Indice

Progetto «Vivismart» sugli stili alimentari 4
Il Sole 24 Ore - 20/09/2017

Al via ViviSmart, 'dieta mediterranea'per scuole e famiglie 5
Gds.it - 19/09/2017

Al via ViviSmart, 'dieta mediterranea'per scuole e famiglie - Vivismart, a mediterranean diet for schools and families 6
Ansa.it - 19/09/2017

Sovrappeso quasi un lombardo su tre Una rete di imprese contro l'obesità 7
QN Il Giorno - Il Giorno - 26/09/2017

Coop, Danone e Barilla si alleano per una sana alimentazione - Coop, Danone and Barilla together for an healthy nutrition 8
ilsole24ore.com - 26/09/2017

Dopo l'acqua prosegue con la frutta il viaggio ViviSmart 9
Ansa.it - 27/10/2017

Salute Con ViviSmart le buone abitudini iniziano a scuola 10
Gazzetta Di Parma - 16/03/2018

Anche a Bari e Molfetta “ViviSmart”, l’iniziativa promossa dall’inedita alleanza aBCD (Barilla, Coop e Danone) - "Vivismart" at Bari and Molfetta 11
Quotidiano di Bari - 09/04/2018

Dieta mediterranea, una santa alleanza - Mediterranean diet, a blessed allied 12
La Repubblica Affari e Finanza - 29/04/2018

Più frutta e verdura in famiglia: i primi risultati di ViviSmart, l'alleanza tra Barilla, Coop e Danone 13
Gazzettadiparma.it - 06/02/2019

Dieta equilibrata , lezioni dei medici in 100 famiglie 16
Il Giorno - 07/02/2019

Vivismart Le aziende per le buone abitudini - Vivismart, firms for good nutrition habit 17
La Repubblica - 07/02/2019

Alimentazione - Fruits lesson at school 18
La Repubblica - 07/02/2019

Il successo di “ ViviSmart ” per i bambini: meno patatine e snack, più frutta e verdura - Success for "Vivismart" for kids: less chips and snaks, and more fruits and vegetables 21
corriere.it - 07/02/2019

ABITUDINI PIÙ SANE FIN DA PICCOLI 23
Class (IT) - 31/03/2019

Quei 315 bambini di Bari Vecchia coinvolti nelle «lezioni di spesa» 24
Corriere del mezzogiorno Puglia - Puglia - 14/05/2019

Educazione alimentare ViviSmart 2018 Un progetto contro lobesità infantile 25
Gazzetta Di Parma - 23/05/2019

Cibo: ai bambini piace sano 27
repubblica.it - 23/09/2020

SEMPRE PIÙ ATTENTI ALL‘ ALIMENTAZIONE 28

La Repubblica Salute - Salute - 29/10/2020

Aumenta nei bambini il consumo di frutta, in calo i dolci 29
Ansa.it - 04/11/2020

Il Sole 24 Ore

PAESE : Italy
AREA : 0,19 %

GIORNALISTA : k.a.

20 settembre 2017

Progetto «Vivismart» sugli stili alimentari

Nutrizione. Piano di Bariiia, Coop Italia e Danone Andrea Marini ROMA Riavvicinarc gli italiani alle buone abitudini del modello alimentare mediterraneo. E l'obicttivo del programma "Vivi- Smart", presentato ieri a Roma. Il progetto è una partnership pubblico-privata che vede Fallcanza inedita tra grandi gruppi del comparto alimentare: Barilla, Coop Italia, Danone, Fondazione Barilla Center for Food&Nutri- tion, Associazione nazionale cooperative di consumatori-Coop cFondazionelstitutoDanonc.Fc attivitànci punti vendita c onlinc inizieranno dal 30 settembre c il progetto pilota durerà fino a maggio 2018. Due milioni c mezzo i cittadini coinvolti, 16 punti vendita, 64 classi di 16 scuole per un totale di quasi 1.500 bambini, 25 medici della Società italiana di Medicina generale. Protagonistc quattro città selezionate: Milano, Genova, Parma c Bari. «Dobbiamo battere l'obesità per avere una vita migliore», ha spiegato la ministra della Salute Beatrice Lo- renzin. «La prevenzione cfonda- mcntalc per rendere più so steni- bilc il sistema sanitario», ha aggiunto. «Sono necessarie unioni tra forze diverse c azioni sinergiche per incidere sulle abitudini c gli stili di vita», ha detto Marco Pcdroni, Presidente Coop Italia. «Il progetto - ha specificato Francesco Del Porto, Prcsidcnt Rcgion Italy and Global Chicf Customcr Officcr Barilla - propone obicttivi alla portata delle famiglie, specifici, realistici, raggiungibili in un tempo definito, c, soprattutto, misurabili». Per Cyrillc Auguste, Amministratore Delegato di Danone Italia, «la condivi sioncdcllccompctcnzcc la sinergia tra pubblico c privato devono fornire risposte risolutive ai grandi paradossi legati alla nutrizione». «Pivot di questo progetto -ha spiegato Ovidio Brignoli, il vicepresidente della Si- mg (Società Italiana di Medicina Generale) - sono proprio i medici di famiglia c anche i pediatri, primi a trasferire alle famiglie le giuste indicazioni su alimentazione c attività fisica adeguata».

Al via ViviSmart, 'dieta mediterranea'per scuole e famiglie

Al via ViviSmart, 'dieta mediterranea'per scuole e famiglie : ROMA - Al centro le scuole con 1.500 bambini delle primarie e i loro nuclei familiari, più di 100 famiglie con almeno un caso di obesità, circa 2 milioni e mezzo di cittadini, 25 medici di medicina generale e 16 punti vendita per "far riavvicinare gli italiani al modello alimentare mediterraneo, dall'importanza dell'acqua al cibo, e ai corretti stili di vita anche grazie ad una giusta attività motoria". E' "ViviSmart" il progetto pilota per "favorire l'adozione di stili di vita più salutari", a Milano, Genova, Parma e Bari, nato dall'alleanza "aBCD" Barilla, Coop Italia, Danone e quindi tra Fondazione Barilla Center for Food & Nutrition, Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori-Coop e Fondazione Istituto Danone, presentato questa mattina presso il Ministero della Salute di Lungotevere Ripa 1 a Roma. Le iniziative informative nei punti vendita con totem, nelle scuole con giochi e attività interattive, e online tramite la piattaforma www.progettovivismart.it e l'hashtag #abcdpervivismart inizieranno il 30 settembre. "E' un grande esperimento che spero potrà darci dati interessanti - ricorda il ministro della Salute, Beatrice Lorenzin - in particolare sul cambiamento degli stili di vita di queste famiglie; capire cosa significa la salute è fondamentale, ci accorgiamo della sua importanza quando purtroppo non l'abbiamo più, soprattutto i giovani: ViviSmart è importante per capire che alimentazione e attività motoria sono al centro, naturalmente con la dieta mediterranea". Poi conclude: "La lotta all'obesità è una grande sfida di tutti i Paesi, è al centro della nostra attività di prevenzione. Batterla significa: stili di vita migliori e abbattimento dei costi del servizio nazionale sanitario". © Riproduzione riservata

Al via ViviSmart, 'dieta mediterranea'per scuole e famiglie - Vivismart, a mediterranean diet for schools and families

Al via ViviSmart, 'dieta mediterranea'per scuole e famiglie : Coinvolgerà 2,5 milioni persone progetto stili di vita salutari ROMA - Al centro le scuole con 1.500 bambini delle primarie e i loro nuclei familiari, più di 100 famiglie con almeno un caso di obesità, circa 2 milioni e mezzo di cittadini, 25 medici di medicina generale e 16 punti vendita per "far riavvicinare gli italiani al modello alimentare mediterraneo, dall'importanza dell'acqua al cibo, e ai corretti stili di vita anche grazie ad una giusta attività motoria". E' "ViviSmart" il progetto pilota per "favorire l'adozione di stili di vita più salutari", a Milano, Genova, Parma e Bari, nato dall'alleanza "aBCD" Barilla, Coop Italia, Danone e quindi tra Fondazione Barilla Center for Food & Nutrition, Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori-Coop e Fondazione Istituto Danone, presentato questa mattina presso il Ministero della Salute di Lungotevere Ripa 1 a Roma. Le iniziative informative nei punti vendita con totem, nelle scuole con giochi e attività interattive, e online tramite la piattaforma www.progettovivismart.it e l'hashtag #abcdpervivismart inizieranno il 30 settembre. "E' un grande esperimento che spero potrà darci dati interessanti - ricorda il ministro della Salute, Beatrice Lorenzin - in particolare sul cambiamento degli stili di vita di queste famiglie; capire cosa significa la salute è fondamentale, ci accorgiamo della sua importanza quando purtroppo non l'abbiamo più, soprattutto i giovani: ViviSmart è importante per capire che alimentazione e attività motoria sono al centro, naturalmente con la dieta mediterranea". Poi conclude: "La lotta all'obesità è una grande sfida di tutti i Paesi, è al centro della nostra attività di prevenzione. Batterla significa: stili di vita migliori e abbattimento dei costi del servizio nazionale sanitario".

QN Il Giorno

PAESE : Italy
AREA : 0,3 %

GIORNALISTA : k.a.

