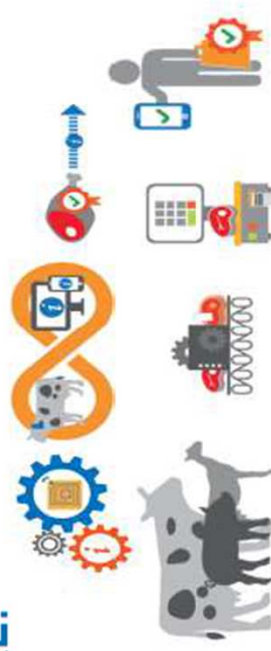


**IL NOSTRO CIBO È SICURO?
I CONTROLLI SULLE PRODUZIONI
SONO UNA GARANZIA PER IL
CONSUMATORE!**



Evento Formativo Aziendale n.131-32302

**Ed1 SALA ARCHIVIO
OSPEDALE DI SALUZZO
31 GENNAIO – 7 FEBBRAIO 2019**

**Ed2 SALA CONVEGNI
OSPEDALE DI SAVIGLIANO
14 e 21 FEBBRAIO 2019**

**TRACCIABILITÀ ALIMENTARE = CIRCOLARITÀ E TRASPARENZA DELL'INFORMAZIONE
DAL PRODUTTORE AL CONSUMATORE**

PROGRAMMA

ore 20,00 Registrazione partecipanti

Prima serata

- 20,30 La sicurezza alimentare: dalla stalla alla tavola. Come sono cambiate le regole comunitarie.
- 21,00 I controlli sulle filiere produttive
- 21,30 L'organizzazione dei controlli sanitari nell'ASL CN1
- 22,00 Confronto e dibattito sugli argomenti trattati durante la serata
- 22,30 Termine lavori

Seconda serata

- 20,30 Compra bene e conserva meglio
- 21,15 Il cibo come cultura
- 22,00 *Confronto e dibattito sugli argomenti trattati durante la serata*
- 22,15 Questionario di apprendimento e Valutazione del gradimento ECM
- 22,30 Termine lavori

Il cibo è vita:

Scorre in stretta sintonia con le altre storie, le determina e ne viene determinato.

Cucinare è attività umana per eccellenza

Il cibo è cultura quando si produce, perché l'uomo non utilizza solo ciò che trova in natura, come fanno gli animali, ma ambisce a creare il proprio cibo

Il cibo è cultura quando si prepara, perché scegli i prodotti base e li trasformi nella pratica (arte) di cucina

Il cibo è cultura quando si consuma perché l'uomo, pur potendo mangiare di tutto , sceglie il proprio cibo con criteri legati sia alla dimensione economica e nutrizionale sia a valori simbolici



Il cibo è il principale fattore di
definizione dell'identità
umana,
Poiché ciò che mangiamo è
sempre un prodotto culturale
C. Pedrini



*„se non vi è una società senza un linguaggio,
non vi è neppure una società che non cucina alla stessa maniera
almeno qualcuno dei suoi cibi”.*
Claude Lèvi-Strauss



Il cibo è un marcatore dell'identità dell'appartenenza ad una cultura
, ad una comunità, ad un territorio
Il cibo non è solo elemento di affermazione identitaria ma anche un
mezzo di scambio culturale.
Il cibo veicola informazioni attinenti a ruolo , status, età, genere,
ordine nella gerarchia sociale di identità cultura



“L'uomo è ciò che mangia.”
Ludwig Feuerbach

“se volete far migliore il popolo, dategli un'alimentazione migliore”:



“Cultura consumistica”

Aumentata disponibilità di «cibo spazzatura»

Per i profitti e la pubblicità dell'industria

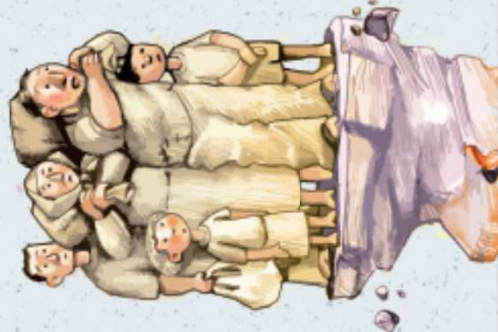
- Per la domanda del consumatore (indotta?)
- Per la scarsa accessibilità a cibi più salutari
(Scelta libera ed informata?)

- Convenienza «dieta spazzatura»

Prezzi più bassi (non includono i costi sociali/sanitari)

- Meno tempo per mangiare/cucinare, consumi fuori casa

ANNO 2050: LA TERRA "SOTTO PRESSIONE"



**9,8 MILIARDI DI ABITANTI
IL 30% IN PIÙ RISPETTO AD OGGI**
(PROIEZIONE DELLA POPOLAZIONE MONDIALE - SCENARIO DI BASE)



Fonte: REF Ricerche su United Nations Department of Economic and Social Affairs

Crescono le città:

IL 68% VIVRÀ IN AREE URBANE
(% SU POPOLAZIONE MONDIALE - SCENARIO DI BASE)



Fonte: REF Ricerche su United Nations Department of Economic and Social Affairs



Produzione agricola: la grande sfida
(PROIEZIONE - SCENARIO DI BASE)

5% Previsioni di incremento delle terre arabili

VS

70% Crescita della produzione necessaria per far fronte al fabbisogno di cibo



Fonte: REF Ricerche su DNV GL

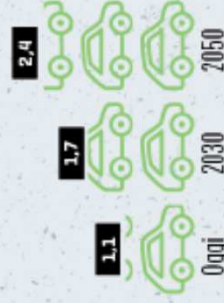


Consumi di carne: SERVIRANNO 455 MILIARDI di tonnellate l'anno
(PROIEZIONE - SCENARIO DI BASE)



Fonte: REF Ricerche su DNV GL

2,4 MILIARDI DI AUTO SULLE STRADE
(PROIEZIONE - SCENARIO DI BASE)



Fonte: REF Ricerche su OECD



E LE CONSEGUENZE SE NON CAMBIEREMO ROTTA

700 MILIONI
 Persone sfruttate a causa di problemi legati alle scarse risorse del territorio
Fonte: REF Ricerche su DNV GL

1 PERSONA SU 2
 Potrebbe avere problemi di accesso all'acqua almeno un mese l'anno
Fonte: REF Ricerche su DNV GL



43 MILIARDI
 Tonnellate di CO₂ emesse ogni anno nell'atmosfera (+26% rispetto ad oggi)
Fonte: REF Ricerche su IECCO

Il caldo che avanza

(GIORNATE MEDIE CON TEMPERATURE REGISTRATE SUPERIORI A 32°)

	1960	0661	2060	VAR.	1960/2060
MILANO	8	22	31	23	
ROMA	8	30	41	33	
NAPOLI	8	23	33	25	
MADRID	33	54	70	37	
ATENE	10	26	37	27	
PARIGI	1	3	5	4	
BERLINO	2	2	4	2	
MOGADISCIO (SOMALIA)	117	192	218	101	
SINGAPORE	24	119	171	147	
PECHINO (CINA)	25	37	46	21	
DELHI (INDIA)	178	205	216	38	
JOHANNESBURG (AUSTRALIA)	7	10	18	16	
NEW YORK (USA)	2	11	20	13	
SAN PAOLO (BRASILE)	13	25	33	20	
IL CAIRO (EGITTO)	146	162	168	22	

Fonte: IPCC



100 MILIARDI DI DOLLARI L'ANNO
 Costo che dovremmo sostenere per adattarci ad un innalzamento delle temperature di due gradi
Fonte: REF Ricerche su World Atlas Desertification

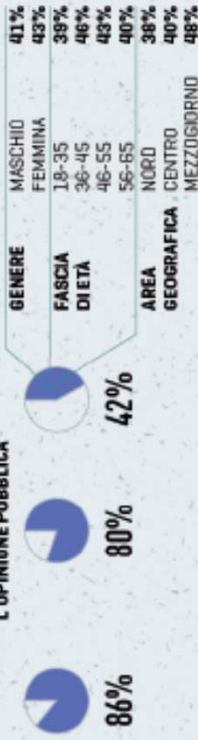


13,2 MILIARDI
 Tonnellate di rifiuti prodotti ogni anno
Fonte: REF Ricerche su DNV GL

GLI ITALIANI TRA FINZIONE E REALTÀ

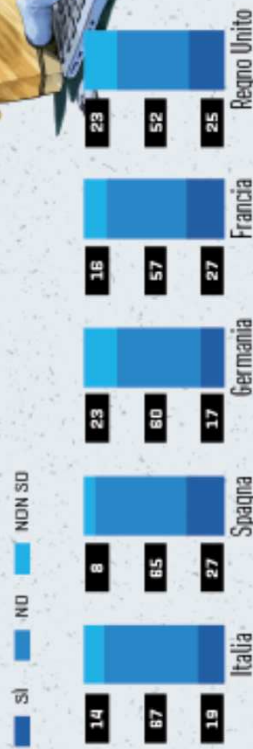
Effetto fake news tra conoscenza, consapevolezza e ruolo attivo
(Val. % su totale popolazione)

HA SENTITO PARLARE DI FAKE NEWS 86%
CREDE CHE LE FAKE NEWS SIANO IN GRADO DI INFLUENZARE L'OPINIONE PUBBLICA 80%
HA CONDIVISO ALMENO UNA VOLTA POST/NOTIZIE POI RIVELATESI POCO ATTENDIBILI/FALSE 42%



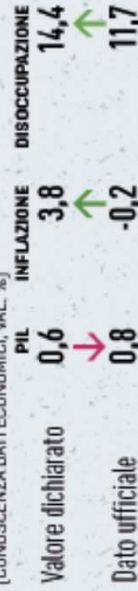
Fonte: REF Research su dati WECA Social Mind - Gruppo Osservare le Finanze

Poca fiducia nelle notizie lette sui social
(% delle persone che si fidano o meno delle notizie lette sui social networks e app di messaggistica)



Fonte: Eurobarometro

Per gli italiani l'inflazione è quattro volte più alta del reale
(CONOSCENZA DATI ECONOMICI, VAL. %)

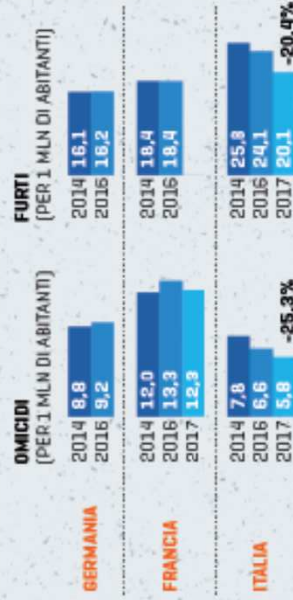


Fonte: REF Research su dati Istat

Criminalità e Delinquenza al primo posto tra le preoccupazioni degli italiani...
(% SUL TOTALE DI CHI HA INDICATO UNA DELLE SEGUENTI PAURE)



