



SVDE ASDD

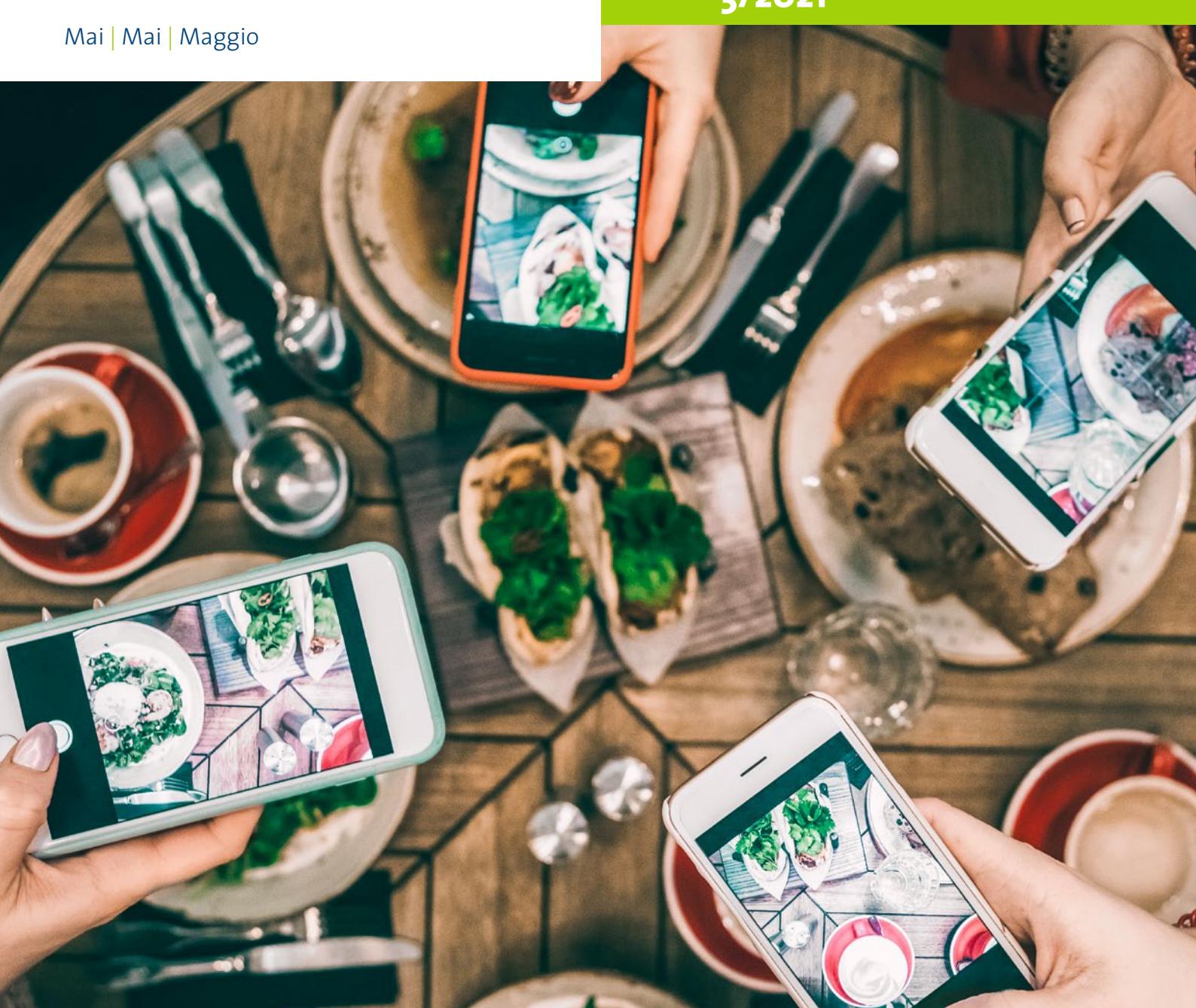
Schweizerischer Verband
der Ernährungsberater/innen
Association suisse
des diététicien-ne-s
Associazione Svizzera
delle-dei Dietiste-i

SVDE ASDD

Info

Mai | Mai | Maggio

3/2021



Social Media
Réseaux sociaux
Media sociali



GESCHMACK JETZT AUCH SPÜREN!

Der neue Weg zum Appetit für und mit onkologischen Patienten entwickelt:

Die einzigartigen Geschmacksinnovationen von Fortimel® Compact Protein*

Wärmender Ingwer • Kühlende Beeren • Neutral

KOSTENÜBERNAHME – durch Krankenkasse nach KVG gemäss GESKES Richtlinien

* Lebensmittel für besondere medizinische Zwecke (bilanzierte Diät). Zum Diätmanagement bei krankheitsbedingter Mangelernährung. Nur unter ärztlicher Aufsicht zu verwenden.



RESSENTIR MAINTENANT AUSSI LA SAVEUR !

La nouvelle voie vers l'appétit, développée pour et avec les patients oncologiques :

les innovations gustatives uniques de Fortimel® Compact Protein*

gingembre réchauffant • baies rafraîchissantes • neutre

REMBOURSABLE – par les caisses-maladies conformément à la LAMal, selon les directives de la SSNC

* Aliment destiné à des fins médicales particulières (diète équilibrée). Pour une gestion du régime alimentaire en cas de carence alimentaire liée à une maladie. À n'utiliser que sous surveillance médicale.



NutriDays

Kongress der Ernährung und Diätetik
Congrès de la nutrition et diététique

Schon reserviert?

NutriDays 2022

25. + 26. März 2022 in Bern

Die SVDE-Generalversammlung findet im

Rahmen der NutriDays am 26. März 2022 statt.

www.nutridays.ch

Déjà réservé?

NutriDays 2022

25 + 26 mars 2022 à Berne

L'assemblée générale de l'ASDD se tiendra

le 26 mars 2022 dans le cadre des NutriDays.

www.nutridays.ch

DEUTSCHSCHWEIZ

Editorial	2
Fachteil	4
Verbandsinfo	25
Aktuelles	34
Buchrezension	45
Fortbildung	47
Kursübersicht.....	48

SUISSE ROMANDE

Editorial	2
Rubrique professionnelle.....	9
Info de l'ASDD	28
Actualité.....	37
Formation continue	47
Vue d'ensemble des cours.....	48

SVIZZERA ITALIANA

Editoriale	2
Rubrica professionale.....	14
Info dell'ASDD	31
Attualità	40
Formazione continua	47
Panoramica dei corsi.....	48

Impressum

Offizielles Organ des SVDE / Organe officiel de l'ASDD /
Organo ufficiale dell'ASDD

Herausgeber / Editeurs responsables / Editore responsabile
SVDE ASDD
Schweizerischer Verband der Ernährungsberater/innen
Association suisse des diététicien-ne-s
Associazione Svizzera delle-di Dietiste-i
Altenbergrasse 29, Postfach 686, 3000 Bern 8
Tel. +41 (0)31 313 88 70
service@svde-asdd.ch, www.svde-asdd.ch

Redaktion / Rédaction / Redazione

SVDE ASDD, Stefanie Trösch,
Altenbergrasse 29, Postfach 686, 3000 Bern 8,
redaction@svde-asdd.ch

Stellenanzeiger + Inserate / Service d'emploi + Annonces / Offerte d'emploi + Annunci

SVDE ASDD, Sekretariat, Altenbergrasse 29, Postfach 686,
3000 Bern 8

Abonnement / Abonnement / Abbonamento

Fr. 72.– / J., für SVDE-Mitglieder kostenlos, Ausland Fr. 85.– / J.
Fr. 72.–/an, gratuit pour les membres ASDD,
Etranger Fr. 85.– / an.
Fr. 72.–/anno, gratis per i soci ASDD, Esterro Fr. 85.– / anno

Auflage / Tirage / Tiratura: 1600

Themen / Sujets / Temi

- 1/2021 Adipositas
- Obésité
- Obesità
- 2/2021 Hunger-Sättigung bei parenteraler Ernährung
- Sensation de faim ou de satiété
- en cas d'alimentation parentérale
- Fame-satietà nella nutrizione parenterale
- 3/2021 Social Media
- Réseaux sociaux
- Media sociali
- 4/2021 Fasten – Nutzen und Risiken
- der verschiedenen Fastarten
- Jeûne – avantages et risques
- des différents types de jeûne
- Digiruno – vantaggi e rischi dei vari tipi di digiuno
- 5/2021 Ernährungstherapie für Menschen
- mit Beeinträchtigung
- Thérapie nutritionnelle pour les personnes
- en situation de handicap
- Terapia nutrizionale per le persone con limitazioni
- 6/2021 Ernährung auf der IPS
- Nutrition aux soins intensifs
- Nutrizione in terapia intensiva

Druck / Impression / Stampa

Multicolor Print AG, Baar

Redaktions- und Inserateschluss / Délais des insertions
et de rédaction / Termine d'inserzione e di redazione:

4/2021: 9.6.2021

Tarifdokumentation / Documentation tarifaire /
Documentazione delle tariffe
www.svde-asdd.ch

Geschäftsstelle / Secrétariat / Secretariato

SVDE ASDD
Schweizerischer Verband der Ernährungsberater/innen
Association suisse des diététicien-ne-s
Associazione Svizzera delle-di Dietiste-i
Altenbergrasse 29, Postfach 686, 3000 Bern 8
Tel. +41 (0)31 313 88 70
service@svde-asdd.ch, www.svde-asdd.ch

Präsident / Président / Presidente

Adrian Rufener
adrian.rufener@svde-asdd.ch

Vizepräsidentin / Vice-présidente / Vice presidentessa
Barbara Richli
barbara.richli@svde-asdd.ch

Vorstand / Comité / Comitato direttivo

Berufspolitik / Politique professionnelle / Politica professionale:

Adrian Rufener
adrian.rufener@svde-asdd.ch

Kommunikation / Communication / Comunicazione & Sponsoring:

Barbara Richli
barbara.richli@svde-asdd.ch

Arbeitsstandards: Interprofessionalität / Standards de travail: Interprofessionalité / Standard lavorativi:

Interprofessionalità:

Lisa Caravatti
lisa.caravatti@svde-asdd.ch

Berufsmarketing / Marketing professionnel / Marketing professionale:

Dominique Rémy
dominique.remy@svde-asdd.ch

Bildungsstandards / Standards de formation / Standard formativi:

Larissa Bürki
larissa.buerki@svde-asdd.ch

Arbeitsstandards: Qualität / Standards de travail: Qualité / Standard lavorativi: Qualità:

Manuela Deiss
manuela.deiss@svde-asdd.ch

Titelbild / Photo de couverture / Illustrazione di copertina
shutterstock

ISSN 2504-1681

Schlüsselstitel: Info

(Schweizerischer Verband der Ernährungsberater/innen)

Mein Wohlfühl-Geheimnis



Bei Blähungen,
Verstopfung
oder Durchfall.

- ⊕ Neutraler Geschmack;
einfach in der Anwendung
- ⊕ Reguliert Ihre Darmflora,
indem es die guten
Bakterien nährt
- ⊕ 100% pflanzliche
Nahrungsfasern

Bestellen Sie ein
Gratismuster unter
optifibre.ch



OptiFibre®

Finden Sie Ihr natürliches
Wohlbefinden wieder



Stéphanie Bieler, BSc
Ernährungsberaterin SVDE
Mitglied der Redaktionskommission

Geschätzte Berufskolleginnen und -kollegen

Die Social Media sind im wahrsten Sinne des Wortes eine Welt für sich: Eine digitale «Realität», in der Personen vernetzt, Informationen verbreitet und Meinungen gebildet werden –, und dies weitgehend unkontrolliert und nicht steuerbar. Die Social Media sind eine Welt, mit der manche nichts am Hut haben; für andere sind sie für mehrere Stunden am Tag eine völlige Selbstverständlichkeit. Unbestritten haben sie jedoch Einfluss auf das Essverhalten und die Esskultur vieler Menschen. Die Ernährungspychologin Ronia Schiftan klärt im vorliegenden Heft Grundbegriffe, erläutert Phänomene im Zusammenhang mit Social Media und nennt Beispiele, wie wir die verschiedenen Netzwerke im Beratungsalltag nutzen können.

Genau das machen bereits Einzelne von uns: Neben anderen gehört das Ernährungszentrum Zürich zu jenen, die Social Media regelmässig einsetzen. Die Co-Geschäftsführerin Ruth Ellenberger stand uns für ein interessantes Interview freundlicherweise zur Verfügung.

Ausserdem finden Sie in diesem Heft den Rückblick auf die 79. Generalversammlung des SVDE mit Rahmenprogramm zum Thema «Digitalisierung in der Ernährungsberatung» vom 16. April 2021.

Allen Leserinnen und Lesern wünsche ich eine spannende Lektüre und einen wunderbaren Start in den Frühling.

Chère collègue et cher collègue

Les réseaux sociaux sont un monde en lui-même au sens littéral du terme: une «réalité» numérique, où les personnes se mettent en relation, diffusent des informations et où des opinions se forment, et cela de façon dans une large mesure non contrôlée et non contrôlable. Les réseaux sociaux sont un monde avec lequel beaucoup de gens n'ont pas d'affinités, alors que pour d'autres, c'est une évidence d'y passer plusieurs heures chaque jour. Toutefois, ces réseaux ont indiscutablement une influence sur le comportement alimentaire et la culture culinaire d'un grand nombre de personnes. Dans ce numéro, la psychologue nutritionniste Ronia Schiftan clarifie quelques notions de base, explique des phénomènes se rapportant aux réseaux sociaux et cite des exemples relatifs à la manière dont nous pouvons exploiter les différents réseaux dans notre quotidien professionnel.

C'est exactement ce que font déjà certaines d'entre nous. Ainsi, l'Ernährungszentrum de Zurich fait partie de ceux et celles qui utilisent régulièrement les réseaux sociaux. La co-directrice Ruth Ellenberger a eu l'amabilité de nous accorder une interview intéressante.

Ce numéro vous propose en outre une retrospective de la 79^e assemblée générale de l'ASDD du 16 avril 2021 avec son programme-cadre sur le thème de «La numérisation dans le conseil diététique».

Je vous souhaite une bonne lecture. Profitez bien du printemps!

Stimate colleghi e stimati colleghi

Non è esagerato dire che i social media sono un mondo a sé, una «realità» digitale spesso difficile da gestire e controllare, in cui le persone si incontrano, vengono diffuse informazioni e nascono opinioni. Se da un lato c'è chi non vuole avere nulla a che fare con il mondo dei social media, dall'altro c'è invece chi è solito usarli per svariate ore al giorno come se fosse del tutto naturale. Una cosa è però chiara: i social media influiscono sulla cultura e sul comportamento alimentare di molte persone. In questo numero della nostra rivista, la psicologa dell'alimentazione Ronia Schiftan ci spiega alcuni termini di base, illustra i fenomeni più importanti relativi al rapporto tra alimentazione e social media e presenta alcuni esempi di come i diversi social network possano essere usati nella nostra attività di consulenza quotidiana.

Alcuni di noi lo fanno già, come ad esempio l'Ernährungszentrum di Zurigo, che ricorre regolarmente ai social media. La co-direttrice Ruth Ellenberger è stata gentilmente a nostra disposizione per un'interessante intervista.

In questo numero della rivista trovate inoltre una serie di informazioni e interventi relativi alla 79^a Assemblea generale dell'ASDD che ha avuto luogo il 16 aprile scorso con un programma concomitante di attività sul tema della digitalizzazione della consulenza alimentare.

Auguro a tutti un'interessante lettura e un fantastico inizio di primavera.

OMEGA-life®

Liquid Forte 3000

Unterstützt Herz und Gehirn



- extrastark und hochkonzentriert
- wohlschmeckend, mit natürlichem Zitronenaroma
- optimale Versorgung mit Omega-3 (EPA und DHA)
- nachhaltig produziert (FOS-Zertifizierung)
- erhältlich in Apotheken, Drogerien und Online

omega-life.ch

Der optimierte Teller – wo sich Social Media und Ernährung treffen



Ronia Schiftan
Psychologin MSc,
Ernährungspsychologin ZEP
Co-Inhaberin Externas GmbH
ronia.schiftan@externas.ch

Und? Ist dein Essen instagrammable? Mit einem Blick auf die verschiedenen Social-Media-Kanäle wird klar, was beschäftigt: essen, essen und nochmals essen.

Abwechslungsreich und farbenfroh reihen sich auf der Social Wall Buddha Bowls an glutenfreie Haferkekse, regenbogenfarbene Einhorntorten und aufwendig dekorierte Shakes in Einmachgläsern. Tagtäglich werden weltweit Tausende solcher Bilder geliked. Die Alltagsrealität spielt sich schon seit geraumer Zeit massgeblich auch digital ab, und somit erstaunt es nicht, dass sich zahlreiche Menschen gerade dort, sprich in ihrer vertrauten (Parallel-)Realität Informationen holen, sich mit neuen Bekanntschaften vernetzen und in Interaktion treten. Während die Coronazeit diese Tendenz nochmals verstärkt (1), sind die sozialen Medien zu einem wichtigen Spielfeld auch für Ernährungsthemen geworden. Schauen wir uns diese Entwicklung etwas genauer an: Was sind soziale Medien? Was haben sie mit dem Thema Essen zu tun und was bedeuten diese Entwicklungen für die Ernährungsberatung?

Im Folgenden werden Grundbegriffe geklärt und Phänomene aufgezeigt. Direkte Beispiele zeigen den Bezug zum Thema Ernährung auf, um damit schliesslich den Bogen in die Beratungspraxis zu spannen.

Was sind soziale Medien?

Vergleichen wir klassische Medien (TV, Zeitung, Radio) mit den sozialen Medien, ist der wichtigste Unterschied die Teilhabe der Nutzer/innen. Denn «Social Media sind eine Gruppe an internet-basierten

Anwendungen, die Nutzer/innen das Erstellen und Austauschen von User Generated Content erlaubt» (2). Nicht die Vermittlung via Internet, welche mittlerweile auch bei den klassischen Medien die Norm ist, sondern das Austauschen von User Generated Content ist massgeblich. User Generated, zu Deutsch «nutzererstellter Inhalt» bedeutet, dass jede Person, die sich bei der jeweiligen Plattform angemeldet hat, über die Möglichkeit verfügt, Inhalt nach ihrem Wunsch zu veröffentlichen. Dadurch entsteht eine Demokratisierung der Informationen, denn jede und jeder kann diese publizieren und konsumieren. Mittels «Likes» und «Share»-Funktionen bewerten die Mitnutzenden den publizierten Inhalt und geben in der Kommentarfunktion Feedback. Diese neue Art des Wissenstransfers löst das klassische Agenda-Setting der grossen Medienhäuser ab, die Masse bestimmt die Themen, und die Algorithmen tragen ihren Teil dazu bei. Die sozialen Medien leben also von persönlichen Erfahrungen und Meinungen. Damit kann zu jedem noch so detaillierten Themengebiet ein Inhalt und eine Austauschmöglichkeit gefunden werden.