26 settembre 2017

Sovrappeso quasi un lombardo su tre Una rete di imprese contro l'obesità

mi TI PREMIA cimila Milano, in campo Coop, Barìlla e Donane: coinvolte scuole e medici Da Milano a Bari ecco «ViviSmart» Il progetto pilota si chiama «ViviSmart»: coinvolge le città di Milano, Parma Genova e Bari. I promotori sono Barilla, Coop e Danone che hanno dato vita all'alleanza «aBCD» dalle iniziali delle aziende Simona Ballatore M LANO NUOVA ALLEANZA fra Barilla, Coop e Danone per diffondere buone abitudini alimentari e rilanciare la dieta mediterranea. Si parte dalP«aBCD»; in prima linea la «a» di alleanza e le iniziali dei gruppi con le rispettive fondazioni; il progetto pilota si chiama «ViviSmart» ed è ai nastri di partenza in quattro città italiane: Milano, Parma, Genova e Bari. In Lombardia saranno coinvolti 1.400.000 cittadini, 350 bambini della scuola primaria, 25 famiglie, sei medici e quattro punti vendita. A dare il via all'intesa, siglata nel Supermercato del Futuro di Coop, sono le statistiche:«In Lombardia il 31% è in sovrappeso - spiegano i promotori, ricordando i dati delPultimo Rapporto Osservasalute -, F8,7% è obeso e solo il 5,4% rispetta il giusto fabbisogno di frutta e verdura. Il 31,4%, poi, dichiara di non praticare alcuna attività fìsica». Si osserva, sempre in regione, anche una fuga dalla dieta mediterranea. Da qui l'ambizioso obiettivo: capovolgere il trend, favorire il cambiamento degli stili di vita, iniziando dalle scuole e dalle famiglie, entrando nel vivo della spesa e sfruttando anche App e nuove tecnologie. «Da anni lavoriamo su questi temi sviluppando proposte e programmi anche molto articolati - spiega Alfredo De Bellis, vicepresidente Coop Lombardia -, la parte inedita è che si è deciso di fare sinergia, di mettere a sistema saperi, competenze, credibilità e anche il seguito che abbiamo attraverso una serie di attività sul territorio. Le nostre imprese non generano solo valore economico, ma hanno come obiettivo la creazione di valore sociale». DE BELLIS ha illustrato i dettagli del progetto insieme a Salvatore Castiglione, General Secretary di Danone Italia e a Luca Ruini, responsabile Ambiente per il Gruppo Barilla. Si riparte dalla piramide alimentare: acqua, frutta e verdura. Si ricomincia dalla scuola. Da ottobre a maggio verranno anche seguite da medici di medicina generale 25 famiglie per ciascuna città e saranno coinvolti direttamente quattro punti vendita milanesi: totem interattivi illustreranno il progetto e dispenseranno informazioni. È stata studiata anche una App con le istruzioni dei nutrizionisti e la possibilità di interagire. Se il progetto pilota porterà i suoi frutti l'iniziativa verrà estesa e si cercherà di coinvolgere altre realtà e istituzioni. E stata già coinvolta anche la Società Italiana di Medicina Generale. «L'alleanza - conclude De Bellis - si basa sul presupposto che i soggetti privati debbano continuare a operare di concerto con le istim- zioni e la comunità scientifica per promuovere l'importanza di una corretta alimentazione e di stili di vita sani già a partire dall'età scolare, coinvolgendo gli educatori, i bambini e i loro genitori». ViV1 I Mb-! r: Klb P h R i L 7' è ' * F ?? : ^; ?' F PROMOTOR Alfredo De Bellis, vicepresidente Coop Lombardia; Luca Ruini, responsabile Ambiente di Barilla; Salvatore Castiglione, General Secretary di Danone Italia

Coop, Danone e Barilla si alleano per una sana alimentazione - Coop, Danone and Barilla together for an healthy nutrition

Coop, Danone e Barilla si alleano per una sana alimentazione : Milano, (askanews) - Dieta mediterranea e corretti stili di vita. Questi obiettivi mettono insieme, per la prima volta, il mondo della produzione con quello della distribuzione alimentare per sensibilizzare il maggior numero di persone a... Milano, (askanews) - Dieta mediterranea e corretti stili di vita. Questi obiettivi mettono insieme, per la prima volta, il mondo della produzione con quello della distribuzione alimentare per sensibilizzare il maggior numero di persone a partire dai più piccoli. Grazie alla collaborazione tra Barilla, Coop Italia, Danone e le rispettive fondazioni è nata un'alleanza, aBCD, che ha sviluppato il programma ViviSmart rivolto a famiglie, punti vendita, scuole e medici di medicina generale in partenza il 30 settembre in quattro città: Milano, Genova, Parma e Bari. Alfredo De Bellis, vicepresidente Coop Lombardia ci racconta il progetto "Vogliamo portare al target fondamentale che è la famiglia una serie di informazioni corrette per poter portare al centro delle abitudini alimentari i principi della dieta mediterrana". Il programma ViviSmart è stato presentato a Milano, nel Supermercato del Futuro al Bicocca Village che insieme ad altri tre punti vendita è coinvolto nel progetto. Sul territorio poi sono state attivate anche quattro scuole oltre a 6 medici di medicina generale per un totale di circa 1,4 milioni di cittadini, 350 bambini della scuola primaria più altre 25 famiglie coinvolte nel progetto. Del resto anche in Lombardia i numeri sullo stato di salute dei propri cittadini parlano chiaro: il 31% della popolazione con più di 18 anni è in sovrappeso, mentre l'8,7% soffre di obesità. Salvatore Castiglione, general secretary Danone Italia racconta l'urgenza di affrontare questi problemi sociali: Il senso dell'urgenza lo abbiamo avuto dopo i dati del ministero della Salute. E'per questo che aziende come noi del mondoo dell'alimentazione hanno questa responsabilità e devono affrontarla con progetti importanti come questo A livello scolastico il programma dà la possibilità di realizzare un percorso di 7 interventi (di cui uno presso un punto vendita) con i bambini di seconda e quarta elementare attraverso incontri di formazione che consentiranno di rendere non solo partecipi, ma protagonisti, i bambini e le famiglie. Luca Ruini, responsabile Ambiente di Barilla: "L'industria da una parte fa una proposta e una offerta sui prodotti che si sta cercando di realizzare con dei profili nutrizionali il più possibile migliori come nel caso della riduzione del sale e degli zuccheri - ha spiegato Luca Ruini, responsabile Ambiente di Barilla - ma, dall'altra parte, va ricordato che alla base di tutto c'è la scelta di come durante la settimana si consumano i diversi alimenti e le proporzioni e per questo promuoviamo il modello della piramide alimentare". Il progetto ViviSmart prevede anche un concorso che è forse la maniera più "golosa" per avvicinare le famiglie a una sana alimentazione: basterà scaricare la app, inviare un selfie coerente con il tema proposto e sperare di essere premiati con uno dei quattro premi in palio, in linea ovviamente con uno stile di vita smart.

Dopo l'acqua prosegue con la frutta il viaggio ViviSmart

Dopo l'acqua prosegue con la frutta il viaggio ViviSmart : Alleanza aBCD (Barilla, Coop e Danone) per corretti regimi dieta (ANSA) - ROMA, 27 OTT - Dopo l'acqua, prosegue il viaggio all'interno della piramide alimentare con la frutta: si tratta della seconda tappa del progetto "ViviSmart", nato per far riavvicinare gli italiani al modello alimentare mediterraneo e ai corretti stili di vita e che si svilupperà attraverso i vari elementi della dieta mediterranea. Viene proposto un modello innovativo di approccio multifattoriale alla problematica degli stili di vita non corretti che si rivolge simultaneamente alle famiglie delle città selezionate (Milano, Genova, Parma e Bari), ai punti vendita, alle scuole, ai medici di medicina generale. L'iniziativa è frutto di un'inedita alleanza unica nel suo genere in Italia, perché unisce il settore alimentare, il mondo delle cooperative di consumatori e quello delle fondazioni no profit, tra Barilla, Coop Italia, Danone, Fondazione Barilla Center for Food & Nutrition, Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori-Coop e Fondazione Istituto Danone. Dopo l'acqua e la frutta, toccherà a verdura, cereali, latticini e così via. Il progetto, nato con l'obiettivo di riavvicinare gli italiani alle buone abitudini del modello alimentare mediterraneo, alla sana alimentazione e all'attività fisica, si sviluppa su quattro città, coinvolgendo circa 2 milioni e mezzo di cittadini, quasi 1.500 bambini della scuola primaria e i loro nuclei familiari, più di 100 famiglie, 25 medici di medicina generale e 16 punti vendita Il secondo gradino della piramide alimentare è quello dedicato alla frutta e all'approfondimento rispetto alle sue molteplici funzioni. La frutta è ricca di antiossidanti e vitamine che difendono dall'ossidazione dei radicali liberi, è ricca di fibra che regolano l'assorbimento di zuccheri e grassi e il loro livello nel sangue, e idrata il corpo essendo composta al 90% di acqua. Mangiare poca frutta infatti può causare diversi disturbi e malattie a seconda del tipo di carenza vitaminica o di minerali, oltre a disagi del transito intestinale. Mangiare tre porzioni al giorno di frutta è infatti importante per seguire un modello alimentare equilibrato, sia per i bambini che per gli adulti, rispettandone la stagionalità. Il Progetto Pilota realizzato su 100 famiglie, da settembre 2017 a maggio 2018, con il coinvolgimento della S.I.M.G. (Società Italiana di Medicina Generale), avrà l'obiettivo di sviluppare un pionieristico modello di intervento che, attraverso strumenti mirati e counseling, punterà a stimolare e favorire il cambiamento dello stile di vita di un gruppo di famiglie con almeno un bambino di età compresa tra i 6 e i 10 anni e con problemi di sovrappeso in almeno uno dei componenti del nucleo. (ANSA).

