

# Guadagnare salute con un clic: la sfida di SAPERMANGIARE.MOBI



Laura GENNARO, Cristina GIANNETTI e Andrea GHISELLI  
INRAN – Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione  
Via Ardeatina 546 – 00178 Roma  
gennaro@inran.it; ghiselli@inran.it; ufficio stampa@inran.it

## **2.Finalità del progetto** (ed eventuale base argomentativa di partenza)

Secondo l'OMS, l'obesità rappresenta uno dei principali problemi di salute pubblica del mondo. Siamo di fronte a una vera e propria epidemia globale che si sta diffondendo in molti paesi e che può causare problemi sanitari molto gravi nei prossimi anni. Viviamo in una società obesogenica, caratterizzata ormai da una scarsa propensione al movimento e all'attività fisica e dalla enorme disponibilità, a prezzi contenuti, di cibi ad alta densità calorica. Al tempo stesso, mai come oggi l'opinione pubblica e i mass media sono stati così condizionati dal culto del corpo e dai modelli estetici. Ovunque (giornali, TV, internet) è possibile reperire informazioni - spesso improvvisate e non autorevoli – sul peso ottimale, gli alimenti, le diete e l'attività fisica; tutti sono a conoscenza delle scelte che andrebbero fatte, ma quello che manca è la motivazione alla modifica del comportamento. Siamo tutti convinti che la “causa” dei nostri comportamenti sbagliati sia da ricercare in fattori esterni: lo stesso David Kessler (1), responsabile della Food and Drug Administration, ha da poco pubblicato un libro in cui sostiene che il cibo “industriale” crea dipendenza, e quindi le nostre scelte sono forzate.

In questo contesto, diventa essenziale il contributo che potrebbe essere svolto dall'educazione alimentare. L'OMS, in una monografia dedicata (2), riconosce quanto sia difficile trovare un metodo che da solo si riveli efficace e valido, per prevenire e/o

contrastare l'obesità. Parallelamente, è dimostrato che grandi cambiamenti possono essere ottenuti con piccoli passi, e che il trasferimento di informazioni semplici si è rivelato un mezzo importante di apprendimento, purché gli insegnamenti siano basati su metodi comunicativi efficaci (3, 4). Nel predisporre interventi educativi occorre tenere conto che l'atto di alimentarsi è un fatto complesso: non è soltanto l'espressione del bisogno di nutrirsi, ma anche il risultato di determinanti psicologiche, sociali, culturali, che insieme concorrono a formare l'atteggiamento alimentare. Inoltre, la letteratura scientifica dimostra che le scelte salutari possono essere più semplici con indicazioni personalizzate, che facilitano l'aumento delle conoscenze e il raggiungimento degli obiettivi. I consigli mirati possono essere elargiti efficacemente su carta stampata, ma via internet si raggiungono più persone e a costi inferiori (5). Da queste premesse ha preso spunto l'INRAN, l'Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione, nell'ideazione e la realizzazione di [sapermangiare.mobi](http://sapermangiare.mobi), il sito interattivo finanziato dal MiPAAF, destinato ai giovani adulti, che vuole soddisfare la voglia di conoscenza ed il bisogno di consigli, aggiornati e scevri da interessi commerciali.

Riferimenti bibliografici:

1. David A. Kessler, *The end of overeating: taking control of the insatiable American appetite*, 2009, Rodale Books
2. WHO, 2007. *The challenge of obesity in the WHO European region and the strategies for response*. Copenhagen.
3. *Ada reports*, 2007. Position of the American Dietetic Association, *J of Am Diet Ass.*
4. McKinnon, 2007. Lessons from VERB: A case for branding in nutrition education. *J Nutr Educ Behav*, 39, S53-S54.
5. Sternfeld et al, Improving Diet and Physical Activity with ALIVE. A Worksite Randomized Trial. (*Am J Prev Med* 2009;36(6):475-483)

### **3.Criteri che lo ispirano**

Scopo principale del sito, in linea con "Guadagnare salute", è di rendere facili le scelte salutari, fornendo informazioni corrette e soprattutto personalizzate grazie a un servizio di tutoraggio online, una sorta di personal trainer in grado di aiutare l'utente ad adottare uno stile di vita più sano.

Si vuole, in questo modo, combattere la disinformazione e fornire alle persone un interlocutore di riferimento sugli alimenti e la nutrizione, autorevole e indipendente, che tuteli davvero i consumatori, rendendoli consapevoli della propria alimentazione e capaci di scegliere serenamente.

### **5.Descrizione del progetto**

Gli utenti del sito possono accedere a numerosi servizi: sezioni di informazione, per approfondire a più livelli (*Glossario, Chiedo e mangio e Per saperne di più*); *Tablette di composizione* degli alimenti, anche per comparare i nutrienti e le calorie di un alimento o di una dieta rispetto al proprio fabbisogno energetico (*Conto e mangio, So mangiare*); una sezione dedicata all'alcool, per capire se si è bevuto troppo per guidare, ma anche se si beve troppo in generale (*So bere*); un servizio tutor che a valle di una settimana di diario alimentare restituisce consigli sugli errori e le cattive abitudini della propria alimentazione, dando spunti per correggerli (*Mangio meglio*). Ampio spazio, poi, viene dato alle *Linee Guida per una Sana Alimentazione Italiana*, declinate in diversi livelli di approfondimento e anche in video, come una fiction.

