA per questo contenuto è stato doppio rispetto ai valori medi per testi dell'EFSA. L'infografica e un video precedentemente realizzato dall'EFSA sui contaminanti di processo negli alimenti hanno migliorato la visibilità del contenuto del sito web e dei post sui social media. Le suddette risorse sono state utili anche per le autorità nazionali e per soggetti divulgatori quali i media, le organizzazioni di consumatori e gli "influencer" di Twitter.

Sicurezza della caffeina

Autorità europea per la sicurezza alimentare
(EFSA), 2014



Contesto

La caffeina è un composto chimico naturalmente presente in alimenti e bevande come chicchi di caffè e cacao e foglie di tè. Viene aggiunta normalmente a una serie di alimenti come pasticceria al forno, gelati, dolci e bevande a base di cola nonché nelle cosiddette bevande energetiche, insieme ad altri ingredienti come la taurina e il glucuronolattone. È inoltre presente, in associazione alla sinefrina, in alcuni integratori alimentari venduti come prodotti dimagranti e miglioratori delle prestazioni sportive. Nell'uomo il consumo di caffeina stimola il sistema nervoso centrale e, a dosi moderate, aumenta la lucidità mentale riducendo la sonnolenza.

Alcuni Stati membri dell'UE hanno espresso riserve circa la sicurezza del consumo di caffeina da parte della popolazione in genere ma anche di categorie specifiche come adulti che svolgono attività fisica e persone che consumano caffeina insieme ad alcol o sostanze presenti nelle bevande energetiche. Fino a oggi, a livello dell'UE la caffeina era stata valutata solo relativamente alle bevande energetiche; la sicurezza dell'assunzione media di caffeina proveniente da tutte le altre fonti e i livelli d'uso accettabili non erano ancora stati valutati. La Commissione europea ha chiesto all'EFSA di contribuire a colmare questa lacuna.

Fattori da considerare	Conclusioni	Osservazioni
Livello di rischio	.. Basso/medio	<i>Basso a livello individuale. Medio/alto a livello di popolazione per certe categorie a rischio.</i>
Natura del rischio (ad es. sostanza)	.. Componente di alimenti riscontrato in una vasta gamma di prodotti di largo consumo.	
Chi è interessato	.. Tutte le fasce di popolazione.	
Effetti sulle persone	.. Tra gli effetti nocivi di breve termine su adulti e bambini possono verificarsi disturbi del sistema nervoso centrale come sonno interrotto, ansia e modifiche del comportamento. A lungo termine, il consumo eccessivo di caffeina è stato associato a problemi cardiovascolari e, durante la gravidanza, a un ridotto sviluppo del feto.	
Esposizione al pericolo	.. Le assunzioni quotidiane medie variano a seconda degli Stati membri, in parte a causa delle diversità culturali che incidono anche sulle consuetudini. Nella maggior parte dei sondaggi confluiti nella banca dati EFSA sui consumi di alimenti, la fonte predominante di caffeina per gli adulti era il caffè, che rappresenta dal 40 % al 94 % del consumo totale. In Irlanda e nel Regno Unito la fonte principale è il tè, che rappresenta rispettivamente il 59 % e il 57 % del consumo totale di caffeina. Un'altra causa delle differenze nei livelli di consumo, oltre alle consuetudini radicate nella cultura locale, è la variabilità della concentrazione di caffeina riscontrata in alcuni prodotti alimentari.	
Capacità di controllare il rischio	.. L'EFSA ha effettuato delle raccomandazioni sui livelli di consumo sicuri per diverse fasce di popolazione. Per esempio, l'Agenzia ha concluso che l'assunzione di quantitativi di caffeina fino a 400 mg al giorno non pone problemi di sicurezza per gli adulti sani della popolazione generale, ad eccezione delle donne in gravidanza.	<i>L'assunzione giornaliera raccomandata per le donne in gravidanza è di 200 mg al giorno. Le raccomandazioni per gli adulti possono essere adattate ai bambini sulla base dei kg di peso corporeo.</i>
Altri fattori relativi alla percezione del rischio	.. Molte persone associano il consumo di caffeina soltanto al caffè e non sanno che anche il cioccolato e il tè, per esempio, contribuiscono all'assunzione totale.	<i>Mancanza di dati sugli effetti delle "bevande energetiche" contenenti caffeina e sugli effetti combinati del consumo di caffeina e dell'esercizio fisico.</i>
Livello di comunicazione richiesto	.. Materiale informativo rivolto ai destinatari specifici, che vanno dai consumatori interessati/preoccupati sino ai gestori del rischio a livello nazionale e dell'UE.	<i>La sicurezza della caffeina è una questione di salute pubblica ad alta visibilità. Qualsiasi studio o rapporto scientifico in materia ha invariabilmente un'ampia eco sui mezzi di comunicazione.</i>

Discussione

Il parere scientifico dell'EFSA esaminava i possibili effetti avversi sulla salute derivanti dal consumo di caffeina assunta da qualsiasi fonte alimentare, integratori compresi, nella popolazione sana in genere e in sottogruppi come bambini, adolescenti, adulti, anziani, donne in gravidanza e donne che allattano nonché persone che praticano attività fisica; inoltre, in associazione ad altre sostanze presenti nelle bevande energetiche (glucuronolattone e taurina), alcol o sinefrina.

Il parere non esaminava gli eventuali effetti nocivi della caffeina in fasce della popolazione che presentano patologie, in associazione a farmaci e/o abuso di droghe e in associazione a dosi di alcol che di per sé

rappresentano un rischio per la salute, per esempio in caso di gravidanza o abuso di alcolici consumati in un breve lasso di tempo (il cosiddetto binge drinking). Questo significava che nonostante l'EFSA avesse trasmesso dei messaggi chiari su molte importanti preoccupazioni in materia di salute pubblica, esistevano altre questioni di forte interesse che non ha potuto affrontare. Per esempio, il tema degli effetti del consumo combinato di caffeina (contenuta nelle bevande energetiche) e alcol è affrontato spesso nei media nonostante la carenza di dati per una valutazione scientifica.

Conclusioni sul livello di comunicazione e su comunicazioni, strumenti e canali adeguati

Questo è un esempio di una situazione nella quale i comunicatori devono trasmettere messaggi chiari e allo stesso tempo gestire le aspettative ed essere onesti sulle incertezze. Ci si è rivolti a tutte le categorie di pubblico attraverso un approccio a più livelli, che va dalle notizie di stampa ai documenti tecnici comprendenti sintesi chiare e FAQ. I messaggi principali, che affrontavano la domanda "che cosa è sicuro?", sono stati coerenti in tutti i canali e strumenti e accompagnati da informazioni di contesto sugli alimenti contenenti caffeina nonché sui livelli di consumo nei vari Paesi e fasce di popolazione.