...ma il numero di reati denunciati è in calo



Fonte: Ministero dell'Interno



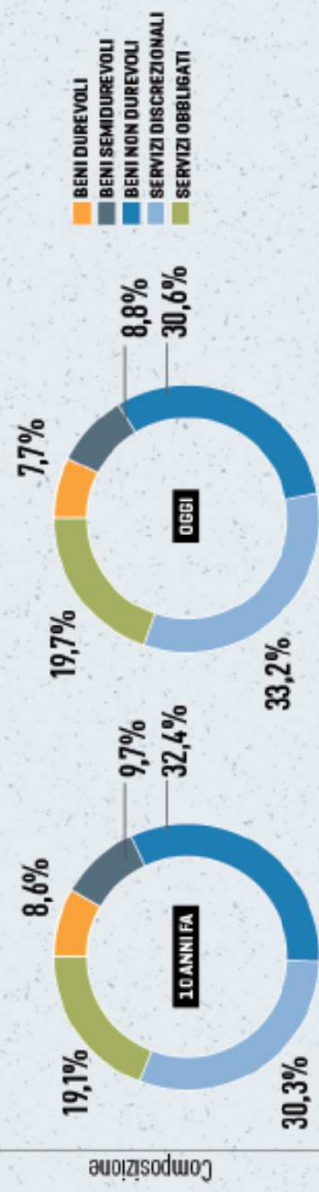
7% VS 25% DI IMMIGRATI

L'Italia è il Paese dell'UE in cui la percezione degli immigrati è in assoluto la più alta rispetto al reale

DEMOGRAFIA E STILI DI VITA CAMBIANO I CONSUMI DEGLI ITALIANI

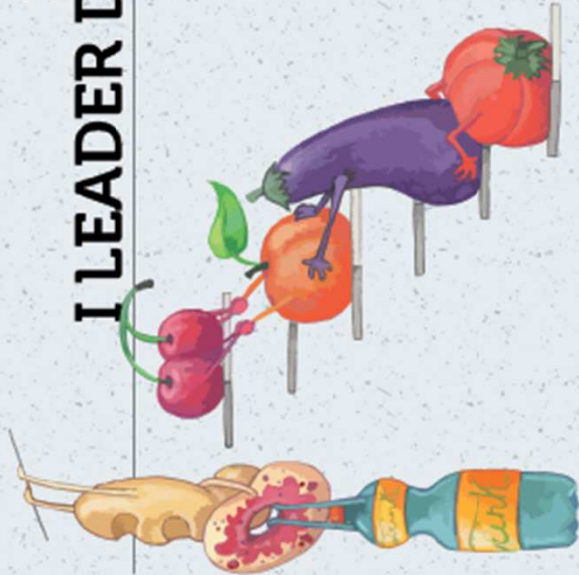
COME È CAMBIATA LA STRUTTURA DEI CONSUMI DELLE FAMIGLIE ITALIANE NEGLI ULTIMI DIECI ANNI:
PIÙ CASA E TEMPO LIBERO, MENO TRASPORTI, CIBO E ABBIGLIAMENTO

[VALORI DI SPESA 2007-2017 A PREZZI COSTANTI - INDICI 2007 = 100 E COMPOSIZIONE %]

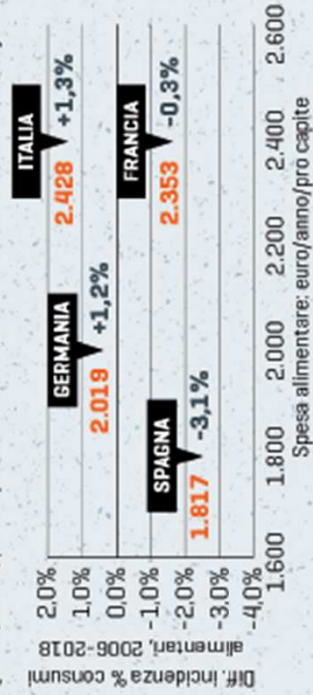


Fonte: IFF Ricerche su dati Istat

SONO GLI ITALIANI I LEADER DELL'ALIMENTARE IN EUROPA



Acquisti di cibo: siamo i primi in Europa e nel mondo
[Euro/anno/pro capite e diff. incidenza % consumi alimentari]



Fonte: OECD

In Spagna e Italia un quinto della spesa è per l'alimentare
[% della spesa alimentare sul totale]



Fonte: Eurostat

Consumi di frutta e verdura: in Europa nessuno come gli italiani

[% DELLA SPESA PER MERCELOGIA SUL TOTALE DELLA SPESA ALIMENTARE]



Fonte: Eurostat

Reportage | Italiani.coop

IL CIBO SEMPRE PIÙ CENTRALE NELLA VITA DEGLI ITALIANI

IL LENTO RECUPERO DEI CONSUMI ALIMENTARI

(Consumi a valori concatenati, numeri indici 2010 = 100 e var. % annua)



Fonte: ISTAT



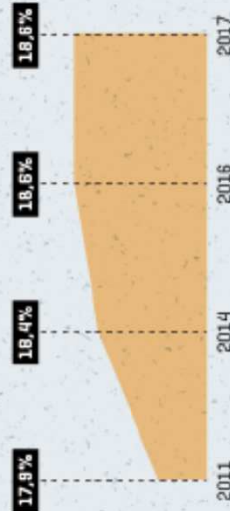
Nel decennio cresce l'ortofrutta, in calo carboidrati e zuccheri

(DIFFERENZA NELLA QUOTA % DI SPESA SUI CONSUMI ALIMENTARI, 2018 VS 2010)



L'alimentazione diventa centrale nel budget delle famiglie

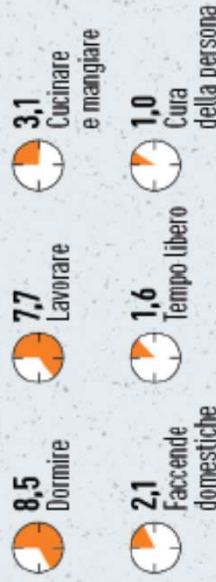
(Quota % dei consumi alimentari sul totale)



Fonte: ISTAT

Dopo il sonno e il lavoro, il cibo: 3 ore per preparare e mangiare

(Ore/giorno per attività)



Fonte: ISTAT

FABBISOGNO CALORICO: PIÙ FIBRE E MENO GRASSI PER GLI ITALIANI

(VAR. % APPORTI NUTRIZIONALI, 2017/2016)

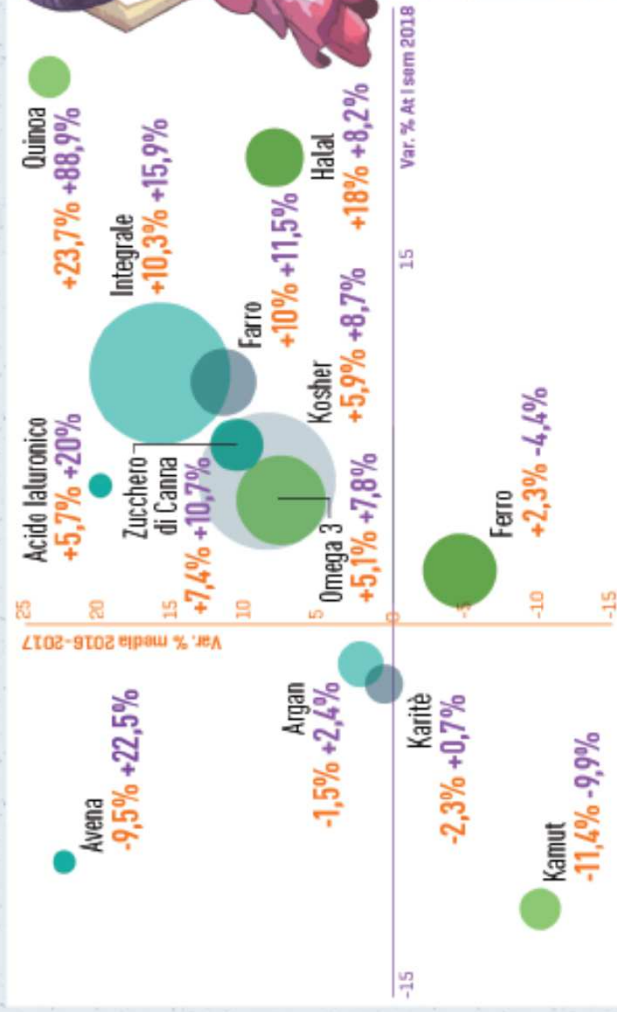


Fonte: Osservatorio Informativo CSI-Milano

FASHION FOOD: È ONLINE IL PROSSIMO TREND ALIMENTARE

IL CIBO È FASHION: MOLTI I TREND PASSEGGERI

(Indicazioni in etichette, var. % del fatturato At 2018 e media 2016-2017)*



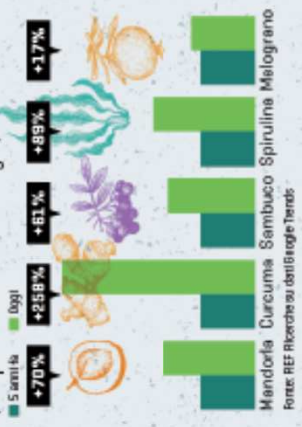
Guardare ma non mangiare: il cibo diventa fotografia

(Numero post su Instagram per hashtag)



Curcuma, spirulina e mandorla: cresce l'attenzione degli italiani

(Frequenza ricerche su Google)



* La dimensione della bolla indica il volume del mercato. Fonte: Osservatorio Immagine 651-Itelion

L'EFOOD SEMPRE PIU' DIFFUSO TRA GLI ITALIANI

ONLINE GROCERY

6,9 mln le famiglie che acquistano Grocery On-line (+23% VS ANNO PRECEDENTE)

1 mld € (+34%) giro di affari e-grocery (+1,5% DEL TOTALE GROCERY)

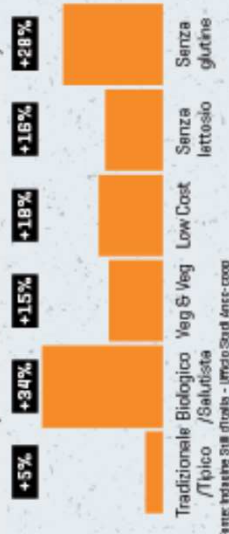
28% delle famiglie italiane (35% AL NORD-OVEST)

147 € (+9%) spesa media per famiglia 3,9 VOLTE L'ANNO (=)

Fonte: Nielsen Consumer Panel (Feminar, Marzo 2018) • Survey/Market su Consumer Panel (2018)

Gli efooder più orientati su organic e gluten free

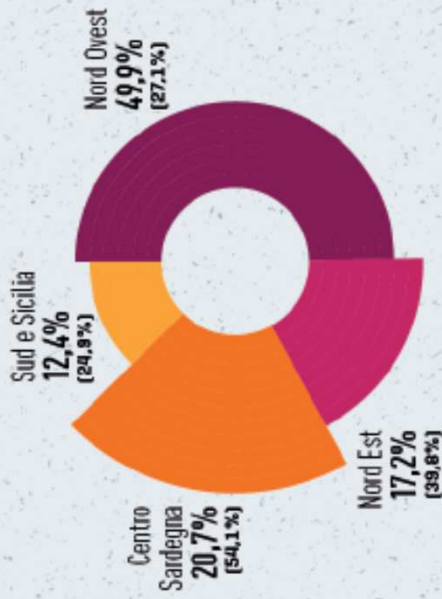
ACQUIRENTI DI CIBO ON LINE VS ALTRI. DIFF. % ("MI PIU' DIRE QUALI DEI SEGUENTI STILI ALIMENTARI SEGUE?")



