

---

## **Sicurezza alimentare: Efsa e ministero Salute, al via la seconda edizione della campagna di comunicazione #EUChooseSafeFood**

In occasione della Giornata mondiale della sicurezza alimentare, l'Efsa-European Food Safety Authority, in collaborazione con il ministero della Salute, lancia la seconda edizione della campagna di comunicazione #EUChooseSafeFood con l'obiettivo di dare risposte alle domande che i consumatori si pongono nella quotidianità in tema di alimentazione. Per esempio, qual è la differenza tra "da consumarsi entro il" e "da consumarsi preferibilmente entro il" sulle etichette degli alimenti? Ci sono regole di igiene alimentare nell'ambiente domestico che dovremmo rispettare per tenere al sicuro i cibi? Dobbiamo preoccuparci degli additivi negli alimenti? Dare risposte certe a domande di questo tipo è l'obiettivo della campagna #EUChooseSafeFood, rivolta a tutti i cittadini europei. Dopo il successo della prima edizione 2021 – vincitrice del neonato premio italiano delle Relazioni pubbliche "The PRize", organizzato da Una – Aziende della Comunicazione unite, nella categoria Pubblica Amministrazione – Efsa lancia una seconda campagna, con lo scopo di offrire al consumatore informazioni e raccomandazioni pratiche, sulla base delle evidenze scientifiche, da utilizzare nel momento sia dell'acquisto sia del consumo del cibo. L'obiettivo della campagna #EUChooseSafeFood è, dunque, quello di incoraggiare a compiere nel quotidiano scelte alimentari sicure e consapevoli, evidenziando il ruolo fondamentale della scienza e le direttive formulate dagli esperti dell'Efsa, grazie a cui il cibo sulle nostre tavole è garantito. L'importanza della sicurezza alimentare è stata evidenziata da diversi casi di cronaca nazionale e internazionale, recenti. L'edizione 2022 amplia la gamma di argomenti approfonditi, che per quanto concerne la campagna in Italia riguardano: benessere degli animali, food packaging (Moca) e integratori alimentari. La campagna, che prende il via oggi – Giornata mondiale della sicurezza alimentare – e durerà fino a ottobre, si rivolge in particolare alla popolazione tra i 25 e i 45 anni, alle donne e ai giovani genitori, utilizzando un linguaggio semplice, intuitivo e accattivante. Hub della comunicazione è il sito web disponibile nelle varie lingue, da cui è possibile scaricare il toolkit #EUChooseSafeFood che include immagini, brevi video e contenuti per post sui social media, ideati per un ampio coinvolgimento anche di associazioni e stakeholder del settore. Le attività previste per la promozione della campagna includono ufficio stampa, media partnership offline e online, influencer marketing, relazioni pubbliche e partecipazione a eventi. Info: [it.euchoosesafefood.eu](http://it.euchoosesafefood.eu).

Gigliola Alfaro