RISULTATI E INSEGNAMENTI TRATTI

La Commissione europea utilizzerà le conclusioni come base per le decisioni in merito al marketing di specifici prodotti contenenti caffeina.

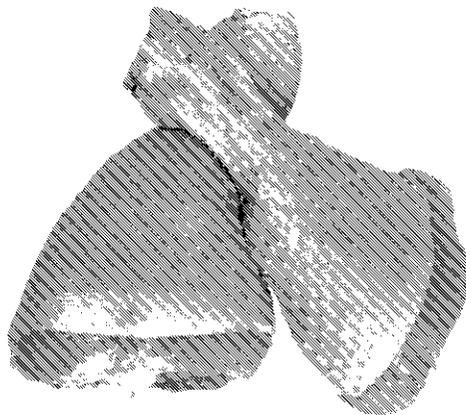
Il parere scientifico dell'EFSA ha avuto un'alta eco sui media; la maggior parte degli articoli di stampa al riguardo si è basata sui comunicati dell'Agenzia, integrati da citazioni dei materiali di contestualizzazione.

La valutazione ha sottolineato l'importanza di ottenere il contributo dei portatori di interesse già nelle fasi iniziali di redazione del documento. L'EFSA ha svolto ampie consultazioni con gli Stati membri, le associazioni di consumatori, i rappresentanti del mondo produttivo e altri soggetti.

Una sintesi scritta in un linguaggio chiaro rappresenta uno strumento prezioso se usato in modo appropriato, per rispondere alle domande "basilari" di interesse tanto per il pubblico quanto per i media. Tale sintesi trasforma una relazione tecnica che potrebbe apparire di difficile lettura in un documento accessibile e aperto a tutti.

Comunicazione sulle malattie zoonotiche di origine alimentare

AUTORITÀ EUROPEA PER LA SICUREZZA ALIMENTARE (EFSA), 2011-2012



Contesto

Le zoonosi sono infezioni o patologie 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. La gravità di queste malattie negli esseri umani varia da lieve a potenzialmente letale. 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. Ogni anno, nell'Unione europea vengono riferiti oltre 320 000 casi umani di zoonosi, ma il numero effettivo è probabilmente molto superiore. Nell'arco di cinque anni (2004-2009), l'approccio coordinato da parte di tutte le istituzioni UE nei confronti delle malattie zoonotiche ha contribuito a ridurre i casi umani di salmonella di quasi la metà in tutta l'UE. L'EFSA contribuisce alla protezione dei consumatori da questa minaccia per la salute pubblica fornendo sostegno scientifico indipendente e consulenza sulla salute umana e sugli aspetti di queste malattie legati alla sicurezza alimentare, monitorando al contempo la situazione nell'UE.

Le malattie zoonotiche sono state selezionate come una delle aree di comunicazione dell'EFSA. Un progetto di comunicazione a lungo termine ha individuato settori chiave (salmonella e resistenza antimicrobica), tappe principali interne ed esterne e i canali di comunicazione pertinenti.

Le attività intraprese sulla base del progetto comprendevano un pacchetto di informazioni esaustive sulle malattie zoonotiche, schede informative da distribuire ai portatori di interesse, attività mediatiche e brevi video esplicativi.

Fattori da considerare	Conclusioni	Osservazioni
Livello di rischio	<ul style="list-style-type: none"> • Rischio di livello elevato per gli esseri umani a seconda del tipo di zoonosi e della fascia di popolazione 	<p><i>Ogni anno vengono riferiti oltre 190 000 casi di campilobatteriosi e oltre 100 000 casi di salmonellosi nell'uomo, ma si ritiene che il numero effettivo di casi sia molto superiore. Alcuni agenti patogeni, anche se riportati con minor frequenza, possono avere gravi effetti per la salute, in particolare nelle fasce 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 di situazioni di crisi (come l'emergenza <i>E. coli</i> del 2011 in Europa), in generale i consumatori non si preoccupano eccessivamente per la contaminazione batterica degli alimenti e l'attenzione dei portatori di interesse è relativamente bassa/scarso. 	
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 microrganismi.</i></p>
Esposizione al pericolo	<ul style="list-style-type: none"> • Relativamente ampia causata da diversi prodotti alimentari 	<p><i>Diversi prodotti alimentari, come le uova, la carne cruda e le verdure, possono essere contaminati da microrganismi patogeni.</i></p>
Capacità di controllare il rischio	<ul style="list-style-type: none"> • Occorre un approccio integrato da parte 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 degli alimenti in condizioni di sicurezza.</i></p>
Natura del pericolo (ad es. sostanza)	<ul style="list-style-type: none"> • Batteri patogeni, tossine batteriche, parassiti 	<p><i>Molti microrganismi sono comunemente presenti negli intestini di animali sani destinati alla produzione di alimenti.</i></p>
Chi è interessato	<ul style="list-style-type: none"> • Consumatori dell'UE, animali 	
Altri fattori legati 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. Si è reso necessario un intenso lavoro proattivo per produrre materiale informativo 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

Sebbene il rischio delle malattie zoonotiche di origine alimentare rappresenti un'importante minaccia alla salute pubblica, l'interesse del pubblico è piuttosto basso rispetto ad altre questioni. L'onere economico complessivo delle malattie zoonotiche nell'UE è significativo (ad es. ben 3 miliardi di EUR l'anno per la salmonellosi umana). Per queste ragioni le attività di comunicazione rivolte ai media specializzati sono state accompagnate dalla realizzazione di materiale informativo destinato al pubblico in generale.

Conclusioni su comunicazioni, strumenti e canali adeguati

È stata impiegata una vasta gamma di diversi strumenti e canali di comunicazione. Le attività di divulgazione online, tra cui i filmati 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.