Gazzetta Di Parma

PAESE : Italy
AREA : 0,19 %

GIORNALISTA : n.d.

15 marzo 2018

Salute Con ViviSmart le buone abitudini iniziano a scuola

Salute Con ViviSmart le buone abitudini iniziano a scuola Il progetto pilota vede insieme Barilla, Coop e Danone per promuovere nelle famiglie un'alimentazione sana e stili di vita corretti VITTORIO ROTOLO p Prevenire quelle cattive abitudini che iniziano a ma- nifestarsi in età pediatrica, ma che poi ci si porta dietro per tutta la vita. E farlo con una certa consapevolezza, da protagonisti cioè di un inno- vativo modello di intervento, capace di coinvolgere medici, esperti e insegnanti. Gli alun- ni delle scuole primarie e le famiglie sono al centro del progetto «ViviSmart», scatu- rito dall'alleanza tra Barilla, Coop e Danone e che vede Parma fra le quattro città pi- lota individuate per l ' avvio del programma (Milano, Genova e Bari le altre tre). Conoscenza del corpo, mo- dello alimentare mediterra- neo e cultura del movimento rappresentano i tre pilastri in grado di produrre evidenti ef- fetti benefici sulla qualità del- la vita di ciascuno di noi, co- me illustrato ieri all ' Is t i tuto comprensivo Montebello, che partecipa a «ViviSmart» con quattro classi della primaria Don Milani. Quattro in tutto le scuole coinvolte nel progetto: oltre all ' Ic Montebello, anche l ' Istituto La Salle, l ' Is t i tuto comprensivo Collecchio e il Circolo didattico di Fidenza, per un totale di oltre 350 bam- bi n i . «Questa alleanza tra la nostra azienda, Coop e Danone non ha alcun fine commerciale, ma si fonda su una visione co- mune finalizzata a promuo- vere buone pratiche, in ter- mini di sana alimentazione e corretti stili di vita – s piega Andrea Belli, dell ' ufficio co- municazione di Barilla – . «I messaggi veicolati dal proget- to vengono corroborati da una solida base scientifica, dal momento che ViviSmart si avvale della preziosa colla- borazione della Società italia- na di medicina generale. L ' au - spicio è che tale iniziativa pos- sa essere estesa a tutto il ter- ritorio nazionale: i risultati che stiamo ottenendo sono davvero incoraggianti». Grazie a una metodologia di- dattico-informativa che pre- vede l ' impiego di codici visivi e linguistici non tradizionali e un approccio ludico, l ' obiet - tivo è stimolare la curiosità dei più piccoli, trasferendo lo- ro informazioni e conoscenze da riversare poi in ambito fa- miliare. Fondamentale è il ruolo degli educatori, che ope- rano in stretta sinergia con gli insegnanti. «Fino a maggio – fa notare Dino D ' Onofrio, uno dei tutor di ViviSmart – le clas- si saranno impegnate in una serie di attività, riflessioni e laboratori creativi, in partico- lare sul tema della piramide alimentare, ma anche sull ' im - portanza del movimento da praticare tutti i giorni». VIVISMART Alcuni dei promotori del progetto.

Quotidiano di Bari

PAESE : Italy
AREA : 0,07 %

GIORNALISTA : n.d.

09 aprile 2018

Anche a Bari e Molfetta “ViviSmart”, l’iniziativa promossa dall’inedita alleanza aBCD (Barilla, Coop e Danone) - "Vivismart" at Bari and Molfetta

Anche a Bari e Molfetta “ViviSmart”, l’iniziativa promossa dall’inedita alleanza aBCD (Barilla, Coop e Danone) Circa 330.000 cittadini coinvolti. 412 bambini della scuola primaria e i loro nuclei familiari. Più di 25 famiglie. 6 medici di medicina generale. 4 punti vendita. Questi i numeri del progetto “ViviSmart” nato per creare un mec- canismo virtuoso capace di aggregare le famiglie italiane intorno alla sana alimentazione e all’attività fisica e che intende, anche in Puglia, riavvicinare la popolazione alle buone abitudini del modello alimentare mediterraneo . L’iniziativa è frutto di un’inedita alleanza - unica nel suo genere in Ital- ia, perché unisce il settore alimentare, il mondo delle cooperative di consuma- tori e quello delle fondazioni no profit - tra Barilla, Coop Italia, Danone, Fon- dazione Barilla Center for Food & Nu- trition, Associazione Nazionale Coop- erative di Consumatori-Coop e Fonda- zione Istituto Danone, mossi dalla con- vinzione che solo l’unione delle forze e la condivisione di competenze pos- sono condurre a proposte efficaci per la popolazione. “L’attività nelle scuole di Bari ha avuto, fino ad ora, ottimi ri- sultati sia dal punto di vista qualitati- vo che quantitativo, anche alla luce del forte legame del territorio con la dieta mediterranea e le tradizioni. Insegna- ti e bambini hanno partecipato con en- tusiasmo alle proposte degli animato- ri per le attività in aula e anche le fa- miglie, coinvolte per la prima volta in questo tipo di iniziative, hanno mani- festato grande interesse e curiosità. Gli incontri hanno visto una parteci- pazione variabile, dai 15 agli 80 gen- itori hanno preso parte a ciascun ap- puntamento, suscitando domande che sono riuscite a centrare aspetti fonda- mentali dell’iniziativa relative ai risul- tati attesi, alle meccaniche di ingag- gio, alla durata del progetto e facen- do emergere un concetto per noi caro, quello della “semina” di conoscenze e buone abitudini per il futuro. - Spiega Dino D’Onofrio, tutor dell’attività nelle scuole del progetto Vivismart di Bari - L’entusiasmo verso questo tipo di iniz- iative si rispecchia nella grande attesa per l’ultimo incontro del progetto pre- visto presso i punti vendita, che vedrà la partecipazione congiunta di bambi- ni e genitori in modo interattivo.”

La Repubblica Affari e Finanza

PAESE : Italy
AREA : 0,28 %

GIORNALISTA : Caterina Maconi

▸ **29 aprile 2018**

Dieta mediterranea, una santa alleanza - Mediterranean diet, a blessed allied

Caterina Maconi Milano C he il modello alimentare di casa nostra sia alla base di una vita sana, lo dice anche l'Oms. L'Organizzazione mon- diale della sanità ha infatti indica- to la dieta mediterranea — che già l'Unesco aveva dichiarato Pa- trimonio immateriale dell'uma- nità — come uno strumento per contrastare gli stili di vita scorret- ti, tra le cause principali dei pro- blemi di salute pubblica nel mon- do. Italia compresa. I numeri del rapporto Osserva- salute 2016 spiegano che nel no- stro Paese più di un terzo della popolazione adulta (il 35,3%) è in sovrappeso e che solo il 23,8% de- gli italiani pratica sport in modo continuativo. Dovremmo essere una delle nazioni più attente all'approccio mediterraneo alla cucina, ma al- cuni dati raccolti dalla società GfK in fatto di alimentazione mo- strano che stiamo andando in un'altra direzione. Certo, il saluti- smo che è diventato una moda ci ricorda che frutta e verdura sono importanti, ma se andiamo a son- dare, soltanto 2 su 10 consuma- no il giusto quantitativo di frutta e solo 3 su 10 quello di verdura. Cercano di richiamare l'atten- zione al tema Barilla, Coop Italia, Danone e le rispettive fondazio- ni, la fondazione Barilla Center for Food & Nutrition, l'associazio- ne nazionale Cooperative di Con- sumatori-Coop, e fondazione Isti- tuto Danone. Il gruppo — si è da- to il nome di aBCD — ha dato vi- ta a ViviSmart. Si tratta di un pro- getto che si ispira al Programma getto che si ispira al Programma Nazionale "Guadagnare Salute", che rientra a sua volta nella cam- pagna "Gaining in health" pro- mossa dall'Oms nel 2006. Obiettivo: avvicinare gli italia- ni ad abitudini alimentari sane, basate sui principi della dieta me- diterranea. Promuovendo i con- cetti di categorie degli alimenti, frequenze di consumo, porzioni, attività fisica. Partita lo scorso settembre, l'i- niziativa terminerà a giugno. In questa sua prima edizione — si parla già di replicarla, allargando la platea dei protagonisti coinvol- ti — interessa le città di Milano, Bari, Parma e Genova, per un to- tale di circa 2 milioni e mezzo di cittadini, quasi 1.500 bambini del- la scuola primaria, più di 100 fa- miglie, 16 punti vendita e 25 me- dici di medicina generale. Punta a una sinergia tra priva- ti, istituzioni e comunità scientifi- ca per coinvolgere le famiglie in una serie di percorsi a tema cibo e salute. Si parte dalla scuola. Sono 64 le classi selezionate. Gli alunni partecipano — anche insieme ai genitori — a incontri di formazio- ne con tutor esperti, dove attra- verso un approccio ludico, sono indotti a riflettere sulla nutrizio- ne. Le fasi successive con mo- menti di condivisione e verifica, sondano quanto gli stimoli abbia- no attecchito. Poi c'è l'attività nei punti ven- dita Coop, che intende intercetta- re le famiglie che vanno a fare la spesa. Nelle postazioni dedicate al progetto, ogni mese sono pro- posti spunti diversi, anche grazie alla collaborazione di professioni- sti che con l'utilizzo delle tecnolo- gie aiutano i clienti a comporre un carrello equilibrato. Invitan- doli a scaricare un'app dove pro- seguire il proprio percorso di con- sapevolezza sull'argomento. ViviSmart prevede infine una ViviSmart prevede infine una partnership con la Società italia- na di medicina generale. Un gruppo di nutrizionisti e pediatri si è preso in carico 100 famiglie, individuate tra quelle che hanno conosciuto il progetto nelle scuo- le. Tutte hanno almeno un bam- bino dai 6 ai 10 anni e un compo- nente con problemi di sovrappe- so. Con un'attività di counseling e regolari misurazioni di parame- tri fisici, hanno intrapreso un per- corso interattivo di educazione sanitaria. VIVISMART È UN PROGETTO ISPIRATO AL PROGRAMMA NAZIONALE "GUADAGNARE SALUTE": PRIVATI, FAMIGLIE E SCUOLE INSIEME PER UNA SANA ALIMENTAZIONE D i e t a m e d i t e r r a n e a , u n a s a n t a a l l e a n z a © RIPRODUZIONE RISERVATA Partita lo scorso settembre, l'iniziativa ViviSmart terminerà a giugno. In questa sua prima edizione interessa le città di Milano, Bari, Parma e Genova

