

## **Ricerca Corrente IZSVE 11/07 Progettazione di una campagna di comunicazione basata sulla percezione del rischio correlato al consumo di alcuni prodotti tipici e tradizionali trentini**

**Responsabile scientifico:** dott.ssa Lucia Selli

### **Abstract**

Nell'analisi del rischio la comunicazione riveste un ruolo strategico nell'ottica del controllo e della riduzione del rischio. Affinché sia efficace è indispensabile individuare i destinatari (*target*) per orientare le campagne di informazione, preferendo interventi mirati piuttosto che generici: molto più adeguata la diffusione di pochi messaggi indirizzati a un gruppo o categoria ristretta di individui piuttosto che messaggi articolati rivolti alla popolazione intera. Per massimizzare l'efficacia è tuttavia necessario conoscere i destinatari, conoscere cioè la loro percezione del rischio poiché è questa a venire modulata dalla comunicazione.

In ambito di sicurezza alimentare questa équipe ha effettuato indagini sulla percezione del rischio nella popolazione del Veneto, i cui risultati sono serviti a effettuare una campagna di comunicazione mirata alla conoscenza e alla prevenzione del rischio da salmonellosi (RC IZSVE 08/04) e a sviluppare la metodologia per impostare e realizzare campagne di comunicazione sul rischio alimentare (RC IZSVE 14/05). La stessa équipe, formata da sociologi e psicologi oltre che agli esperti veterinari medici biologi, sta conducendo inoltre una indagine comparata sulla percezione del rischio alimentare nelle popolazioni del Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia (RC IZSVE 04/06). Tali studi mettono in evidenza la necessità di approfondire dal punto di vista psico-sociale fenomeni emergenti non ancora esplorati che hanno grande rilevanza per la salute pubblica, come ad esempio la crescente abitudine di consumare pasti fuori casa o cibi etnici.

Tra queste nuove tendenze i prodotti tipici o tradizionali rivestono un ruolo importante: costituiscono una realtà produttiva interessante, in special modo per il Trentino, e rappresentano anche un fenomeno sociale particolare in quanto correlati alla genuinità percepita dal consumatore come sinonimo di qualità. Tali prodotti tuttavia possono essere fonte di rischio, in quanto gli esperti stimano che essi siano fonte di problemi igienico-

sanitari poco conosciuti ma reali, specialmente in periodi particolari dell'anno (primavera-estate) quando il loro consumo è significativo.

Pertanto, il progetto si prefigge di valutare la percezione di rischio correlato al consumo di questi prodotti nella popolazione immediatamente interessata al loro consumo, la provincia trentina, con la prospettiva di allargare l'indagine su una territorialità più ampia e prendendo in considerazione altri prodotti regionali.

Si intende utilizzare la metodologia messa a disposizione dagli studi psico-sociali per sondare la percezione del rischio alimentare nella popolazione del trentino, analizzando le motivazioni che influiscono sugli eventuali comportamenti a rischio: abitudini, credenze e tradizioni. Così come l'analisi del rischio presuppone il coinvolgimento di tutti gli stakeholders in ogni sua fase di attuazione, si ritiene che soprattutto nella comunicazione del rischio sia opportuno prevedere la partecipazione di tutti gli attori coinvolti. Tale orientamento è supportato dalla ricerca in ambito di tecniche di comunicazione e dagli studi psico-sociali. In base a questi ultimi, le conoscenze circa la percezione del rischio del cittadino è il modo più corretto per costruire efficaci campagne di comunicazione in quanto possono essere mirate ai target scelti a riferimento. L'efficacia della comunicazione del rischio correlato al consumo degli alimenti è infatti strettamente dipendente dall'attenzione del consumatore rispetto a rischi percepiti come tali e alla corretta applicazione delle indicazioni metodologiche in base alle quali viene elaborata la scelta del target, la definizione del messaggio e la progettazione della campagna.

I problemi associati a prodotti tipici o tradizionali in Trentino sono riconducibili in linea di massima ad alcuni prodotti a base di carne (carne salada, ciuiga, mortandela, ecc.) e formaggi (formaggio di malga, formaggio da latte crudo, caciotta, robiolino, ecc.). Dal punto di vista sanitario, i prodotti a base di carne sono soprattutto legati al patogeno *Listeria monocytogenes*, data la resistenza del microrganismo ai trattamenti ai quali tali prodotti sono sottoposti (stagionatura/affumicatura e salatura). L'abbassamento del contenuto di acqua libera non sempre è tale da rendere i prodotti "alimenti che non costituiscono terreno favorevole alla crescita di *L. monocytogenes*". Nei formaggi i pericoli da considerare sono sostanzialmente tre: due legati al mancato trattamento termico di pastorizzazione del latte (*Stafilococchi coag. +*, *Salmonella*) o a permanenza di tossina anche in seguito a trattamento termico, legati alla *Listeria monocytogenes* in quanto tali prodotti (pronti al consumo) presentano caratteristiche (*Aw* e *pH*) favorevoli alla crescita del batterio.

Date le premesse questo studio si prefigge di progettare una campagna di comunicazione del rischio microbiologico, chimico e nutrizionale correlato al consumo di alcuni alimenti

tradizionali trentini (da definire), sulla base della relativa percezione del rischio, al fine di estendere i risultati su tutto il territorio nazionale particolarmente vocato alla produzione di questa categoria di prodotti .