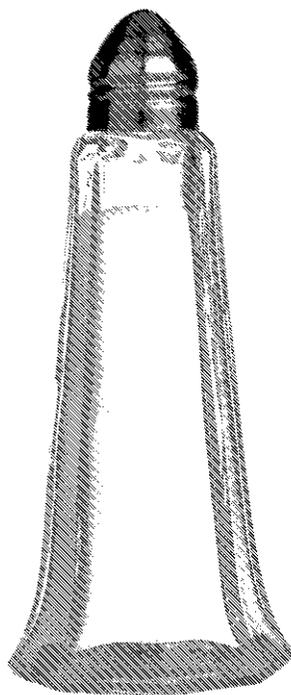
RISULTATI E INSEGNAMENTI TRATTI

La strategia di comunicazione tematica dell'EFSA sulle zoonosi di origine alimentare è ancora in fase di sviluppo e i suoi risultati potranno essere valutati in modo approfondito nei prossimi anni. In quanto protagonista della lotta alle malattie zoonotiche di origine alimentare in Europa, l'Autorità è l'interlocutore 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, all'interno dell'organismo, le informazioni comprendono esaustivi materiali di riferimento, utilizzabili da differenti unità per diversi scopi (ad es. per rispondere a domande di esterni o in occasione di manifestazioni). Scopo di questo approccio integrato è sensibilizzare tutti i tipi di pubblico dell'EFSA a questa minaccia per la salute pubblica, sul ruolo dell'EFSA nel combatterla insieme ad altri soggetti dell'UE e sui progressi finora compiuti.

Campagna sul sale

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



Contesto

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, l'Agenzia per la sicurezza alimentare (FSA) ha lavorato in collaborazione con l'industria alimentare e le organizzazioni sanitarie del Paese per incoraggiare la riformulazione dei prodotti e sensibilizzare i consumatori in merito ai rischi per la salute associati al consumo eccessivo di sale. Una campagna di sensibilizzazione rivolta ai 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 per mantenere costante la tendenza a ridurre l'assunzione quotidiana di sale.

Fattori da considerare	Conclusioni	Osservazioni
Livello di rischio	“ Elevato per coloro che consumano abitualmente sale in grandi quantità.	<i>A seguito di una valutazione completa del rischio posto dal 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	“ Impatto medio sulla salute pubblica/interesse medio del pubblico	
Effetti su persone/animali	“ Rischio cronico	<i>Il consumo eccessivo di sale può far aumentare la pressione sanguigna, triplicando il rischio di malattie cardiache o ictus. Riducendone l'assunzione quotidiana a 6 grammi, nel Regno Unito sarebbe possibile prevenire in media 20 200 decessi prematuri l'anno.</i>
Esposizione al pericolo	“ 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	“ Il controllo di questo rischio richiede uno sforzo notevole.	
Natura del pericolo (ad es. sostanza)	“ 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>
Chi è interessato	“ A causa della presenza di sale nella maggior parte degli alimenti, tutti sono esposti quotidianamente al consumo di sale.	<i>L'intera popolazione è potenzialmente a rischio a causa di un'elevata assunzione di sale.</i>
Altri fattori legati alla percezione del rischio	“ Benché il sale sia oggetto di scarsa preoccupazione a livello di opinione pubblica, 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 del settore, 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 la quantità 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; ciononostante, 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 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 impegnati a far arrivare i messaggi della campagna anche a categorie difficilmente raggiungibili. Ad esempio, oltre a comunicare i messaggi 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.

RISULTATI E INSEGNAMENTI TRATTI

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 tramite 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 pari a 6 g si era decuplicata;
- .. il numero di consumatori che cercavano di ridurre l'assunzione di sale controllando le etichette era raddoppiato.

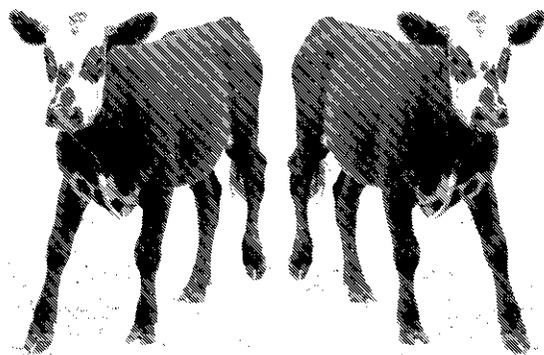


Nuvoloso

La presente sezione esamina gli approcci di comunicazione reattiva a questioni in cui le scelte possibili erano limitate a causa della natura e delicatezza dell'argomento.

Valutazione dei rischi da clonazione animale

Autorità europea per la sicurezza alimentare
(EFSA), 2008



Contesto

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). Con questa procedura si realizza 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. Per un certo periodo tali tecniche 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	Osservazioni
Livello di rischio	<ul style="list-style-type: none"> .. Elevato per gli animali .. Problemi di sicurezza alimentare considerati improbabili .. Incertezze ancora presenti 	<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"> .. 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"> .. Affrontabile con iniziative di gestione del rischio 	<i>Incetuzze 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 	
Chi è interessato	<ul style="list-style-type: none"> .. Animali .. Attualmente nessuno/pochi esseri umani 	
Altri fattori legati alla percezione del rischio	<ul style="list-style-type: none"> .. Oggetto di pareri divergenti/forti prese di posizione di politici e portatori di interesse; preoccupazione del 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, notevoli incertezze. Inoltre, la problematica è connessa a questioni non rientranti nel mandato dell'EFSA che 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 per informarli in merito al parere dell'EFSA; ampio dialogo con i portatori di interesse nel quadro di un'importante iniziativa di consultazione pubblica.

RISULTATI E INSEGNAMENTI TRATTI

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

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 il documento allo stadio di progetto 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.

Università di Southampton: ricerca sugli effetti di determinati coloranti artificiali sui bambini

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

Contesto

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 nel 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 5 (E110), tartrazina (E102), azorubina/carmoisina (E122), Ponceau 4R (E124), giallo di chinolina (E104) e rosso allura AC (E129).



Fattori da considerare	Conclusioni	Osservazioni
Livello di rischio	.. Basso	<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 possibile rapporto di causa-effetto.</i>
Livello di comunicazione richiesto	.. Forte impatto/forte interesse	
Effetti su persone/animali	.. 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	.. Diffusa	<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>
Capacità di controllare il rischio	.. 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 pensa che le persone non vedano nemmeno l'etichetta su circa la metà degli alimenti e delle bevande che consumano.	<i>In assenza di misure prese dal settore per ridurre i livelli negli alimenti trasformati, le persone non sarebbero in grado di evitare completamente il rischio potenziale posto da questi additivi.</i>
Natura del pericolo (ad es. sostanza)	.. I coloranti alimentari sono aggiunti intenzionalmente a un'ampia gamma di prodotti per renderli più attraenti, mentre il sodio benzoato è aggiunto come conservante.	
Chi è interessato	.. Bambini, nello specifico una subpopolazione di individui sensibili agli additivi alimentari in generale o ai coloranti alimentari in particolare.	<i>Possono essere maggiormente a rischio i bambini che mostrano segni di iperattività o disturbo da deficit di attenzione/iperattività.</i>
Altri fattori legati alla percezione del rischio	.. È opinione di alcuni che i coloranti artificiali siano inutili e potenzialmente dannosi per la salute. A settembre 2007, nei giorni successivi alla pubblicazione dello studio di Southampton, il Daily Mail ha lanciato una campagna per l'abolizione di questi coloranti in Gran Bretagna.	<i>In seguito è stato fatto un raffronto erroneo tra i coloranti e la benzina contenente piombo, con i quotidiani che titolavano "Coloranti artificiali pericolosi per i bambini come la benzina al piombo". Si tratta di ulteriori fattori che hanno aumentato la percezione del rischio nei confronti di questi additivi nell'opinione pubblica.</i>

Discussione

Prima della pubblicazione dello studio è stata necessaria una notevole pianificazione per prepararsi alle reazioni di ONG, industria e 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 che volessero evitare alimenti contenenti questi coloranti.

