

CONCORSO SOCIALLY CORRECT 2026

CORRETTA ALIMENTAZIONE E ATTIVITÀ FISICA: DUE ALLEATE PER UNA VITA SANA

Progetto di comunicazione e promozione della sana alimentazione e dell'attività fisica, rivolto ai giovanissimi, per ridurre il rischio di sovrappeso e obesità.

Promosso dalla Direzione Generale dei Corretti Stili di Vita e dei Rapporti con l'Ecosistema.

BRIEF per le Scuole di Comunicazione.

L'Associazione "Paolo Ettore – Socially Correct" nasce nel 2008 per testimoniare la dedizione di Paolo Ettore nei confronti della comunicazione sociale, con l'obiettivo di realizzare progetti che aumentino la responsabilità sociale attraverso la pubblicità e gli eventi.

Il concorso Socially Correct dà l'opportunità a studenti di arte e comunicazione di partecipare come coppie creative misurando il proprio talento con la creazione di campagne su tematiche sociali importanti e spesso difficili. Quest'anno, per la 18ª edizione del concorso, il tema è corretti stili di vita.

1. LA DIREZIONE GENERALE DEI CORRETTI STILI DI VITA E DEI RAPPORTI CON L'ECOSISTEMA: MISSION.

La Direzione Generale dei corretti stili di vita e dei rapporti con l'ecosistema, parte del Ministero della Salute, ha la mission di **promuovere stili di vita sani** (alimentazione, attività fisica, prevenzione) e **tutelare la salute umana in relazione all'ambiente** (ecosistema, aria, acqua, luogo di lavoro). Lavora con un approccio "One Health", integrando salute umana, animale e ambientale, anche tramite il Comando Carabinieri per la tutela della salute. Specificamente:

- individuazione, definizione, valutazione, **informazione e promozione di corretti stili di vita, con particolare riferimento all'attività fisica**, al fumo, all'alcol, al doping, **al sovrappeso e all'obesità**, all'allattamento, alla nutrizione e all'invecchiamento attivo, tenuto conto della interazione con l'ecosistema, anche raccordandosi con la Direzione generale della comunicazione
- **promozione della salute**, con particolare riguardo alle fasce di popolazione vulnerabili (anziani, settore materno infantile, età evolutiva, migranti, persone affette da patologie croniche e di rilievo sociale, disabili, persone non autosufficienti, persone con problemi di salute mentale).

Questo progetto si rivolge specificamente ad una fascia di età vulnerabile e strategica per il futuro del nostro Paese: gli adolescenti. I dati e le tendenze sociali dimostrano che una larga fascia di 'ragazzi e ragazze' non segue un corretto stile di vita in termini di alimentazione e attività fisica.



**SOCIALLY
CORRECT**

ANALISI SCENARIO

KEY FACTS:

L'evoluzione degli stili alimentari e della forma fisica, dal 1900 a oggi, riflette il passaggio da una società di sussistenza (agricoltura, caccia, coltivazione, pastorizia) a una caratterizzata dall'abbondanza industriale e, infine oggi, dalla consapevolezza salutistica.

- Verso la fine degli **anni '70 inizi anni '80, va scomparendo il pasto come rito familiare** (in cui gli adolescenti seguivano la dieta degli adulti, basata su prodotti locali e stagionali e il consumo di grassi e zuccheri era limitato alla disponibilità agricola). Con 'il miracolo economico' più di 2 milioni di persone hanno lasciato il Mezzogiorno per recarsi verso le città industriali del Nord.
- Anni **'80/'90** con le donne sempre più impegnate nel mondo del lavoro, i giovani iniziano a consumare pasti più rapidi e fuori casa. Nasce in Italia il fenomeno dei "paninari", simbolo anche di uno stile alimentare influenzato dai modelli americani (**fast food**/cibo veloce: panini hamburger, cheeseburger e patatine fritte) anziché panini imbottiti con ingredienti tipici italiani come prosciutto, mozzarella, tonno e salse, diversi dai classici hamburger americani.
- A partire dalla fine degli anni '90 ad oggi si assiste a fenomeni quali: la Globalizzazione (crescita dell'integrazione economica, sociale e culturale tra le diverse aree del mondo) l'esplosione del web, il lancio dei primi smart-phone, la nascita dei social media con una conseguente omologazione degli stili di vita e – dal punto di vista dell'alimentazione – si assiste al fenomeno del **Digital Food**. Gli adolescenti odierni vivono il cibo in modo mediato:

