

Campagna Efsa “Safe2eat”

Riparte la campagna dell'Efsa “Safe2Eat” allargata a 23 Paesi (erano 18 nel 2024) e finalizzata – spiega una nota dell'Agenzia – “a fornire ai consumatori informazioni chiare e basate sulla scienza che sta alla base della sicurezza alimentare, aiutandoli a fare scelte più consapevoli”.

La campagna ha coinvolto lo scorso anno 50 milioni di europei e, secondo un sondaggio dell'Ipsos, coloro che l'hanno seguita sono più inclini a tener conto della sicurezza durante l'acquisto di prodotti alimentari. I consumatori europei sarebbero dunque più informati sui rischi alimentari e su come prevenirli. L'Efsa sottolinea per la nuova iniziativa l'importanza di un'etichettatura alimentare “chiara” e di un migliore accesso alle informazioni che devono essere comprensibili e a misure delle diverse fasce di età e dei contesti culturali. L'obiettivo dichiarato da Efsa con “Safe2Eat” è di aiutare i consumatori a fare chiarezza. Un impegno in linea con la richiesta della Coldiretti di “fare luce” che l'Authority alimentare ha accolto in occasione della manifestazione promossa dall'Organizzazione agricola a Parma garantendo l'accessibilità pubblica delle informazioni relative ai prodotti notificati, agli studi richiesti e al processo di valutazione scientifica.