Una successiva discussione in seno al consiglio e una revisione dello studio effettuata dall'EFSA ha indotto la FSA a consigliare ai ministri britannici l'istituzione di un divieto volontario di questi particolari coloranti, da attuare entro la fine del 2009. La signora Deirdre Hutton, cavaliere del Regno e 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: una decisione che si basa sul lavoro già svolto ed è intesa a incoraggiare il settore 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 portatori di interesse e altre 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 quelli che effettivamente mostravano segni di iperattività. In seguito, l'iniziativa è stata estesa 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 divulgare informazioni in merito alle misure intraprese dall'industria, con i siti web di aziende e i 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 INSEGNAMENTI TRATTI

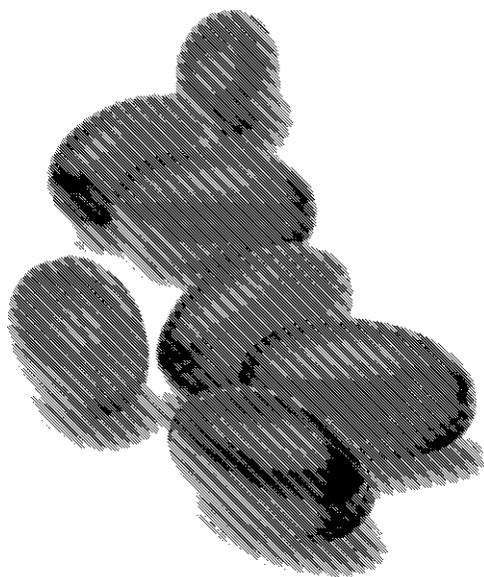
Subito dopo la pubblicazione dello studio di Southampton l'Agenzia avrebbe potuto spiegare meglio come stava incoraggiando l'industria alimentare a fornire maggiori informazioni ai genitori in tempi più brevi per aiutarli a fare delle scelte.

Inoltre, 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 preponderante per la salute pubblica.

Conformemente al 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.

Integratori alimentari in Svezia

Agenzia nazionale svedese per
l'alimentazione (SLV), 2009



Contesto

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 che avevano assunto Fortodol in Svezia, l'Agenzia ha pubblicato l'informazione sulla pagina iniziale del proprio sito web. In uno dei casi, il paziente è stato colpito da 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 collegare 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 per il ravvicinamento delle legislazioni degli Stati membri dell'UE relative agli integratori alimentari prevede requisiti armonizzati per l'etichettatura degli integratori alimentari e introduce norme specifiche su vitamine e minerali negli integratori alimentari, al fine di armonizzare la legislazione e garantire che i prodotti siano sicuri e opportunamente etichettati, in modo che i consumatori possano 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	Osservazioni
Livello di rischio	“ Sconosciuto: non quantificabile in quanto i dati sul consumo non sono disponibili	<i>La distribuzione mondiale tramite il commercio elettronico è difficile da controllare; a livello nazionale non è facile rintracciare e ritirare i prodotti. Un'altra difficoltà è rappresentata dalla distribuzione del prodotto con diversi nomi commerciali.</i>
Livello di comunicazione richiesto	“ Impatto medio/interesse medio	
Effetti su persone/animali	“ Danni epatici, sintomi quali inappetenza, nausea, vomito, dolori addominali, urina scura, ittero, un decesso	
Esposizione al pericolo	“ Sconosciuta: non sono disponibili dati sul consumo.	
Capacità di controllare il rischio	“ 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)	“ 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 essere all'origine di gravi ripercussioni sulla salute pubblica.	<i>Il caso citato evidenzia come alcune preparazioni distribuite sul mercato possano 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>
Chi è interessato	“ I consumatori dell'integratore alimentare Fortodol, venduto su Internet e nei negozi di alimenti per la salute e che, secondo quanto dichiarato, dovrebbe lenire artrite, dolori muscolari e cefalee.	
Altri fattori legati alla percezione del rischio	“ Questo integratore alimentare era in vendita nei negozi di alimenti per la salute ed era perciò associato all'idea di benessere.	

Discussione

Il caso dimostra 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. 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 arduo 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, Irlanda, Portogallo, Spagna) hanno preso provvedimenti 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 commercializzato come integratore alimentare e non come medicinale, esiste il rischio che le persone lo utilizzino per periodi prolungati;
- chi soffre di sintomi quali inappetenza, nausea, vomito, dolori addominali, urina scura, ittero ecc. dovrebbe sottoporsi a un controllo della funzione epatica.

Messaggi generali: i consumatori dovrebbero prestare attenzione nell'acquisto online di alimenti/integratori alimentari.

Queste comunicazioni sono state diffuse attraverso canali online e i media.

RISULTATI E INSEGNAMENTI TRATTI

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

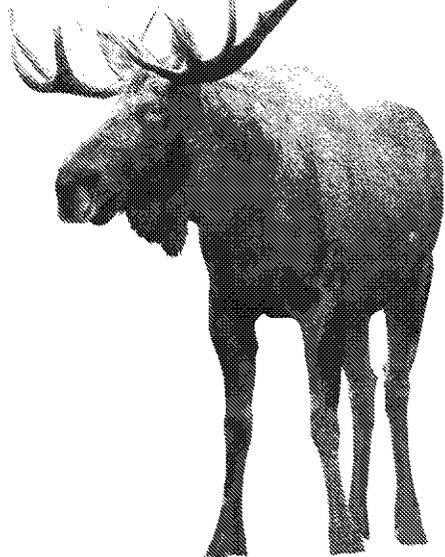
Opportunità: lo scarso interesse dei media sull'argomento ha dato luogo a una trattazione più ampia nei canali mediatici online.