Ein Blick in die Schweizer Nutzungszahlen (3) zeigt, dass auf den bekannten drei sozialen Netzwerken (Facebook, Youtube und Instagram) immer noch die meiste Zeit verbracht wird. Speziell Instagram ist stark am Wachsen und wird reger genutzt als in den

Vorjahren (3). Die Mehrheit der Schweizer Social-Media-User/innen nutzt die Anwendungen täglich (69%) (4). Während neuere Plattformen wie Snapchat und TikTok im Schweizer Durchschnitt eher hinterherhinken, sind diese Kanäle bei der jüngeren Generation (12- bis 19-Jährige) die Spatenreiter. Über 90 % der Schweizer Jugendlichen verfügen über einen Instagram- und Snapchat-Account. TikTok ist mit 74 % auf Aufholjagd und wird weiter an Bedeutung gewinnen (5). Alle Sozialen Medien, die aktuell hoch im Kurs sind, zeichnen sich mit einer hohen Bilderflut und einer je nach Anwendung spezifischen Darstellungsart aus. Auf Instagram werden meist stark bearbeitete und perfektionierte Bilder gezeigt. Verschiedene Bildoptimierungsfilter sind beim Hochladen eines Bildes Standard und werden rege eingesetzt. Bestimmte Posen führen zu einer möglichst idealisierten Körperdarstellung, wie beispielsweise das berühmte «Duckface», womit die Wangenknochen hervorgehoben, die Augen puppenartig gross und die Lippen vergrössert dargestellt werden.

Jüngere Menschen sind also auf anderen Kanälen anzutreffen als ältere. Wie lässt sich dies erklären? Was offline der Club und die Bar sind, ist online das jeweilige Netzwerk. So wie es undenkbar scheint, dass ein Teenager mit seinen Freunden in der Lieblingsbar der Mutter herumlungert, so undenkbar ist ein Account, auf dem die Eltern

Beispiel:

@elisaschaf ist eine junge Frau aus Deutschland, die durch einen bariatrischen Eingriff stark an Gewicht verloren hat. Auf ihrem Instagram-Account teilt sie mit ihren Follower/innen ihre Geschichte und zeigt ihre täglichen Herausforderungen mit dem Thema auf. In den Storys tauscht sie sich mit anderen Betroffenen aus und beantwortet Fragen. Regelmässig postet sie Einblicke in unterschiedliche Alltagssituationen, zeigt intime Bilder überschüssiger Haut und nimmt ihre Follower/innen sogar bis in den Operationssaal zu ihrer Bauchdeckenstraffung mit. Offen spricht sie über Schmerzen, veränderte Brüste und Anträge bei der Krankenkasse. Dafür dient ihr ein einfacher Instagram-Account und ein Smartphone.

jederzeit über die neusten Partyeskapaden der Teenagertochter informiert werden. Die Jugendzeit ist die Zeit der Identitätsfindung: «Wer bin ich?», «Was finde ich cool?», «Zu wem gehöre ich?» sind Fragen, die in der Jugendzeit vorherrschen. Sie stellen sich auch in Bezug auf das Essverhalten. Die Jugendlichen entwickeln eigene Weltanschauungen und Einstellungen. Geprägt durch ein Abgrenzungsbedürfnis, findet die Ablösung von den Eltern statt, und die Peers, also Freunde und Gleichgesinnte, gewinnen an Bedeutung (6). Die sozialen Medien sind das ideale Spielfeld für diese Phase und erlauben eine vielseitige Exploration an Möglichkeiten.

Das Soziale in den sozialen Netzwerken

Das soziale Netzwerk ist geprägt von der Beziehungsebene. User/innen interagieren untereinander, verbinden sich und kommunizieren. Durch Verbindungen (je nach Netzwerk mit einem «Follow» oder einem «Friendstatus») entsteht das digitale Netzwerk. Jede Person bildet in diesem Netzwerk einen Verbindungsknoten zu seinen zahlreichen Friends. Würden diese visuell analysiert werden, so würden einzelne Cluster erkennbar: Menschen, welche die gleiche Schule besucht haben, Bekannte, die aus dem gleichen Dorf stammen; oder auch Leute, die sich für denselben Ernährungstrend, etwa für vegane Ernährung, interessieren. Es ist das digitale Abbild der sozialen Kontakte und Interessengemeinschaften. Für den/die User/in bedeutet dieses Netzwerk die Erweiterung der sozialen Identität (7) «ich gehöre zu der Gruppe der Veganer/innen – ich bin Veganerin.»

Aus diesen Netzwerken formt sich eine spezifische Kultur des Umgangs: Was gehört sich, was ist normal, wie zeigt man sich, und was ist gerade in und was out. Sozialpsychologisch lässt sich dies als soziale Norm erklären, eine Art Richtschnur für akzeptable Verhaltensweisen, Werte und Überzeugungen (8). Jedes Setting unterliegt anderen Normen und Werten, so auch in den sozialen Medien. Um festzustellen, ob wir uns als User/innen normal verhalten, vergleichen wir uns mit anderen User/innen, bestenfalls Zugehörige

Beispiel:

@newt (22 Jahre) ist einer der erfolgreichsten Food-TikToker mit 6,8 Millionen Follower/innen. Er zeigt auf humorvolle Art und Weise kleine Rezeptclips. Mit der Kamera ganz nah am Schneidebrett und dem Topf integriert er die Follower/innen in den Kochprozess. Lächelnd erklärt @newt, wie eine französische Zwiebelsuppe zubereitet wird, und isst diese im Anschluss genüsslich vor der Kamera. Jeder Clip wird begleitet durch dominante Hintergrundmusik, rasch wechselnde Kameraeinstellungen und verspielte Einblendern. Ganz im TikTok-Stil sind die Clips 15 bis 60 Sekunden lang.

Beispiel:

Unter dem Hashtag Foodporn (geschrieben #foodporn) lassen sich auf Instagram 257 Millionen Beiträge finden (Stand April 2021). Das Phänomen ist schon seit vielen Jahren etabliert und hält sich immer noch als Kommunikationsform aktiv. Foodporn bedeutet, dass ich mein Essen fotografiere und es mit meinem sozialen Netzwerk teile. Der Hashtag kann unter jedes Bild gesetzt werden und funktioniert wie eine Art Link, der alle Bilder mit der gleichen Hashtagverwendung verbindet. Während es für die einen eine nervige Angelegenheit ist, dass ihr Gegenüber das Essen vor Beginn erst instagramtauglich herrichten muss, ist es für die anderen eine kulinarische Form des Austauschs. Ich zeige dir meinen Teller, zeigst du mir deinen? Ein intimer Einblick. Wie so viele Phänomene hat auch der Hashtag Foodporn seine positiven und eher fragwürdigeren Seiten. Selbstverständlich ist auch hier wieder das idealisierte und perfektionierte Bild dominant: Gut aussehen muss es. Dies kann schon mal mit viel Aufwand verbunden sein und sich zur sozialen Blockade entwickeln «warte, ich muss nur noch kurz mein Essen fotografieren». Gleichzeitig kann eine permanente Bildexposition von perfekten Darstellungen bei den anderen User/innen auch einen Druck, eine Diskrepanz zur eigenen erlebten Realität erzeugen. Ausserdem: Was geschieht, wenn wir den lieben Tag lang durch ansprechende Essensbilder scrollen? Richtig, wir bekommen Hunger. Speziell bei der Darstellung von hochkalorischen Menüs kann dies nachfolgend zu einer erhöhten Kalorienaufnahme führen (14).

unserer Peer-Gruppe. Während es auf LinkedIn sehr viele Fragezeichen auslösen würde, wenn ich mich in einem Bikini am Strand zeige oder meine Lieblingsbowl teile, so ist dies auf Instagram normal, üblich und sozial anerkannt. Durch den Vergleich entsteht also ebenfalls eine Form der Anpassung und Adaption vorherrschender Normen und Verhaltensweisen. Schon kleine Kinder kopieren das Verhalten ihrer Eltern durch das Prinzip des Modelllernens (9) Esskultur, Tischmaniere und sogar Vorlieben können bei den Eltern abgeschaut und kopiert werden. Auch Peers beeinflussen das Essverhalten, die Menge und die Art der Lebensmittelwahl (10, 11, 12, 13). Durch dieses Verständnis wird klar, welchen Einfluss die Stars und Sternchen der sozialen Medien, die Influencer/innen, auf das Verhalten der User/innen haben können.

Weiter entsteht wie bei jedem Bild, das in den sozialen Medien öffentlich gemacht wird, auch hier eine Form der intimen Selbstoffenbarung; man lässt das Netzwerk über seinen eigenen Teller urteilen. Menschen tendieren dazu, das Urteil, das andere über sie bilden, möglichst steuern und mitgestalten zu wollen. Dieses Phänomen nennt sich Impression Management, also das Steuern des Eindrucks (15). Die Selbstdarstellung in den sozialen Medien ist stark von diesem Faktor mitgeprägt. Was sollt ihr von mir denken, wenn ich eine super healthy, fancy Buddha Bowl poste?

Die Selbstdarstellung mittels Essen bietet aber auch gesundheitsförderliche Möglichkeiten, denn ich gebe mir Mühe, beschäftige mich mit dem Essen und vielleicht steigt auch die empfundene Wertschätzung mit

dem perfekten Bild. Das Auge isst also definitiv mit bei diesem Trend. Weiter entsteht durch das Fotografieren und Veröffentlichen ein positiver Rahmen um das Thema Essen. Fällt mir das Thema schwer, so kann das eine spannende Methode zur positiven Auseinandersetzung sein. Auch ist es interessant, sich mit seinem Freunde-Cluster über kulinarische Experimente auszutauschen diese Form der Kommunikation ist älter als die Kettenbriefe mit dem Sauerteigrezept von anno dazumal.

Digitale Kommunikation

Oft steht die Frage im Raum, weshalb die Kommunikation auf den sozialen Medien so rasch enthemmt ist, weshalb etwa diese Trolle so oft gehässige Kommentare platzieren. Was geschieht hier? Die computervermittelte Kommunikation, kurz CvK, bietet die Chance, jederzeit unabhängig von räumlicher Nähe, Gleichzeitigkeit oder kör-

Beispiel:

Die Casting-Sendung «Germany's next Topmodel» zeigt junge Frauen, die um die Anerkennung von Heidi Klum buhlen und die Ehrung zum jährlich ausgesuchten Topmodel gewinnen möchten. In jeder Staffel findet ein Presstraining statt. In dieser Sendung werden die jungen Mädchen von einem Medienspezialisten mit ihrer Social-Media-Aktivität konfrontiert. Während auf dem Bildschirm hinter ihnen die öffentlich zugänglichen Profilinhalte ihrer Social-Media-Accounts gezeigt werden, werden ihnen unangenehme Fragen gestellt: «Weshalb zeigst du dich so aufreibend?», «Bist du dir bewusst, was du mit diesen Bildern aussagst?» sind noch die zurückhaltenderen Fragen. Regelmässig gibt es Tränen, denn oft bereuen die Titelanwärterinnen ihr Posting-Verhalten. Diese Konfrontation (vergessen wir mal, zu welch sensationslustigem Hintergedanken sie unternommen wird), veranschaulicht das Phänomen der verminderten Wahrnehmung der Reichweite und die erhöhte Selbstoffenbarung gut. Denn erst mit der Frage nach den bereits öffentlich verfügbaren Inhalten entsteht die Konfrontation mit der realen Welt und deren Normen.

perlicher Anwesenheit gemeinsam zu kommunizieren. So schön diese technische Errungenschaft ist, so viele Schwierigkeiten birgt sie gleichzeitig. Durch die verminderten Hinweisreize meines Gegen-

übers (fehlende Mimik, feinstoffliche Wahrnehmung, Gesamtblick) vermindert sich die Wahrnehmung der Person selbst (16). Mein Gegenüber ist also weniger präsent. Durch die mangelnde Präsenz der Zu-



Für Genuss und Wohlbefinden.

Vertragen Sie selbst oder jemand in Ihrem Umfeld gewisse Lebensmittel nicht? Seit über zehn Jahren engagiert sich Coop mit Free From dafür, dass Sie unkompliziert einkaufen und unbeschwert geniessen können.

Dies unter anderem mit mehr als 500 Produkten, die sich für Menschen mit einer Unverträglichkeit eignen.

Mehr erfahren: coop.ch/freefrom

free
from

coop

Für mich und dich.

hörenden, Mitlesenden und Mitschauenden vermindert sich die Hemmschwelle, es kommt zu einer Form der Deindividualisierung, und wir versinken in einer anonymen Masse an Kommentaren und Bildern. Dies kann dazu führen, dass User/innen von Social Media eher zu direkten oder gar verletzenden Kommentaren neigen oder mehr von sich preisgeben, als sie es beispielsweise vor einer versammelten Schulkasse tun würden (17). Spannenderweise entsteht durch die verminderte Wahrnehmung des Gegenübers, sprich der anderen User/innen im Netzwerk, auch eine Bereitschaft zur Selbstinszenierung. Würden wir uns mit Freunden zum Abendessen im Restaurant verabreden, so wäre es unwahrscheinlich, dass ich zuerst meine Bikinifotos von den letzten Strandferien zeigen würde. Dies entspricht nicht der sozialen Norm und scheint nicht angemessen. In den sozialen Medien passiert aber genau das. Selbstinszenierung mit allen Mitteln.

Beispiel:

@anihimsa ist eine erfolgreiche Content-Creatorin (95 500 Follower/innen auf Instagram) aus der Schweiz. Anina setzt sich für vegane Ernährung und einen nachhaltigen und bewussten Lebensstil ein. Immer wieder machte sie in ihren Posts auf eine zuckerlose und höchst gesundheitsbewusste Ernährung aufmerksam. Ein Wendepunkt erfolgte 2020, als sie sich mit einem Video an ihre Community wendete und offen und ehrlich über ihre Orthorexie und die Therapiefortschritte sprach. Im Zuge dieses Outings und der Sensibilisierungsarbeit im Bezug auf das Thema Orthorexie löschte sie ihre Posts, die in diese Richtung tendierten und einen rigiden Ernährungsstil propagierten. In der Zwischenzeit setzt sich Anina für einen entspannteren Umgang mit dem Thema Essen und Genuss ein. Sie ist das Beispiel einer Influencerin, die ihre Community an ihrer persönlichen Entwicklung teilhaben lässt und immer wieder den Druck in ihrem Berufsalltag als Bloggerin thematisiert.

Dieses Thema greift das Projekt «Responsible Health Blogging» (von Eva-Maria Endres und Ronia Schiftan, Fachstelle PEP) auf. Es richtet sich an Influencer/innen und deren Umgang mit Gesundheitsinformationen. Mittels einer Charta committen sich Blogger/innen zu einem verantwortungsbewussten Umgang mit Informationen, der User/innen-Blogger/innen-Beziehung und dem Umgang mit Produktwerbung. Mit Weiterbildungen zum wissenschaftlichen Umgang mit Quellen und anderen Themen sollen die Blogger/innen befähigt werden, bewusst und kritisch mit Informationsvermittlung umzugehen und bezüglich der Wirkung, die sie auf ihre Follower/innen haben, sensibilisiert werden. Eine Zertifizierung ist in Planung. Das Projekt steckt aktuell in der Pilotphase.

Wer sind die Akteur/innen?

Wer sich für ein spezifisches Thema interessiert, folgt den Menschen, die diese Themen vermitteln. In der Welt der Social Media werden User/innen mit einer besonders grossen Reichweite (Anzahl Follower/innen) Influencer/innen genannt. Influencer/innen sind, wie es das Wort bereits sagt, Beeinflussende. Influencer/innen, die nicht aufgrund ihres Berühmt-heitsstatus (reguläre Promis) an diese Reichweite an Follower/innen gekommen sind, haben eine bestimmte Art und Weise, Inhalte zu generieren, die auf Interesse gestossen sind. Gerne nennen sie sich auch Content Creators. Die beliebtesten dieser Stars stammen aus den Bereichen Fitness und Sport, Ernährung und Gesundheit sowie Mode und Make-up (18). Die Influencer/innen sind die Expert/innen; mit einer immensen Reichweite hüpfen ihre Botschaften über die Smartphone-Screens und werden verarbeitet. Welche Problematik hier entsteht, kann sich jede Fachperson lebhaft vorstellen.

Explizite Botschaften, wie erfahrungsgeleitete Ernährungsempfehlungen und selbst geschriebene Detox-Pläne, werden fein säuberlich begleitet von impliziten

Botschaften wie «sei perfekt, schön und erfolgreich». Damit entsteht eine Verschiebung der Fachexpertise, die Influencer/innen (meist aus dem Bereich Fitness) werden zu den Ernährungsbotschaftern. Vermittelt werden oft rigide Ernährungsansätze und Halbwahrheiten. Influencer/innen lassen dich als Follower/in an ihrem Tag teilhaben: Offen teilen sie ihr Essen, posten das Make-Up-Tutorial und zeigen ganz nebenebei das Produkt, das ihnen «ja so wahnsinnig mit der Problemhaut geholfen hat». Durch den intimen Einblick entsteht eine Form der Vertrauensebene. Damit wirken Botschaften eher authentisch, denn oft wird von der eigenen Erfahrung gesprochen. «Diese Ernährungsform hat mich richtig Muskeln aufbauen lassen.» 95 % der Schweizer Jugendlichen von 14 bis 19 Jahren folgen mindestens einem/ Influencer/in und finden diesen unterhaltsamer (54 %), inspirierender (50 %) und glauben, dass er oder sie andere Informationen bietet (49 %) als klassische Medien (19). Mit dieser Wirkungsebene kommt Influencer/innen eine grosse Verantwortung zu, und es macht sie zu wichtigen Akteur/innen in der Ernährungskommunikation.

Fazit

Der kurze Einblick in das Thema zeigt, wie komplex die Welt der sozialen Medien ist und welchen Einfluss diese auf die Ernährungskommunikation, unsere Esskultur und das individuelle Essverhalten haben können. So vielfältig die Form der Netzwerke ist, so vielfältig ist auch die Beziehung zum Thema Ernährung. Die Entwicklungen haben schöne, positive und gesundheitsförderliche Seiten und gleichzeitig auch Aspekte, die es zu beobachten gilt, die Handlung verlangen. Wie so viele Teile in unserem Leben, ist eine Einteilung in «gut» und «schlecht» zu simpel. Entscheidend ist die Ausgestaltung, und der Umgang damit soll gelernt sein. Denn Social Media gehört zu unserer Alltagsrealität, zur Realität der Klientinnen und Klienten und darf deshalb auch unbedingt Bestandteil der Beratung sein. Haben Sie sich mal getraut, eine junge Klientin zu fragen, welchen Influencer/innen sie auf Social Media folgt? Haben Sie sich diese Botschaften mal gemeinsam angesehen? Vielleicht gehört eine solche Frage in Zukunft bereits zur Anamnese, viele Informationen sind aus dieser Auseinan-

dersetzung zu ziehen. Die Ernährungsberatung hat aber noch ganz viele weitere Möglichkeiten, Social Media für sich einzusetzen (siehe Box). Seien Sie mutig, kreativ und aktuell!

Literaturverzeichnis siehe Seite 13

Einsatzmöglichkeiten von Social Media in der Ernährungsberatung:

Kommunikationskanal/Marketinginstrument

Social Media als Kanal, um über Ernährung, Produkte und Marken zu kommunizieren

Interventions-Tool

Social Media als Intervention zur Verhaltensänderung und Kompetenzerweiterung (Foodliteracy), Informationsvermittlung

Community

Social Media als Community-Plattform (Peer-Austausch, Betroffenengruppen, Begleitung) Besonders in geschlossenen kleinen Facebook-Gruppen kann ein wertvoller Austausch entstehen (20; 21)

Therapieergänzung/Methode

Social Media als Instrument in der Therapie (ergänzende Facebook-Gruppen, Fachpersonen-Klienten-Chat)

Forschungsmethode

Social Media als Erhebungsmethode, BigData-Quelle und Forschungsinstrument. Tasten Sie sich näher an die Zielgruppe; was beschäftigt Sie? Wo gibt es Herausforderungen? Vielleicht lohnt sich eine kurze Umfrage in der Facebook-Gruppe der Betroffenenorganisation?

Partizipations-Tool

Social Media als partizipative Methode von Public Health, bei politischen Fragen und Konsument/innenfeedbacks

Leistungsfähig und stark bleiben:



**SiderAL® Ferrum –
Nahrungsergänzungsmittel
mit sucrosomalem Eisen
und Vitaminen.**



Erhältlich in
Ihrer Apotheke
oder Drogerie



L'assiette optimisée – les réseaux sociaux à la rencontre de l'alimentation



Ronia Schiftan

Psychologue MSc, psychologue nutritionniste ZEP
Co-propriétaire d'Externas GmbH
ronia.schiftan@externas.ch

Dis-moi, ton repas est-il «instagrammable»? Il suffit de jeter un coup d'œil sur les réseaux sociaux pour se rendre compte que l'alimentation est au centre de toutes les attentions.

Variés et colorés, les buddha bowls défilent sur les murs numériques aux côtés des biscuits à l'avoine sans gluten, des gâteaux licorne arc-en-ciel et des milk-shakes très esthétiques dans des bocaux. Chaque jour, des milliers de photos de ce genre sont «likées» dans le monde entier. Depuis un certain temps déjà, la réalité quotidienne se vit dans une mesure déterminante dans le monde virtuel, et donc il n'y a rien d'étonnant à ce que de nombreuses personnes se procurent des informations dans leur réalité (parallèle), à laquelle elles font confiance, qu'elles y nouent des relations et entrent en interaction avec de nouvelles connaissances. Pendant la période du coronavirus, cette tendance s'est encore renforcée (1), et les médias sociaux sont devenus un espace de communication important sur les thèmes relatifs à

l'alimentation. Intéressons-nous de plus près à cette évolution: que sont les médias sociaux? En quoi sont-ils liés au thème de l'alimentation et qu'implique cette évolution pour le conseil diététique?

Dans cet article, nous définissons les notions de base et revenons sur quelques phénomènes. Puis nous donnons des exemples directs qui montrent le lien avec le thème de l'alimentation, avant d'examiner les possibilités de mettre au diapason la pratique du conseil.

Que sont les médias sociaux?

Si l'on compare les médias classiques (télévision, journal, radio) aux réseaux sociaux, la principale différence est la participation des utilisateurs/trices. En effet, les réseaux sociaux sont un groupe d'applications basées sur Internet, qui permet aux utilisateurs/trices de créer et d'échanger un contenu généré par l'utilisateur (2). Ce n'est pas la communication via Internet, qui est maintenant aussi devenue la norme pour les médias classiques, mais bien l'échange du contenu généré par l'utilisateur qui joue un rôle déterminant. Le contenu généré par l'utilisateur (ou «User Generated Content» en anglais) signifie que n'importe quelle personne qui s'est inscrite sur la plateforme correspondante a la possibilité de publier le contenu de son choix. Il en résulte une dé-

mocratisation des informations, car n'importe qui peut les publier et les consommer. Au moyen des fonctions «J'aime» et «Partager», les autres utilisateurs/trices évaluent le contenu publié et donnent leur feedback dans le champ réservé aux commentaires. Ce nouveau mode de transfert des connaissances remplace le fonctionnement classique selon un agenda des grands groupes de presse: les thèmes sont déterminés par le grand public, et des algorithmes font le reste. Les réseaux sociaux se nourrissent donc des expériences et des opinions personnelles. Il est possible de trouver des contenus et des possibilités d'échange sur chaque thématique, aussi détaillée soit-elle.

Un coup d'œil sur les chiffres de l'utilisation en Suisse (3) indique que les trois réseaux sociaux le plus populaires (Facebook, Youtube et Instagram) enregistrent toujours le temps d'écran le plus important. Instagram en particulier affiche une forte croissance et fait l'objet d'un usage plus intense que les années précédentes (3). La plupart des utilisateurs/trices suisses de réseaux sociaux consultent les applications chaque jour (69 %) (4). Tandis que des plateformes plus récentes comme Snapchat et TikTok sont plutôt à la traîne en moyenne suisse, ces réseaux arrivent en tête dans la jeune génération (12 à 19 ans). Plus de 90 % des adolescent-e-s de Suisse disposent d'un compte Instagram et Snapchat. TikTok, qui enregistre un taux de 74 %, est en train de rattraper son retard, et gagnera encore en importance (5). Tous les réseaux sociaux qui ont le vent en poupe actuellement se caractérisent par un flux d'images important et par un mode de présentation spécifique en fonction de l'application. Sur Instagram, on publie en général des photos très retouchées. Les utilisateurs/trices se servent couramment et intensivement de différents filtres permettant d'optimiser les photos avant de les télécharger. Certaines poses dévoilent le corps sous une forme idéalisée, comme la

Exemple:

@elisaschaf est une jeune femme qui vit en Allemagne qui a perdu beaucoup de poids à la suite d'une intervention de chirurgie bariatrique. Sur son compte Instagram, elle explique son histoire à ses followers et explique les difficultés quotidiennes qu'elle rencontre dans ce contexte. Dans ses «stories», elle discute avec d'autres personnes concernées et répond à leurs questions. Avec ses «posts», elle partage régulièrement différentes situations auxquelles elle est confrontée au quotidien, montre des photos intimes de son excès de peau et emmène même ses followers dans la salle d'opération pour son abdominoplastie. Elle parle ouvertement de ses douleurs, des changements au niveau de ses seins et des demandes de prise en charge à la caisse-maladie. Pour cela, elle se sert d'un simple compte Instagram et d'un smartphone.

célèbre «duckface», où il faut serrer et avancer simultanément les lèvres, ce qui a pour effet d'exagérer leur volume, de creuser légèrement les joues et d'avoir les yeux grands ouverts comme une poupée.

Ainsi, les jeunes ne fréquentent pas les mêmes réseaux que les personnes plus âgées. Comment cela s'explique-t-il? En ligne, un réseau est en fait l'équivalent d'un club privé ou d'un bar dans la vie réelle. Ainsi, tout comme il paraît inimaginable qu'un adolescent se rende avec ses amis dans le bar préféré de sa mère, un compte sur lequel les parents peuvent s'informer à tout moment des dernières escapades nocturnes de leur fille adolescente est tout autant impensable. L'adolescence est la période de quête d'identité: «Qui suis-je?», «Qu'est-ce que j'aime bien?», «Comment est-ce que je me définis?» sont autant de questions que se posent souvent les jeunes. Ces questions, ils/elles se les

Exemple:

@newt (22 ans) est l'un des Food TikToker les plus populaires, avec 6,8 millions de followers. Il publie des capsules vidéo dans lesquels il montre des recettes avec beaucoup d'humour. En plaçant sa caméra tout près de la planche à découper et de la casserole, il donne l'impression à ses followers de participer. Avec le sourire, @newt explique comment préparer une soupe aux oignons à la française, puis il la savoure devant la caméra. Chaque capsule s'accompagne d'une musique de fond bien audible et se caractérise par des changements rapides d'angles de prise de vue avec des fondus. Tout à fait dans le style TikTok, les capsules durent entre 15 et 60 secondes.

posent aussi en ce qui concerne leur comportement alimentaire. A l'adolescence, on développe sa propre vision du monde et son propre état d'esprit. Les adolescent-e-s ressentent le besoin de délimiter leur territoire intime et de se détacher de leurs parents et accordent plus d'importance à leurs pairs, autrement dit à leurs ami-e-s et aux personnes qui leur ressemblent (6). Dans cette phase de la vie, les réseaux so-

ciaux sont un terrain d'expression idéal, car ils permettent d'explorer les possibilités existantes sous toutes leurs facettes.

L'aspect social des réseaux sociaux

Un réseau social se caractérise par la dimension relationnelle. Les utilisateurs/trices interagissent, se mettent en relation et communiquent entre eux. Les relations



Pour allier plaisir et bien-être.

Depuis plus de dix ans, Coop s'engage activement avec Free From pour faciliter la vie des personnes souffrant d'une intolérance alimentaire et leur permettre de se faire plaisir en toute sérénité.

Et ce, grâce à plus de 500 produits qui conviennent aux personnes souffrant d'une intolérance.

Pour en savoir plus: coop.ch/freefrom

free
from

coop

Pour moi et pour toi.

(qui ont le statut de «follower» ou d'«ami» selon le réseau) donnent naissance à un réseau numérique. Au sein de ce réseau, chaque personne constitue une boucle relationnelle avec de nombreux/euses ami-e-s. Une analyse visuelle déboucherait sur l'identification de clusters: personnes ayant fréquenté la même école, connaissances provenant du même village ou gens qui s'intéressent à la même tendance alimentaire, par exemple à l'alimentation végane. C'est le miroir numérique des contacts sociaux et des communautés d'intérêts. Pour l'utilisateur/trice, ce réseau implique une extension de son identité sociale: (7) «*j'appartiens au groupe des végan-e-s, je suis végan-e.*»

A partir de ces réseaux, il se développe une culture relationnelle spécifique qui indique ce qui se fait (ou ne se fait pas), ce qui est normal (ou pas), comment se présenter, ce qui est tendance (et ce qui ne l'est plus). Sur le plan de la psychologie sociale, cela apparaît comme une norme sociale, une sorte de ligne de conduite avec des comportements, des valeurs et des convictions acceptables (8). Tout setting est soumis à des normes et valeurs différentes, et les réseaux sociaux n'échappent pas à la règle. Afin de constater si nous nous comportons «normalement» en tant qu'utilisateurs/trices, nous nous comparons à d'autres utilisateurs/trices, idéalement de notre groupe de pairs. Tandis que si je me montrais en bikini sur la plage ou que je partageais mon bowl préféré sur LinkedIn, cela susciterait de très nombreuses interrogations, cela est jugé «normal», usuel et social sur Instagram. La comparaison génère donc également une forme d'adaptation ou d'alignement par rapport à des normes et comportements prédominants. Les enfants en bas âge imitent déjà le comportement de leurs parents selon le principe de l'apprentissage calqué sur un modèle (9). La culture alimentaire, la manière de se tenir à table, voire les préférences alimentaires, peuvent être observées chez les parents et reproduites. Les pairs exercent eux aussi une influence sur le comportement alimentaire, la quantité et la nature du choix des aliments (10; 11; 12; 13). Une fois que l'on a compris cela, on se rend compte de l'in-

Exemple:

Sous le hashtag Foodporn (cela s'écrit #foodporn) sont postés 257 millions d'articles sur Instagram 257 (état: avril 2021). Ce phénomène s'est installé il y a de nombreuses années et il se maintient activement en tant que forme de communication. Foodporn signifie que je photographie mon repas et que je le partage sur mon réseau social. Le hashtag peut être placé sous chaque photo et fonctionne comme une sorte de lien qui associe toutes les photos pour lesquelles le même hashtag a été utilisé. Tandis que les un-e-s s'énervent parce que leur interlocuteur/trice doit d'abord se soucier de la publication de son repas sur Instagram avant de commencer à manger, les autres considèrent cette pratique comme une forme d'échanges culinaires. Je te montre mon assiette, tu me montres la tienne? Quelque chose d'intime. Comme bien des phénomènes, le hashtag Foodporn a des aspects positifs et d'autres plutôt discutables. Bien entendu, c'est ici encore l'image idéalisée et retouchée qui prédomine: il faut que cela donne envie. Cela peut devenir pesant et évoluer vers un blocage social, «attends, il faut d'abord que je prenne vite mon repas en photo». Dans le même temps, une exposition permanente de photos parfaites peut aussi mettre la pression sur les autres utilisateurs/trices et créer un décalage avec leur propre réalité vécue. En outre: que se passe-t-il si nous passons des journées entières à faire défiler à l'écran des photos de mets appétissants? Eh oui, cela nous donne faim! Quand des plats copieux sont présentés, cela peut inciter à augmenter la prise de calories (14).

fluence que les stars et les célébrités en herbe des réseaux sociaux, autrement dit les influenceurs/euses, peuvent avoir sur le comportement des utilisateurs/trices.

De plus, comme pour chaque photo que l'on publie sur les réseaux sociaux, c'est une forme de divulgation de son intimité: on laisse le réseau se faire un jugement de sa propre assiette. Les gens ont tendance à vouloir si possible contrôler et influencer le jugement que les autres se font d'eux. En anglais, on appelle ce phénomène «impression management», ce qui signifie le contrôle de l'impression que l'on donne (15). La présentation de soi dans les réseaux sociaux est fortement marquée par ce facteur. Qu'est-ce que je souhaite que vous pensiez de moi si je poste un buddha bowl très sain et raffiné?

Toutefois, la présentation de soi au travers de l'alimentation est dans le même temps une occasion de prendre soin de sa santé, car je me donne de la peine, je réfléchis à mon alimentation et peut-être qu'une image parfaite contribue à augmenter le sentiment d'estime de soi. De nos jours, on mange donc effectivement avec les yeux. De plus, par le fait de prendre en photo et de publier son repas, un cadre positif se développe autour du thème de l'alimentation.

Pour les personnes qui ont des difficultés avec le sujet, cette technique peut être utilisée comme un moyen d'arriver à l'aborder positivement. Il est également intéressant d'échanger avec son cluster d'ami-e-s sur les expériences culinaires. Cette forme de communication est plus vieille que la chaîne du pain de l'amitié d'autrefois.

La communication numérique

Souvent, on se demande pourquoi la communication est vite désinhibée sur les réseaux sociaux, et pourquoi par exemple des personnes détestables postent aussi fréquemment des commentaires haineux. Que se passe-t-il à ce niveau? La communication numérique offre l'opportunité de communiquer ensemble à tout moment, indépendamment de la présence physique, de la simultanéité ou de la proximité géographique. Aussi belle soit cette prouesse technique, elle recèle de nombreuses difficultés. Comme les stimuli de mon interlocuteur/trice sont moins importants (absence de mimique, perception fine, vision complète), la perception de sa personne diminue (16). Mon vis-à-vis est donc moins présent. Du fait de la présence insuffisante de la personne qui écoute, lit et regarde, le seuil d'inhibition diminue, on en arrive à une forme de désindividualisation, nous

sombrent dans une masse anonyme de commentaires et de photos. Cela peut déboucher sur une situation où les utilisateurs/trices des réseaux sociaux sont enclin-e-s à faire des commentaires trop directs, voire offensants, ou font plus de révélations les concernant que s'ils/si elles se trouvaient devant une classe entière (17). La perception réduite de son vis-à-vis, à savoir des autres utilisateurs/trices du réseau, fait également naître une disposition à se mettre en scène, un phénomène très intéressant. Si nous nous rencontrions entre ami-e-s pour une soirée au restaurant, il serait peu probable que j'aie envie de commencer par leur montrer mes photos en bikini de mes dernières vacances à la plage. Cela ne correspond pas à la norme sociale, cela n'est pas approprié. Mais sur les réseaux sociaux, c'est tout à fait ce qui se produit. Chacun-e se met en scène par tous les moyens.

Qui sont les acteurs/trices?

Les personnes ayant de l'intérêt pour un thème spécifique suivent celles qui communiquent sur ce sujet. Dans le monde des réseaux sociaux, les utilisateurs/trices ayant une portée particulièrement grande (nombre de followers) sont appelé-e-s influenceurs/euses. Comme leur nom l'indique, ils/elles exercent de l'influence. Ceux et celles qui sont arrivé-e-s à atteindre un grand de followers sans notoriété préalable (donc sans être une célébrité auparavant) ont une manière de générer des contenus qui a su susciter de l'intérêt. Ils/elles aiment bien s'appeler aussi content creators, des créateurs/trices de contenu. Les plus populaires viennent des domaines du fitness et du sport, de la nutrition et de la santé ou encore de la mode et du maquillage (18). Les influenceurs/euses sont des expert-e-s qui jouissent d'une portée immense, leurs messages rebondissent sur les écrans des smartphones. Chaque professionnel-le peut à ce stade très bien imaginer la problématique qui en découle.

Des messages explicites comme des recommandations alimentaires guidées par sa propre expérience ou des plans détox fait maison s'accompagnent de messages suggérant implicitement «il faut être par-

Exemple:

L'émission de casting «Germany's next Topmodel» montre des jeunes filles qui se battent pour obtenir la reconnaissance de Heidi Klum et cherchent à décrocher le titre de top model de l'année. A chaque saison est organisé un stage médias. Lors de cette émission, un spécialiste des médias confronte les jeunes filles avec leurs activités sur les réseaux sociaux. A l'écran, leurs profils de réseaux sociaux tels qu'ils apparaissent publiquement sont affichés derrière elles pendant que des questions désagréables leur sont posées: «Pourquoi te montres-tu aussi aguicheuse?», «Es-tu consciente du message que tu envoies avec ces photos?», pour ne citer que les plus innocentes. Les candidates se mettent souvent à pleurer, car elles regrettent de s'être comportées de la sorte sur les réseaux sociaux. Cette confrontation (si l'on fait abstraction des arrière-pensées assoiffées de sensationnalisme) illustre bien le phénomène de la perception réduite de la portée de ses actes et la divulgation de soi accrue. Car ce n'est qu'avec la question relative aux contenus déjà disponibles publiquement que naît la confrontation avec le monde «réel» et ses normes.

Exemple:

@anihimsa est une créatrice de contenu connue (95 500 followers sur Instagram) en Suisse. Anina s'engage pour une alimentation végane et un mode de vie durable et conscient. Dans ses posts, elle attire régulièrement l'attention sur une alimentation sans sucre et très saine. 2020 a marqué un tournant, quand elle s'est adressée à sa communauté dans une vidéo en parlant de façon ouverte et sincère de son orthorexie et des progrès de son traitement. Après cette révélation et son travail de sensibilisation sur le thème de l'orthorexie, elle a supprimé tous ses posts qui allaient dans ce sens et diffusaient le message d'un mode de vie rigide. Depuis lors, Anina s'engage pour une gestion plus sereine du thème de l'alimentation et du plaisir. Elle est un exemple d'influenceuse qui permet à sa communauté de participer à son développement personnel et évoque régulièrement la pression qu'elle subit dans son quotidien professionnel de blogueuse.

Le projet «Responsible Health Blogging» (d'Eva-Maria Endres et de Ronia Schiftan, du centre de compétence Fachstelle PEP) reprend ce thème. Il s'adresse aux influenceurs/euses et à leur utilisation des informations relatives à la santé. Dans le cadre d'une charte, les blogueurs/euses s'engagent à gérer de façon responsable les informations, la relation utilisateurs/trices-blogueurs/euses et l'usage de la publicité sur les produits. Des formations continues sur la gestion scientifique des sources et d'autres thèmes permettent aux blogueurs/euses d'acquérir les aptitudes nécessaires pour communiquer les informations de manière consciente, en faisant preuve de sens critique. Ils/elles sont ainsi sensibilisé-e-s quant à l'effet qu'ils/elles produisent sur leurs followers. Une certification est en cours de planification. Le projet se trouve actuellement dans la phase pilote.

faite, belle et couronnée de succès». Il en résulte un transfert de l'expertise et les influenceurs/euses (en général du domaine du fitness) deviennent les spécialistes de l'alimentation saine. Or, des approches alimentaires souvent rigides et des demi-vérités sont en général véhiculées. Si tu es leur follower, les influenceurs/euses te permettent de participer à leur journée: ils/elles partagent leur repas, postent leurs tutoriels de maquillage et montrent juste

en passant un produit incroyable qui les a vraiment aidés à résoudre leur problème de peau. Les vues intimes font naître une forme de confiance. De ce fait, les messages produisent un effet plutôt authentique, car souvent, l'influenceur/euse parle de sa propre expérience: «Cette forme d'alimentation m'a vraiment permis de développer mes muscles». 95 % des jeunes Suisses âgé-e-s de 14 à 19 ans suivent au moins un-e influenceur/euse parce qu'il/

elle les divertit (54 %), leur donne des idées (50 %) et parce qu'ils/elles croient qu'il/elle leur propose d'autres informations (49 %) par rapport aux médias classiques (19). Vu l'effet qu'ils/elles produisent, les influenceurs/euses ont une grande responsabilité, ce qui en fait des acteurs/trices important-e-s de la communication relative à l'alimentation.

Conclusion

Nous avons donné un bref aperçu du sujet, qui montre la complexité du monde des réseaux sociaux et l'influence que ceux-ci peuvent avoir sur la communication relative à l'alimentation, sur notre culture alimentaire et sur notre comportement alimentaire individuel. Les réseaux sociaux ont une forme aussi variée et multiple que la relation des gens avec le thème de l'alimentation. L'évolution a des côtés positifs, bénéfiques pour la santé, mais comporte aussi des aspects à suivre de près et qui nécessitent d'agir. Comme beaucoup d'éléments de notre vie, le classement entre «bon» et «mauvais» n'est pas si simple. Ce qui joue un rôle décisif, c'est la façon de faire; l'utilisation des réseaux sociaux nécessite donc un apprentissage. Ces derniers font partie de notre réalité quotidienne, de la réalité de nos client-e-s, c'est pourquoi ils doivent impérativement faire partie du conseil. Avez-vous déjà osé demander à une jeune cliente quels sont les influenceurs/euses qu'elle suit sur les réseaux sociaux? Avez-vous déjà regardé ensemble les messages qui y sont publiés? Peut-être qu'une telle question fera partie de l'anamnèse à l'avenir, car beaucoup d'informations peuvent en être tirées. Mais le conseil diététique offre bien d'autres possibilités d'utilisation des réseaux sociaux pour son propre compte (cf. encadré). Faites preuve d'audace, de créativité et évoluez avec votre temps!

Bibliographie:

1. Bitkom. (2020). Social-Media-Nutzung steigt durch Corona stark an | Bitkom e.V. <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Social-Media-Nutzung-steigt-durch-Corona-stark-an>
2. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media.

Possibilités d'utilisation des réseaux sociaux pour les diététicien-ne-s

Canal de communication/instrument marketing

Les réseaux sociaux en tant que canal pour communiquer sur l'alimentation, les produits et les marques

Outil d'intervention

Les réseaux sociaux en tant qu'outil d'intervention pour faire changer de comportement, élargir les compétences (foodliteracy) et transmettre des informations

Communauté

Les réseaux sociaux comme plateforme (échange entre pairs, groupes de personnes concernées, accompagnement). Dans des petits groupes Facebook fermés notamment, il est possible d'avoir de précieux échanges (20, 21).

Complément thérapeutique/méthode

Les réseaux sociaux comme instrument dans le cadre de la thérapie (groupes Facebook complémentaires, chat entre les professionnel-le-s et les client-e-s)

Méthode de recherche

Les réseaux sociaux comme technique d'enquête, source de données (Big Data) et instrument de recherche. Rapprochez-vous de votre groupe-cible: qu'est-ce qui l'intéresse? Quels sont les défis? Cela vaut-il peut-être la peine d'effectuer un petit sondage au sein du groupe Facebook de l'organisation de personnes concernées?

Outil de participation

Les réseaux sociaux comme méthode participative de la santé publique, sur les questions politiques et pour le feedback des consommateurs/trices

Business Horizons, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

3. Xeit GmbH. (2020). *Social-Media-Studie für die Schweiz 2020*. <https://xeit.ch/wissen/studien/social-media-studie-2020/#x-order-form>
4. Büchi, M., Festic, N., & Latzer, M. (2019). Internetanwendungen und deren Nutzung in der schweiz 2019. <http://mediachange.ch/research/wip-ch-2019>
5. ZHAW, Bernath, J., Suter, L., Waller G., Külling, C., Willemse I., & Süss D. (2020). *JAMES-Jugend, Aktivitäten, Medien-Erhebung Schweiz*.
6. *Gesundheitsförderung Schweiz* (Hrsg.), Blaser, M. & Amstad, F. (2016). *Psychische Gesundheit über die Lebensspanne* Grundlagenbericht: Vol. Bericht 6. www.gesundheitsfoerderung.ch
7. Wenninger, G. (2020). soziale Identität – Lexikon der Psychologie (B,S, Ed.; Lex. der Psychologie). Spektrum. <https://www.spektrum.de/lexikon/psychologie/soziale-identitaet/14513>
8. Six, B. (2019). *Soziale Norm: Dorsch – Lexikon der Psychologie*. <https://dorsch.hogrefe.com/stichwort/normen-soziale#search=bc429%5916f33c548933d256f622cc&offset=4>
9. Bandura, A. (1965). Vicarious Processes: A Case of No-Trial Learning. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2(C), 1–55. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60102-1](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60102-1)
10. Bevelander, K. E., Anschütz, D. J., & Engels, R. C. M. E. (2011). Social modeling of food purchases at supermarkets in teenage girls. *Appetite*, 57(1), 99–104. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.04.005>
11. Cruwys, T., Bevelander, K. E., & Hermans, R. C. J. (2015). Social modeling of eating: A review of when and why social influence affects food intake and choice. *Appetite*, 86, 3–18. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2014.08.035>
12. Hermans, R., Larsen, J., Herman, C., & Engels, C. (2009). Effects of social modeling on young women's nutrient-dense food intake. *Appetite*, 53.
13. Romero, N., Epstein, L., & Salvy, S. (2009). Peer modeling influences girl's snack intake. *Journal of the American Dietetic Association*, 109.
14. Coates, A. E., Hardman, C. A., Halford, J. C. G., Christiansen, P., & Boyland, E. J. (2019). Social media influencer marketing and children's food intake: A randomized trial. *Pediatrics*, 143(4), 20182554. <https://doi.org/10.1542/peds.2018-2554>
15. Leary, M. R. (2001). *Impression Management – an overview* | ScienceDirect Topics. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. <https://www.sciencedirect.com/topics/psychology/impression-management>
16. Kaiser, A. (2011). *SocialVirtuality – Strukturen, Dynamik, Analyse und Simulation in sozialen virtuellen Netzwerken*. In *Social Virtuality*. Shaker Verlag. <https://www.socialvirtuality.com/2013/11/20/kanalreduktion/>
17. Krasnova, H., Veltri, N. F., & Günther, O. (2012). Self-disclosure and privacy calculus on social networking sites: The role of culture intercultural dynamics of privacy calculus. In *Business and Information Systems Engineering* (Vol. 4, Issue 3, pp. 127–135). Gabler Verlag. <https://doi.org/10.1007/s12599-012-0216-6>
18. Carius, L. & van Rennings, L. (2018). Jeder Fünfte folgt Online-Stars in sozialen Netzwerken. Bitkom. <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jeder-Fuenfte-folgt-Online-Stars-in-sozialen-Netzwerken.html>
19. Wundermann & Thompson. (2021). *Media Use Index*. <https://www.wundermanthompson.ch/studien/media-use-index?cb=eyJhbGhlcyh6ImgyYW5nZVojcmltc29ucmVkiwiY2-9sb3IzIjp7ImJhYztncmrgbmQjOijZmY3NzAxiwiZmgyZWdyb3uZC16iMsQTAwMDAiLCJoZXholoiiz2mZmZmZlglf0%3D%3D>
20. Elaheeboos, S. M. R. A., Weal, M., Morrison, L., & Yardley, L. (2018). Peer-based social media features in behavior change interventions: Systematic review. In *Journal of Medical Internet Research* (Vol. 20, Issue 2, p. e8342). JMIR Publications Inc. <https://doi.org/10.2196/jmir.8342>
21. Prochaska, J. J., Coughlin, S. S., & Lyons, E. J. (2017). *Social Media and Mobile Technology for Cancer Prevention and Treatment*. American Society of Clinical Oncology Educational Book, 37, 128–137. https://doi.org/10.1200/edbk_173841

Il piatto ottimizzato – quando la nutrizione e i social media si incontrano



Ronia Schiftan
Psicologa MSc, psicologa dell'alimentazione ZEP
Co-proprietaria di Externas GmbH
ronia.schiftan@externas.ch

E allora? Il tuo cibo è instagrammabile? Basta gettare un'occhiata sui vari social media per capire che cosa interessa alla gente: cibo, cibo e ancora cibo.

Buddha bowl, biscotti d'avena senza glutine, torte unicorni con tutti i colori dell'arcobaleno, shake finemente decorati in vasi di vetro per conserve... I social wall sono tappezzati di immagini coloratissime dei piatti più disparati, migliaia di foto che ogni giorno ricevono moltissimi like dai quattro angoli del pianeta. Una parte rilevante della vita quotidiana di molte persone si svolge ormai da tempo a livello digitale. Non stupisce quindi che molti cerchino informazioni, facciano nuove conoscenze e interagiscano in questa realtà parallela loro familiare. La pandemia da coronavirus ha rafforzato ulteriormente questa tendenza (1), facendo dei social media un importante terreno di gioco anche per le tematiche nutrizionali. Analizziamo questi sviluppi più da vicino: cosa sono i social media? cosa c'entrano con il cibo e cosa significano queste tendenze per la consulenza nutrizionale?

L'articolo inizia chiarendo qualche termine di base e illustrando alcuni fenomeni interessanti; presenta poi degli esempi concreti che mostrano il legame tra social media e nutrizione, e finisce tematizzando il ruolo che questi canali possono avere nella consulenza nutrizionale.

Cosa sono i social media?

Se confrontiamo i media classici (TV, radio, giornali) con i nuovi social media, noteremo che la differenza maggiore sta nella

partecipazione dell'utente. I social media, infatti, sono un gruppo di applicazioni web che permettono agli utenti di creare e condividere dei contenuti generati da loro stessi, i cosiddetti «user-generated content» (2). Determinante nei social media non è la trasmissione via Internet, che ormai è la norma anche per i media classici, bensì lo scambio di contenuti generati dagli utenti. Chiunque abbia un account in una di queste piattaforme ha infatti la possibilità di pubblicare i contenuti che desidera. Ne consegue una democratizzazione delle informazioni, visto che tutti possono pubblicare e consumare qualsiasi informazione. Gli altri utenti possono valutare i contenuti pubblicati mettendo dei like o condividereli, e grazie ai commenti dare dei feedback in proposito. Questo nuovo modo di trasmettere le conoscenze si sta sostituendo alle classiche agende delle grandi case mediatiche: è la massa che decide i temi, con il contributo degli algoritmi. I social media si alimentano quindi di esperienze e opinioni personali ed offrono contenuti e possibilità di scambio su qualsiasi argomento, per quanto dettagliato esso sia.

Basta guardare le cifre relative alla Svizzera (3) e si vedrà che ancora oggi gli utenti passano la maggior parte del tempo sui tre social network più conosciuti (Facebook, Youtube e Instagram). Instagram in particolare sta crescendo molto rapidamente e

negli ultimi anni viene usato sempre di più (3). La maggior parte degli utenti svizzeri usa i social media tutti i giorni (69%) (4). Le piattaforme più recenti come Snapchat e TikTok arrancano ancora a livello nazionale, ma sono di gran lunga le più usate dalle giovani generazioni (12-19 anni): oltre il 90 per cento dei giovani svizzeri ha un account su Instagram e Snapchat; TikTok con il 74 per cento sta recuperando ed è destinato a diventare ancora più importante con il passare del tempo (5). Tutti i social media più quotati si contraddistinguono per l'enorme quantità di immagini e le diverse modalità di presentazione dei contenuti. Le foto di Instagram, ad esempio, vengono molto spesso elaborate e modificate fino alla perfezione. Quando si carica un'immagine, è possibile ottimizzarla grazie a diversi filtri standard di cui gli utenti fanno largo uso. Assumendo una certa posa o espressione è possibile presentare il proprio corpo in una forma idealizzata. Un esempio è la famosa «duck face», che ingrandendo zigomi, occhi e labbra dovrebbe metterli in risalto.

Per incontrare i giovani, quindi, bisogna andare su canali diversi da quelli usati dagli adulti. Ma come si spiega questo fenomeno? Basta pensare che i social network funzionano proprio come i bar e i night club della vita reale. Se è impensabile che un'adolescente passi il tempo libero con gli amici nel locale preferito della mamma, è altrettanto impensabile che pubbichi le

Un esempio:

@elisaschaf è una giovane tedesca che dopo un intervento bariatrico ha perso molto peso. Elisa condivide la sua storia con i suoi follower su Instagram, mostra loro a quali difficoltà deve far fronte ogni giorno, scambia esperienze e opinioni con altre persone che hanno lo stesso problema e risponde alle domande che le vengono poste. Pubblica regolarmente foto che la ritraggono nelle più svariate situazioni quotidiane, posta immagini intime di pelle in eccesso e ha addirittura portato i suoi follower nella sala operatoria in cui le è stato eseguito un intervento di abdominoplastica. Parla apertamente dei dolori che prova, dei cambiamenti al seno e delle richieste di assunzione dei costi alla cassa malati. Tutto ciò di cui ha bisogno è un semplice account su Instagram e uno smartphone.

foto delle sue ultime festicciola in un social network usato anche dai genitori. Gli adolescenti sono alla ricerca della propria identità: «Chi sono?», «Cosa mi piace?», «Con chi mi identifico?». Queste sono le domande che predominano tra i giovani. Ma anche quelle sul comportamento alimentare sono frequenti: in quegli anni, infatti, i giovani sviluppano una concezione del mondo e una mentalità proprie. Il bisogno di definirsi li porta a staccarsi dai genitori, mentre i «peer» – amici e persone con idee affini – diventano più importanti (6). I social media sono il terreno di gioco ideale per questa fase e permettono ai giovani di esplorare e testare molteplici possibilità.

I rapporti sociali nei social network

I social network vivono dei rapporti sociali. Gli utenti interagiscono fra di loro, si collegano e comunicano gli uni con gli altri. La rete digitale nasce proprio così, con collegamenti generati cliccando su «segui» o accordando a qualcuno lo status di «amico». In questa rete ogni persona funge da punto di collegamento verso i suoi numerosi «amici». Se visualizzassimo questi network, riconosceremmo diversi «cluster», costituiti ad esempio da persone che hanno frequentato la stessa scuola, o che sono originarie dello stesso paese, oppure che si interessano alla stessa tendenza nutrizionale, come il veganismo. Questa rete è la raffigurazione digitale dei contatti sociali e delle comunità di interesse dell'utente, rappresenta l'ampliamento della sua identità sociale: (7) «*Io appartengo* al gruppo dei vegani – *Io sono vegano*».

Ognuno di questi network è caratterizzato da una cultura delle relazioni ben specifica: cosa si addice, cosa è normale, come si mostra, cosa è «in» e cosa è «out». La psicologia sociale vede in questo fenomeno una norma sociale, una sorta di linea di condotta costituita da valori, convinzioni e atteggiamenti ritenuti accettabili (8). Ogni setting, anche nei social media, sottostà a norme e valori diversi. Per stabilire se, in quanto utenti, ci stiamo comportando in modo «normale», ci confrontiamo con gli altri utenti, se possibile con le persone che fanno parte del nostro gruppo peer. Se

Un esempio:

@newt (22 anni), è uno dei «food tiktokers» di maggior successo. Ha 6,8 milioni di follower e pubblica video ricette brevi e divertenti. Tenendo la videocamera vicinissima al tagliere e alla pentola, fa partecipare i suoi follower alla preparazione del piatto. Sempre sorridente, @newt spiega come si prepara la zuppa di cipolle francese e poi la assapora compiaciuto davanti alla videocamera. Ogni video si contraddistingue per la musica di sottofondo dominante, le impostazioni della videocamera che cambiano in un batter d'occhio e le scritte divertenti che appaiono sullo schermo. Tiktok oblige, le video ricette sono brevissime: da 15 a 60 secondi al massimo.

Un esempio:

Su Instagram si trovano al momento 257 milioni di contributi con l'hashtag #foodporn (stato: aprile 2021). Questo fenomeno, affermato da ormai molti anni, rappresenta ancora oggi una forma attiva di comunicazione. Foodporn significa che io fotografo quello che mangio e lo condivido con la mia rete sociale. #foodporn può essere messo sotto qualsiasi foto e funziona come una sorta di link che unisce tutte le immagini con questo hashtag. Mentre ad alcuni l'idea di dover sistemare il piatto perché sia presentabile su Instagram dà ai nervi, per altri si tratta di una forma di scambio culinario: se ti mostro il mio piatto, tu mi mostri il tuo? Un'occasione per condividere qualcosa di personale. Come molti fenomeni, anche l'hashtag #foodporn ha dei lati positivi e altri più discutibili. Anche in questo caso, naturalmente, a dominare è l'immagine idealizzata ed elaborata nei minimi dettagli: il piatto deve essere perfetto. Arrivare a questa perfezione può costare tempo e fatica, e a volte può portare ad una sorta di «blocco» sociale: «Aspetta un attimo, prima devo fotografare il mio piatto». L'esposizione permanente a immagini perfette può inoltre generare una discrepanza con la realtà vissuta, spesso molto diversa, e mettere così sotto pressione gli utenti. E c'è ancora un'altra cosa a cui dobbiamo pensare: cosa succede se passiamo le nostre giornate a guardare foto di pietanze gustose e invitanti? Esatto, ci viene fame. Così può succedere che finiamo con l'assumere più calorie del necessario, specialmente se guardiamo foto di menù altamente calorici (14).

pubblicassi su LinkedIn una mia foto in costume da bagno sulla spiaggia o condividessi la mia bowl preferita, probabilmente molti si chiederebbero perché lo stia facendo. Se invece lo faccio su Instagram, il mio comportamento è giudicato normale e socialmente accettato. Dal confronto deriva quindi una forma di adeguamento e adattamento delle norme e degli atteggiamenti predominanti. Proprio come succede con i bambini, che sin da piccoli copiano il comportamento dei genitori secondo il principio dell'apprendimento per modelli (9). Cultura del cibo, maniere a tavola, adirittura predilezioni: sono molte le cose che si possono copiare dai propri genitori. Anche i peer influenzano il comportamento alimentare, la quantità e le tipologie di alimenti che scegliamo di consumare (10, 11, 12, 13). Sapendo ciò, si capisce quale in-

fluenza possano avere sul comportamento degli utenti non solo gli influencer, ma anche le varie stelle e stelline dei social network.

Ogni immagine pubblicata sui social media costituisce inoltre una forma di rivelazione intima di sé stessi: lasciamo che la rete giudichi quello che c'è sul nostro piatto. Le persone tendono a voler condizionare per quanto possibile il giudizio che gli altri si fanno su di loro. Questo fenomeno, noto come «impression management» (15), influenza fortemente sul modo in cui ci si autorappresenta nei social media: cosa pensereste di me se posto la foto di una buddha bowl raffinata e super salutare? Autorappresentarsi attraverso il cibo, però, può anche contribuire a promuovere la salute, perché mi costringe a darmi da fare e

a riflettere su quello che mangio, e forse con la foto perfetta cresce anche la mia autostima. Gli occhi diventano i principali protagonisti anche a tavola! Fotografando e pubblicando i nostri piatti creiamo poi una sorta di «quadro» positivo attorno al tema dell'alimentazione. Se faccio fatica ad affrontare questo tema, forse questo è un buon modo per rifletterci senza mettermi troppo sotto pressione. E poi è interessante discutere con gli amici del cluster sugli ultimi esperimenti culinari: questa forma di comunicazione è più antica del pane dell'amicizia, della torta di Padre Pio o di altre catene di Sant'Antonio in versione culinaria.

Comunicazione digitale

Spesso ci si chiede come mai chi comunica sui social network perda così in fretta ogni inibizione, perché ci sono così tanti troll meschini che scrivono commenti astiosi solo per provocare. Ma cosa sta succedendo? La cosiddetta «comunicazione mediata dal computer» (CMC) permette alle persone di comunicare insieme in qualsiasi momento, senza che vi sia bisogno di vicinanza geografica, sincronia o presenza fisica. La tecnologia ha fatto indubbiamente grandi passi avanti, ma il progresso porta sempre con sé anche molte difficoltà. Sui social network, il nostro interlocutore ci invia meno segnali, meno stimoli (mancano la mimica, la percezione sottile, la visione d'insieme); di conseguenza, la percezione che abbiamo di questa persona è ridotta, (16) la persona con cui sto comunicando è meno presente. L'assenza fisica degli interlocutori, degli altri lettori e spettatori porta ad un abbassamento della soglia di inibizione, a una forma di deindividuazione: scompariamo in una massa anonima di commenti e immagini. Conseguenza di ciò è il fatto che gli utenti dei social media tendono più spesso a pubblicare commenti molto diretti o addirittura offensivi, oppure rivelano cose su di loro che, ad esempio, non racconterebbero mai davanti a tutti i loro compagni di classe (17). Altra conseguenza interessante della ridotta percezione dell'interlocutore, cioè degli altri utenti dei social network, è la disponibilità a mettersi in scena. Se andiamo a cena fuori con gli amici, è improbabile che come prima

Un esempio:

Il talent show «Germany's next Topmodel» mostra giovani donne che si azzuffano tra di loro per fare buona impressione con Heidi Klum e diventare la top model dell'anno. In ogni stagione c'è sempre una puntata dedicata ad una sorta di allenamento con la stampa, durante il quale uno specialista dei media mette le giovani donne di fronte alla loro attività sui social media. Mentre uno schermo alle loro spalle mostra i contenuti pubblicamente accessibili dei loro profili, vengono poste loro domande sgradevoli e quelle meno pesanti sono del tipo: «Perché ti fotografi in pose così provocanti?», «Ti rendi conto del messaggio che trasmetti con queste foto?». Capita regolarmente che le concorrenti si mettano a piangere, perché si pentono di quello che hanno postato. Questo confronto (dimentichiamo per un attimo i secondi fini di natura sensazionalistica per cui viene organizzato) illustra in maniera esemplare il fenomeno della percezione ridotta dell'impatto di certe azioni e della maggiore disponibilità a rivelare dettagli intimi, personali. Perché è solo interrogandosi sui contenuti già pubblicati che nasce il confronto con il mondo «reale» e le sue norme.

Un esempio:

@anihimsa è una content creator svizzera di successo (95 000 follower su Instagram) che promuove l'alimentazione vegana e uno stile di vita sostenibile e consapevole. Nei suoi post Anina attirava regolarmente l'attenzione dei suoi follower sull'importanza di un'alimentazione salutistica e senza zuccheri. La svolta è arrivata nel 2020, quando in un video si è rivolta alla sua community e ha parlato apertamente e in tutta franchezza della sua ortoressia, della terapia che stava seguendo e dei progressi fatti fino a quel momento. Sulla scia di questo «outing» e della relativa opera di sensibilizzazione sul tema dell'ortoressia, ha cancellato i post troppo estremi che propagavano uno stile alimentare rigido. Ora Anina esorta i suoi follower ad affrontare in maniera più rilassata il tema dell'alimentazione e dei piaceri della buona cucina. Anina è un esempio di influencer che rende partecipe la sua community del suo percorso personale tematizzando anche spesso la pressione a cui è sottoposta ogni giorno come blogger.

Lo stesso tema viene affrontato nel progetto «Responsible Health Blogging» di Eva-Maria Endres e Ronia Schiftan del servizio specializzato PEP dell'Inselspital di Berna. Il progetto si rivolge alle persone che svolgono attività di influencer e tratta il modo in cui gestiscono le informazioni sulla salute. Aderendo a una carta programmatica, i blogger si impegnano a gestire in modo responsabile le informazioni, il rapporto con i loro utenti e la pubblicità dei prodotti. Grazie ad una serie di corsi di formazione sull'uso adeguato delle fonti scientifiche e altri temi, coloro che hanno un blog imparano a trasmettere le informazioni in maniera critica e consapevole e vengono sensibilizzati sull'effetto che esercitano sui loro follower. Il progetto, che prevede anche il rilascio di un certificato, si trova attualmente nella fase pilota.

cosa mostriamo loro le foto in bikini scattate durante le ultime vacanze: un simile comportamento andrebbe contro le norme sociali e sarebbe sconveniente. Ma è esattamente quello che succede nei social media, dove qualunque mezzo è buono per mettersi in scena.

Chi sono gli attori?

Chi si interessa ad un tema specifico segue le persone che veicolano questo tema. Nel

mondo dei social media, gli utenti con un numero particolarmente alto di follower vengono chiamati influencer. Gli influencer, lo dice il nome stesso, sono persone che influenzano gli altri. Molti influencer devono il loro status al fatto di essere famosi (sono per così dire «normali» VIP); altri, invece, sono diventati celebri e hanno migliaia di follower perché sanno come generare contenuti interessanti. Questi influencer amano anche definirsi «content creator». I più seguiti fra di loro sono attivi

nei settori fitness & sport, nutrizione & salute, moda & make-up (18). Sui social media, dunque, gli esperti sono gli influencer. I loro post hanno una portata immensa, rimbalzano sugli schermi di migliaia di utenti, che li elaborano, commentano, condividono. Qualsiasi specialista intuisce subito a che problemi possa portare tutto questo.

Ai messaggi esplicativi – come ad esempio raccomandazioni nutrizionali basate sulla propria esperienza o diete detox scritte di proprio pugno – vengono meticolosamente associati messaggi impliciti come «devi essere perfetta e bella», «devi avere successo». Si assiste così ad un trasferimento delle competenze specialistiche: gli influencer (di solito del settore fitness)

diventano *gli* specialisti in nutrizione. I messaggi trasmessi, però, contengono spesso rigidi principi nutrizionali e mezze verità. Gli influencer ti permettono in quanto utente di prender parte alla loro vita quotidiana: condividono il loro cibo, postano un tutorial per il make-up e mostrano en passant quel prodotto «miracoloso» che li ha aiutati a risolvere i loro problemi cutanei. Condividendo momenti e problemi così intimi, creano un legame di fiducia con i loro follower che fa sembrare i loro messaggi ancora più autentici. Spesso, infatti, parlano della loro esperienza: «Grazie a questa dieta la mia massa muscolare è aumentata moltissimo». Il 95 per cento dei giovani svizzeri tra i 14 e i 19 anni segue almeno un influencer, lo trova divertente (54%) e ispirante (50%), e cre-

de che offra informazioni diverse (49%) da quelle dei media classici (19). Una tale influenza comporta per gli influencer una grande responsabilità e fa di loro degli attori importanti nella comunicazione nutrizionale.

Conclusioni

Questo breve approfondimento sul tema, mostra chiaramente quanto è complesso il mondo dei social media e l'impatto che può avere sulla comunicazione nutrizionale, la cultura del cibo e il comportamento alimentare delle persone. Così come molteplici sono i social network, molteplici sono anche le sfumature che può assumere il rapporto che ognuno di noi ha con il cibo e la nutrizione. Gli sviluppi a cui assistiamo hanno dei risvolti belli, positivi e favorevoli alla salute, ma anche aspetti che dobbiamo tenere attivamente sotto controllo. Come spesso succede nella vita, anche con i social network non esiste il «buono» e il «cattivo»; ciò che è fondamentale è imparare a usarli correttamente e veicolare i giusti contenuti. I social media fanno parte della nostra realtà quotidiana, della realtà delle nostre clienti e dei nostri clienti e quindi possono e devono essere presi in considerazione per le nostre consulenze. Avete mai osato chiedere a una giovane cliente che influencer segue sui social media? Avete mai guardato insieme i messaggi e le foto che vengono pubblicati sui social network? Forse in futuro questa questione sarà affrontata già in fase di anamnesi, viste le molte informazioni che la dietista o il dietista ne può ricavare. La consulenza nutrizionale, però, può ricorrere ai social media in molti altri modi (v. quadro). Siate coraggiosi, creativi e al passo con i tempi!

Possibili usi dei social media nella consulenza nutrizionale:

Canale comunicativo/Strumento marketing

I social media come canale per parlare di nutrizione, prodotti e brand

Strumento di intervento

I social media come intervento per cambiare i comportamenti e ampliare le competenze («foodliteracy»), per trasmettere informazioni

Community

I social media come piattaforma di community (scambio tra peer; gruppi di persone interessate; accompagnamento). Soprattutto nei piccoli gruppi chiusi di Facebook è possibile avere un proficuo scambio di conoscenze ed esperienze (20, 21).

Complemento alla terapia/Metodo

I social media come strumenti per la terapia (offerta complementare di gruppi su Facebook; chat tra specialista e cliente)

Metodo di ricerca

I social media come metodo per rilevare dati, come fonte di big data e strumento di ricerca.

Usate i social media per avvicinarvi ai vostri gruppi target: che cosa li interessa?

Quali sono le sfide da affrontare? Vale forse la pena fare un piccolo sondaggio tra gli utenti del gruppo Facebook dell'organizzazione in questione?

Strumento partecipativo

I social media come metodo partecipativo per temi di salute pubblica, questioni politiche o feedback dei consumatori

Bibliografia sulla pagina 13



Infografiken und Fachbeiträge zu Milchprodukten

Wie wird Milch haltbar gemacht? In welchen Prozessen werden Joghurt und Quark hergestellt? Welches sind die Inhaltstoffe und wie unterscheiden sich die Fettgehaltstufen?

Milch und Milchprodukte sind Teil einer gesunden Ernährung. Mit ihrem breiten Angebot bereichern sie unsere Mahlzeiten über das gesamte Jahr, und zudem sind sie einheimisch produziert.

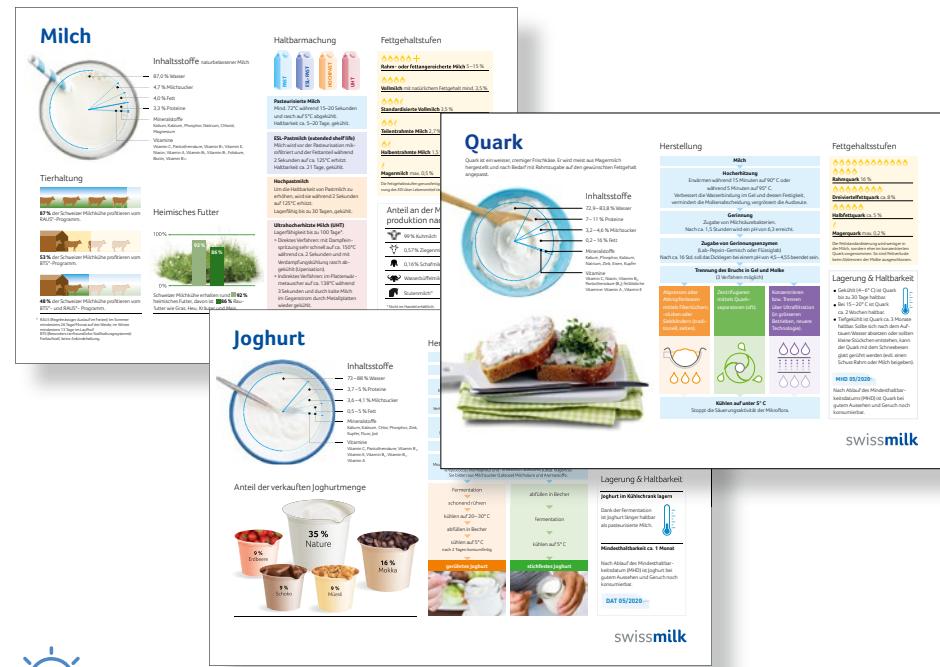
Das Kompetenzzentrum von Swissmilk bietet spezifische Fachinformationen rund um Milchprodukte an. So finden Sie in unserer Online-Bibliothek beispielsweise ausführliche Beiträge zur Warenkunde sowie anschauliche Infografiken. Darin wird unter anderem der Herstellungsprozess von Milchprodukten erklärt, es werden die unterschiedlichen Fettgehaltstufen dargestellt und Tipps zur Lagerung und Haltbarkeit gegeben. Die Beiträge und Grafiken sind nützlich, um sich selbst zu informieren oder um sie in der Beratung einzusetzen.



Jetzt online downloaden unter

www.swissmilk.ch/nutrition

> Fachbibliothek > Warenkunde Milchprodukte



Regelmässige und aktuelle Infos aus

der Ernährungswissenschaft gefragt?

Abonnieren Sie den Newsletter für

Ernährungsfachleute.

www.swissmilk.ch/nutrition

Interview mit dem Ernährungszentrum Zürich



Ruth Ellenberger

Dipl. Ernährungsberaterin HF, SVDE
Mitinhaberin des Ernährungszentrums Zürich
ruth.ellenberger@ezch.ch

*Interviewerin: Stéphanie Bieler
BSc, Ernährungsberaterin SVDE*

Das Ernährungszentrum Zürich ist eine Praxis mit fünf Ernährungsberaterinnen mitten in der Stadt Zürich. Unter anderem sind sie auch auf Social Media aktiv. Ruth Ellenberger, Mitinhaberin des Ernährungszentrums, beantwortet unsere Fragen.

Frau Ellenberger, wie kam es zum Entscheid, im Rahmen der Praxistätigkeit auf Social Media aktiv zu werden, und auf welchen Kanälen sind Sie aktiv?
Das Grundkonzept des Ernährungszentrums basiert auf einer starken Social-Media-Präsenz und war von Anfang an Teil des grossen Ganzen. Das hängt mit der Vorgeschichte zusammen: Meine Geschäftspartnerin, Elke Koch, ist durch und durch Medienprofi (Journalistin und Social-Media-Spezialistin). Wir haben beide bei Beobachter.ch gearbeitet – sie im Gesundheitsbereich und ich in der Evaluation e-Health. Wir hatten die Erfahrung gemacht, dass die Stakeholder im Gesundheitswesen wenig bis gar nicht kommunizieren, sich dann aber furchtbar aufregen, dass ihre Patienten/Klienten «strübe» Fakten im Web und in den sozialen Medien zusammensuchen und auch finden. Gera de der Ernährungsbereich bietet sich dafür hervorragend an. Der Mix aus Lifestyle, Gesundheit und Natur bietet unglaublich viel Potenzial, und dies natürlich vor allem in den sozialen Medien.

Wie wurde daraus das Ernährungszentrum?
Es war Elke Koch, welche die Idee zur Gründung des Ernährungszentrums hatte. Ich war noch für Midata (ETH/BFH) tätig. Diese neue Perspektive in meinem ei-

gentlichen Beruf jedoch hat mich sofort begeistert.

Das Kerngeschäft ist die evidenzbasierte Ernährungsberatung. Die Basis hierfür bildet logischerweise ein motiviertes Team aus qualifizierten Fachleuten, die alle kreativ sind und die sich unter anderem ganz selbstverständlich und gerne in den sozialen Medien bewegen. Alle unsere Medienkanäle (Webseite und soziale Medien) dienen dazu, diese Botschaft konsistent zu transportieren.

Wie muss man sich das genau vorstellen?
Die Webseite ist der Hub, da findet man alles, was man über das Ernährungszentrum wissen muss, wie Angebote, Preise, Informationen zum Team etc. Regelmässig schreiben wir Artikel zu aktuellen Themen, für unsere Webseite oder für Partnermedien. Je nach Thema, verbreiten wir sie dann auf den passenden Kanälen der sozialen Medien. Zwei Beispiele: Der Artikel für ein Seniorenmagazin verbreitete sich über Facebook sehr gut, mit dem Beitrag über Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) ist man auf LinkedIn gut positioniert.

Was muss ein Post des Ernährungszentrums beinhalten, sodass Sie ihn absetzen?
Entscheidend dabei ist, dass man bei jedem Post die Grundphilosophie des Ernährungszentrums und seines Teams aus allen Beiträgen spürt: Wir möchten den Leuten in Ernährungsfragen beratend zur Seite stehen – im Netz und natürlich auch bei uns in der Praxis. Je nach Thema kann so ein Post dann etwas lockerer daherkommen, ein anderer eher trocken. Das Engagement für die Klienten und die seriöse Berufsausübung müssen aber immer ersichtlich sein.

Neigt eine Medienfrau bei all den kunterbunten Ernährungsposts, die es auf den verschiedenen Kanälen gibt, nicht auch dazu, es mal «chlöpfen» zu lassen?
Lustig, dass Sie das fragen. Es ist genau

umgekehrt. Frau Koch ist es, die uns mahnt und davor bewahrt, flapsige Dummheiten zu machen. Durch ihre langjährige Erfahrung im Gesundheitsjournalismus hat sie ein sicheres Gespür für die sensible Tonalität.