Più frutta e verdura in famiglia: i primi risultati di ViviSmart, l'alleanza tra Barilla, Coop e Danone

aBCD, l'alleanza che vede unite Barilla, Coop Italia, **Danone**, Fondazione Barilla Center for Food & Nutrition, Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori-Coop e Fondazione Istituto **Danone**, ha presentato oggi i risultati della campagna **ViviSmart** che dimostrano come il progetto pilota è stato efficace incrementando le competenze di bambini e famiglie in materia di alimentazione e modificando realmente abitudini alimentari e stile di vita dei partecipanti. Il progetto, nato con l'obiettivo di riavvicinare la popolazione italiana alle buone abitudini della dieta mediterranea attraverso una serie di iniziative di edutainment, ha coinvolto simultaneamente 4 città, 16 scuole, 80 insegnanti, 1.525 bambini e famiglie, 16 punti vendita e medici di medicina generale nell'arco di tempo tra settembre 2017 e maggio 2018.

Dalla ricerca sviluppata dall'Università LUMSA sui partecipanti del progetto pilota è emersa una maggiore consapevolezza delle famiglie sulle più corrette abitudini alimentari e uno stile di vita più sano insieme a un incremento delle competenze dei bambini su cosa e quanto mangiare e sull'importanza dell'attività fisica. Si registrano sensibili modifiche nei comportamenti di bambini e famiglie nei confronti di alimentazione e movimento, infatti, a seguito dell'intervento di **ViviSmart** l'11% dei bambini ha detto di bere più acqua e più volte durante la giornata così come si è riscontrato l'aumento del 6% dei bambini che mangiano frutta e del 13% di quelli che mangiano verdure. Contemporaneamente si è verificato un aumento della consapevolezza sul consumo di cereali e latte e suoi derivati, alimenti che si trovano allo stesso livello della piramide alimentare: nello specifico il 75% dei bambini dichiara di bere latte durante la giornata e l'80% di mangiare latticini, mentre 8 bambini su 10 dicono di non mangiare yogurt evidenziando come questo alimento non rientri nella dieta degli scolari.

In generale, si sottolinea come a seguito della partecipazione alla campagna educativa gli scolari hanno iniziato a sostituire le merendine con più frutta e verdura e si dimostrano più disponibili a provare cibi nuovi. La stessa considerazione vale per il movimento: sono molti di più i bambini che decidono di dedicare più tempo all'attività fisica facendo sport per quasi 4 volte alla settimana, riducendo le ore passate davanti alla tv o giocando ai videogame, questo significa che la campagna ha prodotto effetti positivi riducendo la sedentarietà dei bambini.

Il dato relativo al cambiamento nelle abitudini alimentari dei bambini è confermato non solo dagli insegnanti coinvolti nella campagna, di cui 36 su 52 hanno affermato di aver osservato modifiche

sostanziali nelle abitudini alimentari dei propri alunni, ma anche e soprattutto dai genitori che indirettamente sono stati influenzati dai propri figli a modificare le tendenze alimentari della famiglia: si può parlare in questo caso di "effetto alone" della campagna che ha raggiunto in maniera trasversale l'intero nucleo famigliare. Infatti, tra i genitori intervistati il 50% afferma che i bambini hanno chiesto di comprare cibi diversi rispetto a prima e il 55% dichiara che, dopo aver parlato della campagna con i propri figli, ha cominciato a modificare le abitudini alimentari di tutta la famiglia.

"I risultati della ricerca coordinata dall'Università LUMSA, e svolta con le Università di Napoli Parthenope e Roma Tre, hanno evidenziato come, grazie all'intervento di aBCD con il progetto **ViviSmart,** sia aumentato il numero di bambini che dichiarano di nutrirsi correttamente e di fare più movimento. Dati corroborati dai risultati raccolti attraverso le indagini fatte su genitori e insegnanti che confermano, i primi di ricevere richieste differenti in tema di alimentazione e i secondi di aver osservato una sostituzione delle merendine con cibi più salutari. L'incremento delle competenze dei bambini sull'alimentazione, - commenta Costanza Nosi, Professore Associato di Economia e Gestione delle Imprese, Dipartimento di Scienze Umane, Università LUMSA - ha prodotto un effetto che potremmo definire "alone", modificando in positivo i comportamenti di tutta la famiglia. La combinazione, nel programma educativo, di attività didattiche alternate ad attività ludiche ed esperienziali, ha ottenuto un elevatissimo apprezzamento dalla quasi totalità dei partecipanti".

Parallelamente, nell'ambito di **ViviSmart,** è partito anche il Progetto Pilota con la Società Italiana di Medicina Generale (S.I.M.G.) che coinvolge medici e famiglie con l'obiettivo di aumentare le conoscenze in tema di dieta equilibrata. Il modello di intervento, scientificamente validato da un panel qualificato di nutrizionisti e pediatri, coinvolge 20 medici di medicina generale e più di 100 famiglie in un percorso interattivo di educazione sanitaria che prevede attività di counseling da parte dei medici, regolari misurazioni dei parametri fisici e una serie di incontri nel corso del periodo di osservazione con lo scopo di verificare l'effettiva modifica delle abitudini alimentari e degli stili di vita dei partecipanti.

"Il progetto sviluppato da SIMG è il primo a coinvolgere direttamente i medici di medicina generale del territorio italiano con l'obiettivo di stimolare e favorire il cambiamento dello stile di vita delle famiglie. Cinque medici di medicina generale per ciascuna città - Milano, Parma, Firenze e Bari- hanno coinvolto un gruppo di 5 famiglie con almeno un bambino di età compresa tra i 6 e i 10 anni e con problemi di sovrappeso in almeno uno dei suoi componenti in un percorso educazionale della durata di un anno circa. Il metodo utilizzato per il progetto SIMG, - spiega la Dott.ssa Cristina Rossi, MMG collaboratore area nazionale SIMG prevenzione ed educazione alla salute - parte dai genitori per arrivare a educare i bambini al modello della dieta mediterranea, in quanto si è osservato come lo stile genitoriale influenzi le abitudini alimentari dei propri figli. Nello specifico, con questo metodo educazionale si vuole spiegare alle famiglie come valutare i propri consumi alimentari fornendo gli strumenti necessari per individuare le criticità da affrontare e gli alimenti da sostituire, incrementare o da ridurre e nella propria dieta perché questa si avvicini al modello mediterraneo più equilibrato".

"Una delle problematiche d'interesse a livello globale, come chiaramente definito dagli SDGs e più volte ribadito dalle Fondazioni coinvolte, è il dilagare di stili di vita scorretti. Questa situazione è diffusa a livello nazionale dove si è verificato un progressivo allontanamento dal modello alimentare mediterraneo e una lenta adozione di stili di vita che privilegino l'attività motoria, anche a partire dalle nuove generazioni. È necessario – dichiara Roberto Ciati, Scientific & Government Relations Vice President Barilla Group – un grande impegno congiunto per poter invertire questo trend con un'azione sinergica tra pubblico e privato, come recentemente sottolineato dalla risoluzione ONU sulla prevenzione, attraverso iniziative concrete e calate nella vita quotidiana per migliorare lo stile di vita delle persone e promuovere l'adozione di una corretta alimentazione sin dall'età scolare".