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 all'assunzione di integratori alimentari.

Esposizione al piombo da carne di cervidi nei consumatori norvegesi e nei cani da caccia

Comitato scientifico norvegese per la
sicurezza alimentare (VKM), 2013



Contesto

La Norvegia ha una forte tradizione venatoria: circa il 3% dei norvegesi pratica la caccia.

Per la caccia ai cervidi è obbligatorio l'uso di fucili con proiettili a espansione con un peso e un'energia d'impatto specifici. Più del 95% dei cacciatori norvegesi di cervidi utilizza munizioni a base di piombo.

I proiettili a espansione contenenti piombo producono una nuvola di frammenti nella carne dell'animale, attorno al solco creato dal proiettile. Tra le misure di riduzione dell'esposizione si annoverano la rimozione della carne attorno al solco del proiettile e l'uso di proiettili a base di piombo a bassa frammentazione o di munizioni senza piombo.

In seguito al rinvenimento di livelli elevati di piombo nella carne macinata di alce, dovuti all'uso di proiettili a espansione a base di tale metallo, l'Autorità norvegese per la sicurezza alimentare (il gestore del rischio) ha richiesto una valutazione del rischio al Comitato scientifico norvegese per la sicurezza alimentare (il valutatore del rischio).

Svezia e Germania avevano già in precedenza emesso consulenze in merito al consumo di carne da animali abbattuti con proiettili a base di piombo.

La famiglia dei cervidi comprende l'alce, il cervo nobile, il daino, il capriolo e la renna.

Fattori da considerare	Conclusioni	Osservazioni
Livello di rischio	<ul style="list-style-type: none"> A livello individuale è probabile che il rischio di effetti avversi sia limitato. 	
Livello di comunicazione richiesto	<ul style="list-style-type: none"> Medio 	<i>Interesse elevato da parte della comunità venatoria</i>
Effetti su persone/animali	<ul style="list-style-type: none"> Nell'uomo: aumento della pressione sanguigna, insufficienza renale cronica, IQ inferiore nei bambini. Cani: è dimostrato che una dose giornaliera di circa 1 mg di acetato di piombo/kg di peso corporeo aumenta la pressione sanguigna nei cani a distanza di pochi giorni dall'esposizione. 	
Esposizione al pericolo	<ul style="list-style-type: none"> Attraverso il consumo di carne di cervidi da animali abbattuti con proiettili in piombo 	<i>Campioni di sangue di cacciatori norvegesi e dei loro famigliari evidenziano che chi consuma carne di cervidi abbattuti con proiettili a base di piombo una o più volte al mese presenta livelli medi di piombo nel sangue più elevati del 30% circa rispetto ai soggetti che riferivano un consumo meno frequente.</i>
Capacità di controllare il rischio	<ul style="list-style-type: none"> Buona 	<i>È possibile rimuovere la carne attorno al solco del proiettile, dove sono presenti frammenti di piombo. È possibile usare proiettili a base di piombo a bassa frammentazione o proiettili senza piombo.</i>
Chi è interessato	<ul style="list-style-type: none"> Consumatori di carne di cervidi abbattuti con proiettili in piombo 	<p><i>A livello individuale è probabile che il rischio di effetti avversi sia limitato. Ai livelli di piombo attuali, un lieve incremento della pressione sanguigna, ad esempio, non produrrebbe in tutta probabilità sintomi clinici negli adulti con una pressione normale ma potrebbe aggravare le condizioni dei soggetti a rischio di malattie cardiovascolari.</i></p> <p><i>Una lieve riduzione dell'intelligenza nei bambini non si nota a livello individuale, ma potrebbe evidenziarsi a livello di popolazione, dove per esempio può aumentare la percentuale di abbandoni scolastici.</i></p> <p><i>Le implicazioni di una concentrazione di piombo nel sangue al di sopra dei valori di riferimento non sono interpretabili con chiarezza, poiché non è noto quando e a quale livello di esposizione al piombo sia comparsa l'insufficienza renale.</i></p> <p><i>Tuttavia, un eventuale aumento del rischio di insufficienza cronica sarebbe più marcato tra coloro che consumano carne di cervidi regolarmente o spesso rispetto ai soggetti che riferiscono un consumo in rare occasioni.</i></p> <p>Nei cani, i frammenti metallici di piombo vengono solitamente evacuati attraverso il tratto gastrointestinale.</p> <p><i>Tuttavia, la presenza di frammenti o particelle di piombo di dimensioni più grandi nel tratto intestinale per lunghi periodi di tempo può causare esposizione e tossicità continue.</i></p>
Altri fattori correlati alla percezione del rischio		

Discussione

Sapendo che il consumo di carne di cervidi abbattuti con proiettili a base di piombo non rappresenta un rischio acuto e che in Norvegia esiste una tradizione venatoria radicata, ci si attendevano numerosi interrogativi in relazione a questo parere scientifico. Pertanto, è stato necessario illustrarne le conclusioni in maniera chiara.

Conclusioni sui livelli di comunicazione e sulle forme, gli strumenti e i canali di comunicazione appropriati

Fin dall'inizio era noto che molti appartenenti alla comunità venatoria sarebbero stati pronti a mettere in discussione il parere scientifico. Per questo motivo la relazione contiene una sintesi corposa. Oltre a un articolo per il web, è stata predisposta una sezione di domande e risposte. I cacciatori sono stati invitati a trasmettere le loro domande prima della pubblicazione del parere scientifico, senza che se ne conoscessero ancora le conclusioni.

Le associazioni venatorie di Norvegia e Svezia hanno seguito da vicino i lavori. In collaborazione con il gestore del rischio, l'Autorità norvegese per la sicurezza alimentare, il Comitato scientifico norvegese per la sicurezza alimentare (VKM) ha organizzato un incontro di presentazione aperto al pubblico. In tale occasione è stata mostrata un'infografica contenente una curva

a campana per spiegare che una lieve riduzione dell'intelligenza dei bambini causata dall'esposizione al piombo da carne di cervidi non sarà evidente a livello individuale, ma, a livello di popolazione, una diminuzione del QI può aumentare la percentuale di bambini con quoziente intellettivo molto basso e diminuire quella di bambini con quoziente intellettivo molto alto.

Tutta la produzione scientifica del VKM è pubblicata sul relativo sito web in inglese e norvegese. Inoltre, il VKM ha utilizzato Twitter e LinkedIn. Il Comitato scientifico norvegese per la sicurezza alimentare ha risposto alle domande su Facebook di una delle associazioni venatorie. Le risposte fornite provenivano dalla sezione Domande e risposte o erano state elaborate in collaborazione con il membro del gruppo che aveva diretto i lavori.