Fonte: Indagine S&B Global - Ufficio Studi Antic-coop

EFOOD PIU' DIFFUSO NEL NORD OVEST MA CRESCE DI PIU' NELLE REGIONI DEL CENTRO

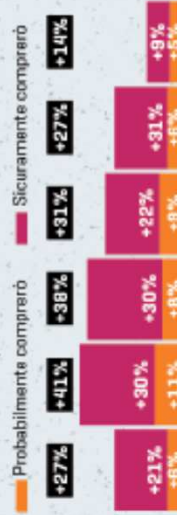
VENDITE GROCERY ON LINE (INC. % E VAR. % 2018)



Fonte: S&B Global - Ufficio Studi Antic-coop

Il 38% i potenziali acquirenti grocery italiani nei prossimi mesi

("NEI PROSSIMI 6 MESI QUAL'E LA PROBABILITA' CHE COMPRI PRODOTTI GROCERY SU INTERNET?")



Fonte: IRI European Shopper Survey - 2017



È BOOM PER IL MEAL DELIVERY

MEAL DELIVERY

4,4 mln gli Italiani che hanno utilizzato almeno una volta il servizio
8% (della popolazione >14 anni)
3,5 mln nei primi 3 mesi del 2018 (80%)

10 mln gli Italiani propensi ad utilizzarli in futuro

10% 100K>500K Abitanti
25% Età 25-34 anni

19% Città > 500.000 ab.
17% Età 35-44 anni



Fonte: Nielsen Consumer Panel (fino 1^o Marzo 2018) • Survey-Marketing Consumer Panel (2018)

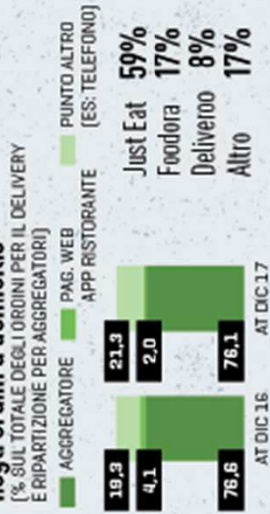
Il food delivery in forte crescita: si sostituisce in parte al consumo nel locale

(% SUL TOTALE DEI CONSUMI FUORI CASA)



Gli aggregatori sempre più rilevanti negli ordini a domicilio

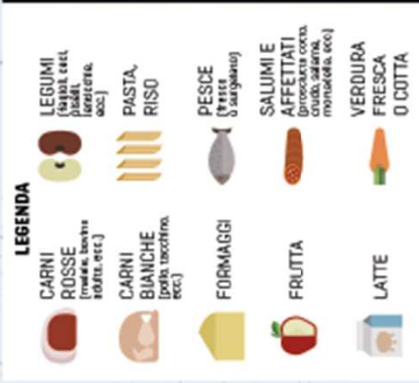
(% SUL TOTALE DEGLI ORDINI PER IL DELIVERY E RIPARTIZIONE PER AGGREGATORI)



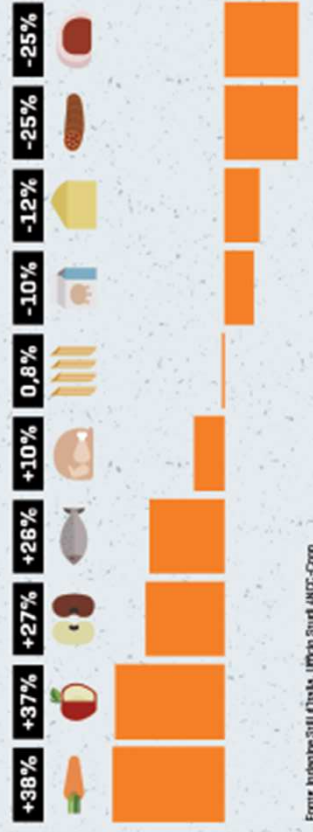
58

57

I GIOVANI E IL SUD VOGLIONO UNA DIETA PIÙ MEDITERRANEA

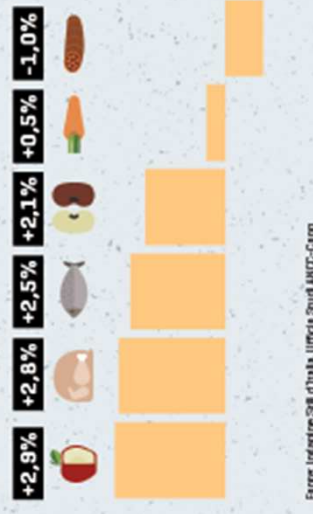


Per gli italiani tra 5 anni più frutta e meno carne
(PREVISIONI NEI CAMBIAMENTI DI CONSUMO DEI SEGUENTI PRODOTTI NEI PROSSIMI 5 ANNI, SALDO % FRA LE RISPOSTE «DI PIÙ» E «DI MENO»)



Fonte: Indagine S&I Italia, Ufficio Studi ANCD-Coop

IL CAMBIAMENTO PARTE DAL SUD: PIÙ FRUTTA EVEROURA
(PREVISIONI NEI CAMBIAMENTI DI CONSUMO DEI SEGUENTI PRODOTTI NEI PROSSIMI 5 ANNI, SALDO % FRA LE RISPOSTE «DI PIÙ» E «DI MENO»)



Fonte: Indagine S&I Italia, Ufficio Studi ANCD-Coop

I giovani guidano la transizione

(Previsioni nei cambiamenti di consumo dei seguenti prodotti nei prossimi 5 anni, saldo % fra le risposte «di più» e «di meno»)



Fonte: Indagine S&I Italia, Ufficio Studi ANCD-Coop

234

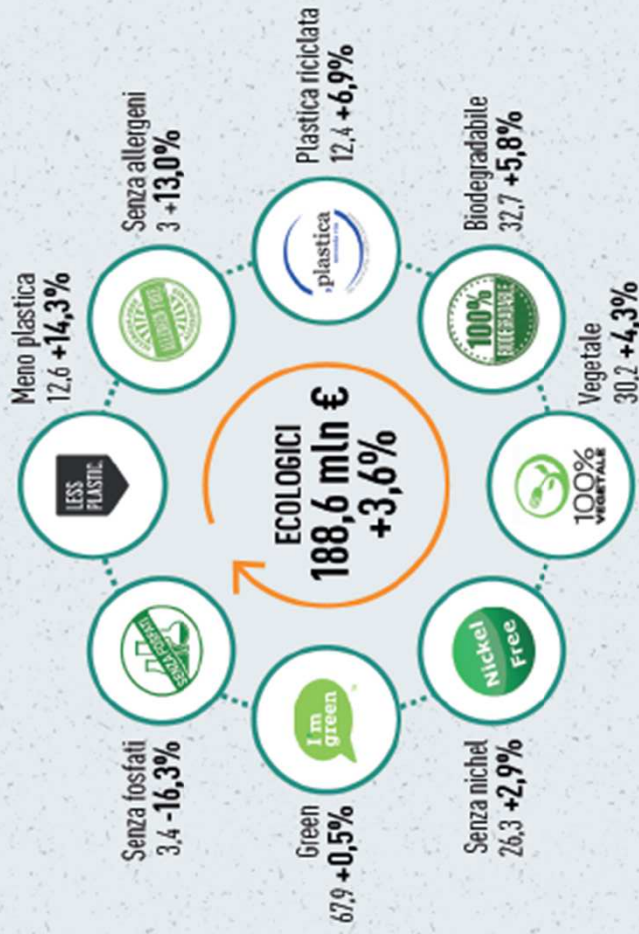
235



ETICA E SOSTENIBILITÀ ORIENTANO GLI ACQUISTI

**IL BASSO CONTENUTO DI PLASTICA
TRAINA LA CRESCITA DEI PRODOTTI ECOLOGICI**

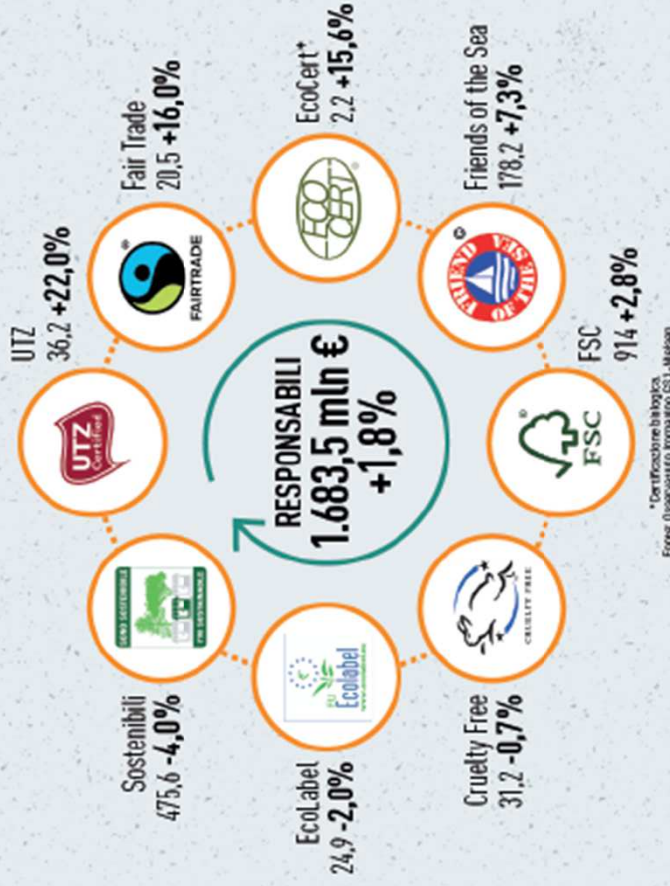
(Fatturato in milioni di euro | sem 2018 e var. % | sem 2018/2017)