"L'alleanza che vede uniti il settore alimentare, il mondo delle cooperative di consumatori, le fondazioni no profit e la ricerca scientifica, è nata con la convinzione che la condivisione di competenze ed esperienze potessero portare alla concreta realizzazione del progetto

ViviSmart, con l'obiettivo di favorire l'adozione di stili di vita più corretti e un'alimentazione più sana. La campagna pilota – prosegue Salvatore Castiglione, Public Affairs & Communication Director General Secretary GRIT **Danone** S.p.A. - si è sviluppata nell'arco di un anno con una serie di attività coordinate di edutainment che hanno coinvolto scuole, punti vendita, medicina generale e nuove tecnologie, rivolgendosi a tutti i membri del nucleo famigliare con lo scopo di informare, coinvolgere e attivare la popolazione italiana rimettendo al centro i principi della dieta mediterranea".

"È importante valorizzare la qualità del progetto **ViviSmart,** per i contenuti, la metodologia e gli strumenti usati, identificando nella scuola e nei punti vendita i contesti efficaci per la comunicazione e nei bambini in età scolare e nelle famiglie i target ideali per trasmettere il modello alimentare mediterraneo. Con l'attività nelle scuole si è messo al centro il bambino, il suo corpo e la sua crescita costruendo attraverso una narrazione chiara e coerente una conoscenza sul tema dell'alimentazione corretta proponendo allo stesso tempo alle Istituzioni scolastiche locali l'inserimento di questo modello di progetto educativo nel proprio Piano di Offerta Formativa. Invece, nel punto vendita dove le famiglie abitualmente fanno acquisti alimentari e dove scelgono cosa mangiare - spiega Renata Pascarelli, Direttore Qualità Coop Italia - le attività implementate hanno previsto un flusso di informazioni sulla dieta mediterranea attraverso postazioni interattive, proponendo per le 15 settimane della campagna focus su alimenti diversi così da fornire alle famiglie una sorta di manuale virtuale delle sane abitudini".

Il progetto **ViviSmart** è un modello di comunicazione e di intervento innovativo ed efficace per il suo approccio multifattoriale, per il metodo formativo-pedagogico, per le persone coinvolte in un'ottica strategica e per l'alleanza e l'unione delle competenze dei diversi partner. La riuscita del progetto pilota e il successo confermato dai risultati ottenuti, auspica a una progressiva estensione a livello nazionale allargando l'Alleanza e coinvolgendo altri partner e Istituzioni, per definire un percorso che permetta di favorire in Italia l'adozione di corrette abitudini alimentari e stili di vita più sani. Intanto, si sta già preparando la continuazione della fase pilota: il progetto **ViviSmart** per il 2019 che prevede ancora di più il coinvolgimento di scuole e punti vendita cercando di proporre attività per aumentare ulteriormente le conoscenze di bambini e famiglie sulle abitudini alimentari più corrette, anche con il supporto di social network e del web.

IL GIORNO

PAESE :Italia
PAGINE :20
SUPERFICIE :7 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(431000)
AUTORE :N.D.

► 7 febbraio 2019

IL PROGETTO

Dieta equilibrata, lezioni dei medici in 100 famiglie

FAR CONOSCERE i benefici di una dieta equilibrata con il sostegno della Società Italiana di Medicina Generale (Simg). È con questo obiettivo che nell'ambito di ViviSmart è partito il progetto pilota che coinvolge 20 medici di medicina generale, più di 100 famiglie a Milano, Parma Genova e Bari.

la Repubblica

PAESE :Italia
PAGINE :45
SUPERFICIE :4 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(597694)
AUTORE :N.D.

► 7 febbraio 2019

Vivismart

Le aziende per le buone abitudini

Il progetto ViviSmart ha coinvolto simultaneamente 4 città (Milano, Parma, Genova, Bari), 16 scuole, 80 insegnanti, 1.525 bambini della scuola primaria e le loro famiglie. Ma anche 16 punti vendita della grande distribuzione, insieme contro ogni logica commerciale per l'alleanza aBCD: fondazione Barilla center for food & nutrition, Coop, associazione nazionale cooperative di consumatori e fondazione Istituto Danone insieme per sradicare le cattive abitudini alimentari. Parallelamente, è partito anche il Progetto pilota con la Società italiana di medicina generale, che ha coinvolto 25 medici e più di 100 famiglie con attività di counseling, misurazioni regolari dei parametri fisici e incontri per verificare l'effettiva modifica delle abitudini alimentari e degli stili di vita dei partecipanti. Visti i buoni risultati ottenuti, si sta già preparando la seconda fase del progetto ViviSmart per il 2019 che prevede il coinvolgimento di più scuole e punti vendita, con il supporto di social network e del web.

la Repubblica

PAESE :Italia
PAGINE :41,45
SUPERFICIE :43 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(597694)
AUTORE :Di Irma D'Aria

► 7 febbraio 2019

5 Alimentazione Far mangiare ai bambini frutta e verdura non è facile. Eppure qualcuno c'è riuscito. Il fronte inedito è quello di medici, scuola, famiglia e grande distribuzione. Con risultati molto incoraggianti

Alimentazione

A scuola c'è lezione di frutta

Una campagna insegna ai bambini a mangiare. Con giochi e sport

di IRMA D'ARIA

Convincere i figli a mangiare le verdure o a bere acqua anziché bibite gassate può essere una missione impossibile per molti genitori. Ma l'impresa è riuscita per oltre 1500 bambini dai 7 ai 10 anni, grazie ad un'alleanza che ha coinvolto scuola, famiglia, medici e anche punti vendita della grande distribuzione per la realizzazione della campagna ViviSmart (vedi sopra).

Nove mesi durante i quali i bambini hanno partecipato in classe ad attività e riflessioni sul corpo, sulla piramide alimentare e sul movimento. Solo teoria? Macché, anche divertimento con giochi nei vari punti vendita, dove le famiglie abitualmente fanno i loro acquisti alimentari e scelgono cosa mangiare. Insomma, quasi un "lavaggio del cervello" su quanto sia importante mangiare bene, che ha prodotto risultati concreti.

Risultati che vengono fuori dalle ricerca sviluppata dall'università Lumsa, con gli atenei di Napoli Parthenope e Roma tre. Qualche esempio: prima della campagna il 50% dei bambini non mangiava verdure. Dopo, la percentuale è scesa al 37%. E non solo: hanno anche cominciato a mangiare più spesso le verdure: dal 17 al 26% chi le mangiava due o più volte a settimana. Migliorato anche il consumo di frutta: dal 35 al 42% i numeri di chi la mangiava due o più volte al giorno. Sostituendo addirittura con un frutto la tradizionale merendina. E che dire

la Repubblica

PAESE :Italia
PAGINE :41,45
SUPERFICIE :43 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

DIFFUSIONE :(597694)
AUTORE :Di Irma D'Aria

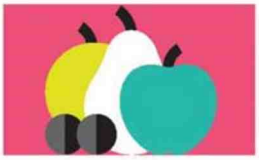
► 7 febbraio 2019

dell'acqua? Dopo la campagna l'11% dei bambini ha rivelato di averne bevuta di più, e più volte durante la giornata. «Soltanto poco più del 50% dei bambini in Italia segue un'alimentazione che si avvicina vagamente alla dieta mediterranea ed infatti il nostro paese ha il primato di sovrappeso e obesità in Europa», spiega Claudio Maffeis, pediatra nutrizionista all'università di Verona. E l'eccesso di peso si porta dietro tanti problemi: «Anche nell'età evolutiva - prosegue il pediatra - si associa ad alterazioni metaboliche importanti come, per esempio, un aumento dei depositi di grasso nel fegato e alterazioni dei valori di trigliceridi e colesterolo, fattori importanti di rischio cardiovascolare. Ci può essere un impatto anche sulla pressione arteriosa».