Il parere scientifico è stato diffuso prevalentemente attraverso i mezzi elettronici, i quotidiani e la stampa specializzata in ambito venatorio.

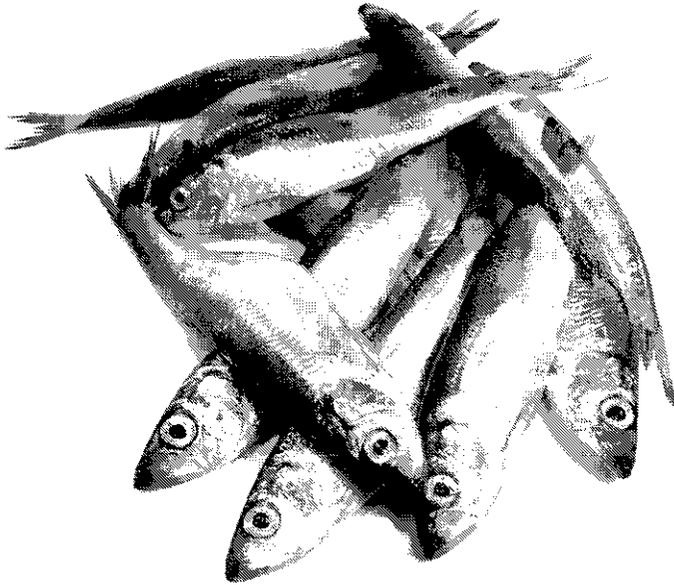
RISULTATI E INSEGNAMENTI TRATTI

L'incontro di presentazione al pubblico si è svolto a Oslo ma la gran parte dei cacciatori vive in altre parti del Paese. Sarebbe stato perciò importante trasmettere l'incontro in streaming. Il documento contenente le domande e risposte è stato considerato utile, essendo stato elaborato in stretta collaborazione con le parti interessate

(anche se le conclusioni del parere scientifico non erano note prima della pubblicazione del parere). Il dialogo sulla pagina Facebook dei cacciatori ha funzionato bene, ma probabilmente sarebbe stato meglio se il Comitato scientifico norvegese avesse avuto una piattaforma propria, in modo da consentire una comunicazione bidirezionale.

Diossina nel pesce grasso del Mar Baltico

Agenzia nazionale svedese per l'alimentazione (SLV),
2012-2013



Contesto

L'Agenzia nazionale svedese per l'alimentazione è da tempo al corrente della presenza di diossine negli alimenti, in particolare nel pesce grasso del Mar Baltico. Fin dalla metà degli anni Settanta sono state formulate raccomandazioni alimentari in relazione ai pesci contaminati da elevati livelli di inquinanti ambientali organoclorurati, come il DDT e i PCB.

L'ultimo aggiornamento delle raccomandazioni dell'agenzia svedese in materia di alimentazione, risalente al 2008, concludeva che bambini e donne in età fertile (comprese le donne in gravidanza e allattamento) devono limitare il consumo di pesce contaminato, tra cui le aringhe del Mar Baltico. I pescatori, sia di professione sia amatoriali, e le relative famiglie sono stati individuati come possibili categorie a rischio, in considerazione dell'elevato consumo di pesce contaminato da diossina.

Nel 2002 la Svezia ha ottenuto una deroga temporanea all'applicazione dei livelli massimi di diossina e PCB nel pesce grasso della zona del Mar Baltico. Questa deroga, divenuta permanente nel 2012, rende possibile la vendita sul mercato nazionale svedese di pesce con un contenuto di diossina superiore al livello massimo. La deroga è condizionata, nel senso che l'Agenzia nazionale per l'alimentazione è tenuta a mettere i consumatori al corrente dell'esistenza di raccomandazioni concernenti il consumo di pesce contaminato.

Fattori da considerare	Conclusioni	Osservazioni
Livello di rischio	“ Basso/medio	<i>Basso a livello individuale. Medio-alto a livello di popolazione per talune categorie a rischio.</i>
Natura del pericolo	“ Contaminanti ambientali rinvenuti in alimenti di origine animale, in particolare nel pesce grasso del Mar Baltico.	<i>Sostanze soggette a bioaccumulo e biomagnificazione: il contaminante si accumula nell'organismo raggiungendo concentrazioni sempre più elevate via via che si sale nella catena alimentare.</i>
Chi/che cosa è interessato	“ Prevalentemente feti e bambini.	
Effetti su persone/animali	“ Effetti a lungo termine: l'assunzione di quantitativi elevati per un periodo protratto di tempo può compromettere i livelli ormonali, lo sviluppo cerebrale, l'apparato genitale e il sistema immunitario, oltre a provocare il cancro.	
Livelli di esposizione al pericolo/rischio	“ I livelli mediani di esposizione per gli adulti in Svezia corrispondono al 25 % dei livelli di assunzione giornaliera tollerabile fissati dal comitato congiunto FAO/OMS di esperti sugli additivi alimentari (JECFA) e dal comitato scientifico per l'alimentazione (SCF).	<i>In Svezia il 2-7 % delle categorie a rischio (bambini e donne in età fertile) supera la soglia di assunzione giornaliera tollerabile.</i>
Capacità di controllare il rischio	“ Sono stati fissati livelli massimi per la presenza di diossine e PCB nel pesce, per i quali la Svezia ha tuttavia ottenuto una deroga.	<i>È possibile ridurre il rischio evitando di consumare pesce grasso del Mar Baltico. In questo modo l'esposizione rimane entro i limiti di sicurezza.</i>
Altri fattori relativi alla percezione del rischio	“ La gente si rifiuta di credere che il pesce grasso del Mar Baltico sia dannoso. Il pesce è sempre stato considerato un alimento sano. In alcune regioni si tratta anche di proteggere il settore della pesca su piccola scala.	<i>In Svezia, il consumo di aringhe fermentate è una tradizione particolarmente radicata nelle regioni vicine al Mar Baltico.</i>
Livello di comunicazione richiesto	“ Per poter conseguire l'obiettivo di garantire che bambini e donne in età fertile limitassero il consumo di pesce grasso era necessario realizzare attività di comunicazione di alto livello.	<i>È stato estremamente difficile sensibilizzare le persone appartenenti ai gruppi bersaglio in merito ai rischi cui erano esposte. Uno sforzo ancora maggiore è stato necessario per modificare il comportamento degli appartenenti alle categorie a rischio abituati a consumare più pesce di quanto raccomandato.</i>

Discussione

Dall'analisi dei rischi condotta dall'Agenzia nazionale per l'alimentazione nel 2011 è emerso che un'eventuale rinuncia da parte del governo svedese a richiedere una deroga permanente sui livelli massimi avrebbe comportato un beneficio per la salute pubblica nel Paese. Tuttavia il governo, che tiene conto anche di altri interessi, tra cui le conseguenze economiche per l'industria della pesca, ha deciso di richiedere la deroga permanente. Inoltre, ha chiesto all'Agenzia nazionale per l'alimentazione di intensificare le attività di comunicazione al fine di sensibilizzare ai rischi le fasce della popolazione che vi sono specificamente soggette.

