



#crescere**atavola**

CRESCERE A TAVOLA

INCONTRO DI APPROFONDIMENTO DEI RISULTATI
DELLA CAMPAGNA PER LA PREVENZIONE DELL'OBESITÀ INFANTILE.

Il Giornale del Cibo
CONOSCERE • SCOPRIRE • GUSTARE

CIRFOOD
Feed the future



#crescere**atavola**

PRESENTAZIONE DEI DATI DELLA CAMPAGNA

Dott. Giorgio Donegani

Tecnologo Alimentare, Consigliere e Past President di Food Education Italy

Un paradosso della nostra epoca



La conoscenza scientifica
rispetto al cibo e alla nutrizione
ha raggiunto livelli elevatissimi



Mai come oggi
mangiare in modo sano
sembra complicato e difficile



#crescereatavola

Alcuni elementi da considerare

Macro determinanti
dei comportamenti alimentari

La **natura del rapporto** con il cibo



Il **sistema dei «valori»** di riferimento



I nuovi **contesti comunicativi**



#crescere**atavola**

La natura del rapporto con il cibo

L'animale si nutre, l'uomo mangia

Jean Anthelme Brillat-Savarin

L'animale si nutre



Golosità fisiologica

L'uomo mangia



Golosità culturale

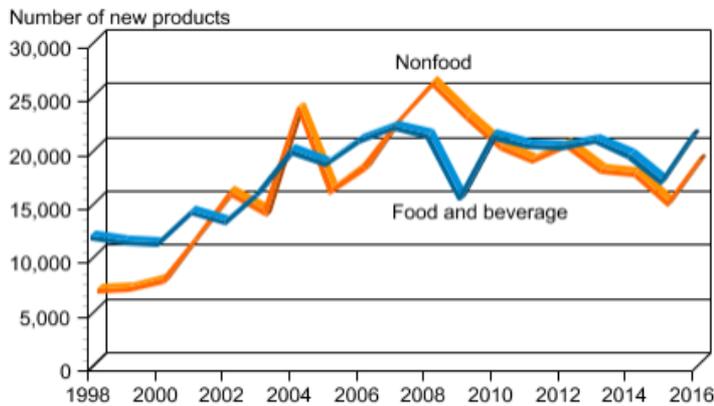
L'uomo mangiatore, inserito in uno spazio alimentare **culturalmente determinato**, incorpora, con il cibo che inghiotte, anche tutto il sistema di **valori** che esso rappresenta. [Poulain; 2005]



#crescereatavola

I «valori» di riferimento

Il mercato del cibo



Il mercato delle diete

Le news prodotti Dukan

La Boutique Dukan non finisce mai di stupirti...e di viziarti!

Non lasciarti sfuggire quest'occasione! Prova tutti i prodotti Dukan approfittando dei nostri sconti pazzi! Crusca d'avena, cracker, biscotti...ce n'è per tutti i gusti!

Solo sul sito della Boutique Dukan!

Tanti prodotti al servizio della tua salute e del tuo benessere

Tante novità e tante promozioni sulla boutique Dukan... Approfittane subito!

Esclusiva web: in che fase della dieta sei? Abbiamo pensato a dei comodi kit "per fase", appositamente studiati per permetterti di affrontare serenamente le quattro fasi del metodo Dukan!

Calcola il tuo Giusto Peso*
E scopri il programma su misura per te

Calcola

Il mercato degli integratori



POSOLOGIA CONSIGLIATA

STRESS KILLER
1 cpr ad ogni pasto (totale 3 cpr al giorno)

OMEGA LIFE
2 perle a pranzo 2 perle a cena

AMINODAY
2 cpr ad ogni pasto (totale 6 cpr al giorno)

VITALIFE C
1 cpr a colazione, 1 cpr a pranzo, 1 cpr a cena (primi 5 giorni)
2 cpr a colazione, 2 cpr a pranzo, 2 cpr a cena (5 giorni successivi)
3 cpr a colazione, 3 cpr a pranzo, 3 cpr a cena (dal 11° giorno in poi)

ORAC SPICE 2 cpr a colazione, 3 cpr a pranzo, 3 cpr a cena

RADICAL KILLER 1 cpr ad ogni pasto (totale 3 cpr al giorno)

MELATONIN COMPLEX 3 cpr la sera 30 minuti prima di dormire

MULTIVITAMINERAL 1 cpr al giorno

AMINODAY EXTREME
2 cpr ogni pasto (6 cpr al giorno) quando non ci si allena
5 cpr 30 minuti a stomaco vuoto prima dell'allenamento
o 30 minuti prima dello sprinting pre-allenamento

VITALIFE D perle da 1000 U.I. 5 al giorno
perle da 2000 U.I. 3 al giorno

*Si consiglia di verificare periodicamente i livelli di Vitamina D nel sangue.

Si consiglia di assumere gli Integratori quattro minuti prima dei pasti ad esclusione della Melatonin Complex.

Il mercato della comunicazione



#crescereatavola

Cosa si comunica?

Il pensiero «magico»

I buoni

Bacche di goji
Semi di chia
Zenzero
Kamut
Canapa
...

Le ricette

Macinato a pietra
KM 0
Senza olio di palma

I cattivi

Farina bianca!
Glutine!
Carne rossa!
Zucchero!
Latte!
...

Un pensiero che trova terreno fertile in una società in crisi perché è
semplice (immediato) – **rassicurante** (deresponsabilizza) – **affascinante** (nuovo)

La notizia prevale sul contenuto: fake news



#crescereatavola

Chi comunica il cibo?