Inoltre il 5% dei bambini obesi ha un'alterazione del metabolismo del glucosio e della glicemia che non è ancora diabete vero e proprio, ma è comunque un campanello d'allarme e una ipoteca sulla loro salute futura. Cambiare quello che si mangia non basta. Bisogna che siano diversi gli stili di vita. E la campagna ViviSmart è riuscita anche a ridurre la sedentarietà. E far crescere i numeri dei bambini che praticano sport per quasi quattro volte alla settimana, riducendo le ore passate davanti a tv o videogame. «La campagna ha avuto anche un "effetto alone" perchè ha raggiunto in maniera trasversale tutta la famiglia - spiega Costanza Nosi, docente presso il dipartimento di Scienze umane della Lumsa - infatti, tra i genitori intervistati il 50% afferma che i bambini hanno chiesto di comprare cibi diversi rispetto a prima e il 55% dichiara che, dopo la campagna, sono cambiate complessivamente le abitudini alimentari di tutta la famiglia».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I RISULTATI



Gli acquisti
La metà dei bambini ha chiesto di comprare alimenti più sani

Le abitudini
Il 55% dei genitori ha detto di aver migliorato i comportamenti a tavola

I videogame
Dopo la campagna le ore ai videogame sono diminuite

Lo sport
Aumenta (da 3,4 a 3,8 volte a settimana) il tempo per lo sport

la Repubblica

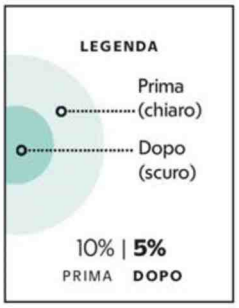
PAESE :Italia
PAGINE :41,45
SUPERFICIE :43 %
PERIODICITÀ :Quotidiano

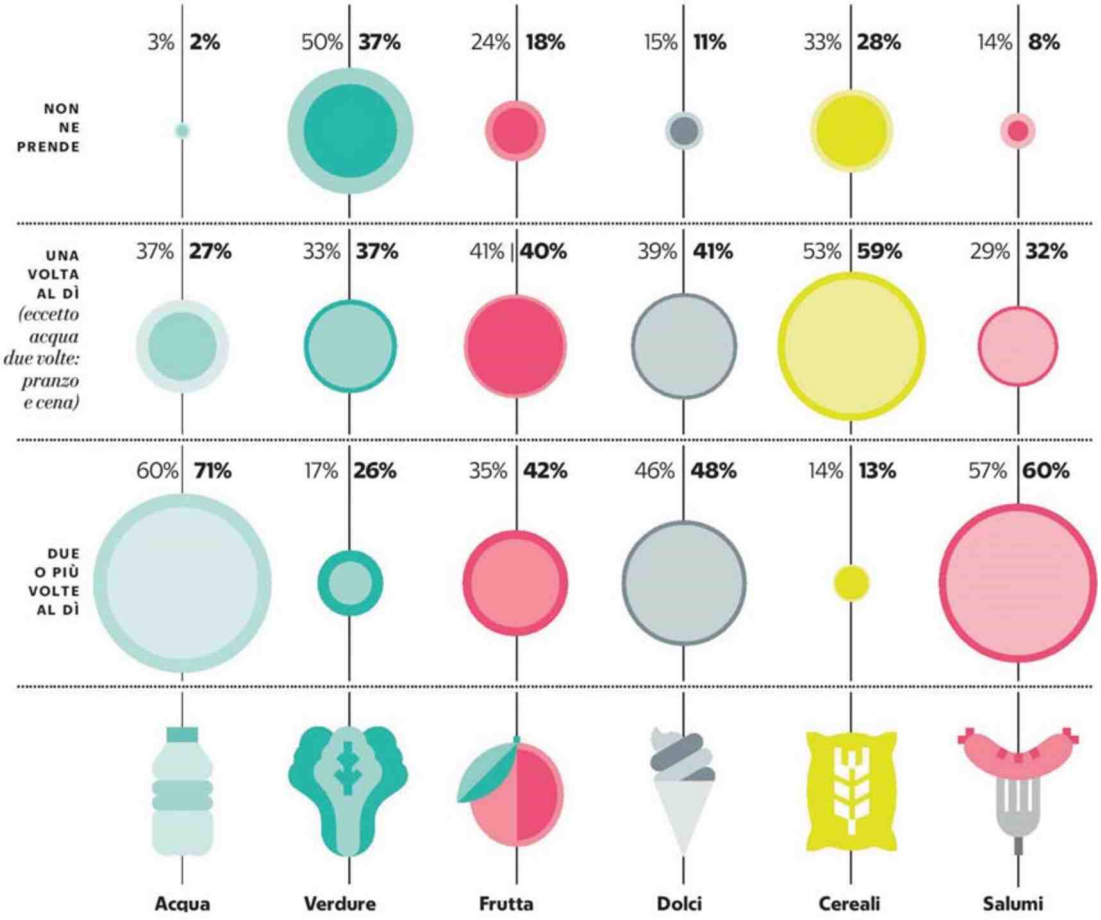
DIFFUSIONE :(597694)
AUTORE :Di Irma D'Aria

► 7 febbraio 2019

I risultati

Lo studio, durato 9 mesi, ha coinvolto oltre 1500 bambini dai 7 ai 10 anni di 4 città e 16 scuole





Il successo di “ ViviSmart ” per i bambini: meno patatine e snack, più frutta e verdura - Success for "Vivismart" for kids: less chips and snaks, and more fruits and vegetables

DIETA MEDITERRANEA

I risultati del progetto pilota, promosso da un’inedita alleanza tra Barilla, Coop Italia e Danone, che ha coinvolto più di 1500 bambini e famiglie, 80 insegnanti, medici di medicina generale, 16 punti vendita

di Maria Giovanna Faiella
di

shadow Stampa Email
Bambini che mangiano più frutta e verdura e meno merendine, snack e patatine. Fanno più attività fisica e trascorrono meno ore davanti alla tv o giocando ai videogame. A registrare la modifica di abitudini alimentari e stili di vita dei ragazzi in seguito alla campagna educativa “**ViviSmart**”, è una ricerca condotta dall’Università LUMSA, Università Roma Tre e Parthenope di Napoli, che da settembre 2017 a maggio 2018 ha coinvolto in 4 città - Milano, Parma, Genova, Bari - 16 scuole, 80 insegnanti, 1525 bambini e famiglie, 16 punti vendita e medici di medicina generale. Il progetto pilota “**ViviSmart**” nasce da un’inedita alleanza tra Barilla, Coop Italia e **Danone,** “aBCD”, che vede coinvolte anche Fondazione Barilla center for food&nutrition, Associazione nazionale cooperative di consumatori-Coop e Fondazione Istituto **Danone,** con l’obiettivo di riavvicinare la popolazione italiana alle buone abitudini della dieta mediterranea.

I risultati

I ricercatori hanno messo a confronto i dati raccolti prima e dopo la campagna educativa, tra un gruppo di bambini coinvolti nel progetto pilota e un gruppo di controllo (ragazzi che non partecipavano a “**ViviSmart**”). Ebbene, in seguito all’intervento educativo, l’11 per cento dei bambini ha detto di bere più acqua e più volte durante la giornata, si è riscontrato un aumento del 6 per cento dei bambini che mangiano frutta e del 13 per cento di quelli che mangiano verdure, è aumentata la consapevolezza rispetto al consumo di cereali e latte e suoi derivati. Inoltre, riferisce Costanza Nosi, professore associato di economia e gestione delle imprese all’Università LUMSA, «è diminuito il consumo di dolci e salumi, i ragazzi hanno iniziato a sostituire le merendine con cibi più salutari e a dedicare più tempo all’attività fisica e allo sport. La campagna ha avuto anche un “effetto alone” raggiungendo tutta la famiglia: i bambini, infatti, non solo hanno cambiato i loro comportamenti alimentari ma hanno chiesto ai genitori di comprare cibi diversi, e più di una famiglia su due ha cambiato abitudini alimentari».

Presenti al supermercato

«Nel programma educativo – sottolinea Nosi – ha funzionato la combinazione di attività didattiche alternate ad attività ludiche ed esperienziali». Spiega Renata Pascarelli, direttore qualità Coop Italia: «Nei 16 punti vendita coinvolti, dove le famiglie abitualmente fanno acquisti alimentari e scelgono cosa mangiare, abbiamo creato delle postazioni interattive con operatori formati che trasmettevano informazioni scientifiche corrette ma chiare alle famiglie, invitandole a

iscriversi alla nostra app per seguire le iniziative. Durante le 15 settimane della campagna abbiamo proposto focus su alimenti diversi, per esempio acqua, frutta, verdura, così da fornire alle famiglie una sorta di manuale virtuale delle sane abitudini».

Gli scopi

«Il nostro Paese è ai primi posti in Europa per sovrappeso e obesità infantile, dilagano stili di vita scorretti, con un progressivo allontanamento dal modello alimentare mediterraneo – ricorda Roberto Ciati, responsabile delle relazioni scientifiche del gruppo Barilla - . Da qui l'impegno congiunto su iniziative concrete e calate nella vita quotidiana per migliorare lo stile di vita delle persone e promuovere l'adozione di una corretta alimentazione sin dall'età scolare». «Non volevamo riproporre il tradizionale programma di educazione alimentare - aggiunge Salvatore Castiglione, responsabile corporate affairs del gruppo **Danone** - . Col progetto pilota abbiamo puntato su un modello smart, che ha coinvolto bambini, famiglie, scuole, punti vendita, medicina generale e nuove tecnologie, con lo scopo di informare e attivare la popolazione italiana rimettendo al centro i principi della dieta mediterranea».