Dal punto di vista della salute pubblica, il consumo di pesce è generalmente salutare. L'Agenzia nazionale per l'alimentazione intende promuovere un incremento di tale consumo in Svezia, che è pertanto il fine solitamente perseguito dalle sue attività di comunicazione. Interventi di comunicazione volti a informare la popolazione che non tutto il pesce è sano potrebbero avere l'effetto contrario di fare diminuire i consumi. Formulare i messaggi sul consumo di pesce era quindi particolarmente difficile.

Conclusioni sui livelli di comunicazione e sulle forme, gli strumenti e i canali di comunicazione appropriati

L'Agenzia nazionale svedese per l'alimentazione ha introdotto le prime raccomandazioni dietetiche concernenti il pesce contaminato a metà degli anni Settanta. Tali suggerimenti sono stati comunicati prevalentemente tramite opuscoli, dialoghi tra infermiere e donne in gravidanza e, a partire dal 1990, attraverso il sito web dell'Agenzia nazionale per l'alimentazione.

In risposta all'invito del governo di intensificare le attività di comunicazione, nel 2012 e 2013 l'Agenzia nazionale per l'alimentazione ha avviato una campagna informativa.

Grazie a precedenti studi condotti al riguardo, l'Agenzia era consapevole dell'assenza di informazione in merito all'opportunità, non solo per le donne in gravidanza e allattamento, ma per tutte le donne in età fertile e i bambini, sia maschi che femmine, di limitare il consumo di pesce grasso del Mar Baltico a non più di 2-3 volte all'anno. Uno strumento fondamentale della campagna è stato un sito web informativo che offriva ai visitatori anche la possibilità di porre domande. L'Agenzia ha inoltre realizzato un video, che è stato distribuito principalmente tramite media digitali come YouTube, oltre che proiettato nei cinema. Attraverso comunicazioni pubblicitarie trasmesse perlopiù tramite i media sociali, compresi Google Adwords e avvisi pubblicitari mirati su Facebook, si è cercato inoltre di indirizzare i gruppi bersaglio

della popolazione verso il sito web della campagna. Gli avvisi pubblicitari sono stati diffusi anche dai mezzi di informazione e dalle pubblicazioni cartacee locali destinate a giovani donne e genitori.

La campagna ha suscitato vivo interesse tra gli organi di informazione locali. Le notizie e le comunicazioni pubblicitarie sul pesce contaminato sono state divulgate in modo da coincidere con feste tradizionali in cui è frequente il consumo di pesce grasso del Mar Baltico. In alcune zone, la campagna è stata messa in discussione e criticata dai pescatori, con iniziative che tuttavia hanno prodotto l'effetto contrario. L'esistenza di un potenziale conflitto di interessi ha richiamato l'attenzione dei mezzi di informazione, dando all'Agenzia l'opportunità di diffondere importanti messaggi chiave e di illustrare la propria posizione in un dialogo con i pescatori.

La valutazione intrapresa dall'Agenzia nazionale svedese per l'alimentazione ha evidenziato che la popolazione è oggi più informata riguardo al pesce contaminato e alle relative raccomandazioni dietetiche. Il risultato più notevole è stato l'aumento del 30 % della consapevolezza tra i genitori in merito alle raccomandazioni alimentari per la popolazione pediatrica. Meno efficace è stata purtroppo la sensibilizzazione delle giovani donne ai problemi esistenti e ai consigli dietetici correlati. L'Agenzia continua a impegnarsi per comunicare con questo importante gruppo della popolazione.



Tempesta in arrivo

Quando si verifica un'emergenza, vi è la necessità immediata di comunicare. In questa sezione si esaminano gli approcci adottati e gli insegnamenti tratti in situazioni di crisi.

Febbre Q nei Paesi Bassi: apertura e trasparenza

Autorità dei Paesi Bassi per la sicurezza degli alimenti e dei prodotti di consumo (VWA), 2009



Contesto

Alla fine del 2009 la febbre Q è stata uno dei principali argomenti trattati dai media nei Paesi Bassi, la cui opinione pubblica era preoccupata per il numero crescente di persone infette. La responsabilità della politica adottata per combattere la febbre Q spettava al ministero dell'Agricoltura, della natura e della qualità degli alimenti (LNV) in collaborazione con il ministero della Salute, del benessere e dello sport. L'argomento era molto delicato dal punto di vista del benessere animale, poiché era stato necessario procedere all'abbattimento di migliaia di capre gravide. L'abbattimento venne eseguito dall'Autorità dei Paesi Bassi per la sicurezza degli alimenti e dei prodotti di consumo (VWA).

La febbre Q è una malattia infettiva che può essere trasmessa dagli animali agli esseri umani. Nei Paesi Bassi il principale veicolo di tale trasmissione è costituito da capre e pecore da latte infette. La maggior parte delle persone ha contratto la malattia inalando aria contaminata dal batterio che provoca la febbre Q, che 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, mentre non si trova nella carne ovina o caprina. Anche altri animali (ad es. bovini e animali domestici) possono venire infettati e trasmettere l'infezione all'uomo, benché si sia verificato raramente nei Paesi Bassi. In un ambiente all'aperto, il batterio può rappresentare ancora una minaccia di contaminazione per mesi fino anche ad anni.

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

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.