Fonte: Osservatorio Immagino GSI - Nielsen

**ITALIANI CONSUMATORI RESPONSABILI:
CRESCERE IL SEGMENTO DEI PRODOTTI CERTIFICATI**

(Fatturato in milioni di euro | sem 2018 e var. % | sem 2018/2017)

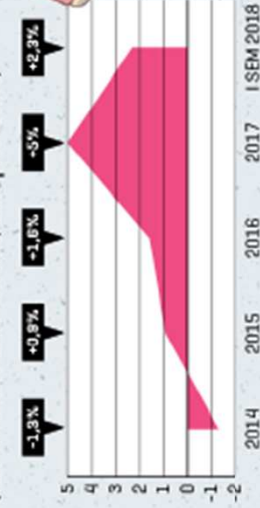


*Certificazione biologica
Fonte: Osservatorio Immagino GSI - Nielsen



RALLENTANO E SI QUALIFICANO GLI ACQUISTI DEL SALUSTICO

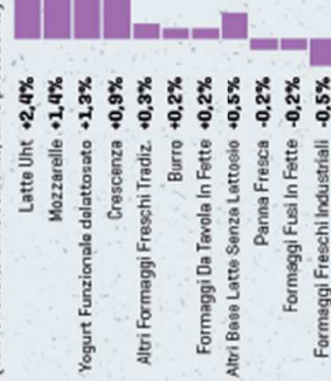
Rallenta la crescita del carrello "salute"
(Var. % vendite anno corrente/anno precedente)



Fonte: IRI Database ai dati Nielsen

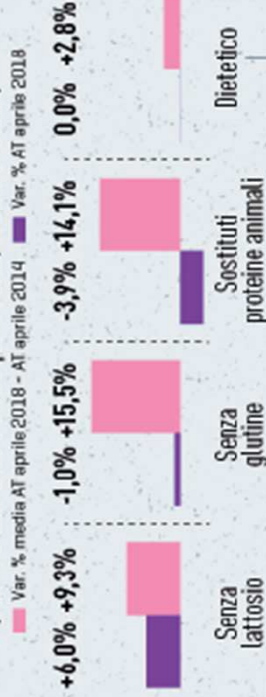
RESTA IN CRESCITA IL SENZA LATTOSI

(Var. % vendite anno corrente/anno precedente)



Fonte: Nielsen

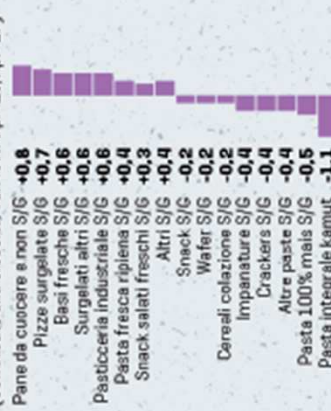
Frenano le vendite dei principali reparti salutistici
(Var. % ultimo anno e ultimi quattro anni, vendite a volume)



Fonte: IRI Database ai dati Nielsen

SCENDE LA PASTA DI KAMUT, SALE LA PASTA FRESCA

(Contributo alla crescita, Var. % AT Apr-18/Apr-17)



Fonte: Nielsen

TOFU E SEITAN IN CALO NELLE VENDEITE

(Contributo alla crescita, Var. % AT Apr-18/Apr-17)



Fonte: IRI Information resources

IN CALO GLI YOGURT, RESISTE IL GRECO

(Contributo alla crescita, Var. % AT Apr-18/Apr-17)

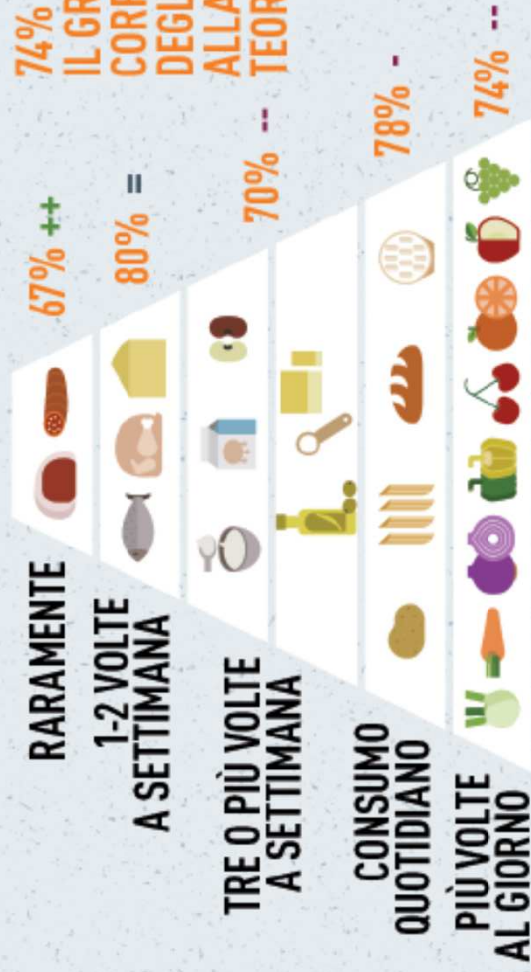


Fonte: Nielsen



L'(IM)PERFETTA PIRAMIDE ALIMENTARE DEGLI ITALIANI

**MENO FRUTTA E VERDURA E PIÙ CARNE ROSSA
RISPETTO AL MODELLO DI RIFERIMENTO**
(% di corrispondenza alla piramide teorica)



**74%
IL GRADO DI
CORRISPONDENZA
DEGLI ITALIANI
ALLA PIRAMIDE
TEORICA**

**La corrispondenza alla piramide alimentare
migliora con l'età**
(% di corrispondenza alla piramide teorica)

Genere	Uomo	73%
	Donna	75%

Area geografica

	Nord-Ovest	73%
	Nord-Est	74%
	Centro	74%
	Sud	74%
	Isole	74%

Fascia di età

	18-35 anni	71%
	36-45 anni	73%
	46-55 anni	75%
	56-65 anni	77%

**Fra più e meno giovani la differenza la fanno
ortofrutta, carni rosse e pesce**

(Tasso di corrispondenza alla piramide teorica)

18-35 anni

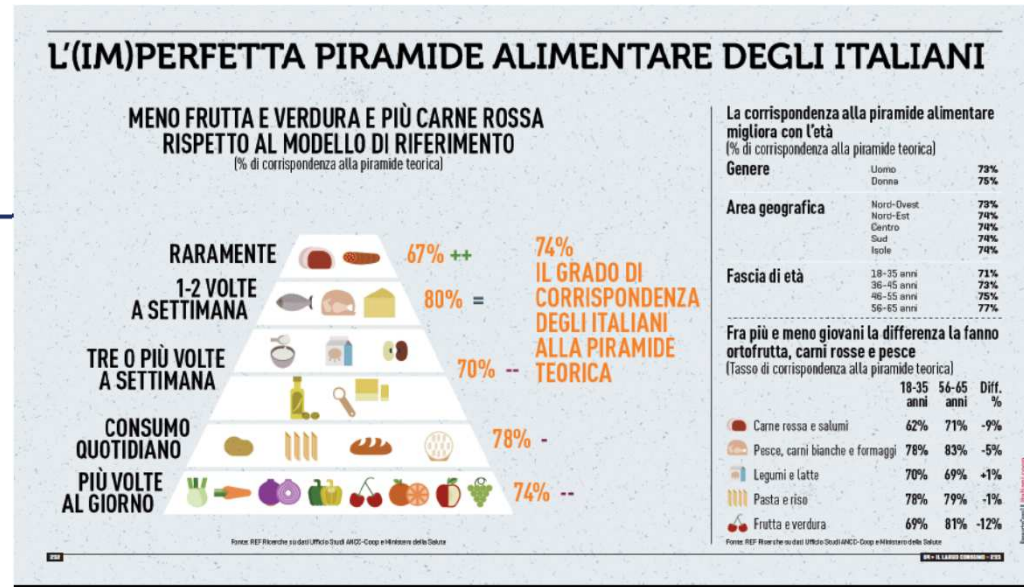
56-65 anni

Diff. %

	Carne rossa e salumi	62%	71%	-9%
	Pesce, carni bianche e formaggi	78%	83%	-5%
	Legumi e latte	70%	69%	+1%
	Pasta e riso	78%	79%	-1%
	Frutta e verdura	69%	81%	-12%

Fonte: REE Ricerche su dati Ufficio Studi ANCC-Coop e Ministero della Salute

4-6 | L'IMPERFETTA PIRAMIDE



MA SE QUESTA è la fotografia del presente i dati dell'indagine consentono di tracciare un quadro altrettanto chiaro degli obiettivi che si pongono gli italiani circa la loro dieta alimentare del futuro.