Anche per famiglie

Parallelamente, nell'ambito di **ViviSmart**, è partito anche il progetto pilota con la Società Italiana di Medicina Generale (SIMG), tuttora in corso, che coinvolge 20 medici di medicina generale e più di 100 famiglie in un percorso interattivo di educazione sanitaria che prevede attività di counseling da parte dei medici, regolari misurazioni dei parametri fisici e una serie di incontri con lo scopo di verificare l'effettiva modifica delle abitudini alimentari e degli stili di vita dei partecipanti. «Cinque medici di medicina generale per ciascuna città - Milano, Parma, Genova e Bari - hanno coinvolto in un percorso educazionale, della durata di circa un anno, un gruppo di 5 famiglie con almeno un bambino di età compresa tra i 6 e i 10 anni e almeno uno del nucleo familiare con problemi di sovrappeso - spiega Cristina Rossi, medico di medicina generale, dell'area prevenzione ed educazione alla salute di SIMG -. Il metodo educazionale utilizzato per il progetto parte dai genitori per arrivare a educare i bambini a seguire la dieta mediterranea. Si spiega alle famiglie come valutare i propri consumi alimentari fornendo gli strumenti necessari per individuare le criticità da affrontare e gli alimenti da sostituire, incrementare o ridurre nella propria dieta perché si avvicini al modello mediterraneo più equilibrato».
7 febbraio 2019 (modifica il 7 febbraio 2019 | 12:45) © RIPRODUZIONE RISERVATA

Class (IT)

PAESE :Italia
PAGINE :45
SUPERFICIE :49 %

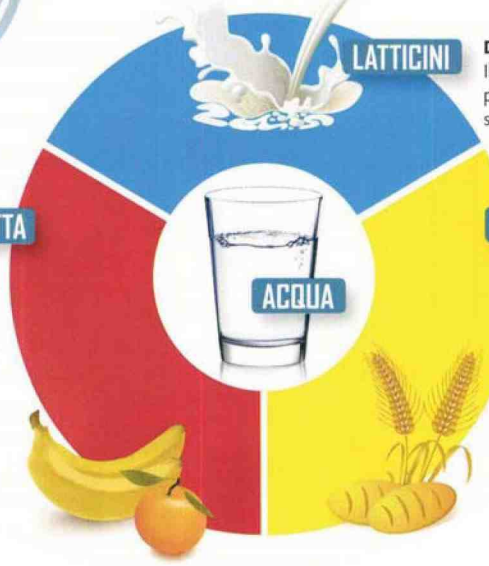
DIFFUSIONE :(85000)
AUTORE :N.D.

► 1 aprile 2019

ABITUDINI PIÙ SANE FIN DA PICCOLI

L'Italia è ai primi posti in Europa per sovrappeso e obesità infantile (il 35,5% della popolazione adulta risulta avere un peso eccessivo). Grazie ai dati della terza raccolta della sorveglianza internazionale Cosi (Childhood Obesity Surveillance Initiative), sono emersi gravi errori nell'educazione alimentare dei più piccoli. Il 31% consuma una colazione non adeguata e addirittura il 52% assume a metà mattina alimenti a elevata densità energetica, mentre il 25% dei bambini non consuma quotidianamente frutta e verdura, preferendo bevande zuccherate e/o gassate. La sfida che ha dato il via a ViviSmart è partita proprio da questo quadro non confortante: il progetto pilota promosso dall'inedita alleanza aBCD (Barilla, Coop e Danone) con la Società Italiana di Medicina Generale (S.I.M.G.) ha coinvolto 20 medici e più di 100 famiglie in un percorso educazionale sui propri consumi alimentari e si è dimostrato efficace, facendo riavvicinare le famiglie al modello alimentare mediterraneo e ai corretti stili di vita. Dalla ricerca sviluppata dall'Università LUMSA, insieme alle Università di Napoli Parthenope e Roma Tre sui risultati del progetto, è emersa una maggiore consapevolezza delle famiglie sulle più corrette abitudini a tavola. L'11% dei bambini ha iniziato a bere più acqua durante la giornata. Si è riscontrato l'aumento del 6% dei bambini che mangiano frutta e del 13% di quelli che consumano verdure. «L'incremento delle competenze dei bambini sull'alimentazione», commenta Costanza Nosi, professore associato di economia e gestione delle imprese, Università LUMSA, «ha prodotto un effetto alone modificando in positivo i comportamenti di tutta la famiglia». È ora in corso il progetto ViviSmart per il 2019 che prevede ancora di più il coinvolgimento di scuole e punti vendita. Perché puntare sui bimbi vuol dire puntare sul futuro.

PIÙ FRUTTA E ACQUA DURANTE IL GIORNO, MENO DOLCI E SNACK



Due porzioni. Il latte deve essere parzialmente scremato.

Tre porzioni. E una di frutta a guscio.

Tre porzioni al giorno. Meglio se integrali.

Corriere del mezzogiorno

PAESE :Italia
PAGINE :3
SUPERFICIE :5 %

AUTORE :N.D.

► 15 maggio 2019 - Edizione Puglia

La buona notizia

Quei 315 bambini di Bari Vecchia coinvolti nelle «lezioni di spesa»

Progetto ViviSmart
I bambini tra gli scaffali dell'Ipercoop

Più frutta e verdura, ma meno salumi. È quello che mangiano i bambini di Bari Vecchia che hanno partecipato al progetto ViviSmart 2018, volto a sensibilizzare bambini e famiglie sull'importanza di una corretta alimentazione.

Coinvolti oltre 315 bambini delle classi quarte elementari delle scuole primarie Don Milano, Bosco Melo e San Nicola di Bari in un percorso di apprendimento in sei incontri a scuola che è culminato in due giornate di "lezioni di spesa" tra gli scaffali della Ipercoop del quartiere Japigia e di Santa Caterina.

Gazzetta Di Parma

PAESE :Italia
PAGINE :53
SUPERFICIE :26 %

AUTORE :N.D.

► 24 maggio 2019

Educazione alimentare ViviSmart 2018
Un progetto contro l'obesità infantile

■ Più frutta, verdura, cereali, acqua e meno dolci. È quello che mangiano i bambini di Parma che hanno partecipato al progetto ViviSmart 2018, volto a sensibilizzare bambini e famiglie sull'importanza di una corretta alimentazione. «Un risultato eclatante che mostra come la lotta all'obesità infantile sia possibile partendo dai bambini e dalla consapevolezza delle proprie scelte anche in campo alimentare - dichiara Carlo Alberto Pratesi, docente Università Roma 3 e portavoce del progetto.

OBESITÀ INFANTILE

ViviSmart nasce infatti in virtù dei preoccupanti dati sull'obesità infantile in Italia, che si colloca ai primi posti in Europa. Secondo gli ultimi dati presentati il 30 aprile all'European Congress on Obesity dalla Childhood Obesity Surveillance Initiative (COSI) dell'Oms (Organizzazione mondiale della sanità), a cui l'Istituto superiore di sanità italiano partecipa con la sorveglianza di «OKkio alla salute» rappresentando l'Italia, tra i bambini europei la percentuale di obesità rimane alta, con picchi di obesità grave soprattutto tra i maschi, che in Italia toccano il 4,3%. Molto negativi i dati italiani: l'Italia risulta seconda solo alla Grecia per obesità e sovrappeso infantile.

Guardando in particolare all'Emilia Romagna, secondo il ministero della Salute, i bambini in sovrappeso sono il 21% e gli obesi sono il 7,6%, di cui l'1,5% gravemente obesi. Dati che purtroppo collocano la Regione in linea con la media nazionale del 21% di bambini sovrappeso. Uno dei maggiori problemi è che i genitori di questi bambini non sempre se ne accorgono: ben il 39% ritiene infatti che il proprio figlio sia normopeso o addirittura sottopeso.

Se si pensa che più di un terzo dei bambini e circa la metà degli adolescenti che sono in sovrappeso mantengono questa condizione da adulti, si comprende l'importanza di parlare con un linguaggio concreto e progetti alla portata di bambini e famiglie sull'importanza della dieta mediterranea e di stili di vita orientati al movimento.

LEZIONI DI SPESA: UN'ALLEANZA

È anche in virtù di questi dati e delle proiezioni future che alleanza aBCD (Barilla, Coop e Danone) ha voluto coinvolgere per il secondo anno i bambini di Parma, città sede della multinazionale Barilla e Capitale Creativa Unesco per la gastronomia. Quest'anno i bambini delle classi di 3a elementare della scuola primaria Giuseppe Verdi di Collecchio, e di 4a delle scuole Collodi (sede Solari), Ongaro e De Amicis di Fidenza hanno partecipato ad un percorso di apprendimento in 6 incontri a scuola che ora culmina in due giornate di «lezioni di spesa» tra gli scaffali della Coop di Collecchio e la Coop di Fidenza.

Fino al 27 maggio, i bambini delle 9 classi coinvolte potranno mettere in pratica quanto imparato durante le prime attività in aula: divisi in 4 squadre, ai bambini verrà consegnata una scheda contenente un messaggio inviato da un bambino (Gaia, Jasmine, Jacopo) che racconta la giornata che avranno l'indomani, differenziata per stili di vita, attività sportive programmate e clima.

Mentre «Jacopo» starà a casa a leggere fumetti, «Jasmine» andrà in montagna a camminare coi genitori, «Gaia» giocherà ben due partite di calcio, e «Martino» andrà al mare. Ecco che quindi i bambini saranno chiamati a scegliere un pasto equilibrato tenendo conto degli sforzi fisici che dovranno fare Jacopo, Jasmine, Martino e Gaia, ma anche del clima e le temperature a cui andran-

no incontro. Un vero e proprio test, che anche molti adulti oggi farebbero fatica a superare.