1. **Accessibilità estrema:** L'uso di app per il food delivery ha reso disponibile qualsiasi alimento in ogni momento. <https://www.youtube.com/watch?v=yUf4R4ZAwfs>
2. **Frammentazione dei pasti:** Si registra una tendenza a saltare la colazione e a sostituire i pasti principali con snack veloci.
3. **Influenza della Comunicazione:** i c.d. 'cibi spazzatura' con contenuti dannosi, vengono presentati come cibi appetibili.

In conclusione, **negli adolescenti l'evoluzione degli stili alimentari** ha subito una **trasformazione radicale**: dal consumo di pasti domestici e frugali del primo '900 si è passati a **un'alimentazione dominata dalla velocità, dalla globalizzazione e dall'influenza dei social media**.

È sensibilmente cresciuta, però, la consapevolezza delle Istituzioni e degli educatori (genitori e sistema scolastico, medici ecc.) dell'importanza di prevenire e combattere stili di vita insani dei giovanissimi (dagli 8/9 anni alla maggiore età).

KEY NUMBERS:

<https://www.sportesalute.eu/studiedatidellosport/blog-studi-e-dati-dello-sport/indagine-hbsc-health-behaviour-in-school-aged-children-2022-i-dati-nazionali.html>



**SOCIALLY
CORRECT**

Alimentazione: I dati della sorveglianza HBSC Italia, per il target 11-17 anni, negli anni 2022-2024, evidenziano che:

- **Il sovrappeso interessa il 13%-21%** degli **adolescenti**, mentre il 3-5% degli adolescenti ha già la diagnosi di **obesità**.
- **I maschi di tutte le fasce d'età** hanno prevalenza di **sovrappeso e di obesità maggiore rispetto alle femmine**.
- Inoltre, si evidenzia che in Italia, **la prima colazione viene fatta solo da poco più della metà dei giovani tra gli 11 e i 17 anni (54,1%)** con una differenza di genere: le **femmine** di ogni fascia d'età **dichiarano** con maggior frequenza **di non consumarla "mai" rispetto ai coetanei maschi**.
- Il **consumo di frutta e verdura** a livello nazionale è molto basso: **solo il 32,7%** degli adolescenti mangia frutta almeno una volta al giorno tutti i giorni; il consumo di verdura è addirittura più basso: **solo il 27,8%** la mangia **quotidianamente**.
- **Le regioni del Sud Italia**, pur essendo la culla della Dieta Mediterranea, registrano le percentuali più alte di obesità, a causa di un progressivo abbandono dei prodotti freschi a favore di **cibi ultra-processati economici e di immediato consumo**.

Attività Fisica: I dati della sorveglianza HBSC Italia, per il target 11-17 anni, negli anni 2022-2024, mostrano che:

- **meno del 10% dei ragazzi pratica attività fisica ai livelli raccomandati dall'OMS** (almeno 60 minuti al giorno). Dai dati regionali si evidenzia che i maschi svolgono più attività fisica moderata-intensa rispetto alle femmine e questo comportamento si rileva in tutte le fasce di età indagate.
- **Sedentarietà:** Solo un bambino su dieci svolge attività fisica regolare. L'uso eccessivo di schermi (social e gaming) sostituisce il movimento e favorisce lo "snacking" inconsapevole.

2. IL PROBLEMA

Dai dati appena illustrati si evince la **necessità di sensibilizzare, coinvolgere e responsabilizzare** sia gli **adulti** (genitori, caregivers, insegnanti...) sia gli **adolescenti** nell'acquisire un sano stile di vita: **educazione alimentare + movimento/attività fisica**.

3. IL VISSUTO

I genitori/caregivers

Negli ultimi anni, la consapevolezza di genitori e insegnanti sull'importanza di una sana alimentazione e dell'attività fisica è indubbiamente cresciuta, ma i dati mostrano che questo aumento di attenzione non sempre si traduce in comportamenti corretti o in una percezione accurata della realtà.