INFATTI, LE PREVISIONI di consumo alimentare degli italiani nei prossimi 5 anni mostrano una tendenza molto chiara nello scarto fra le risposte di chi pensa mangerà "di più", "di meno o uguale" gli alimenti fondamentali della nostra dieta. Carni rosse (-25%), salumi (-25%) e formaggi (-12%) sembrano debbano diminuire la loro frequenza sulle tavole degli italiani, mentre verdura (38%), frutta (37%), legumi (27%) e pesce (26%) sono destinati ad essere sempre più centrali nella dieta dei consumatori



ASL CN1

Cambiamenti e nuovi bisogni di salute

Transizione demografica

invecchiamento popolazione (da alta fertilità e alta mortalità a bassa fertilità e bassa mortalità)

Transizione epidemiologica

da alta prevalenza di malattie infettive a prevalenza di malattie croniche

Transizione nutrizionale

da malnutrizione per difetto a malnutrizione per eccesso

Globalizzazione dei mercati e delle produzioni alimentari ed aumentato rischio Malattie Trasmesse da Alimenti(MTA)

CNT™
A.S.L. CUNEO



- 1) Apporto calorie
 - Calorie consumate

- 2) Dispendio Calorie
 - Attività fisica sul lavoro
 - Mezzi di trasporto
 - Attività fisica

- 3) «Qualità» delle calorie
 - Composizione della dieta

WHO REGIONAL COMMITTEE FOR EUROPE
64TH SESSION
Copenhagen, Denmark, 15-18 September 2014

European Food and Nutrition Action Plan 2015–2020

Diet as a major risk factor in Europe



SALT

WHO recommends less than
5 grams per day

53 countries exceed this recommendation

SATURATED FAT

WHO recommends maximum
10% of total calories consumed per day

48 countries exceed this recommendation



SUGAR

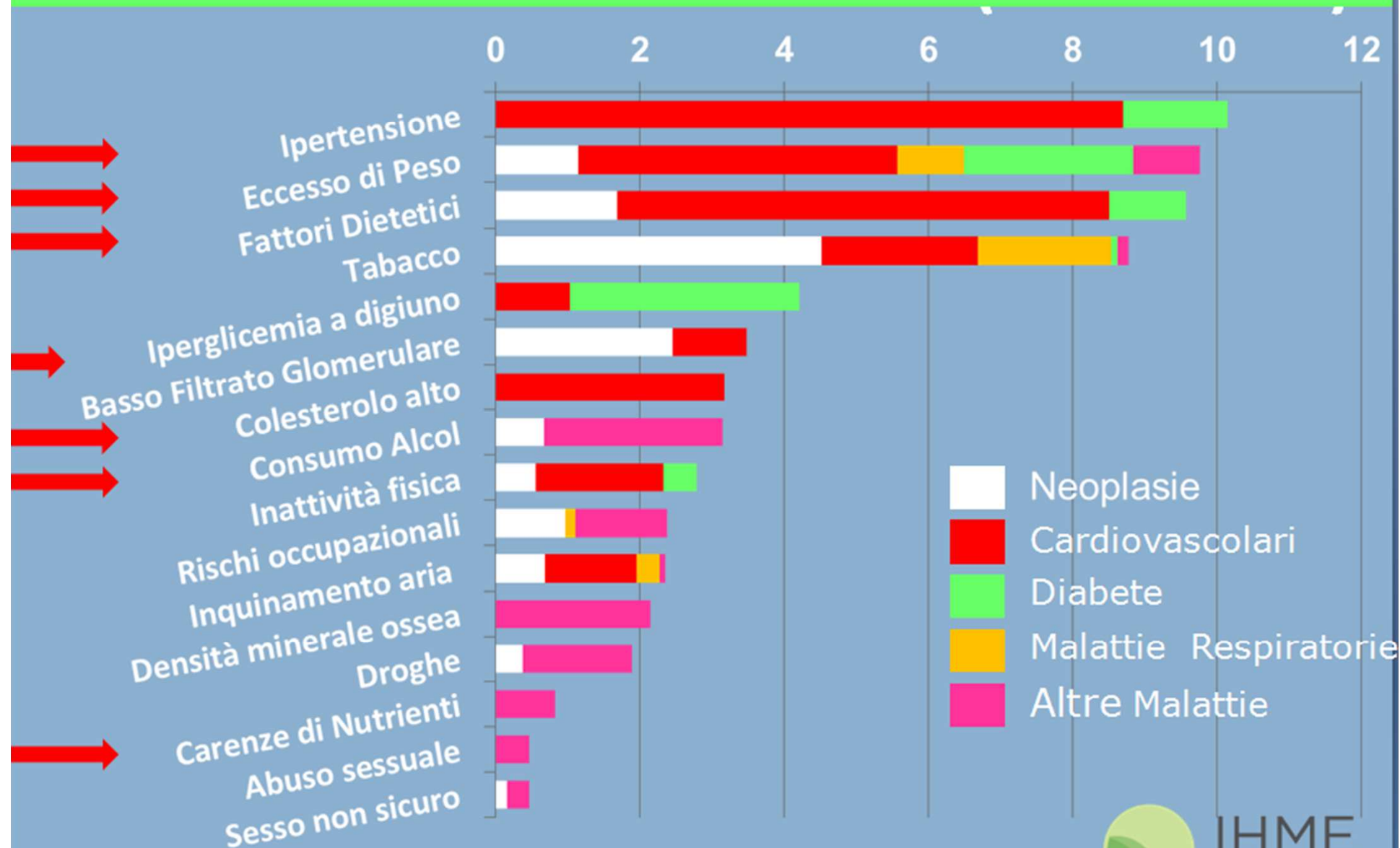
WHO recommends less than 5% of total
calories consumed per day

**in 24 countries, 25% of 15 year old boys
consume sugary drinks on a daily basis**

**HEALTHY DIETS
SAVE LIVES**

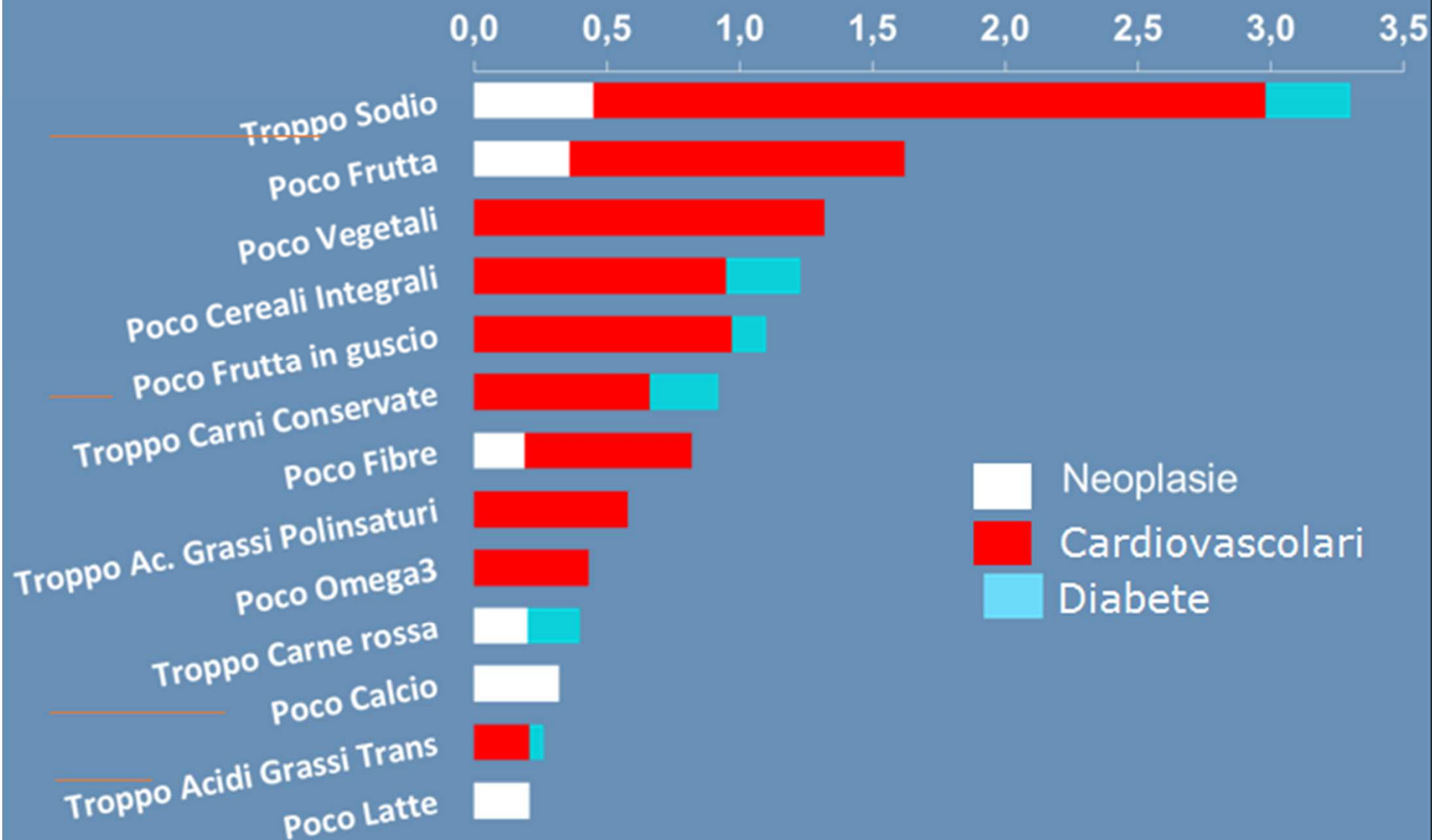


In Italia: oltre il 40% dei DALY attribuibile a condizioni connesse all'alimentazione