Fattori da considerare	Conclusioni	Osservazioni
Livello di rischio	“ 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	“ Forte impatto/forte interesse nelle regioni colpite	
Effetti su persone/animali	“ 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, ma anche 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 quindi trasmettere l'infezione agli esseri umani con cui sono in contatto.</i>
Esposizione al pericolo	“ Moderata: solo 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	“ Bassa	<i>Nel 2008 sono state prese diverse misure di gestione del rischio, alle quali 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)	“ Batterio noto come causa della febbre Q	
Chi è interessato	“ Persone che lavorano o sono a contatto diretto con gli animali	<i>Oltre la metà delle persone affette da febbre Q praticamente non presentano sintomi, che, quando si manifestano, in genere sono febbre (persistente) e forte cefalea. Altri sintomi sono tosse, dolori muscolari e alle articolazioni, brividi, sudorazione notturna, apatia e affaticamento. 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>
Altri fattori legati alla percezione del rischio	“ 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 dell'opinione pubblica 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, anche in merito all'attenzione dovuta per i sentimenti degli allevatori colpiti. In un caso l'evento è stato filmato da una troupe televisiva e il filmato trasmesso da 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, seguiti, il giorno successivo, da tutti i quotidiani nazionali e locali. L'Autorità dei Paesi Bassi 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, rispecchiando l'intento originario di agire nel segno dell'apertura e della 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, oltre a mostrare anche la comprensione manifestata 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 degli alimenti aveva imparato dall'esperienza negativa delle precedenti crisi dell'influenza suina e dell'afta epizootica.

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

RISULTATI E INSEGNAMENTI TRATTI

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

Attuare una politica di apertura richiede coraggio.

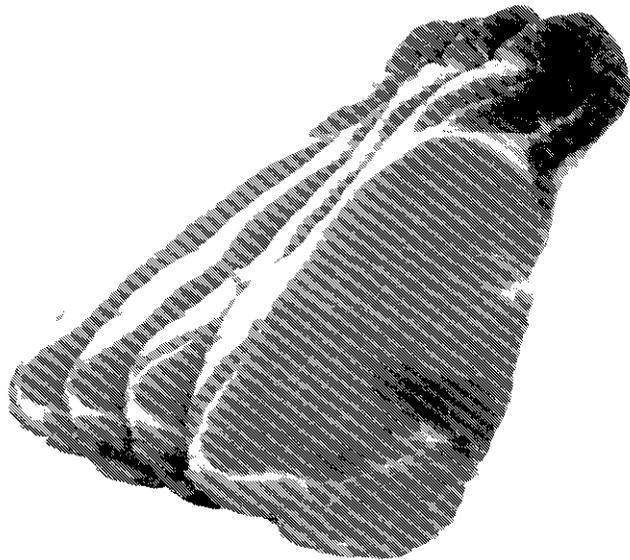
I media comprendono di non poter pretendere di avere diritti esclusivi in presenza di buoni motivi e collaborano con le istituzioni.

È possibile adottare un approccio così coordinato e soggetto a restrizioni con la stampa solo in occasioni molto rare e particolari, altrimenti verrà percepito come una limitazione della libertà di stampa (con qualche critica, in effetti, da parte dell'associazione olandese dei capiredattori e di un partito politico).

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

Crisi della diossina in Irlanda

Autorità irlandese per la sicurezza alimentare (FSAI), 2008



Contesto

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 scomposizione, persistono nell'ambiente. L'esposizione umana alle diossine deriva fino al 90 % dal consumo di alimenti che le contengono, soprattutto prodotti alimentari di origine animale con un elevato contenuto di lipidi, poiché questi contaminanti si accumulano nei tessuti grassi. Tra gli alimenti nei quali si possono accumulare diossine vi sono 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 il 1 settembre e il 6 dicembre sono stati ritirati dal commercio.

Fattori da considerare	Conclusioni	Osservazioni
Livello di rischio	.. Basso (consumatori)	<i>Basso rischio per la salute pubblica, grazie al ritiro dal commercio e all'esposizione limitata a un periodo di tre mesi, per cui l'incidenza sul carico corporeo dei consumatori non è stato significativo.</i>
Livello di comunicazione richiesto	.. Forte impatto/forte interesse	
Effetti su persone/animali	.. Le diossine sono sostanze chimiche tossiche notoriamente cancerogene che possono colpire la pelle e il sistema immunitario.	<i>Nessun effetto immediato sulla salute, ma possono contribuire al carico corporeo.</i>
Esposizione al pericolo	.. Molto limitata	<i>Livello di esposizione limitato al periodo dal 1° settembre al 6 dicembre 2008</i>
Capacità di controllare il rischio	.. Gestione del rischio: decisione di ritirare dal commercio tutta la carne suina e i prodotti irlandesi a base di suino	<i>I prodotti interessati sono stati ritirati dal mercato mentre quelli non contaminati sono ritornati sul mercato entro sei giorni.</i>
Natura del pericolo (ad es. sostanza)	.. Tutta la carne di suino e i prodotti a base di suino di origine irlandese	
Chi è interessato	.. Tutti i consumatori di carne suina e prodotti a base di suino di origine irlandese	
Altri fattori legati alla percezione del rischio	.. Ai consumatori è stato raccomandato di non preoccuparsi eccessivamente dei rischi per la salute, cosa che ha indotto alcuni di essi a interrogarsi sul motivo del ritiro.	

Discussione

Durante la crisi, la questione trattata dalla cronaca si è spostata dalla protezione dei consumatori ai diritti degli stessi, al danno per il settore e alle richieste di risarcimento fino al ritorno sul mercato dei prodotti irlandesi a base di maiale. Come per molte cronache 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; allo stesso tempo, non si poteva consentire la presenza di diossine 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 che le persone continuassero a essere esposte a diossine negli alimenti. Questo è stato il messaggio di base cui si è attenuta la FSAI durante l'intera crisi, cui si sono aggiunti altri messaggi secondari, tra cui i seguenti:

- la FSAI sta ordinando a rivenditori e produttori di rimuovere immediatamente dagli scaffali i prodotti interessati, oltre a ricordare al settore l'obbligo legale di procedere in questo senso;
- l'Autorità 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 in fretta per l'eliminazione 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, compresi aggiornamenti quotidiani degli stessi, abbinate a un ampio coinvolgimento dei portatori di interesse.

RISULTATI E INSEGNAMENTI TRATTI

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 nei prodotti alimentari irlandesi si è rapidamente ripristinata, anche 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 stesse.

Ulteriori letture

- Fife Schaw, C. e Rowe, G., 1996, **Public perceptions of everyday food hazards: A psychometric study.** *Risk Analysis*, 16(4): 487–500.
- Flynn, J., Slovic, P. e Kunreuther, H., a cura di, 2001, **Risk, media and stigma: Understanding public challenges to modern science and technology**, London: Earthscan.
- Frewer, L.J., Howard, C., Hedderley, D. e 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. e 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. e 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. e 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*, a cura di Kasperson, R.E., e Stallen, P.J.M., 457-81. Dordrecht: Kluwer Academic.
- Rosati, S. e 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.

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

Organizzazione delle Nazioni Unite per l'alimentazione e Organizzazione mondiale della sanità (FAO/OMS), 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