Molti genitori "fanno" scelte insane non per cattiva volontà, ma per necessità:

- Il cibo ultra-processato costa molto meno ad esempio della frutta fresca e del pesce.
- Il poco tempo a disposizione spinge verso pasti pronti e veloci.



**SOCIALLY
CORRECT**

- Molte mamme con bambini in sovrappeso hanno una percezione alterata della realtà (tendono a considerare i loro figli 'normopesi')
- Anche per l'attività fisica sembra che non ci sia ancora la consapevolezza dell'importanza di una regolare attività quotidiana, non solo sport o palestra, ma anche abitudini quotidiane per gli spostamenti (es bicicletta, cammino, fare le scale anziché l'ascensore...). Spesso, sono gli stessi adulti/caregivers che limitano la libertà dei ragazzi nel muoversi a piedi o giocare all'aperto per timori di insicurezza nel mondo 'fuori casa'.

Gli Insegnanti

Il ruolo dell'insegnante, negli ultimi anni, è evoluto. Sembra, infatti, che negli istituti scolastici italiani siano stati fatti dei cambiamenti significativi:

- nella scuola primaria, dal 2021 è stata introdotta la figura del docente specializzato in educazione motoria,
- sono previste brevi sessioni di movimento (5-10 minuti) tra una lezione e l'altra per spezzare la sedentarietà prolungata.
- evoluzione del servizio mensa (enfasi su un'alimentazione più sana e la scoperta dei nuovi sapori).

4. LA COMUNICAZIONE. Breve overview di cosa è stato detto e fatto.

- **"Let's Move!"**: Il celebre slogan della campagna di Michelle Obama contro l'obesità infantile, diventato un mantra internazionale. <https://www.youtube.com/watch?v=2oBeuSCfGeg>
- **The power of choice** <https://www.youtube.com/watch?v=2uZhpRvvVM4>
- **World Health Organization: Let's be active for health for all** <https://www.youtube.com/watch?v=uZX14W4rVCU>
- **"La salute è la partita più importante"**: Messaggio che unisce sport e prevenzione (screening).
- **"Ogni passo conta"**: Claim dell'OMS per incentivare anche le piccole attività quotidiane (scale, camminate).
- **Coltiva la salute del tuo cervello con uno stile di vita sano. Pubblicità e Progresso 2026** https://www.youtube.com/watch?v=_MdP0AMGb4o

5. IL PROGETTO

Sviluppare una campagna di comunicazione integrata/ 'all media' in grado di:

- arrivare prima al cuore e poi alla mente dei giovanissimi, sensibilizzandoli e stimolandoli in modo 'sereno' (senza angosce e sensi di colpa) ad imparare nuovi stili di vita.

- scuotere gli adulti/educatori invitandoli a collaborare per trasferire ai giovanissimi l'importanza dell'alimentazione sana e dell'attività fisica. Sono loro che costituiscono i modelli comportamentali, giorno dopo giorno.

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE CAMPAGNA

POSIZIONAMENTO: LA SALUTE DELL'ADULTO SI COSTRUISCE DALL'INFANZIA.

Siamo noi adulti a doverci occupare e preoccupare dei nostri ragazzi insegnandogli ogni giorno i corretti stili alimentari e la pratica di una sana attività fisica. Convincendoli che è l'unica strada per una vita sana e appagante. E in più dobbiamo imparare a osservare, ascoltare e riconoscere ogni segnale di disagio alimentare.

TARGET - Premessa

E' essenziale intervenire sulle abitudini del bambino - l'adulto di domani - e sui suoi contesti di riferimento (famiglia, scuola, allenatori, gruppi di pari, ecc.). I contesti di vita, infatti, svolgono un ruolo importante nell'influenzare reciprocamente lo stile di vita: una buona educazione a scelte alimentari e ad uno stile che contempli l'attività fisica, fin dai primissimi anni di vita è un investimento di salute individuale e collettiva, e favorisce effetti positivi anche sulle funzioni cognitive e sociali. Solo in tale modo si possono ridurre sensibilmente fenomeni quali ad esempio sovrappeso e obesità.