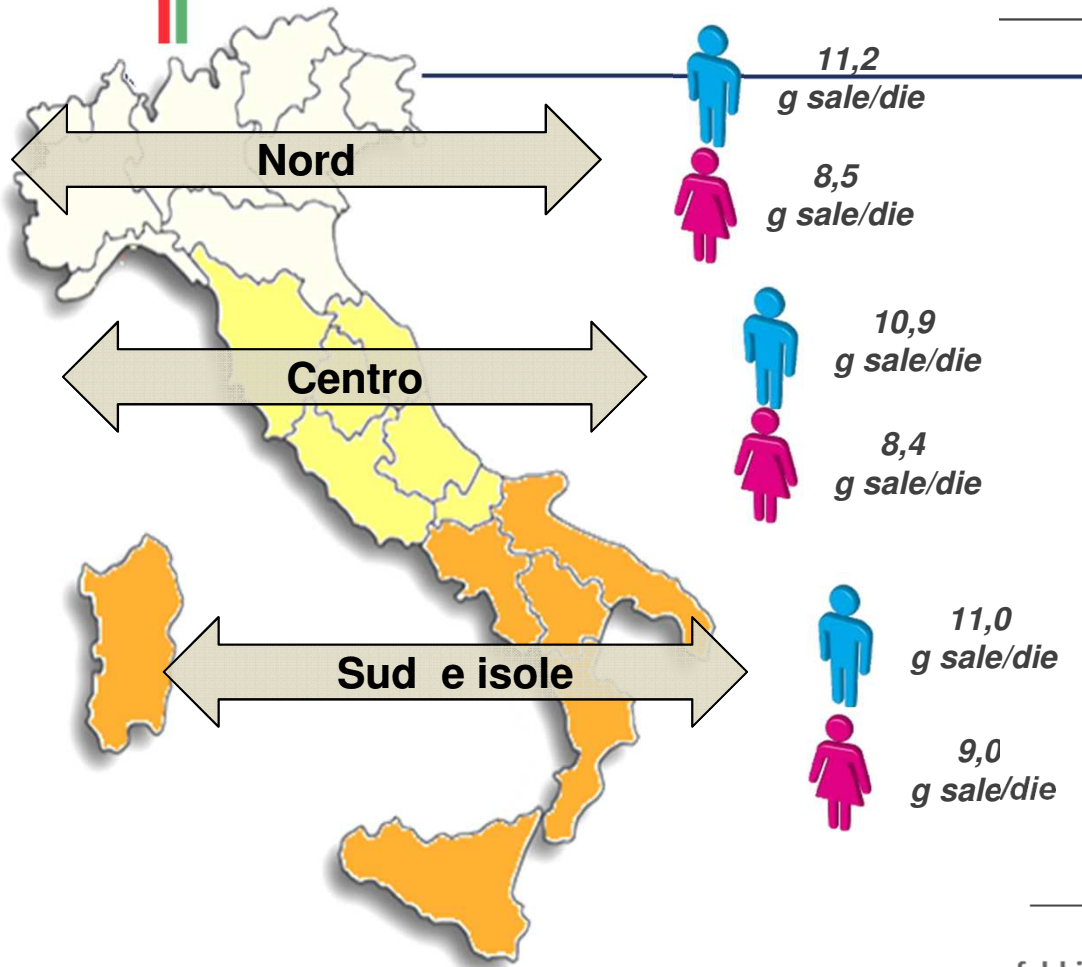




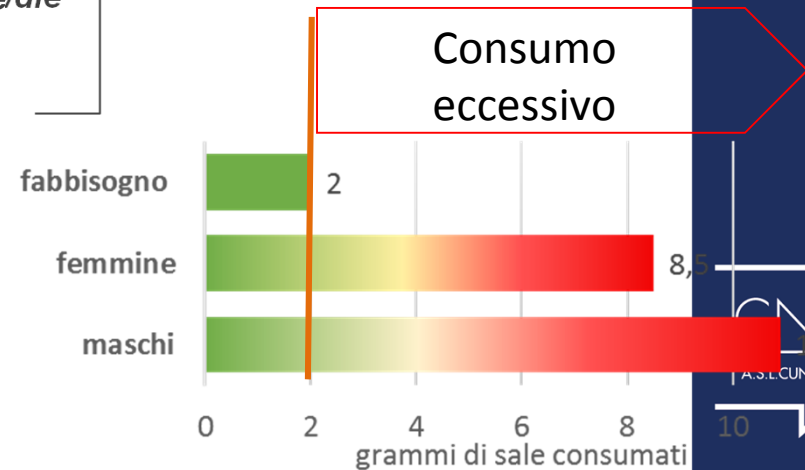
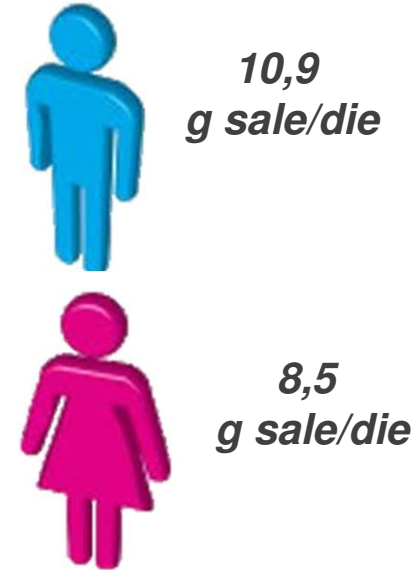
% DALY attribuibili a fattori dietetici (Italia 2013)



I consumi di sale in Italia



Italia



Gli effetti della riduzione del consumo di sale

A.S.L. CUNEO



La riduzione del consumo di sale da
10 a 5 g/die
quali ricadute comporta:

- 17% di CVD
totali

- 23 % di ictus

in Italia nel 2012

228972 decessi per CVD

61035 decessi per ictus

Con riduzione consumo di sale

38.925 morti in meno
per CVD

14.038 morti in meno
per ictus

CNTTM
A.S.L. CUNEO

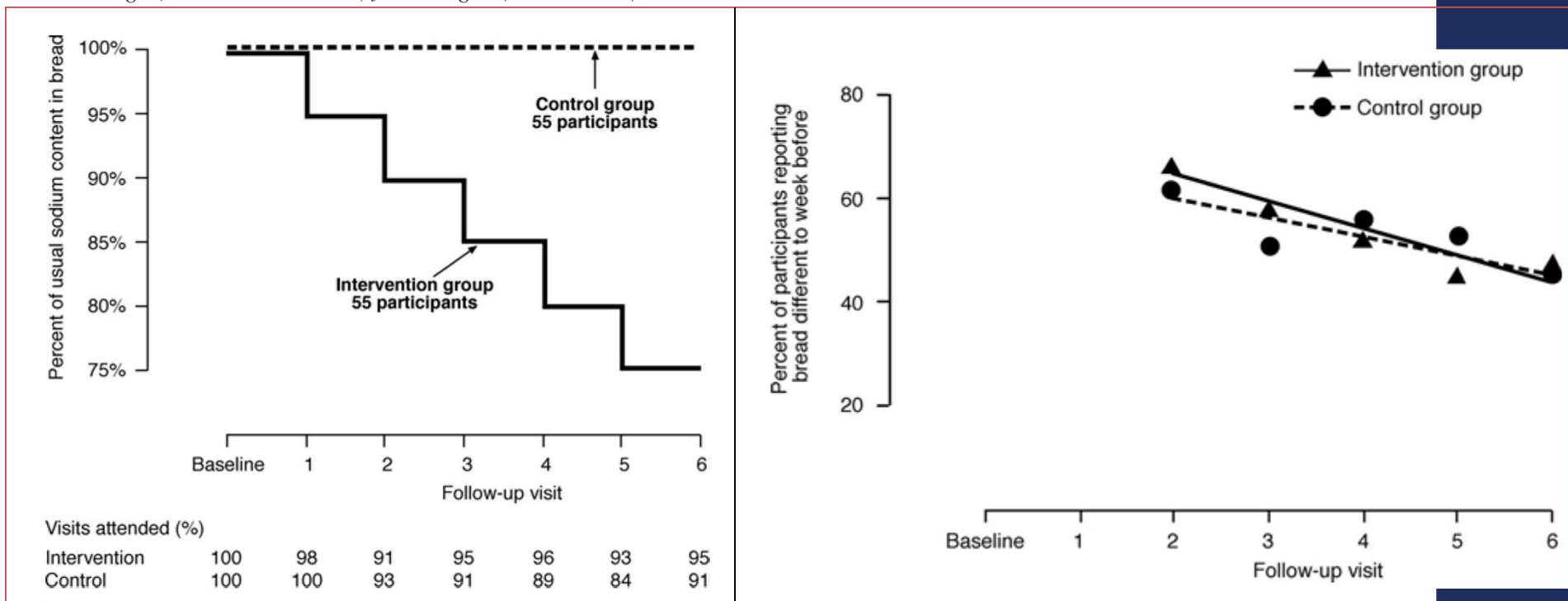


ORIGINAL COMMUNICATION



A one-quarter reduction in the salt content of bread can be made without detection

S Girgis¹, B Neal^{1*}, J Prescott², J Prendergast³, S Dumbrell³, C Turner³ and M Woodward¹



Six consecutive weeks of bread with usual sodium content or six consecutive weeks of bread with cumulating 5% reductions in sodium content each week



CARBOIDRATI E SALUTE

A.S.L. CN1

evidenze epidemiologiche suggeriscono che il consumo di zuccheri aggiunti e/o bevande zuccherate sia associata a ...





A.S.I. CN1

Quanto zucchero in.....

Sorbetto
al limone
confezionato



1 sorbetto
(100 g)

Bevanda tipo
aranciata o cola
(valori medi)



Una lattina
(330 cc)

Acqua
tonica*



Una lattina
(330 cc)

Succo di frutta
confezionato
(albicocca e pera)



200 ml

Energy
drink*



Una lattina
(250 ml)

Yogurt
da bere
(fragola)*



Bottiglietta
monouso (200g)

Bevanda
confezionata
a base di tè*



Bicchierino
(200 ml)

Succo
di mela*



200 ml

Cioccolato
fondente



8 quadretti
piccoli (30 g)

Bastoncini
di crusca
di frumento*
(da colazione)



40 g

Mais dolce
in scatola
sgocciolato



Una porzione
(100 g)

Panino
di grano duro*
(confezionato)



Un panino
(70 g)

Salsa
Tomato
ketchup



Un cucchiaino
(14 g)

Crackers
alla soia



Un pacchetto
(25 g)

Salsa
di soia



Un cucchiaino
(6 g)

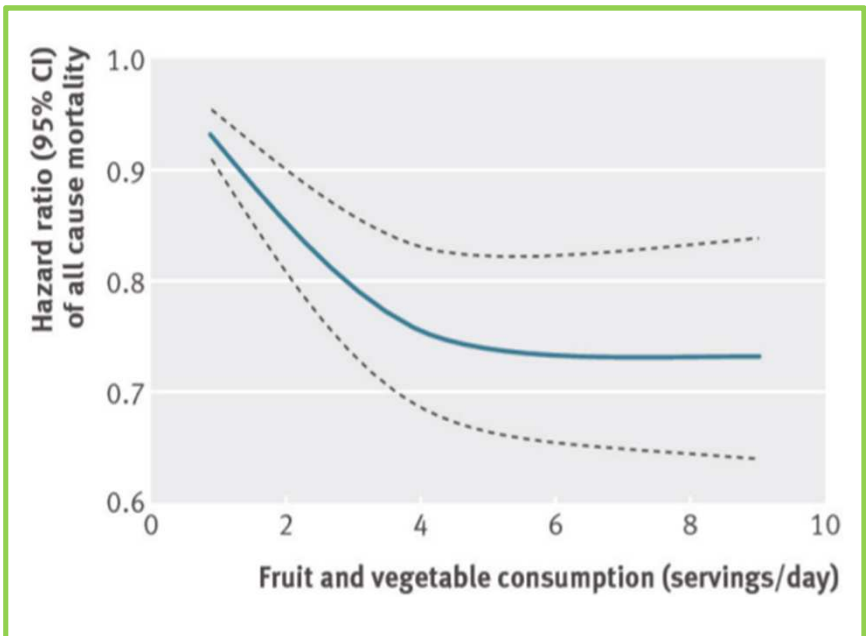
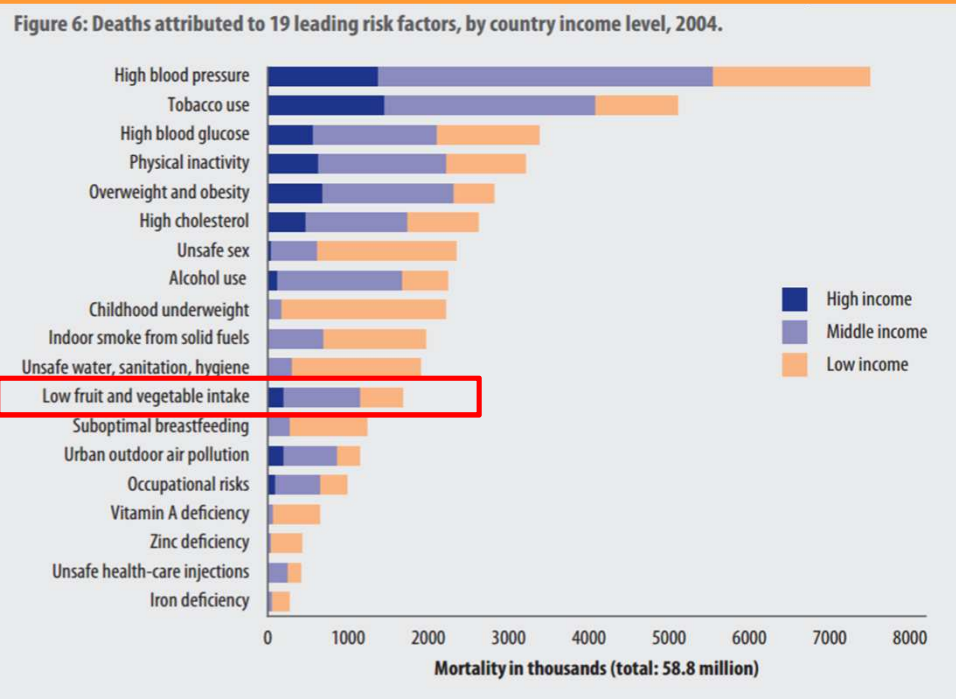
Fonte: Valori ricavati da dati INRAN; * valori ricavati dalle etichette nutrizionali