Alla base del sito un'attenta mappatura delle domande ricorrenti rivolte ai nutrizionisti dell'INRAN in occasione degli eventi istituzionali, nonché sul forum di nutrizione del Corriere della Sera, gestito dal medico nutrizionista INRAN responsabile di "Sapermangiare.mobi". I dati emersi hanno fornito chiare indicazioni sugli argomenti da affrontare e approfondire in due sezioni del sito ("*Per saperne di più*" e "*Chiedo e mangio*"). Un apposito modulo consente agli utenti di segnalare tutto ciò che non hanno trovato sul sito; le risposte agli utenti vengono fornite rapidamente via posta elettronica e le domande forniscono indicazioni per l'implementazione e la modifica delle diverse sezioni. Il sito è accessibile anche da cellulare (da qui l'estensione ".mobi"): in questo modo si moltiplicano le possibilità e le occasioni di fruire dei servizi di sapermangiare e diventa ancora più semplice compilare a ogni pasto il proprio diario alimentare, trovare risposta immediata alle curiosità su nutrienti e calorie di un alimento, controllare se abbiamo bevuto troppo per guidare, ecc. La garanzia di un Ente pubblico di ricerca esclusiva sugli alimenti e la nutrizione rende il tutto particolarmente affidabile per il cittadino.

Partendo dal presupposto che l'alimentazione è anche condivisione, socialità e convivialità, l'INRAN ha utilizzato al massimo tutte le potenzialità delle nuove tecnologie rendendo l'approccio il più possibile informale e flessibile, e aperto all'interazione con gli utenti. Contestualmente al lancio del sito (luglio 2009) è stata infatti anche attivata una pagina di Facebook dedicata a "sapermangiare", aggiornata quotidianamente con spunti di discussione incentrati sull'attualità per stimolare il dialogo con i fan, che aprono e partecipano alle discussioni, dialogando anche con altri all'insegna di quell'interattività che

è la caratteristica principale dei social network e del web 2.0. La pagina di facebook è collegata anche con Twitter.

Se per modificare lo stile di vita le persone hanno bisogno di formulare domande specifiche e avere risposte chiare e personalizzate, quasi in tempo reale, il sistema sapermangiare (sito con relativo modulo di segnalazione e pagina dedicata fb) offre esattamente questo, costituendo un punto di riferimento sicuro e affidabile per i giovani adulti, che sono i più abituati all'uso di tecnologie di comunicazione multimediali e più presenti sui social network.

Nel piano di comunicazione si è cercato di far convivere un approccio tradizionale (radio, tv, stampa) con un taglio sui nuovi media e sul web 2.0 per raggiungere innanzitutto chi su internet c'è già (e sotto questo profilo la pagina di Facebook si è rivelata un valido strumento di comunicazione)

Lanciato il 2 luglio scorso, nel corso dei Giochi del Mediterraneo a Pescara, con un evento mirato a cura del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, il sito ha beneficiato da allora di ampio spazio:

- Articoli sui più importanti quotidiani nazionali (Corriere, Repubblica, il Giornale, Avvenire) e sulle loro versioni on line, sulla free press (metro e dnews) e su alcuni periodici
- Lanci di agenzie stampa
- Articoli sui più diffusi siti di news, post su diversi blog
- Un dossier specifico su famiglia cristiana
- Interviste radiofoniche
- Passaggi televisivi su canali nazionali (rai1, rai2, la 7)

Da notare che, in corrispondenza di parecchi dei passaggi mediatici sopraelencati, il sito ha registrato dei picchi di visite. Questo dato rappresenta il feedback più efficace che la comunicazione è riuscita

L'interesse riscontrato da sapermangiare ha consentito all'INRAN di attivare una collaborazione fissa (una sorta di media partnership) con il contenitore del mattino di radio capital (spazio giusto ed emittente giusta per colpire il nostro target).

L'UNC, Unione Nazionale Consumatori, in considerazione del fatto che saper mangiare è un sito di servizio per i consumatori, ha supportato l'INRAN nella comunicazione, sia con comunicati di appoggio sia con spazi mirati sul sito UNC.

Anche il CTS, Centro Turistico Studentesco, è stato partner nella comunicazione visto che il loro target (250.000 soci tra i 18 e i 35 anni) può coincidere con quello del sito. Sapermangiare è stato la news d'apertura per una settimana su iogiro.com, la community del cts, con notizie appositamente preparate dallo staff di saper mangiare e mirate alle imminenti vacanze estive. Inoltre, i membri della community hanno potuto partecipare ad un forum specifico, moderato dal responsabile di sapermangiare.

Dal 2 luglio al 30 settembre il numero di visitatori unici da PC fisso è stato pari a circa 35.000, mentre sono stati 1700 circa gli accessi da telefono cellulare. Gli utenti che si sono registrati al sito e compilano il diario settimanale sono circa 5000, dai 9 agli 84 anni, ma con un'età media di 29 anni per le donne (che sono il 63% degli utenti) e di 33 anni per gli uomini. Tra i risultati attesi c'è il progressivo aumento del numero di iscrizioni al sito. I fan della pagina di facebook hanno da poco superato i 600.

E' allo studio, infine, una modalità di raccolta dati antropometrici/alimentari dei fruitori del sito per verificare i cambiamenti dei comportamenti alimentari.