I principali fattori di rischio che vanno considerati con attenzione sono quelli cui vanno incontro i giovani soprattutto nella fase adolescenziale. Questo, infatti, è il periodo in cui avviene il massimo sviluppo bio-psico-sociale, e in cui l'adolescente è psichicamente e continuamente in bilico tra la convinzione di avere il diritto di fare esperienza e la possibilità di esporsi a condotte a rischio che, su di essi, hanno un effetto più attrattivo che deterrente. Da ciò l'importanza che gli adulti (genitori, insegnanti, ecc.) prestino attenzione a trasmettere messaggi utili per orientarli a condurre un sano stile di vita, poiché, in questa fase, si possono acquisire e adottare comportamenti a rischio quali il consumo di alimenti non salubri, sedentarietà e associata spesso ad un utilizzo eccessivo degli smartphone.

TARGET PRIMARI

1. **Ragazzini 7/12 anni e i loro** Genitori *in primis* e familiari, Insegnanti, Coetanei, Allenatori.
2. **Ragazzi 13/16 anni e i loro** Amici 'del cuore', Genitori e familiari, Educatori, Allenatori, Influencer e Creator Digitali

OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE

- **Coinvolgere attivamente gli 'educatori' per interromper il trend in crescita dei dati sul sovrappeso e parallelamente dell'obesità nella popolazione generale e in particolare degli adolescenti.**



**SOCIALLY
CORRECT**

- **Informare e convincere** adulti, **bambini** e adolescenti sui benefici in termini di salute e di benessere psico-fisico che si possono acquisire adottando un sano stile di vita (alimentazione che segue i principi della dieta mediterranea) e attività fisica, soprattutto orientata a sport di gruppo, al fine di favorire anche la socializzazione, versus l'uso compulsivo degli screen, smart phone ... con scrolling ossessivo).
- **Stimolare l'interesse dei giovani** verso iniziative sane di socializzazione, sportive e non (es. aperitivi analcolici, healthy-food, smoke-free, phone-free fino al JOMO (Joy of missing out, ovvero la gioia di perdersi ciò che accade online per godersi il "qui e ora").
- Promuovere **iniziative che non incrementino le disuguaglianze sociali** a causa delle diverse opportunità alle quali gli adolescenti e le famiglie possono accedere (NB il cibo sano non necessariamente è più costoso, ma richiede tempo e dedizione).

CHALLENGE

Invertire l'attuale tendenza...Sei pronto a cambiare il tuo stile di vita?

ISSUES

- **La disponibilità immediata di cibo 'spazzatura':** comodità, assuefazione per livelli di sale e zuccheri che alterano i bisogni fisiologici
- **Iperconnessione:** gli adolescenti hanno imparato a sentirsi attivi senza muoversi ed è diventata il prezzo dell'inclusione.

WAYS IN

Come passare dall'Intelligenza Artificiale all'Intelligenza Alimentare.

Dalla poltrona...al parco con gli amici.

TONE OF VOICE

Autorevole ed empatico

MEZZI/ATTIVITÀ: Campagna omnicanale

Campagna integrata off e on line: TV/stampa/OOH, materiale e iniziative promozionali (es ideazione di eventi territoriali per target specifici) / BTL, digital, social media, radio podcast, guerrilla.

Valutare attività ad hoc per aree territoriali (nord, centro, sud e isole).

LOGO



Ministero della Salute

Associazione Paolo Ettore – Socially Correct
Via dei Fienaroli, 8 – 00153 Roma – Tel. 0039 335 305231 – C.F. 97515310585
info@sociallycorrect.it – www.sociallycorrect.it

APPROFONDIMENTO TEMA

Informazioni quali/quantitative

Fonte: <https://www.senato.it/service/PDF/PDFServer/DF/442391.pdf>

I disturbi dell'alimentazione in età infantile e adolescenziale. Ai sensi dell'articolo 24 della Convenzione ONU sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, «Gli Stati parte riconoscono il diritto del minore di godere del miglior stato di salute possibile», dove il concetto di salute è inteso, così come declinato dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), non soltanto come assenza di malattia, ma come benessere complessivo del bambino, da leggere in combinato disposto con l'articolo 27, ove è sancito il diritto di ogni fanciullo a godere di un livello di vita sufficiente per consentire il suo sviluppo fisico, mentale, spirituale, morale e sociale. I disturbi del comportamento alimentare assumono particolare rilievo nell'ambito della salute pubblica. L'OMS ha modificato di recente la descrizione dei disturbi connessi all'alimentazione, raggruppando sotto il nome di malnutrizione sia i disturbi del comportamento alimentare – che sono a impronta psicologica o psichiatrica più frequenti nel genere femminile – sia i disturbi collegati a un eccesso di introito calorico, come il sovrappeso e l'obesità e i quadri di denutrizione (2).