Frutta e verdura e prevenzione delle malattie croniche



Perché
Frutta e
Verdura?

Un basso consumo di frutta e verdura è uno tra i primi fattori di rischio di mortalità



Relazione dose-risposta tra consumo di frutta e verdura e rischio di mortalità per tutte le cause (Wang, 2014)

Circa 2.7 milioni di morti potrebbero essere evitate con un adeguato consumo di frutta e verdura

Donna: Frutta e verdura per ogni età

ADOLESCENZA

Forniscono il giusto apporto di acqua e minerali **dopo l'attività fisica**

aiutano a mantenere il **peso corporeo** e prevenire obesità

La vitamina B6 presente in alcuni vegetali aiuta a ridurre la **ritenzione idrica premenstruale**



Uno studio recente ha dimostrato che un consumo di frutta e verdura ricchi in carotene durante l'adolescenza è associato ad **una riduzione del rischio di cancro al seno della premenopausa:**

Frutta ↓ - 25%

Frutta e verdura ↓ - 18%

(Farvid et al, 2016)



La carenza in ferro tipica delle adolescenti viene contrastata dal **consumo di verdure ricche in ferro**



La vitamina C presente nella frutta **aiuta l'assorbimento** del ferro presente nei vegetali

Donna: Frutta e verdura per ogni età

DONNA ADULTA :

Riduzione dello stress nelle donne per elevati consumi di frutta e verdura. L'effetto non è presente nei maschi
riduzione dello stress ↓-14%
(*Nguyen et al. 2017*)

I carotenoidi stimolano la produzione di **melanina**

La fibra aiuta a combattere **stitichezza**, problema che affligge molte donne

Il consumo di frutta e di frutta e verdura combinati riducono il rischio di cancro al seno:

Frutta: ↓- 8%

Frutta e verdura: ↓ - 11%

(*Aune et al, 2012*)

La vitamina C presente nella frutta stimola **la produzione di collagene** che determina l'elasticità dei tessuti e previene l'insorgere delle rughe



Riducono il **senso di fame**

Molte verdure riducono il rischio di **cancro all'endometrio** (verdure verdi, crucifere, carote)



Frutta e verdure ad elevato contenuto in acqua e vitamine hanno un **effetto drenante e diuretico**

Aiutano a mantenere il peso corporeo e **prevenire obesità**, riducendo la densità energetica dei pasti

Donna: Frutta e verdura per ogni età

GRAVIDANZA - ALLATTAMENTO

L'effetto **saziante** di frutta e verdure aiuta nella gestione del peso corporeo



cambiano i fabbisogni per la donna: per molti le fonti sono frutta e verdure

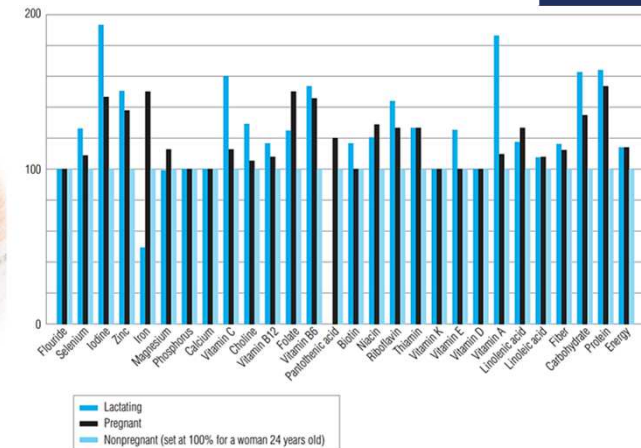
Porzioni di frutta: 3-4

Porzioni di verdura: 4-5

Il consumo di frutta e di frutta e verdura influenza lo **sviluppo cognitivo** del bambino.

Un recente studio ha dimostrato che bambini di madri con un modello dietetico ricco in frutta e verdura durante la gravidanza mostravano un maggior IQ, maggiori performances e maggiori capacità verbali alla età di 8 anni.

(Freitas-Vilela et al, 2017)



Il **fabbisogno di folati** (prevenzione della spina bifida) aumenta durante la gravidanza. Buone fonti vegetali sono: banana, arance, kiwi, fragole, asparagi, vegetali verdi, broccoli, carciofi, spinaci fagioli e piselli A,

Donna: Frutta e verdura per ogni età

MENOPAUSA E DONNA ANZIANA

L'incremento di peso della post menopausa provocati dal rallentamento metabolico e dalle variazioni ormonali, è contrastato da una dieta a **bassa densità energetica**, ricca in frutta e verdura di elevato contenuto di fibra, vitamine, minerali e povera in grassi



Alimenti ricchi **fitoestrogeni** aiutano a contrastare la variazione ormonale della menopausa: mele, pomodori, papaya, uva, pompelmo, ciliegie, prugne, melograno, barbabietole, carote, cavoli finocchio, piselli, peperoni, cetrioli, melanzane, zucca

Nell'anziano è frequente la riduzione della sete. Frutta e verdura aiutano a mantenere il giusto **stato di idratazione**

Elevati consumi di frutta e verdura sono associati a **migliore densità ossea** e minor rischio di fratture
(Qiu et al. 2017)

Alimenti ricchi in antiossidanti e sostanze fitoattive aiutano a mantenere la **funzione cognitive**

Frutta e verdura: cosa dice la ricerca

A.S.L. CN1

Fruit and vegetable intake and the risk of cardiovascular disease, total cancer and all-cause mortality—a systematic review and dose-response meta-analysis of prospective studies

Dagfinn Aune^{1,2,3*}, Edward Giovannucci^{4,5,6}, Paolo Boffetta⁷, Lars T. Fadnes⁸, NaNa Keum^{5,6}, Teresa Norat², Darren C. Greenwood⁹, Elio Riboli², Lars J. Vatten¹ and Serena Tonstad¹⁰

Aune et al, Int J Epidemiol 2017

Metanalisi

95 studi: 44 in EU, 26 in US, 20 in Asia, 5 Australia
N soggetti: tra 226 910 e 2 123 415 per ogni analisi

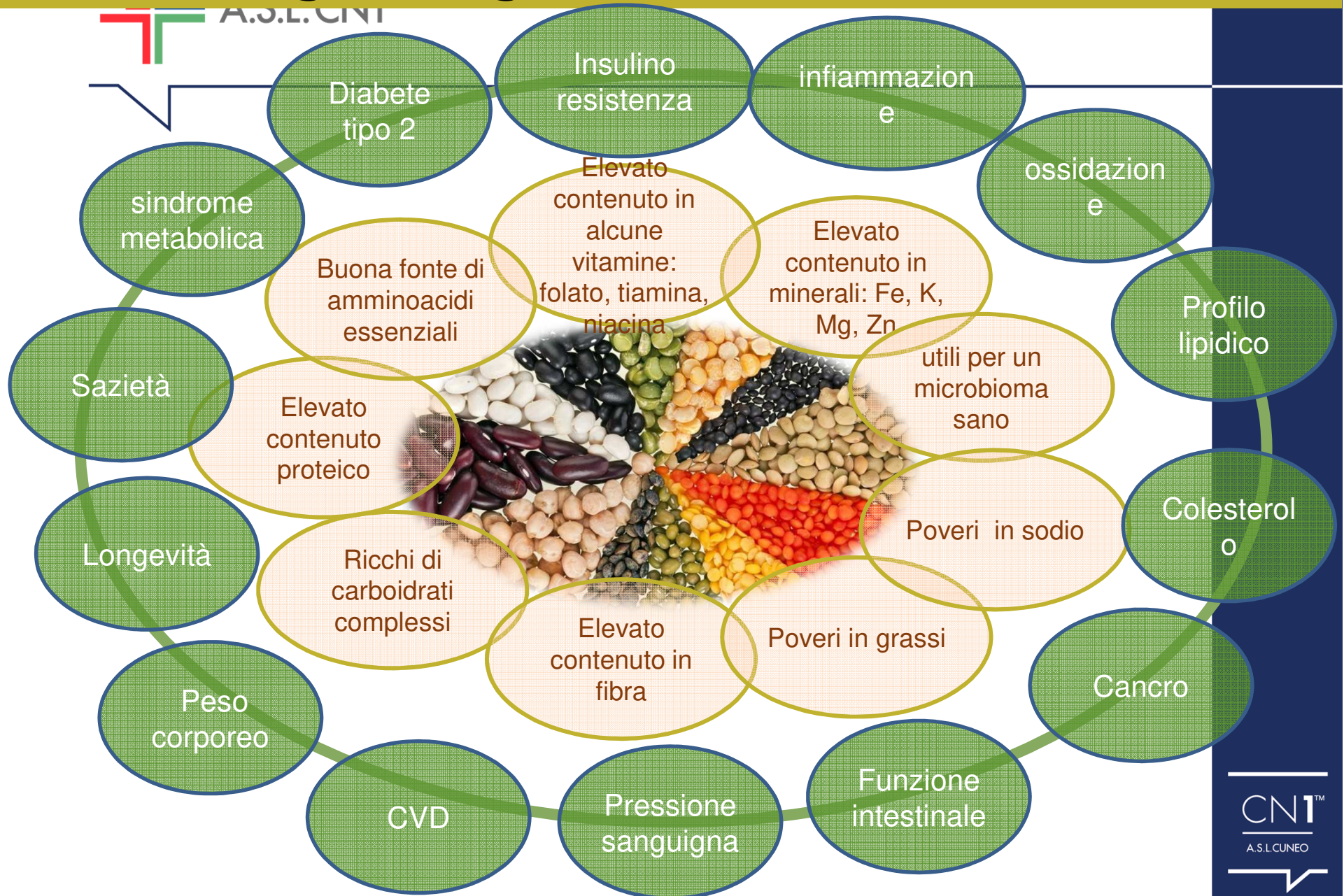
Riduzione del rischio per consumi di frutta, di verdura o di frutta e verdura combinata