CORRETTI STILI DI VITA

L'iniziativa torna così per il secondo anno a sensibilizzare bambini e famiglie sull'importanza di una corretta alimentazione e per educarli a perseguire stili di vita intelligenti e salutari. E il metodo funziona, come dimostrano i primi risultati del progetto pilota dello scorso anno: «I bambini di Parma che hanno partecipato al progetto lo scorso anno sono risultati molto sensibili al programma tanto da variare sensibilmente le proprie abitudini alimentari.

Dopo un attento studio, infatti, si può dire che abbiano diminuito in modo tangibile la quantità di dolci che mangiano ogni settimana, ma soprattutto, hanno aumentato la quota di verdura, frutta e cereali. Infine, hanno capito l'importanza dell'idratazione e bevono molto di più», dichiara Costanza Nosi, professoressa della Lumsa, in base ai risultati della ricerca sviluppata dall'Università Lumsa, insieme alle Università di Napoli Parthenope e Roma Tre.

«I bambini di oggi sono ricchi di stimoli e le lezioni teoriche non bastano più, per questo abbiamo deciso di portare i bambini direttamente al supermercato, dove possono toccare con mano quanto hanno imparato», dichiara Carlo Alberto Pratesi, docente Università Roma Tre e portavoce dell'iniziativa. «I risultati del progetto pilota dello scorso anno sono eccellenti. L'obiettivo di quest'anno è far ancora meglio e soprattutto dare una forma mentis ai bambini che possano mantenere anche negli anni a venire. Se un bambino impara a fare la spesa, scegliendo i prodotti giusti per un pasto equilibrato, anche il resto della famiglia ne beneficerà, per un impatto su tutta la comunità», conclude Carlo Alberto Pratesi.

Festival di Salute, Cibo: ai bambini piace sano

di CINZIA LUCCHELLI

Avvicinare i bambini al buono e al sano a tavola seguendo la strada di una corretta comunicazione o le vie del gusto e della memoria. Una questione che riguarda nella quotidianità tantissime famiglie e da cui dipende la salute dei più piccoli ora e degli adulti che diventeranno domani. Ne parliamo con Carlo Alberto Pratesi, docente di marketing, innovazione e sostenibilità all'Università di Roma 3; Marino Niola, antropologo; Claudio Ciccarelli, presidente della società italiana di medicina generale e delle cure primarie; Rosanna Luisi, maestra dell'Istituto comprensivo Umberto I di San Nicola (Bari). A partire da un progetto, Abcd **Vivismart,** che è entrato nelle scuole e nelle famiglie. In studio Cinzia Lucchelli. Produzione Gedi Visual

VIDEO

Argomenti

- Frontiere 2020

PAESE :Italia
PAGINE :1
SUPERFICIE :32 %
PERIODICITÀ :Quotidiano□□
► 29 ottobre 2020 - Edizione Salute

A cura di A.Manzoni & C.

Bambini e genitori

SEMPRE PIÙ ATTENTI ALL' ALIMENTAZIONE

I RISULTATI DELLA SECONDA EDIZIONE DEL PROGETTO VIVISMART DELL'ALLEANZA ABCD

Secondo gli ultimi dati presentati all'European Congress on Obesity dalla Childhood Obesity Surveillance Initiative dell'OMS, tra i bambini europei la percentuale di obesità è alta, con picchi che in Italia toccano il 4,3%, seconda solo alla Grecia.
La campagna ViviSmart è nata per riavvicinare la popolazione italiana alle buone abitudini della dieta mediterranea. Arrivata alla sua seconda edizione grazie ad **aBCD** - l'alleanza che vede unite **Barilla, Coop Italia, Danone, Fondazione Barilla Center for Food & Nutrition, Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori-Coop** e **Fondazione Istituto Danone** - anche quest'anno il progetto ha modifi cato abitudini alimentari e stile di vita dei partecipanti, piccoli e grandi.
Tra settembre 2017 e maggio 2019 sono state coinvolte contemporaneamente **4 città (Milano, Parma, Genova, Bari), 106 classi, 2.275 bambini e famiglie**, con attività in **17 punti vendita Coop**, per un totale di **29.575 ore di attività fatte dai bambini.**
I ricercatori dell'**Università LUMSA**, dell'**Università degli Studi di Napoli Parthenope** e dell'**Università Roma Tre**, hanno approfondito il livello di consapevolezza delle famiglie in tema di dieta equilibrata e stile di vita più sano. Nell'ambito di ViviSmart è stato realizzato un **Progetto Pilota sotto l'egida della Società Italiana di Medicina Generale (SIMG)** volto a favorire l'adozione di stili di vita maggiormente salutari, in linea con le indicazioni dell'alimentazione mediterranea. Il cambiamento nelle abitudini alimentari dei bambini è confermato dai genitori che sono stati a loro volta influenzati dai propri figli a modificare le tendenze alimentari.

I RISULTATI CONCRETI DI VIVISMART:

VERDURA? SÌ GRAZIE

Grazie alla campagna sono aumentati i bambini che mangiano più volte al giorno frutta (+ 6%) e verdura (+ 6,5%).

MENO DOLCI E BIBITE

l 39% dei bambini intervistati ha dichiarato di non aver mangiato dolci il giorno prima della rilevazione. Sono diminuiti del 7% i bambini che mangiano dolci e in particolare del 6% quelli che mangiano dolci più volte al giorno. Se associamo questo dato a una diminuzione di oltre il 2% di bambini che bevono bibite gassate, si nota una forte riduzione dello zucchero ingerito a seguito della campagna ViviSmart.

UNA BUONA COLAZIONE

I bambini hanno imparato l'importanza della prima colazione e degli altri quattro pasti fondamentali da consumare in una giornata, per un totale di cinque pasti al dì.

A MERENDA? MEGLIO UN FRUTTO

I bambini hanno poi iniziato a consumare più frutta e consumare meno merende confezionate, diminuendo anche il consumo di salumi. La scelta della frutta permette anche di bere un'ottima spremuta o centrifugato così da sostituire le bibite zuccherine.

MENO ORE DAVANTI AL PC

La campagna ViviSmart ha avuto effetti positivi anche contro la sedentarietà dei ragazzi. È diminuito il numero di bambini che utilizza pc o tablet più di 3 ore al giorno ed è aumentato il numero di bambini che non lo utilizza affatto.

COSA MANGIARE E COSA NO

Dopo la campagna sono migliorate le conoscenze oggettive circa gli alimenti e il loro giusto consumo: si registrano un +15% di co-noscenza di quali alimenti sia corretto mangiare e un +10% di co-noscenza di quali alimenti è meglio non mangiare (snack, patatine, dolciumi) o limitare (la carne).

I bambini hanno compreso la relazione tra eccesso di peso e problemi di salute e conoscono quanta attività fi sica sia bene praticare per tenersi in forma. Aumenta, in generale, l'awareness circa il cibo, ossia la valenza che i prodotti agroalimentari e le modalità con cui vengono cucinati e proposti sulla tavola incorporano, rispecchiando i valori e le tradizioni della società. Si riduce il numero di coloro che affermano che mangiare snack, patatine e merendine faccia bene.

progettovivismart.it

Aumenta nei bambini il consumo di frutta, in calo i dolci

- ANSA.it
- Terra&Gusto
- In breve
-

Emerge da progetto ViviSmart su dieta mediterranea

- Stampa
- Scrivi alla redazione

Redazione ANSA ROMA

*04 novembre 2020*16:18

Ottieni il codice embed

Aumentato i bambini che mangiano frutta più volte al giorno (+6%) e quelli con conoscenza di quali alimenti è corretto mangiare (+15%). Diminuiscono i bambini che mangiano dolci (-7%) e quelli che lo fanno più volte al giorno (-6%). E' quanto emerge con la seconda edizione del progetto **ViviSmart** di aBCD, alleanza che vede unite Barilla, Coop Italia, **Danone,** Fondazione Barilla Center for Food & Nutrition, Associazione Nazionale Cooperative di Consumatori-Coop e Fondazione Istituto **Danone.** Il progetto, nato con l'obiettivo di riavvicinare la popolazione italiana alle buone abitudini della dieta mediterranea attraverso una serie di iniziative di edutainment, ha coinvolto, nelle due edizioni, contemporaneamente 4 città (Milano, Parma, Genova, Bari), 17 scuole, 106 classi, 120 insegnanti, 2.275 bambini e famiglie, 17 punti vendita Coop, nell'arco di un tempo compreso tra settembre 2017 e maggio 2019, per un totale di 29.575 ore di attività fatte dai bambini. Con i risultati risulta inoltre un trend di consumo positivo per la verdura (+6,5%) e aumentano (+10%) i bambini con conoscenza di quali alimenti è meglio non mangiare (snack, patatine, dolciumi, troppa carne). E' di un +12% l'incremento di bambini consapevoli dell'importanza di consumare 5 pasti al giorno (da 39% a 51%). Ad analizzare l'impatto del progetto, attraverso una metodologia che prevede l'utilizzo di un disegno sperimentale e un questionario somministrato ai bambini partecipanti, ai genitori e agli insegnanti, sono stati i ricercatori dell'Università Lumsa insieme a quelli dell'Università degli Studi di Napoli Parthenope e Università Roma Tre.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA