



Progetto “Il viaggio dei 100 anni”

1

Introduzione

Oltre mille hanno 105 anni e più. Al 1° gennaio 2021 i centenari residenti in Italia sono 17.177. L'83,4% è costituito da donne. È quanto rileva l'Istat nel report sui centenari in Italia che conta più di settemila persone oltre i 105 anni di età tra il 2009 e il 2021.

Recentemente si è cercato di indagare sul segreto dell'elisir di lunga vita in cinque zone del mondo definite “le zone blu della terra” o “hotspot della longevità”.

Sono i luoghi a più alta concentrazione di persone longeve, di cui viene studiato non solo il Dna ma anche quello che mangiano abitualmente. È stato Dan Buettner, esploratore, giornalista del New York Time e articolista di National Geographic, a studiare e rendere popolari le zone blu, poi al centro del suo best seller. Ne ha individuate cinque. Si trovano in Ogliastra (sub regione della Sardegna), nell'isola giapponese di Okinawa, nell'isola greca di Ikaria, nel Golfo di Nicoya in Costa Rica e nella cittadina di Loma Linda nella contea di San Bernardino, in California. La curiosità globale è una sola: come fanno a vivere così a lungo le persone in questi posti? E quanto pesa la loro alimentazione nell'essere longeve?

In estrema sintesi, emerge che i fattori in comune siano più legati allo stile di vita che alla genetica: l'alimentazione a km zero, la restrizione calorica di cui tanto si parla ultimamente nelle diete sul digiuno, il supporto familiare e il movimento fisico.

È stato un recente studio pubblicato sulla rivista scientifica *Circulation* a mostrare i dati raccolti in 18 anni ed evidenziando quale sia la dieta che garantisce una migliore salute e una maggiore longevità. Si tratta di una importante conferma, come mostrato anche dai super-anziani che vivono nelle cinque "zone blu". Legumi, frutta, cereali non zuccherati e verdure sono le caratteristiche in comune delle diete degli abitanti di questi territori. E al centro della loro dieta c'è l'uso di fagioli, ovviamente in quantità moderata anche per non provare l'intestino. Viva i legumi quindi, e in particolare sia in Giappone che nella contea Californiana, come pure in Sardegna, sull'isola Greca e nella località costaricana gli abitanti mangiano l'equivalente di una tazza di fagioli al



giorno. Sono nutrienti, hanno pochissimi zuccheri e grassi, sono ricchi di proteine vegetali e fibre e contengono polifenolo che ha proprietà antinfiammatorie, antidiabetiche e protettive per il cuore. Una dieta, va sottolineato, che si mantiene alla larga dal consumo di carni rosse, insaporitori e aromi industriali, zuccheri e grassi. Importante anche quanto si mangia: fare in modo che stomaco e intestino siano pieni all'80% della loro capacità, evitando le abbuffate.

Le indagini in corso mostrano anche che vi sono altri fattori che allungano la vita oltre al cibo. La scelta di una vita semplice, a stretto contatto con la natura, a privilegiare piccole comunità e con sufficiente tempo e spazio per curare la propria interiorità (con ricerca religiosa e spirituale), fare movimento fisico e comportarsi in modo solidale nei confronti del prossimo. Sembra un vecchio sensale, lontanissimo dalla competitività moderna e dall'iperesposizione social oggi in gran voga, ma i dati ne confermano l'attendibilità.

Le indagini che trovano spazio nelle riviste scientifiche e nelle indagini giornalistiche (tra cui si segnala “La dieta dei centenari”, inchiesta trasmessa il 30 settembre 2019 su RAI 3, di e con Sabrina Giannini, montaggio e edizione Igor Francescato e Rodolfo Orlandi) si domandano anche cosa troveranno i giovani di oggi quando avranno 50 anni. Nel 2050 un italiano su tre avrà più di 65 anni e la popolazione dei giovani italiani oggi è la più obesa d'Europa. Un peso economico insostenibile per il servizio sanitario se non si cambiano gli stili di vita già a partire da oggi. Perché si potrebbe arrivare alla terza età sani, ma gli esperti e la scienza, che suggeriscono i consigli giusti, spesso non vengono ascoltati. In Italia come nel resto del mondo.

Il progetto “Il viaggio dei 100 anni”, targato AiCS, si inserisce al crocevia di domande diverse ma tra loro fortemente interrelate: come rendere possibile che gli insegnamenti che ci derivano dagli ultracentenari costituiscano un patrimonio per forgiare un mondo sostenibile per le nuove generazioni? “Il viaggio dei 100 anni” rappresenta il viaggio che hanno compiuto coloro che oggi hanno 100 anni (simbolicamente), che è anche il viaggio che tutti vorrebbero compiere.

Chi non vorrebbe arrivare a 100 anni “in salute”?



Il progetto si rivolge ai Comuni Italiani come strumento di promozione territoriale del protagonismo attivo di due fasce della popolazione: gli anziani e i giovani, perché dal loro dialogo scaturiscano nuove consapevolezze sugli stili di vita che incidono sulla vita in salute per tutte le età. Il “Viaggio dei 100 anni” propone un percorso conoscitivo che interessa le scuole, le università, le famiglie e le residenze di cura e ospitalità degli anziani, che prosegue, poi, in un percorso di partecipazione di una comunità intera per far sì che ciò che è espressione sia tradotto in conoscenza per tutti, con il coinvolgimento attivo degli operatori della produzione agroalimentare, della ristorazione e dello sport di base del territorio interessato

Obiettivi e azioni progettuali

Il progetto intende porsi come occasione per trasferire la conoscenza dei centenari come patrimonio di valore per tutta una comunità, coinvolgendo i giovani e i principali attori della ristorazione e del mondo dello sport di base nei Comuni Italiani. “Il viaggio dei 100 anni di AICS” intende attivare un processo partecipativo dove i centenari di un territorio siano considerati il punto di partenza per costruire un percorso di educazione non formale agli stili di vita salutari.

L’obiettivo generale del progetto è quello di trasferire la conoscenza dei centenari di un territorio alla cittadinanza, adottando un approccio di educazione non formale.

Gli obiettivi specifici del progetto sono:

- Generare un ingaggio degli anziani del territorio, attraverso l’attivazione delle famiglie, delle case di ospitalità e residenza di anziani e dei servizi dei Comuni;
- Promuovere il dialogo intergenerazionale tra i giovani del territorio e gli anziani, attraverso l’attivazione delle scuole e delle associazioni del territorio;
- Ingaggiare i ristoratori del territorio in una rielaborazione delle offerte enogastronomiche in chiave salutare;
- Promuovere la partecipazione delle associazioni e società dilettantistiche del territorio nel contribuire a migliorare l’offerta di movimento sportivo per tutti in rispondenza alle esigenze del territorio medesimo.
- Promuovere la visibilità a livello nazionale delle buone prassi create dal Comune Italiano aderente al progetto



Il progetto sviluppa le seguenti azioni, articolate in 2 fasi.

1° Fase – l'indagine sul territorio

Il progetto prevede l'utilizzo di uno strumento di indagine, che indaga gli stili di vita sia dal punto di vista dell'alimentazione che della vita attiva, con riferimento a diverse età anagrafiche (bambini, giovani, adulti e anziani). Il questionario del progetto non rappresenta solo lo strumento di indagine ma anche l'occasione di dialogo tra giovani e anziani, in quanto il questionario è somministrato direttamente dai giovani, al fine di attivare una interazione tra i due target del progetto, giovani e anziani.

2° Fase – Promozione territoriali

Con i risultati che emergono dall'analisi dei dati si crea un percorso di promozione del territorio attraverso la realizzazione delle seguenti azioni progettuali:

- ADESIONE AL VIAGGIO DEI 100 ANNI - Il Comune che ha aderito viene celebrato come il territorio dove passa il viaggio dei 100 anni, con il posizionamento di adeguata cartellonistica in prossimità dell'accesso principale al territorio comunale.
- LE RICETTE STORICHE DEL TERRITORIO - Attivazione di un gruppo di lavoro nel territorio comunale per identificare e comunicare le ricette storiche del territorio, coinvolgendo in primis gli anziani che hanno partecipato all'indagine e gli anziani del territorio, ma anche figli e nipoti che abbiano ricevuto in 'eredità' singole ricette o libriccini con più spunti.
- LE LINEE GUIDA PER LA VITA ATTIVA - Attivazione di un gruppo di lavoro di associazioni e società sportive locali con le quali sarà possibile definire una linea guida di indicazioni sulla vita attiva e una mappa di orientamento ai servizi del territorio locale.
- IL MENU' DEI 100 ANNI - Attivazione di un gruppo di lavoro nel territorio comunale per realizzare il menù dei 100 anni che a partire dalle ricette storiche



ingaggia i protagonisti della ristorazione locale per la realizzazione e la proposta del menù dei 100 anni, che si affianca, e non sostituisce, alle offerte dei ristoratori locali; il lavoro dei ristoratori è affiancato da un gruppo di esperti biologi-nutrizionisti; il menù dei 100 anni è corredato di indicazioni storiche e di promozione di stili di vita salutari, tra cui quelli alimentari e di movimento fisico¹.

- ADESIONE AL MENU' DEI 100 ANNI – i ristoratori che aderiscono al progetto esporranno all'interno della propria offerta eno-gastronomica anche il menù dei 100 anni; le associazioni e società sportive dilettantistiche territoriali che aderiscono al progetto esporranno e promuoveranno informazioni sul menù dei 100 anni e sulle attività che sul territorio possono rappresentare offerte sostenibili di movimento fisico costante e continuativo.
- IL PREMIO DEL CENTENARIO RISORSA DI COMUNITA': nei Comuni aderenti al compimento dei 100 anni è istituita una cerimonia per conferire un premio al centenario come risorsa per tutta la comunità.

3° Fase – promozione nazionale del progetto

Il progetto adotta tutti gli strumenti utili e canali per promuovere la visibilità dei Comuni che aderiscono all'iniziativa, costituendo l'Albo dei Comuni del Viaggio dei 100 anni.

La comunicazione del progetto è coordinata dall'ufficio stampa della Direzione Nazionale AiCS, prevedendo un raccordo costante del livello nazionale con i singoli territori per la promozione del progetto e la comunicazione dei suoi risultati.

¹ Il menù dei 100 anni prevede una serie di piatti limitati, locali e semplici – per ogni pietanza vi è una indicazione storica/salutare – es. se arrivi al dolce e vuoi ordinarlo ricorda che i centenari che abbiamo intervistato mangiavano il dolce x volte al mese; il menù prevede una premessa che indica come nasce questo menù, cioè come indicazione ricevuta dai centenari del territorio; al termine del menù verrà anche scritto che un binario è l'alimentazione e l'altro binario necessario è la vita attiva-salutare, presentando una mappatura delle offerte di movimento sportivo del territorio.



Il progetto presuppone dei media partenariati a livello locale, e dunque il coinvolgimento da 5 a 15 media partner locali (radiofonici, televisivi e quotidiani) che accompagneranno l'intero progetto nel suo svolgersi. A livello nazionale, il progetto sarà promosso con campagna media istituzionale – tramite inserzioni e comunicati stampa – attraverso testate generaliste e di settore.

Per riuscire a raggiungere un pubblico di riferimento ampio ma non generico, le iniziative saranno pensate su strategie multicanale, che permettano di differenziare al massimo messaggio, linea editoriale e tono di voce, calibrandoli sulla tipologia di audience. Gli strumenti di comunicazione online e offline saranno quindi mixati per avere un impatto omogeneo sul piano dell'immagine e strutturato dal punto di vista della linea editoriale. Il piano di comunicazione pubblica e diffusione dei risultati, nell'arco dei 15 mesi di progetto prevede, anzitutto:

- Predisposizione di una linea di comunicazione univoca con grafica dedicata, logo, layout web, claim.
- Ideazione e promozione di una Brochure di progetto coordinata con tutti i territori aderenti, personalizzata secondo l'applicazione territoriale (contatti realtà e referenti locali; iniziative e programma locale).
- Conferenze stampa iniziale e finale a livello nazionale.
- Eventi nazionali in raccordo agli eventi locali.
- Utilizzeremo i siti web e i canali social a livello nazionale e locale in maniera coordinata per potenziare la promozione del progetto e la comunicazione dei suoi risultati.