Das Ernährungszentrum ist in den Sozialen Medien sehr präsent. Würden Sie jeder Ernährungsberaterin, jedem Ernährungsberater mit einer Praxis raten, im gleichen Ausmass aktiv zu sein?

Nein, für einen Einpersonenbetrieb macht dieser Aufwand natürlich keinen Sinn bzw. es wäre ökonomisch fatal. Eine schöne, informative (stets aktuelle!) Webseite mit transparenter Angebots- und Personenpräsentation scheint mir elementar. Alle anderen Kanäle muss man gerne und gekonnt bespielen, sonst ist es eher kontraproduktiv.

Wieso? Ist der Aufwand hierfür sehr gross?
Nur schon die Pflege der Webseite – saisonale Bildwahl, Aktualisieren der Teamporträts oder Angebote – bedeutet einen Aufwand; immer wieder kommen auch technische Anpassungen hinzu. Eine ungepflegte Webseite wirkt rasch unseriös oder wenig kompetent, sodass ich primär auf die Webseite-Pflege grossen Wert legen würde.

Betreuen Sie noch andere, externe Websites oder Kanäle?

Es hat sich in den letzten Monaten so ergeben, dass wir einige Anfragen von Akteuren aus dem Gesundheitswesen hatten. Gelegentlich unterstützen wir auch Web- und Social-Media-Arbeiten sowie eHealth-Projekte.

Frau Ellenberger, ich bedanke mich für das interessante Gespräch.

Interview avec une responsable de l'Ernährungszentrum à Zurich



Ruth Ellenberger

Diététicienne dipl. ES, ASDD
Copropriétaire de l'Ernährungszentrum à Zurich
ruth.ellenberger@ezch.ch

*Interview réalisée par: Stéphanie Bieler
BSc, diététicienne ASDD*

L'Ernährungszentrum de Zurich est un cabinet regroupant cinq diététiciennes, situé en plein centre de Zurich. Il joue un rôle actif sur les réseaux sociaux. Ruth Ellenberger, copropriétaire de l'Ernährungszentrum, répond à nos questions.

Mme Ellenberger, comment le cabinet est-il arrivé à la décision de jouer un rôle actif sur les réseaux sociaux et sur quels réseaux plus particulièrement?

Le concept de base de l'Ernährungszentrum repose sur une forte présence dans les réseaux sociaux et s'est dès le départ inscrit dans un plan global. Cela s'explique par le profil professionnel de ma partenaire, Elke Koch, qui est une journaliste spécialisée dans les réseaux sociaux. Nous avons toutes les deux travaillé chez beobachter.ch, où elle s'occupait du domaine de la santé et moi de l'évaluation de la cybersanté. Nous nous sommes rendu compte que les parties prenantes du domaine de la santé communiquent peu, voire pas du tout, mais qu'elles s'emportent violemment quand leurs patient-e-s ou client-e-s cherchent et trouvent des informations «farfelues» sur le web et dans les réseaux sociaux. Le domaine de la nutrition se prête à merveille à ce genre de communication. Le mélange entre lifestyle, santé et nature recèle un potentiel incroyable, surtout dans les réseaux sociaux naturellement.

Comment l'Ernährungszentrum a-t-il vu le jour dans ce contexte?

C'est Elke Koch qui a eu l'idée de créer l'Ernährungszentrum. Je travaillais alors chez Midata (EPF/BFH). Mais cette nouvelle

perspective dans ma véritable profession m'a tout de suite enthousiasmée.

L'activité principale du centre est le conseil diététique fondé sur les données probantes. Pour que cela fonctionne, il faut logiquement pouvoir compter sur une équipe motivée de professionnel-le-s qualifié-e-s, qui font tou-te-s preuve de créativité et aiment bien évoluer sur les réseaux sociaux de façon tout à fait naturelle. Tous nos canaux de diffusion (site Internet et réseaux sociaux) servent à véhiculer ce message avec cohérence.

Comment doit-on exactement se l'imaginer?

Le site Internet est un hub. On y trouve tout ce qu'il faut savoir sur l'Ernährungszentrum comme ses offres, ses tarifs, des informations sur l'équipe, etc. Nous rédigeons régulièrement des articles sur des sujets d'actualité, pour notre site Internet ou pour des médias partenaires. En fonction du thème, nous procédons ensuite à la diffusion sur les canaux adaptés des réseaux sociaux. Prenons deux exemples: un article destiné à un magazine pour les seniors se diffuse très bien sur Facebook et un article sur la Gestion de la santé en entreprise (GSE) est parfait pour LinkedIn.

Que doit contenir un post de l'Ernährungszentrum pour que vous le publiez?
Il est essentiel que dans chaque post, chaque article, la philosophie de base de l'Ernährungszentrum et de son équipe soit perceptible: nous souhaitons accompagner et conseiller les gens sur les questions ayant trait à la nutrition, sur la toile et naturellement chez nous aussi au cabinet. En fonction du thème traité, un post peut avoir un ton plus ou moins sec ou décontracté. Toutefois, l'engagement pour les client-e-s et le sérieux dans l'exercice de la profession doivent toujours transparaître.

Une journaliste n'est-elle pas enclue à la surenchère, compte tenu de tous les posts disparates publiés sur l'alimentation sur les différents réseaux?

C'est drôle que vous posiez cette question. En fait, c'est tout à fait l'inverse: c'est justement Mme Koch qui nous rappelle à l'ordre et nous préserve des inepties. Du fait de sa longue expérience de journaliste spécialisée dans la santé, elle a un sens prononcé de la tonalité à avoir.

L'Ernährungszentrum est très présent sur les réseaux sociaux. Recommanderiez-vous à chaque diététicien-ne travaillant en cabinet de jouer un rôle aussi actif?

Non, pour une entreprise ne comptant qu'une seule personne, cela n'aurait naturellement aucun sens de s'investir autant sur les réseaux, et ce serait fatal sur le plan économique. Il me paraît fondamental d'avoir un beau site Internet, informatif, mis à jour régulièrement, où les personnes et les offres sont présentées en toute transparence. Tous les autres canaux doivent être nourris avec plaisir et compétence. Si ce n'est pas le cas, cela devient plutôt contreproductif.

Pourquoi? Parce que cela représente beaucoup de travail?

Le simple fait d'entretenir le site Internet (choix des photos saisonnières, mise à jour des portraits de l'équipe ou des offres) représente déjà un travail important, sans compter qu'il faut systématiquement prévoir des adaptations techniques. Si un site Internet manque d'entretien, cela produit rapidement un effet peu sérieux ou peu compétent, c'est pourquoi j'attacherais une grande importance à cet aspect.

Gérez-vous encore d'autres sites Internet ou canaux externes?

Ces derniers mois, nous avons reçu quelques demandes d'acteurs du système de santé. Nous apportons occasionnellement notre soutien à des travaux sur le web et sur les réseaux sociaux ainsi qu'à des projets de cybersanté.

Mme Ellenberger, je vous remercie pour cet entretien intéressant.

Intervista all'Ernährungszentrum di Zurigo



Ruth Ellenberger

Dietista diplomata SSS, ASDD
Contitolare dello studio
Ernährungszentrum di Zurigo
ruth.ellenberger@ezch.ch

*Intervista di Stéphanie Bieler
BSc, dietista ASDD*

L'Ernährungszentrum di Zurigo è uno studio di consulenza nutrizionale situato in centro a Zurigo. Le cinque dietiste che vi lavorano sono attive anche sui social media. Ruth Ellenberger, contitolare del centro, risponde alle nostre domande.

Signora Ellenberger, come mai avete deciso nell'ambito delle vostre attività di operare anche sui social media, e su quali canali siete attive?

Il concetto alla base dell'Ernährungszentrum prevedeva sin dagli inizi una forte presenza sui social media. Ciò è dovuto ai nostri trascorsi. La mia socia, Elke Koch, è una vera e propria professionista dei media (giornalista e specialista di social media). In passato abbiamo lavorato entrambe per Beobachter.ch, lei nel settore salute e io nella valutazione e-Health, e ci siamo resi conto di come gli stakeholder del settore sanitario comunichino poco o niente per poi andare su tutte le furie quando i loro pazienti e clienti cercano – e trovano – fatti assurdi in Internet e sui social media. E in questo senso il campo della nutrizione è un terreno particolarmente fertile: la miscela di lifestyle, salute e natura ha un potenziale enorme, soprattutto sui social media.

Com'è che da questi presupposti è nato l'Ernährungszentrum?

È stata Elke Koch ad avere l'idea di fondare l'Ernährungszentrum. Io lavoravo ancora per Midata (PFZ/BFH), ma l'idea di una nuova prospettiva professionale in quello

che era il mio lavoro originario mi ha subito entusiasmata.

L'attività principale del centro è fornire consulenza nutrizionale basata sull'evidenza. Logicamente la base per farlo è un team motivato di specialiste qualificate, tutte creative e in grado di muoversi con naturalezza e volentieri nel mondo dei social media. Tutti i nostri canali mediatici (sito Internet e social media) servono a veicolare in modo coerente il nostro messaggio.

Come operate concretamente?

Il sito Internet è la piattaforma centrale: lì si trova tutto quello che c'è da sapere sull'Ernährungszentrum, come ad esempio prestazioni offerte, tariffe, informazioni sul team, ecc. Regolarmente redigiamo articoli su argomenti di attualità per il nostro sito o per media partner. A seconda del tema, li divulgiamo poi sui social media più adeguati. Un articolo per una rivista per la terza età, ad esempio, si divulgabene su Facebook; un contributo sulla gestione della salute in azienda, invece, si posiziona bene su LinkedIn.

Quali contenuti deve avere un post dell'Ernährungszentrum per essere pubblicato?

Decisivo è che in ogni post e da ogni contributo emerga la filosofia di base dell'Ernährungszentrum e del suo team: vogliamo affiancare le persone consigliandole su questioni legate alla nutrizione – in rete e naturalmente anche da noi nel nostro centro. A seconda del tema un post può risultare leggero, un altro invece più formale. L'impegno in favore dei clienti e la serietà nell'esercizio della professione devono però vedersi sempre.

Con la gran confusione di post sulla nutrizione che si trovano sui vari canali, non succede a volte anche a una specialista dei media di perdere le staffe?

È divertente che lo chieda. È proprio il con-

trario: è Elke Koch che ci esorta alla prudenza e ci impedisce di fare erroracci. Grazie alla sua esperienza pluriennale nel giornalismo della salute sa sempre trovare il tono giusto.

L'Ernährungszentrum è molto presente sui social media. Consiglierebbe a tutte le dietiste e i dietisti con uno studio di essere altrettanto attivi?

No, per uno studio con una persona sola tutto questo impegno non avrebbe naturalmente senso, anzi, sarebbe economicamente controindicato. Ritengo elementare avere un sito Internet gradevole e informativo (sempre aggiornato!) che presenti in modo trasparente l'offerta e le persone. In tutti gli altri canali ci si deve muovere volentieri e con abilità, altrimenti la presenza si rivela piuttosto controproducente.

Perché? È molto impegnativo?

Già solo la cura del sito Internet – scegliere immagini che si abbino alla stagione, aggiornare le foto del team o le offerte – è un impegno; e poi ci sono anche continui adeguamenti tecnici. Un sito Internet non curato dà subito un'impressione di poca serietà e incompetenza, ragion per cui mi concentrerei in primo luogo su di esso.

Vi occupate anche di altri siti o canali esterni?

Negli ultimi mesi abbiamo ricevuto alcune richieste da parte di attori del sistema sanitario. Occasionalmente sosteniamo anche lavori sul web o sui social media e progetti eHealth.

Signora Ellenberger, la ringrazio per l'interessante chiacchierata!

Digital sicher unterwegs dank Awareness

Schulungen und Präventionsmassnahmen im Bereich Arbeitssicherheit sind heute Standard. Doch die Arbeitssicherheit beschränkt sich nicht auf den analogen Bereich. Wie bewegt man sich im Netz genauso sicher wie am physischen Arbeitsplatz? Ein erfolgversprechender Ansatz nennt sich Awareness.



Jona Karg
BSc ZFH in Angewandter
Psychologie
Leiter Schulungswesen
Health Info Net AG (HIN)

In den letzten Jahren wurden immer mehr Cyberattacken auf Gesundheitseinrichtungen publik, 2020 kam es in Deutschland gar zu einem Angriff mit Todesfolge. Das Gesundheitswesen mit seinen sensiblen Daten und teils ungenügend geschützten Systemen ist für Cyberkriminelle ein attraktives Ziel. Ob kleinere Praxen, grosse Institutionen oder Freischaffende – es kann jeden treffen. Wer die Schuld bei der Digitalisierung selbst sucht, vergisst jedoch, dass Unfälle und Gefahren auch im analogen Bereich lauern.

Tatsächlich lässt sich in Unternehmen eine Verbindung von Arbeitsunfällen und Vorfällen in der IT-Sicherheit feststellen. Blos sind im Bereich der Cybergefahren meist nicht die Verursacher selbst die Leidtragenden, sondern die Patientinnen und Klienten beziehungsweise ihre schützenswerten Daten oder sogar ihre Gesundheit. Während bei einem Arbeitsunfall oft «nur» das Opfer ausfällt, ist bei einem Cyberangriff nicht selten der komplette Betrieb

lahmgelegt. Daher sollten Gesundheitseinrichtungen neben der analogen Arbeitssicherheit auch die digitale Awareness der Mitarbeitenden pflegen. Doch wo setzt man am besten an?

Sensibilisierte Mitarbeitende als Chance für die IT-Sicherheit

In der IT-Sicherheit wurde der Mensch bisher oft einseitig als Schwachstelle angesehen, und tatsächlich liegt vielen erfolgreichen Cyberangriffen menschliches Fehlverhalten zugrunde – beispielsweise, wenn ein unbedarfter Mitarbeitender den virenverseuchten Anhang einer E-Mail öffnet. Doch dieses Denken ist überholt und nicht zielführend. Neuere Ansätze sehen Schwachstellen eher im Zusammenspiel von Mensch und Technik – und Mitarbeitende als Ressource beziehungsweise als Chance für die IT-Sicherheit.

Die Forschung zur Information Security Awareness (ISA) unterscheidet dabei die drei menschlichen Faktoren Wissen, Einstellung und Verhalten. Alle drei können die IT-Sicherheit eines Unternehmens beeinflussen und bauen aufeinander auf. Die Vermittlung von Wissen schafft die Voraussetzung, um eine sicherheitsorientierte Einstellung der Mitarbeitenden zu bewirken, welche wiederum Vorausset-

zung ist für eine Verhaltensänderung im Arbeitsalltag. Aus betrieblicher Sicht ist daher meist das Wissen der erste Ansatzpunkt.

Nachhaltige Sensibilisierung mit Awareness-Massnahmen

Die Faktoren Einstellung und Verhalten hängen stark mit der Persönlichkeit eines Individuums zusammen. Persönlichkeitsmerkmale wie Gewissenhaftigkeit oder Risikobereitschaft lassen sich nur begrenzt an- oder abtrainieren. Der Faktor Wissen hingegen kann von aussen am besten beeinflusst werden und bietet damit das grösste Potenzial für Massnahmen. So kann das Sicherheitsbewusstsein durch gezielte Wissensvermittlung in Form betrieblicher Schulungen oder auch mit komplementären Methoden wie E-Learning gesteigert werden. Ist eine Gesundheitsfachperson dadurch «aware», wird sie eine virenbelastete, als harmlos getarnte E-Mail vor dem Öffnen eher prüfen und kann so eine Attacke verhindern. Gerade so wie es «offline» bei der Unfallprävention stattfindet: Kennt man die Stolperfallen, kann man diesen ausweichen oder gar Infrastruktur und Prozesse so anpassen, damit Unfälle vermieden werden.

Nachhaltig erfolgreich lässt sich die Awareness der Mitarbeitenden kultivieren, indem regelmässig kleine Lerneinheiten in den Alltag eingestreut werden – also durch kontinuierliche Sensibilisierung. Ist das Bewusstsein geschärft, wird der menschliche Faktor zur Chance für die Informationsgenauigkeit wie für die Arbeitssicherheit, da die Mitarbeitenden – online wie offline – sicher und unfallfrei agieren.

Veranstaltungshinweis:

HIN-Security-Awareness-Schulung
für SVDE-Mitglieder

29.06.2021, 16.30–18.45 Uhr

Die Veranstaltung wird online
durchgeführt.

SVDE-Punkte: 2

Weitere Informationen auf svde-asdd.ch

Le numérique en toute sécurité grâce à la sensibilisation

Les formations et les mesures de prévention dans le domaine de la sécurité au travail sont devenues la norme. Mais la sécurité au travail ne se limite pas à l'univers analogique. Comment évoluer sur la toile avec autant de sécurité que sur le lieu de travail physique? La «sensibilité à la sécurité de l'information» est une approche prometteuse.



Jona Karg
BSc ZFH en psychologie appliquée
Directeur Formation Health Info Net AG (HIN)

Ces dernières années, les cyberattaques contre des établissements de santé dévoilées publiquement se sont multipliées. En 2020, une attaque a même eu des conséquences mortelles en Allemagne. Le système de santé avec ses données sensibles et des systèmes ne disposant pas toujours d'une protection suffisante est une cible attrayante pour les cybercriminels. Petits cabinets, grandes institutions ou indépendant-e-s, tous peuvent être victimes. Celles et ceux qui accusent le numérique oublient toutefois que les accidents et les risques guettent également dans le domaine analogique.

Dans les faits, on observe dans les entreprises une relation entre accidents de travail et incidents dans la sécurité informatique. Simplement, en ce qui concerne les cyberdangers, les personnes qui les occasionnent ne sont en général pas celles qui

en pâtissent, mais les patient-e-s et les client-e-s ou leurs données sensibles, voire leur santé. Tandis que, lors d'un accident professionnel, «seule» la victime est touchée, il n'est pas rare que toute l'entreprise soit paralysée en cas de cyberattaque. C'est pourquoi les institutions de santé devraient s'occuper, en plus de la sécurité au travail «analogique», de la sensibilité «numérique» de leur personnel. Mais par où faut-il commencer idéalement?

Des collaborateurs/trices sensibilisé-e-s, une chance pour la sécurité informatique

Dans la sécurité informatique, l'être humain a jusqu'à présent été considéré de façon souvent unilatérale comme un maillon faible. Dans les faits, un comportement humain défaillant est à l'origine de nombreuses cyberattaques réussies, par exemple parce qu'un collaborateur inexpérimenté ouvre la pièce jointe d'un e-mail, qui est infectée par un virus. Mais cette approche est dépassée et elle n'est pas constructive. Selon des approches plus récentes, les points faibles se situent plutôt au niveau de l'interaction entre l'être humain et la technique, et les collaborateurs/trices sont considéré-e-s comme une ressource ou comme une chance pour la sécurité informatique.