	Incremento di 200 g/d	500 g/d vs 0-40 g/d	800 g/d vs 0-40 g/d	Alimenti più efficaci
Patologie coronariche	↓ 8-16%	↓ 16%	↓ 24%	Pere, mele, agrumi, crucifere, vegetali a foglia verde, pomodori e frutta e verdura ricchi in β-carotene e vitamina C
Ictus	↓ 13-18%	↓ 28%	↓ 33%	
Patologie Cardiovascolari	↓ 8-13%	↓ 22%	↓ 28%	
Cancro	↓ 3-4 %	↓ 13%	↓ 14%	crucifere, e vegetali verdi e gialli
Mortalità per tutte le cause	↓ 10-15%	↓ 27%	↓ 31%	Pere, mele, agrumi, frutti di bosco, crucifere, verdura a foglia verde, insalata



10 porzioni di frutta e verdura al giorno (circa 800 grammi in totale) sarebbero capaci di prevenire ogni anno ben 7,8 milioni di morti premature nel mondo:

Legumi: gli effetti sulla salute



MALATTIE CRONICHE

✓ **86% dei decessi**

✓ **77 % degli anni di vita in salute
persi**

✓ **75% dei costi sanitari**

in Europa e in Italia

Fonte: OMS - 2005

Dieta scorretta

Inattività fisica

Fumo

Alcool

coprono l'80% delle cause



A.S.L. CN1 La salute in Piemonte

- Speranza di vita alla nascita Anno 2012

	Uomini	Donne
Piemonte	79,6	84,4
Italia	79,6	84,4

Invecchiamento della popolazione e malattie croniche

Mortalità e morbosità dovute principalmente a malattie cardiovascolari ed a tumori

Speranza di vita in buona salute Anno 2012

	Uomini	Donne
Piemonte	61,3	57,8
Italia	59,8	57,3

Fonte ISTAT- 01salute_BES 2014



STILE DI VITA E SALUTE

L' insieme delle scelte comportamentali
delle persone (stile di vita), per quanto non
salutare , è adottato

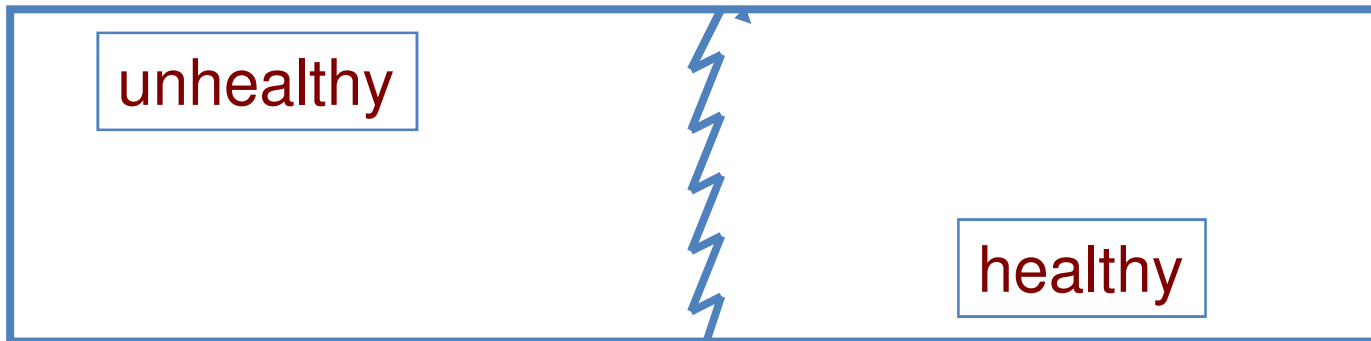
per rispondere ad una serie di variabili
del **contesto** in cui l' individuo è inserito e
dal quale non è possibile prescindere per
indurre modificazioni di comportamento



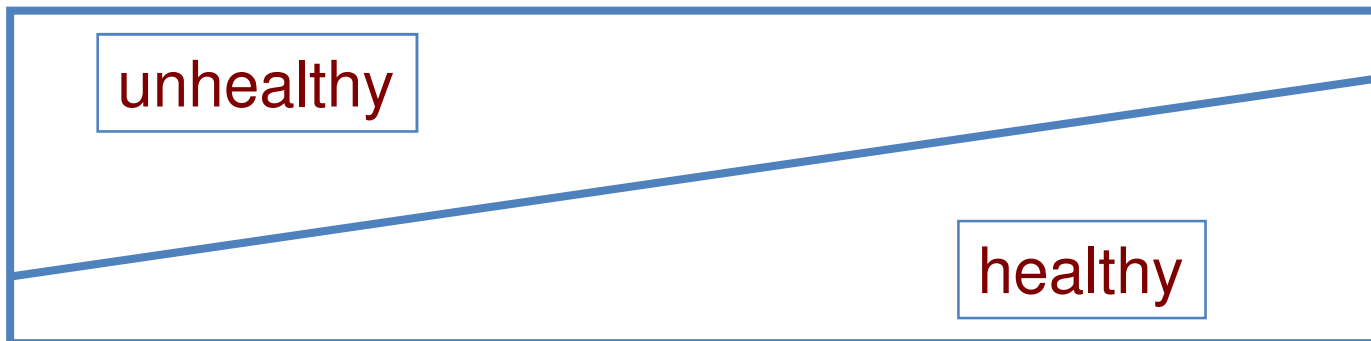


A.S.L. CN1

LA SALUTOGENESI DI ANTONOVSKY



oppure

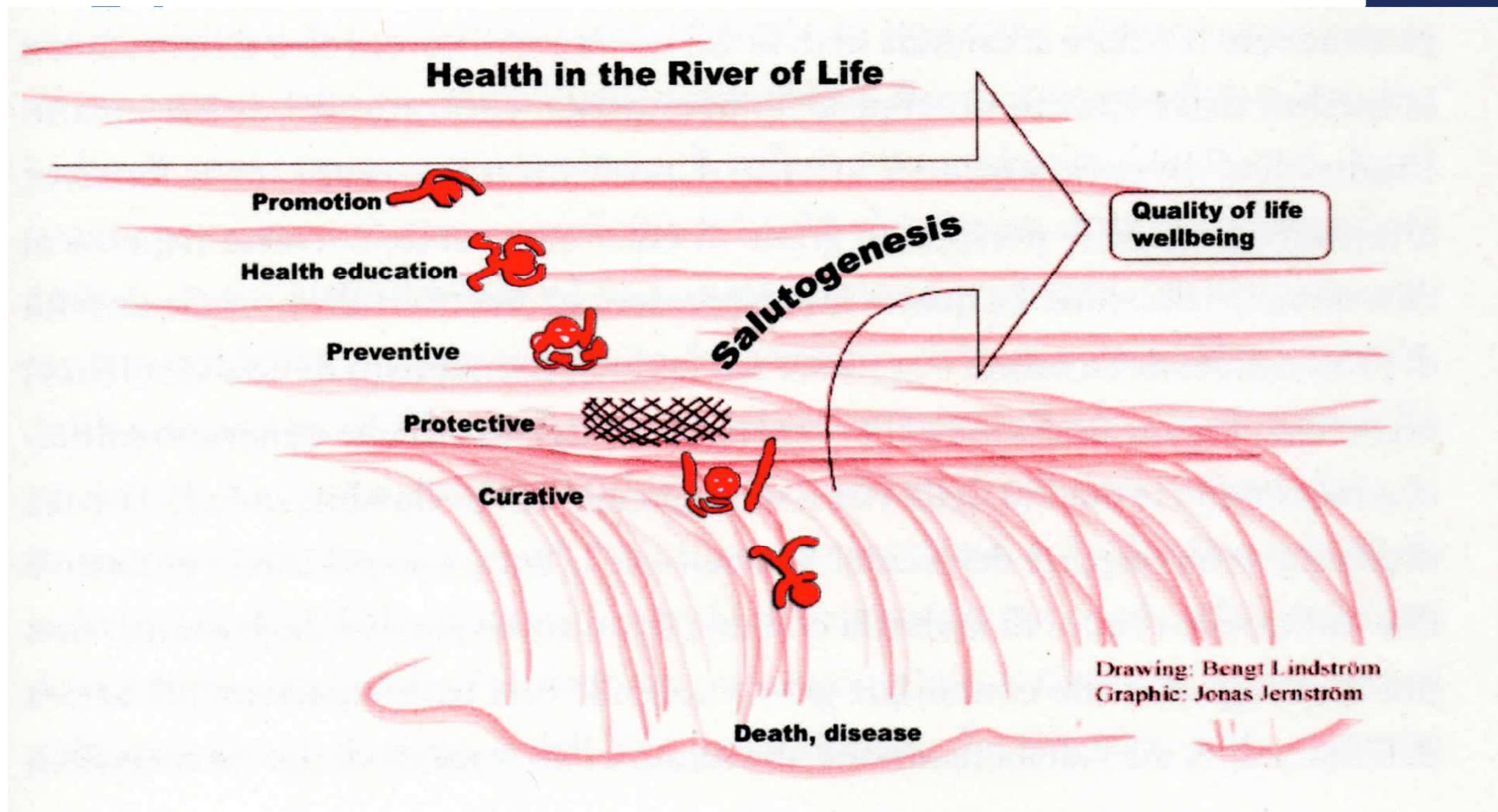




LA TEORIA

Ciò che i nostri genitori e nonni mangiavano, quanto esercizio fisico hanno fatto, a quali sostanze chimiche sono stati esposti, sono tutti fattori che potrebbero influenzare l'aspetto e il funzionamento del nostro corpo.





La salute nel fiume della vita (da Eriksson e Lindström, 2008)



A.S.L. CN1

Il difficile cammino **in salita**

