

SPECIALE ALIMENTAZIONE

Obesità Fei e Abbott unite per combattere una piaga sociale: il 32,8% dei bambini tra gli 8 e i 9 anni è in sovrappeso

Il segreto di una vita migliore è nel cibo giusto

Hungry Kids è il videogioco che insegna ai più piccoli a mangiare prendendoci gusto

Veronica Meddi

Sono preoccupanti i numeri che testimoniano sempre più una crescita di obesità e sovrappeso in Italia. Ma ciò che lascia più sconcertati è il fatto che le vittime di quella che si può definire la mala educazione alimentare siano proprio i bambini e gli adolescenti. Queste patologie sono il risultato di diverse cause che interagiscono fra loro, come una scorretta o eccessiva alimentazione coadiuvata da una ridotta attività fisica, per non considerare poi i fattori di tipo genetico e familiare. E, ormai troppo spesso, i problemi di iperalimentazione vengono diagnosticati quando il bambino è in sovrappeso, se non addirittura affetto da obesità. Ma se un problema c'è, e c'è, occorre a tutti i costi e in ogni modo trovare una soluzione. La Fondazione Italiana per l'Educazione Alimentare, Food Education Italy (FEI), di

cui è vicepresidente la prof.ssa Evelina Flachi, specialista in scienze dell'alimentazione, è uno degli strumenti nuovi e partecipativi al servizio della Scuola, della Famiglia e del Territorio. La missione della Fondazione è, appunto, valorizzare le potenzialità e i contributi dei diversi soggetti impegnati sul tema comune dell'educazione alimentare, cominciando dalla scuola. Il 1 aprile 2014 si è deciso finalmente di far sorridere una forchetta. Una forchetta, sì, necessaria per un bel piatto cucinato e non certo per un panino veloce e ormai sin troppo comodo e altrettanto pericoloso. È nato il portale per l'educazione alimentare, «Nutrizione: prendiamoci gusto!» per affrontare l'attualità: 32,8% dei bambini tra 8 e 9 anni, il 20,9% di quelli fra 10 e 15 e il 41,9% degli adulti in sovrappeso o addirittura obesi. Fei e Abbott si sono unite per progettare e presentare un innovativo strumento didattico per i ragazzi dagli 11 ai 14 anni. L'obiettivo è chiaro: promuovere la cultura della sana nutrizione al fine di aiutare a fare scelte consapevoli per crescere e mantenersi in salute. Salute è la parola magica, e per questo occorre im-



parare a volersi bene, mangiando in modo salutare e corretto, che non è certo sinonimo di noioso o imposto, come molti giovanotti pensano. La qualità del gusto è in idiosincrasia con le mode d'oltreoceano, e allora come farglielo capire? Ecco che spunta un videogioco, «Hungry Kids» per riuscire a stimolare ed educare gli adolescenti. E chi lo ha detto che imparare debba sempre passare per rigide e noiose imposizioni? Basta cambiare linguaggio, o meglio, basta adat-

Giocando s'impara

Un videogioco fatto a tappe che consente ai ragazzi di capire l'importanza degli alimenti e di un corretto stile di vita

tarsi al linguaggio del pubblico a cui ci si rivolge, i nostri ragazzi, appunto. «Abbiamo avuto l'idea di "Hungry Kids" - spiega Stefano Zangara, direttore risorse umane Abbott in Italia - sviluppato con FEI e N3 per offrire un programma innovativo e stimolante per educare gli adolescenti non soltanto alla cultura della corretta nutrizione». Giocando, i ragazzi potranno divertirsi e sfidarsi in competizioni «all'ultimo morso», imparando nello stesso tempo a dosare in modo cor-

retto carboidrati, proteine, glucidi con un'attenzione all'esercizio fisico e a una sana attività sportiva.

Salute, benessere, cultura, sono state le parole chiave dell'incontro di presentazione di Hungry Kids nel Parco Naturale Pantanello dell'Oasi di Ninfa. Durante l'evento «Viver Sano Quotidiano: Alimentazione corretta ed Eccellenze locali» organizzato da Abbott Italia con il patrocinio di Unindustria Latina, Luigi Ambrosini, g.m. e managing director di Abbott Diagnostic, ha ribadito la necessità di sensibilizzare la cultura della nutrizione tra i giovani mentre l'assessore all'agricoltura della Regione Lazio, Sonia Ricci ha sottolineato le importanti potenzialità della Provincia, in quanto territorio a vocazione agricola denso di eccellenze e aziende di fama internazionale ma con un limite: «non riusciamo a fare sistema per esportare e valorizzare la genuinità delle nostre produzioni. Dobbiamo riuscire a capitalizzare l'idea di un'alimentazione sana, equilibrata e di qualità». Ma nel territorio pontino la sinergia tra il comparto farmaceuti-

co e il settore agroalimentare si è tradotto nel progetto "Agri & Pharma Food" di Unindustria Latina e come ha detto il presidente Fabio Miraglia, «l'idea che stiamo perseguendo a livello locale è un connubio tra imprese che condividono con convinzione il concetto di healthcare, ispirando a tale principio il proprio know how, per portare avanti in sintonia studi e analisi da condurre sulle nostre produzioni alimentari per renderle più commercializzabili nel mercato estero in nome del rinomato Made in Italy». Hungry Kids quindi diventa un gioco-percorso i cui moduli interconnessi l'uno all'altro, esplorabili secondo una libera scelta, aiutano a crescere. E fin da piccoli si potrà capire che trovare il tempo di sedersi a tavola tutti insieme in famiglia, afferrare una forchetta per infilzare cibi solidi e portarli alla bocca, altro non è che amore. Soprattutto per la propria salute.

Obiettivo salute

Conoscere ed usare

i prodotti del territorio

in nome del Made in Italy

L'evento all'Oasi di Ninfa

«Viver Sano Quotidiano:

Alimentazione corretta

ed Eccellenze locali»

ASSP ASSOCIAZIONE PIROTECNICA ITALIANA

ASSOCIAZIONE NAZIONALE FIRELLI PIROTECNICI

Caput Lucis

FESTIVAL di Arte PIROMUSICALE

fuoco, colore e musica, in una sfida sensazionale

8-9-10 AGOSTO
RAINBOW MAGICLAND

Il parco divertimenti di Roma

PREZZO SPECIALE DALLE ORE 18:00
BAMBINI GRATIS FINO A 10 ANNI €10

PREVENDITA: ticketone.it WWW.MAGICLAND.IT

INFO: WWW.CAPUTLUCIS.IT - 06 95318700

GUARDA CAPUT LUCIS SU teleuniverso

PAOLUCCI

amaro Ciociaro

Amaro Ciociaro originale

PAOLUCCI LIQUORI

PAOLUCCI Liquori