La recherche sur la sensibilité à la sécurité de l'information (en anglais Information Security Awareness, ISA) distingue trois facteurs humains: les connaissances, l'état d'esprit et le comportement. Ces trois facteurs peuvent influencer la sécurité informatique d'une entreprise et sont complémentaires. La transmission de connaissances permet aux collaborateurs/trices de développer un état d'esprit axé sur la sécurité, ce qui crée les conditions néces-

saires à un changement de comportement dans le quotidien professionnel. Sous l'angle de l'entreprise, les connaissances représentent donc le plus souvent le point de départ.

Sensibilisation durable grâce aux mesures de «sensibilité à la sécurité de l'information»

Les facteurs état d'esprit et comportement dépendent fortement de la personnalité individuelle. Il n'est possible que dans une certaine limite d'acquérir ou de se débarrasser de certains traits de personnalité comme le fait d'être conscientieux/euse ou d'avoir le goût du risque. Pour le facteur «connaissances» en revanche, il est plus facile d'exercer une influence de l'extérieur, en conséquence de quoi il présente un plus grand potentiel d'amélioration par le biais de mesures. Ainsi, il est possible d'améliorer la sensibilité à la sécurité par la transmission ciblée de connaissances sous la forme de formations en entreprise ou par des méthodes complémentaires comme l'e-learning. Si un-e professionnel-le de la santé prend conscience de la problématique, il/elle aura plutôt tendance à vérifier un e-mail infecté par un virus et soi-disant inoffensif avant de l'ouvrir et pourra ainsi empêcher une attaque. C'est exactement comme pour la prévention des accidents dans la vie réelle: une fois que l'on connaît les pièges, on peut les esquiver, voire adapter l'infrastructure et les processus de façon à éviter les accidents.

Il est possible de cultiver durablement la prise de conscience des collaborateurs/trices avec succès en intégrant régulièrement de petites unités de formation à leur quotidien, et donc par le biais de la sensibilisation continue. Si la prise de conscience est renforcée, le facteur humain devient une chance pour la sécurité de l'information et donc du travail, car les collaborateurs/trices ont une conduite sûre et dénuée de risque, en ligne et hors ligne.



L'être humain ne devrait pas être considéré comme le maillon faible dans le système de sécurité informatique. Des collaborateurs/trices sensibilisé-e-s ont le potentiel d'intervenir quand la technique est défaillante.

Muoversi in sicurezza nel mondo digitale grazie all'awareness

I corsi di formazione e le misure preventive nell'ambito della sicurezza sul lavoro sono ormai uno standard. La sicurezza sul lavoro non si limita però al settore analogico. Come possiamo muoverci in rete con lo stesso grado di sicurezza che abbiamo sul posto di lavoro fisico? Con l'awareness, un approccio promettente.



Jona Karg
in psicologia applicata
Responsabile formazione
Health Info Net AG (HIN)

Negli ultimi anni si è registrato un numero sempre maggiore di attacchi informatici ai danni di strutture sanitarie. Nel 2020 in Germania un attacco ha addirittura avuto conseguenze letali. Il sistema sanitario, con i suoi dati sensibili e dei sistemi in parte non sufficientemente protetti, è un obiettivo allettante per i criminali informatici. Chiunque può esserne colpito: i piccoli studi, i grandi istituti o i liberi professionisti. Chi attribuisce la colpa di questi attacchi alla digitalizzazione dimentica che anche nel mondo analogico si nascondono pericoli e si verificano incidenti.

Ed effettivamente nelle aziende si nota un nesso tra gli infortuni professionali e gli incidenti legati alla sicurezza informatica. Solo che nell'ambito dei rischi informatici a soffrire non è chi ha reso possibile l'incidente, bensì i pazienti e i clienti, i loro dati sensibili o addirittura la loro salute. Mentre a seguito di un infortunio professionale

spesso viene a mancare «solo» la forza lavoro della vittima, in caso di attacco informatico non di rado è l'intera azienda ad essere paralizzata. Per questo motivo, le strutture sanitarie dovrebbero curare, oltre alla sicurezza sul lavoro «analogica», anche l'awareness «digitale» dei loro collaboratori. Detto questo, qual è il miglior modo per farlo?

Collaboratori sensibilizzati favoriscono la sicurezza informatica

Finora, nella sicurezza informatica l'essere umano è stato spesso considerato unicamente come un punto debole; effettivamente alla base di molti attacchi informatici di successo c'è proprio un comportamento errato umano, ad esempio quando un collaboratore sprovvveduto apre l' allegato infetto di una e-mail. Eppure questo modo di pensare è sorpassato e controproducente. Gli approcci più moderni vedono i punti deboli piuttosto nell'interazione tra essere umano e tecnologia e considerano i collaboratori come risorse, rispettivamente opportunità, per la sicurezza informatica.

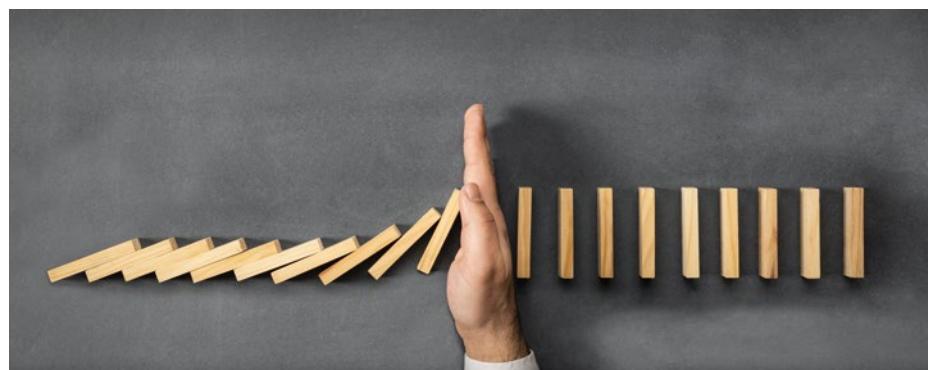
In questo contesto, la ricerca sull'information security awareness (ISA) distingue tre

fattori umani: conoscenza, atteggiamento mentale e comportamento. Tutti e tre possono influire sulla sicurezza informatica di un'azienda e sono complementari: la trasmissione di conoscenze crea i presupposti per promuovere un atteggiamento mentale dei collaboratori orientato alla sicurezza, che a sua volta è il presupposto per un cambiamento di comportamento sul posto di lavoro. Per questo, il primo punto su cui le aziende di solito dovrebbero lavorare è la conoscenza.

Sensibilizzazione duratura con misure di awareness

I fattori atteggiamento mentale e comportamento dipendono molto dalla personalità individuale. Tratti della personalità come coscienza o propensione al rischio si possono avere limitatamente acquisire o perdere grazie all'allenamento. Il fattore conoscenza, invece, è il più influenzabile dall'esterno e quindi meglio si presta a essere oggetto di misure specifiche. La consapevolezza (awareness) per la sicurezza, ad esempio, può essere aumentata tramite la divulgazione mirata di conoscenze in occasione di formazioni aziendali oppure con metodi complementari come l'e-learning. Se i professionisti della salute sono più «aware», tenderanno a verificare prima di aprire un'e-mail apparentemente innocua ma piena di virus, impedendo così un attacco. È proprio come nella prevenzione degli infortuni «offline»: se si conoscono i possibili punti d'inciampo è possibile evitarli o addirittura adeguare le infrastrutture e i processi in modo da prevenire gli incidenti.

È possibile coltivare in modo durevole l'awareness dei collaboratori inserendo regolarmente piccole unità didattiche nell'attività quotidiana, quindi con una sensibilizzazione continua. Una volta ottenuta la consapevolezza, il fattore umano diventa un'opportunità per la sicurezza informatica e sul lavoro, perché i collaboratori – online e offline – agiranno in modo sicuro e senza incidenti.



L'essere umano non dovrebbe essere considerato il punto debole nel sistema della sicurezza informatica: collaboratori sensibilizzati hanno il potenziale per intervenire quando la tecnica fa cilecca.

SVDE-Generalversammlung vom 16. April 2021

Aufgrund der aktuellen Situation und im Rahmen der Verordnung 3 des Bundesrates über Massnahmen zur Bekämpfung des Coronavirus vom 19.06.2020 fand die 79. ordentliche Generalversammlung des SVDE vom 16.04.21 digital statt. Weitere Informationen zur Generalversammlung sehen unsere Mitglieder unter www.svde-asdd.ch > Verband > Generalversammlung > Dokumente GV.

Berufsordnungskommission (BOK)

Die BOK ist zuständig für die Fälle von Verstößen gegen die Berufsordnung. Sylvie Borloz, Beatrice Conrad und Maura Nessi Zappella wurden wiedergewählt für 2021 bis 2025.

Rekurskommission (RK)

Die RK ist zuständig für Rekurse gegen Entscheidungen der BOK. Natacha Joset, Massimo Quarenghi und Caroline Roulin Dumont wurden wiedergewählt für 2021 bis 2025.

Wahl von Larissa Bürki und Manuela Deiss zu Vorstandsmitgliedern

Mit Larissa Bürki und Manuela Deiss stellten sich gleich zwei Mitglieder zur Wahl als SVDE-Vorstandsmitglieder. Ihre CV sind auf der SVDE-Website bei den Unterlagen zur GV aufgeschaltet. Beide haben im vergangenen Jahr bereits an einigen

Vorstandssitzungen als Gast teilgenommen. Wir heissen Manuela Deiss und Larissa Bürki im SVDE-Vorstand herzlich willkommen!

Verabschiedung von Brigitte Christen-Hess als Vorstandsmitglied

Brigitte Christen war mit Unterbrüchen insgesamt 18 Jahre Vorstandsmitglied des SVDE.

Als Verantwortliche für das Ressort Serviceleistungen nahm sie sich mit viel Elan dem langjährigen Wunsch der Mitglieder an, den damaligen Ordner «Praxis-Handbuch» in eine moderne Datenbank überzuführen. So ist der heutige NutriPoint entstanden, ein Online-Tool, welches für alle Mitglieder zum unverzichtbaren Helfer im Arbeitsalltag geworden ist. Brigittes Verdienst sind auch die auf NutriPoint aufgeschalteten Beratungsunterlagen, welche aus der Aktualisierung der Profiline-Unterlagen hervorgegangen sind.

Weiter hat sich Brigitte für nützliche Dienstleistungen im Bereich Versicherungen und Treuhand für unsere Mitglieder eingesetzt; zuerst in Zusammenarbeit mit sermed und danach mit RVA Versicherungsbroker AG.

Sehr am Herzen lagen Brigitte, die seit Jahren erfolgreich eine Praxis in Luzern führt, die Anliegen der selbstständig Erwerbenden. Durch ihre Erfahrung sowie ihre Mitgliedschaft in der Regiogruppe Zentralschweiz, ergänzte sie den SVDE-Vorstand optimal und hatte eine wichtige beratende Stimme für diese Anliegen. Seit 2020 arbeitet sie aktiv in der neu gegründeten Arbeitsgruppe ambulante Tarife – ein Engagement, welches sie auch künftig weiterführen wird.

Liebe Brigitte – wir danken dir herzlich für alle deine Arbeiten, welche du für den SVDE geleistet hast. Wir wünschen dir für deine berufliche und private Zukunft weiterhin viel Erfolg!

SVDE-Generalversammlung 2022:

26. März 2022, in Bern im Rahmen der NutriDays vom 25. und 26. März 2022



Brigitte Christen-Hess



Larissa Bürki



Manuela Deiss

Verabschiedung von Gabi Fontana als Präsidentin und aus dem Vorstand

Gabi Fontana wurde 2005 in den Vorstand gewählt und übernahm danach die Verantwortung für das Ressort Bildung Deutschschweiz. Als erste grosse Aufgabe wartete die Erarbeitung der Curricula der Studiengänge in Ernährung und Diätetik der Berner Fachhochschule. Diese Arbeit war fundamental, um die Qualität der Grundausbildung zum/r Ernährungsberater/in auf Fachhochschulniveau zu heben.

Gabis Interesse für gesundheits- und berufspolitische Belange sowie ihre Vision, wie sich unser Beruf und unser Berufsverband weiterentwickeln sollten, bewogen sie 2013, als Präsidentin zu kandidieren. An der Generalversammlung in Olten wurde Gabi zur 14. Präsidentin des SVDE gewählt.

Ein erster Meilenstein in Gabis Amtszeit war die Implementierung von strategischen Schwerpunkten. Unter ihrer Ägide wurden in den vergangenen acht Jahren viele Prozesse auf Verbandsebene professionalisiert und wichtige, mit der Strategie abgestimmte Massnahmen und Organe unseres Verbandes erarbeitet und eingeführt, z. B. das Logo und Label «Ernährungsberater/-In SVDE», das jährlich stattfindende Gruppenleitertreffen, die Image- oder Berufsbroschüre, und die Schaffung der elektronischen Plattform NutriEdu.

Die deutliche Zunahme der Mitglieder in den letzten acht Jahren bestätigt, dass die Verbandspolitik und -strategie auf breite Zustimmung trifft.

Viel Zeit investierte Gabi in die politische Vernetzung und das Lobbying für unseren Berufsstand, z. B. im Schweizerischen Verband der Berufsorganisationen im Gesundheitswesen (SVBG), in der Eidgenössischen Ernährungskommission (EEK), in der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung (SGE), in der International Confederation of Dietetic Associations (ICDA) oder der Allianz Ernährung und Gesundheit.



Jubiläums-Generalversammlung 2017 im Zentrum Paul Klee in Bern

Ein Höhepunkt in Gabis Zeit als Präsidentin war das 2017 stattfindende Jubiläum zum 75. Jahr des Bestehens unseres Verbandes. Mit grosser Freude und Stolz repräsentierte sie unseren Beruf und amteite an der Jubiläumsgeneralversammlung als Gastgeberin.

Gabis Präsidialzeit war geprägt von enormer Schaffenskraft und Arbeitsfreude, und ihr Einsatz ging immer wieder über das übliche Mass der Arbeit einer Verbandspräsidentin hinaus. Gabis Handeln war von Sorgsamkeit und Weitsicht geprägt. Sie hinterlässt eine gesunde Organisation und kann mit Stolz auf ihre acht Jahre als Präsidentin zurückblicken!

Liebe Gabi, wir danken dir für deine grosse Arbeit. Für deine berufliche und private Zukunft wünschen wir dir alles Gute!



Wahl von Adrian Rufener als Präsident



Adrian Rufener
Präsident
Président
Presidente

Geschätzte SVDE-Mitglieder

Am 16. April 2021 wurde ich anlässlich der Generalversammlung des SVDE durch die online anwesenden Mitglieder zum neuen Präsidenten des SVDE gewählt. Damit durfte ich mit sofortiger Wirkung die Nachfolge von Gabi Fontana antreten, welche dieses Amt während acht Jahren ausübte. Gabi gebührt ein riesengrosser Dank für ihr Engagement und die Zeit, welche sie in den vergangenen 16 Jahren als Vorstandsmitglied in den Berufsverband gesteckt hat. Das mir damit entgegengebrachte Vertrauen ist mir eine grosse Ehre und macht mich stolz. Die vielen Glückwünsche und wohlwollenden Worte, die mich rund um die Wahl erreichten, haben mich sehr gefreut. An dieser Stelle möchte ich ein grosses Danke schön euch allen aussprechen! Das alles motiviert mich, diese verantwortungsvolle Funktion innerhalb des SVDE bestmöglich zu erfüllen.

Mein Interesse für berufspolitische Themen wurde bereits in der Ausbildung geweckt. So habe ich beispielsweise bereits meine Diplomarbeit zu einem berufspolitisch geprägten Thema erstellt, welche von Beatrice Conrad Frey (der Vorgängerin von Gabi) als Co-Betreuerin begleitet wurde. Ausgehend davon habe ich begonnen, mich immer mehr mit bildungspolitischen Themen auseinanderzusetzen und ich durfte mich hierzu als Mitglied der Bildungskommission aktiv in die Verbandsarbeit einbringen. Ich erinnere mich noch gut, als mich Gabi im Jahr 2012 angefragt hat, ob ich mir vorstellen könnte, im Vorstand des SVDE tätig zu werden und mich noch vermehrt in die Weiterentwicklung

des Berufsverbandes einzubringen. 2013 war es dann so weit, dass ich mich an der Generalversammlung des SVDE in Olten zur Wahl als Vorstandsmitglied zur Verfügung gestellt habe. Bereits dort durfte ich die Nachfolge von Gabi antreten und ich übernahm innerhalb des Vorstandes die Verantwortung für den Bereich Bildungsstandards, welchen ich zu Beginn gemeinsam mit Raphaël Reinert und seit 2016 allein geleitet und weiterentwickelt habe. Dabei habe ich unter anderem die Leitung des Projektes Kompetenzerhalt übernommen. Im Rahmen dieses Projektes wurde 2019 das Fortbildungsreglement einstimmig von der Generalversammlung angenommen und ist seit dem vergangenen Jahr in Kraft. Hierzu koordinierte ich die Entwicklung der Plattform «NutriEdu», in welcher die erbrachten Fortbildungstätigkeiten erfasst werden können. Die Plattform ist seit letztem Juni online verfügbar und befindet sich aktuell in der Pilotphase. Ein weiteres Projekt, welches ich begleiten und massgeblich mitgestalten durfte, war die Erarbeitung des Gesundheitsberufegesetzes (GesBG) seitens des Bundes. Hier habe ich unter anderem die Projektleitung für die Ausarbeitung der berufsspezifischen Kompetenzen übernommen, welche heute in der entsprechenden Verordnung geregelt sind. Viele weitere Aufgaben und Delegationen kamen während meiner Amtszeit hinzu. 2016 übernahm ich zudem das Amt des Vizepräsidenten des SVDE für die Deutschschweiz. Dadurch begleitete ich Gabi immer mehr an Gespräche und Sitzungen und übernahm bei Bedarf ihre Vertretung. Dies ermöglichte mir den Auf- und Ausbau meines Know-hows bezüglich der Arbeiten im Berufsverband sowie die Ausweitung meines nationalen und internationalen Netzwerks. Die enge Zusammenarbeit mit Gabi war ausschlaggebend für meine Entscheidung, mich als Präsident des SVDE zur Wahl zu stellen. Zu meinen wichtigsten Zielen gehört es, die Kontinuität aufrechtzuerhalten und die geleistete Arbeit meiner Vorgängerinnen weiterzuführen. Dabei bin ich besonders bestrebt, den

Stellenwert und die Anerkennung unseres Berufsstandes weiter voranzutreiben und in den kommenden Jahren einen Schwerpunkt auf die Klärung der Qualitätssicherung innerhalb unseres Berufsstandes anzuregen. Dies erachte ich als eine der prioritären Herausforderungen, welche sich aufgrund der aktuellen gesundheitspolitischen Lage aufdrängen. Ich will einen starken Berufsverband, welcher aktuelle Entwicklungen innerhalb der Gesundheitsversorgung proaktiv angeht und die Grundlage legt, dass wir als die Fachpersonen für Ernährung und Diätetik anerkannt und bekannt sind – sowohl auf politischer Ebene als auch in der Berufswelt und in der Öffentlichkeit.