La «scienza»



I giornalisti



Gli «esperti»



Gli Chef



I/le blogger



La comunicazione da verticale
diventa orizzontale: tutti sono esperti



#crescereatavola

Le radici dell'assurdo

PRODUZIONE



Un deficit d'esperienza

Distanza = non consapevolezza



Vuoto di significato

agenti promotori di **sfere di significato**

connesse al bene/servizio

immesso sul mercato

COMUNICAZIONE

CONSUMO



#crescereatavola

Cosa fare?

Applicare il teorema di Pitagora!

Anche attraverso l'appoggio delle istituzioni (programmi di educazione alimentare, controlli sulle news...), la **scienza vera riprenda a dialogare con le persone** rappropriandosi del suo ruolo di promotrice di una cultura del benessere (Università, ADI, Nuove linee guida) diventa orizzontale: tutti sono esperti



#crescereatavola

Cosa fare?

Educazione alimentare: recuperare il valore dell'esperienza



consumatore

atteggiamento
consapevole

astrazione

analisi

applicazione

comprensione

conoscenza

pensiero
acritico



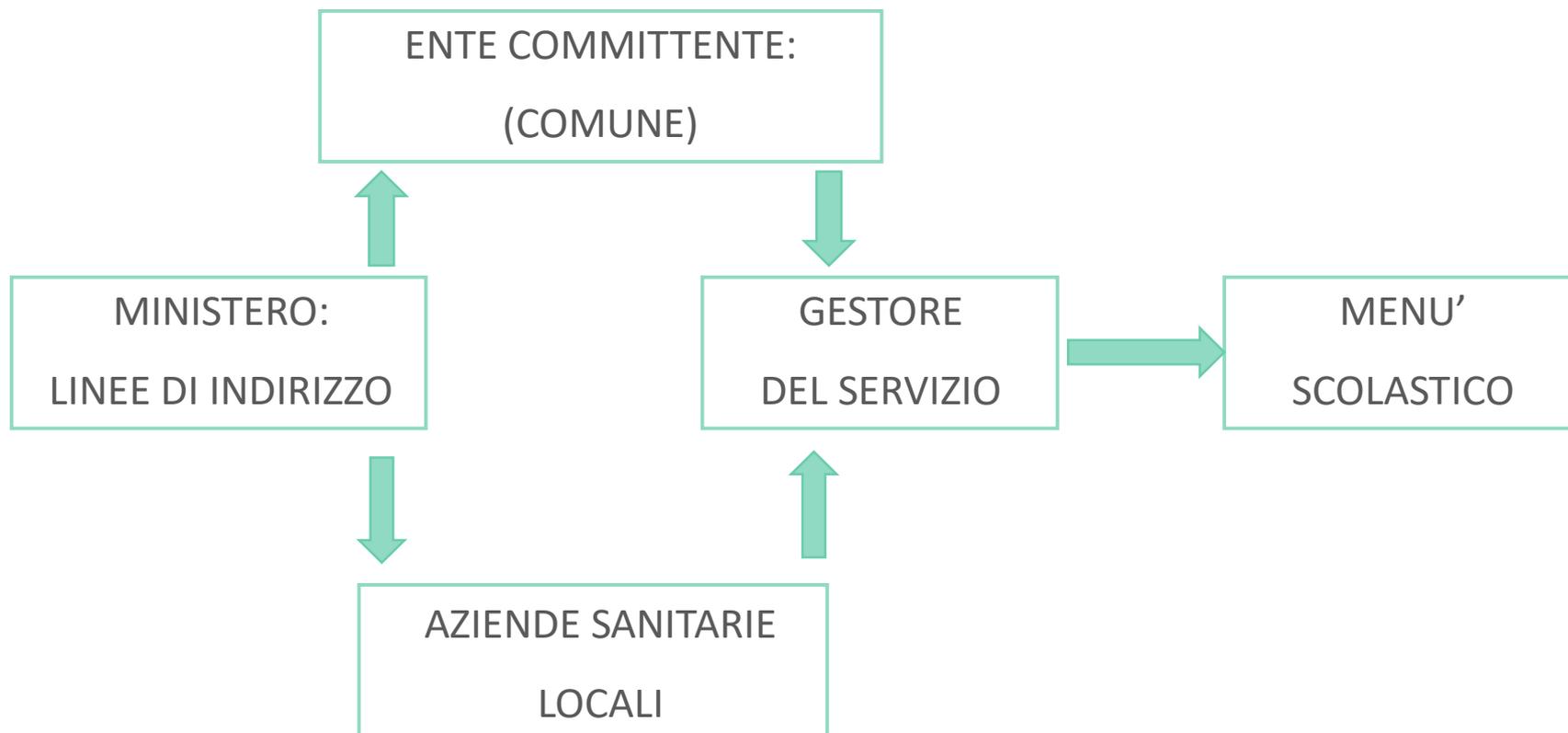
cittadino



#crescereatavola

La ristorazione scolastica come opportunità educativa

Il menù scolastico come modello di riferimento



#crescereatavola

La ristorazione scolastica come opportunità educativa

Il menù scolastico come modello di riferimento

I bambini hanno l'opportunità di confrontarsi con cibi diversi da quelli che consumano ogni giorno in famiglia, imparando a esercitare in modo critico **l'uso dei sensi** e allargando l'orizzonte dei loro gusti.

Educazione al gusto

Passa attraverso la **proposta di alimenti di qualità** (freschi, di stagione, Bio, tipici di filiera controllata...) e la **comunicazione** delle loro caratteristiche.

Educazione alla qualità

Il menù scolastico risponde a **criteri di completezza ed equilibrio** nutrizionale.

Educazione nutrizionale



#crescereatavola