... Non tutte le persone affette da obesità hanno disturbi alimentari e non tutte le persone con disturbi alimentari si trovano in una condizione di obesità. Tuttavia, nei pazienti obesi è spesso riscontrata la presenza di uno o più di questi disturbi che, uniti ad altri fattori sociali e psicologici, che lo portano verso uno stato di profondo malessere fisico e psichico. Uno studio multinazionale dell'OMS ha riportato elevati tassi di obesità tra gli individui con bulimia nervosa o binge eating. Il bambino obeso o in sovrappeso può diventare vittima di bullismo, quindi a un disagio si aggiunge un altro disagio (3).

Dai dati acquisiti dalla Commissione, in Italia circa il 40% dei bambini e ragazzi risulta in sovrappeso o obeso, un dato che evidenzia l'urgenza di azioni concrete per contrastare il fenomeno. Il Piano nazionale della prevenzione (PNP) 2020-2025 del Ministero della Salute, di cui all'Intesa Stato-regioni del 6 agosto 2020, sottolinea che l'obesità incide profondamente sullo stato di salute poiché si accompagna ad importanti malattie croniche e considera l'obesità infantile, in particolare, come una delle più importanti sfide per le conseguenze che comporta, quali il rischio di diabete di tipo 2, l'asma, i problemi muscolo-scheletrici, futuri problemi cardiovascolari.

<https://www.iss.it/-/giornata-mondiale-contro-l-obesita%C3%A0-in-italia-sovrappeso-un-bambino-su-5-e-il-40-degli-adulti#:~:text=In%20Italia%20il%2019%25%20dei%20bambini%20e,salute'%20del%202023%2C%20s ono%20riportati%20nella%20scheda>

Pubblicato 03/03/2026 – Giornata mondiale contro l'obesità: in Italia sovrappeso un bambino su 5 e il 40% degli adulti

Associazione Paolo Ettore – Socially Correct
Via dei Fienaroli, 8 – 00153 Roma – Tel. 0039 335 305231 – C.F. 97515310585
info@sociallycorrect.it – www.sociallycorrect.it

In Italia il 19% dei bambini e delle bambine di 8-9 anni è in sovrappeso, mentre l'obesità vera e propria riguarda uno su dieci in questa fascia di età, e bambine e bambini con obesità grave sono il 2,6%. Questi dati, relativi all'indagine 'Okkio alla salute' del 2023, sono riportati nella scheda relativa all'obesità infantile del sito ISSalute appena aggiornata in vista della giornata mondiale contro l'obesità che si celebra il 4 di marzo.

L'indagine ha rilevato che quasi 2 bambini e bambine su 5 non fanno una colazione adeguata al mattino, mentre più della metà consuma una merenda abbondante a metà mattina, 1 su 4 beve quotidianamente bibite zuccherate/gassate e consuma frutta e verdura meno di una volta al giorno. Il 37% delle bambine e dei bambini assume i legumi meno di una volta a settimana e più della metà di loro mangia snack dolci più di 3 giorni a settimana. I dati sull'attività fisica evidenziano che un bambino su 5 non fa regolare esercizio, più del 70% non va a scuola a piedi o in bicicletta, e quasi la metà trascorre più di 2 ore al giorno davanti a schermi: TV, tablet o cellulare. L'obesità nei bambini è più diffusa tra le famiglie in condizione socioeconomica più svantaggiata e che vivono nelle regioni del Mezzogiorno. Riguardo alla percezione materna dello stato di salute dei propri figli, emerge che il 45% dei bambini in sovrappeso o obesi è percepito dalla madre come sotto o normopeso.

<https://sip.it/2025/04/04/la-salute-comincia-da-piccoli-dalla-sip-le-6-a-per-crescere-bene-e-vivere-meglio-e-piu-a-lungo/#:~:text=La%20salute%20comincia%20da%20piccoli,lungo%20%2D%20Societ%C3%A0%20Italiana%20di%20Pediatria>