Diese Grundaufgaben werden mit der aktuellen Strategie des SVDE aufgegriffen und angegangen. Eure Interessen zu bündeln – geschätzte Mitglieder des SVDE – und gemeinsame Ziele zu erreichen, ist unser gemeinsam geteiltes Hauptanliegen. Kommt mit euren Anliegen auf mich zu und seid proaktiv; wir alle zusammen sind der Verband!

Ich als Präsident – zusammen mit dem gesamten Vorstand und der Geschäftsstelle – will für uns alle und unsere gemeinsamen Interessen und Bedürfnisse den SVDE weiter voranbringen!

Nur gemeinsam sind wir stark.

Euer Präsident
Adrian Rufener



NutriDays 2018 im CTS Kongresshaus Biel

Assemblée générale de l'ASDD du 16 avril 2021

En raison de la situation actuelle et dans le cadre de l'ordonnance 3 du Conseil fédéral sur les mesures destinées à lutter contre le coronavirus du 19.06.2020, la 79^e assemblée générale ordinaire de l'ASDD du 16.04.21 s'est tenue en ligne. Nos membres peuvent consulter des informations complémentaires sur l'assemblée générale sur: www.svde-asdd.ch > Association > Assemblée générale > Documents AG.

Commission de déontologie (CD)

La CD est compétente pour les cas de manquements au code de déontologie. Sylvie Borloz, Beatrice Conrad et Maura Nessi Zappella ont été réélues pour la période 2021–2025.

Commission de recours (CR)

La CR est compétente pour les recours adressés contre les décisions de la CD. Natacha Joset, Massimo Quarenghi et Caroline Roulin Dumont ont été réelu-e-s pour la période 2021–2025.

Election de Larissa Bürki et de Manuela Deiss au comité

Larissa Bürki et Manuela Deiss se sont présentées à l'élection du comité de l'ASDD. Leurs C. V. ont été publiés sur le site Internet de l'ASDD avec les documents de l'AG. L'année passée, elles avaient toutes les deux déjà assisté à quelques séances du comité en tant qu'invitées. Nous souhaitons une cordiale bienvenue à Manuela Deiss et à Larissa Bürki au comité de l'ASDD.

Départ du comité de Brigitte Christen-Hess

Brigitte Christen a été membre du comité de l'ASDD pendant 18 ans au total, avec des interruptions.

En tant que responsable du département des prestations de services, elle a réalisé avec beaucoup d'enthousiasme le souhait de longue date des membres de transférer le contenu du guide pratique, qui se présentait à l'époque sous forme de classeur, vers une base de données moderne. C'est ainsi qu'a vu le jour l'actuel NutriPoint, un outil en ligne qui est devenu pour tou-te-s les membres un outil indispensable dans le quotidien professionnel. Les documents de conseil publiés sur NutriPoint, qui proviennent de la mise à jour des documents Profiline, sont également le fruit du travail de Brigitte.

Cette dernière a en outre rendu de précieux services dans le domaine des assurances et de la fiduciaire pour nos membres, d'abord en collaboration avec

sermed et par la suite avec le courtier RVA Versicherungsbroker AG.

Pour Brigitte, qui gère son cabinet à Lucerne avec succès depuis des années, la cause des diététicien-ne-s indépendant-e-s a toujours été importante. Compte tenu de son expérience et de son affiliation au groupe régional de Suisse centrale, elle avait le profil idéal pour compléter le comité de l'ASDD, au sein duquel elle faisait entendre sa voix à titre consultatif pour les préoccupations lui tenant à cœur. Depuis 2020, elle travaille activement au sein du nouveau groupe de travail sur les tarifs ambulatoires, un engagement qu'elle maintiendra à l'avenir.

Chère Brigitte, nous te remercions sincèrement pour tout le travail que tu as accompli pour le compte de l'ASDD. Nous te souhaitons beaucoup de succès pour ta vie future, tant sur le plan professionnel que privé.

Assemblée générale de l'ASDD 2022:

26 mars 2022, à Berne dans le cadre des NutriDays des 25 et 26 mars 2022



Brigitte Christen-Hess



Larissa Bürki



Manuela Deiss

Départ de la présidence et du comité de Gabi Fontana

Gabi Fontana a été élue au comité en 2005 et a alors pris la responsabilité du département de la formation pour la Suisse alémanique. La première tâche importante qui l'attendait a été l'élaboration des cursus des filières Nutrition et diététique de la Berner Fachhochschule. Ce travail était essentiel pour relever la qualité de la formation initiale de diététicien-ne au niveau des hautes écoles spécialisées.

L'intérêt de Gabi pour les questions de politique de la santé et professionnelle ainsi que sa vision sur la manière dont notre profession et notre association professionnelle devraient évoluer l'ont incitée à se porter candidate à la présidence en 2013. Lors de l'assemblée générale d'Olten, Gabi a été élue 14^e présidente de l'ASDD.

Le premier jalon posé lors du mandat de Gabi a été de mettre en œuvre les priorités stratégiques. Sous son égide, de nombreux processus ont été professionnalisés au niveau de l'association ces huit dernières années, tandis que d'importants organes de notre association et des mesures adaptées à sa stratégie ont été mis sur pied et introduits, comme le logo et le label «diététicienne ASDD», la rencontre annuelle des responsables de groupe, la brochure sur l'image ou la profession, ainsi que la création de la plateforme électronique NutriEdu.

L'augmentation nette de l'effectif des membres au cours de ces huit dernières années montre que la politique et la stratégie de l'association rencontrent un large consentement.

Gabi a consacré beaucoup de temps au réseautage politique et au lobbying en faveur de notre profession, par exemple au sein de la Fédération Suisse des Associations professionnelles du domaine de la Santé (FSAS), au sein de la Commission fédérale de la nutrition (CFN), au sein de la Société Suisse de Nutrition (SSN), au sein de l'International Confederation of Dietetic Associations (ICDA) ou de l'Alliance nutrition et santé.



Assemblée générale du jubilé 2017 au Zentrum Paul Klee à Berne

Un temps fort de la présidence de Gabi a été le 75^e anniversaire de notre association en 2017. Avec beaucoup de plaisir et de fierté, elle a représenté notre profession et a fait office d'hôte lors de l'assemblée générale du jubilé.

La présidence de Gabi a été marquée par une énorme énergie créatrice et un plaisir de travailler formidable. Son engagement a toujours été supérieur à celui d'une présidente d'association. Les actions menées par Gabi se sont caractérisées par l'attention et la clairvoyance. Elle laisse une organisation saine et peut être fière de ses huit années à la présidence!

Chère Gabi, nous te remercions pour le grand travail que tu as accompli. Nous te souhaitons une bonne continuation pour ta vie future, tant sur le plan professionnel que privé.



Election d'Adrian Rufener à la présidence



Adrian Rufener

Président
Präsident
Presidente

Cher et chère membre de l'ASDD

Le 16 avril 2021, lors de l'assemblée générale de l'ASDD, j'ai été élu président de l'ASDD par les membres présent-e-s en ligne. J'ai ainsi pu prendre la succession avec effet immédiat de Gabi Fontana, qui a exercé ce mandat pendant huit ans. Gabi mérite d'énormes remerciements pour son engagement et pour tout le temps qu'elle a consacré à notre profession au cours de ces 16 années en tant que membre du comité de l'association professionnelle. La confiance qui m'a été témoignée lors de cette élection est pour moi un grand honneur et un motif de fierté. Les nombreux vœux de bonheur et tous les messages bienveillants qui m'ont été adressés en rapport avec mon élection m'ont fait très plaisir. Je tiens à cette occasion à exprimer mes vifs remerciements à chacun-e d'entre vous! Tout cela me motive à donner le meilleur de moi-même pour exercer cette fonction à responsabilités au sein de l'ASDD.

Mon intérêt pour les thèmes de politique professionnelle a été éveillé dès ma formation. J'ai par exemple rédigé mon travail de diplôme sur un sujet relatif à la politique professionnelle et l'une de mes tutrices n'était autre que Beatrice Conrad Frey, la prédécesseure de Gabi. A partir de là, j'ai commencé à m'intéresser de plus en plus aux thèmes de politique de formation et en ma qualité de membre de la commission de formation, j'ai eu l'occasion de m'impliquer activement dans le travail associatif. Je me rappelle encore très bien quand Gabi m'a demandé en 2012 si je pouvais m'imaginer jouer un rôle actif au sein du comité de l'ASDD et m'investir da-

vantage encore dans le développement de l'association professionnelle. En 2013, le moment était venu et je me suis ainsi porté candidat à l'élection du comité lors de l'assemblée générale de l'ASDD à Olten. A l'époque déjà, j'ai eu l'honneur de succéder à Gabi et au sein du comité, j'ai pris la responsabilité du domaine des Standards de formation, que j'ai dirigé et développé aux côtés de Raphaël Reinert dans la phase initiale, puis en solo à partir de 2016. Dans ce mandat, j'ai entre autres assumé la direction du projet relatif au maintien des compétences. Dans le cadre de ce projet, le règlement de formation continue a été adopté à l'unanimité par l'assemblée générale en 2019 et il est en vigueur depuis l'année passée. Dans cette perspective, j'ai coordonné le développement de la plateforme «NutriEdu», sur laquelle il est possible de saisir les activités de formation continue effectuées. Cette plateforme est disponible en ligne depuis juin dernier et elle se trouve encore dans la phase pilote. L'élaboration de la loi sur les professions de la santé (LPSan) par la Confédération figure aussi parmi les projets que j'ai eu l'occasion d'accompagner et auxquels j'ai contribué dans une mesure déterminante. J'ai entre autres assumé la conduite du projet relatif à l'élaboration des compétences professionnelles, qui sont actuellement réglementées dans l'ordonnance correspondante. Beaucoup d'autres tâches et rôles de délégation sont venus s'ajouter pendant mon mandat. En 2016, j'ai en outre pris la vice-présidence de l'ASDD pour la Suisse alémanique, ce qui m'a amené à assister de plus en plus à des séances et des entrevues aux côtés de Gabi et parfois même à l'y représenter. Cela m'a permis de développer et d'élargir mon savoir-faire relatif aux tâches à accomplir au sein de l'association professionnelle, mais aussi d'étendre mon réseau de relations sur le plan national et international. La collaboration étroite avec Gabi a joué un rôle décisif en rapport avec ma décision de me présenter à la présidence de l'ASDD. Mes principaux objectifs sont d'assurer la continuité et de poursuivre le travail ac-

compli par mes prédécesseures. Je m'efforcerai tout particulièrement de continuer à faire valoir l'importance et la reconnaissance de notre profession et ces prochaines années, parmi les priorités, à clarifier les questions liées à l'assurance qualité au sein de notre profession. Je considère que c'est l'un des défis qui s'impose en priorité compte tenu de la situation actuelle dans le domaine de la politique de la santé. Je veux une association professionnelle forte, capable de faire face proactivement aux dernières évolutions dans les soins de santé et de poser les bases nécessaires pour que nous, les professionnel-le-s de la nutrition et de la diététique, soyons reconnu-e-s et connu-e-s, tant dans la sphère politique que dans le monde professionnel et auprès de l'opinion publique.

Ces préoccupations de base sont prises en considération et traitées dans la stratégie actuelle de l'ASDD. Notre principale préoccupation, que nous partageons tou-te-s, est de regrouper nos intérêts et d'atteindre des objectifs communs. N'hésitez à me faire part de vos préoccupations et soyez proactifs/ves. Tou-te-s ensemble, nous formons l'association!

En tant que président, je souhaite, en collaboration avec l'ensemble du comité et le secrétariat, continuer de faire avancer l'ASDD, pour nous tou-te-s ainsi que pour nos besoins et intérêts communs!

L'union fait la force.

Votre président
Adrian Rufener



NutriDays 2018 au Palais des Congrès de Bienne

Assemblea generale ASDD del 16 aprile 2021

A causa della situazione attuale e nel quadro del decreto del Consiglio federale 3 sulle misure di lotta contro il coronavirus del 19.06.2020, la 79^a assemblea generale ordinaria dell'ASDD si è tenuta in modo digitale il 16.04.21. L'assemblea è stata tenuta online. I nostri membri possono trovare maggiori informazioni sull'Assemblea generale sul nostro sito: www.svde-asdd.ch > Verband > Generalversammlung > Dokumente GV oppure Association > Assemblée générale > Documents AG.

Commissione deontologica (CD)

La CD è responsabile per i casi di violazione del Codice deontologico. Sylvie Borloz, Beatrice Conrad e Maura Nessi Zappella sono state rielette per il periodo 2021 fino a 2025.

Commissione ricorsi (CR)

La CR è responsabile per i ricorsi contro le decisioni della CD. Natacha Joset, Massimo Quarenghi e Caroline Roulin Dumont sono stati rieletti per il periodo 2021–2025.

Elezioni di Larissa Bürki e Manuela Deiss nel Comitato direttivo

Quest'anno ben due dietiste membri dell'ASDD si sono presentate per le elezioni nel Comitato direttivo dell'associazione. I curriculum vitae di Larissa Bürki e Manuela Deiss sono pubblicati sul sito dell'ASDD tra i documenti relativi all'Assemblea generale. Già l'anno scorso entrambe le dietiste hanno partecipato ad alcune riunioni del Comitato direttivo in

veste di ospiti. Diamo a Manuela Deiss e Larissa Bürki un caloroso benvenuto in seno al Comitato direttivo dell'ASDD!

Brigitte Christen-Hess esce dal Comitato direttivo

Brigitte Christen ha fatto parte del Comitato direttivo dell'ASDD per un totale di 18 anni, con alcune interruzioni.

In qualità di responsabile delle prestazioni di servizio si è impegnata con entusiasmo per soddisfare un desiderio che i nostri membri esprimevano da anni: trasferire in una moderna banca il contenuto della guida per la pratica che allora era in forma di raccoglitrice. Così è nato NutriPoint, uno strumento online che i nostri membri usano tutti i giorni, un ausilio del quale non potrebbero più fare a meno. Dobbiamo ringraziare Brigitte anche per tutta la documentazione per la consulenza che si trova su NutriPoint, risultato dell'aggiornamento del materiale Profiline.

Brigitte si è inoltre adoperata per mettere a disposizione dei nostri membri altre pre-

stazioni utili a livello di assicurazioni e amministrazione fiduciaria, dapprima in collaborazione con sermed e poi con RVA Versicherungsbroker AG.

Le richieste delle dietiste e dei dietisti indipendenti le sono state sempre molto a cuore: la lunga e fruttuosa attività di consulenza nel suo studio di Lucerna ben le permette, infatti, di comprendere le necessità dei membri che lavorano in proprio. Grazie alla sua esperienza e all'affiliazione al gruppo regionale della Svizzera centrale, Brigitte ha completato in maniera ottimale il Comitato direttivo dell'ASDD, prestando la sua voce a tutti i membri indipendenti dell'associazione. Dal 2020 fa parte del nuovo gruppo di lavoro «Tariffe ambulatoriali» – un impegno che porterà avanti anche in futuro.

Cara Brigitte, a nome del Comitato direttivo e dei membri dell'ASDD ti ringrazio di cuore per tutto il lavoro che hai svolto per l'ASDD. Per il tuo futuro professionale e personale, ti auguriamo tutto il successo che meriti!

Assemblea generale ASDD 2022:

26 marzo 2022, a Berna, nell'ambito dei NutriDays (25–26 marzo 2022)



Brigitte Christen-Hess



Larissa Bürki



Manuela Deiss

Gabi Fontana lascia la carica di presidentessa dell'ASDD ed esce dal Comitato direttivo

Nel 2005 Gabi Fontana è stata eletta nel Comitato direttivo e ha quindi assunto la direzione del servizio Formazione per la Svizzera tedesca. Quale primo grande compito l'attendeva l'elaborazione dei curricoli di studio in nutrizione e dietetica della Scuola universitaria professionale di Berna. Quel lavoro è stato fondamentale per elevare la qualità della formazione di base di dietista a livello di scuola universitaria professionale.

L'interesse di Gabi per le questioni di politica sanitaria e professionale e la sua chiara idea di come dovessero evolvere la nostra professione e associazione professionale l'hanno spinta, nel 2013, a candidarsi alla presidenza. L'assemblea generale tenutasi a Olten il 19 aprile 2013 l'ha eletta 14^a presidentessa dell'ASDD.

Una delle prime pietre miliari della sua presidenza è stata l'implementazione dei punti strategici. Sotto la sua guida, l'ASDD ha professionalizzato molti processi, elaborato provvedimenti importanti in linea con la strategia dell'associazione e introdotto nuovi organi. Si pensi al logo e al marchio «Dietista ASDD», all'incontro annuale dei capigruppo, all'opuscolo illustrativo sulla nostra professione e alla creazione della piattaforma elettronica NutriEdu.

Il netto aumento del numero di membri registrato negli ultimi otto anni è la conferma che la politica e la strategia dell'associazione hanno incontrato ampi consensi.

Gabi ha investito molto tempo nel networking politico e nel lobbying per la nostra categoria professionale, ad esempio in seno alla Federazione Svizzera delle Associazioni professionali sanitarie (FSAS), alla Commissione federale per la nutrizione (CFN), alla Società svizzera di Nutrizione (SSN), all'International Confederation of Dietetic Associations (ICDA) e all'Alleanza alimentazione e salute.



Assemblea generale dell'anniversario 2017 al Zentrum Paul Klee di Berna

Uno dei momenti culminanti della presidenza di Gabi sono stati i festeggiamenti per il 75° anniversario dell'associazione nel 2017. Con grande gioia e orgoglio ha rappresentato la nostra professione e fatto gli onori di casa all'assemblea generale del 75° anniversario.

La presidenza di Gabi è stata caratterizzata da grande operosità e gioia di lavorare e il suo impegno è sempre andato oltre ciò che ci si aspetta normalmente dalla presidente di un'associazione. L'operato di Gabi è stato caratterizzato da accuratezza e lungimiranza: ci lascia un'organizzazione in ottima salute e può essere fiera dei suoi otto anni di presidenza!

Cara Gabi, a nome dell'ASDD, di tutti i membri e del Comitato direttivo ti ringrazio per l'enorme lavoro svolto. Ti auguriamo di cuore ogni bene per il tuo futuro professionale e privato!



Elezione di Adrian Rufener a Presidente dell'ASDD



Adrian Rufener

Präsident
Président
Presidente

Cari membri dell'ASDD

lo scorso 16 aprile sono stato eletto come nuovo Presidente dall'Assemblea generale della nostra associazione professionale svoltasi online. Sono quindi subentrato con effetto immediato a Gabi Fontana, che ha ricoperto questa carica per otto anni, e alla quale va il nostro più vivo ringraziamento anche per l'impegno e il tempo che ha investito negli ultimi 16 anni in quanto membro del Comitato direttivo dell'ASDD. Sono onorato e fiero di vedere quanta fiducia riponete nella mia persona. I molti messaggi di auguri e congratulazioni che ho ricevuto mi hanno reso molto felice. Grazie di cuore a tutti voi! Il vostro incredibile sostegno mi motiva a dare il massimo per assolvere nel migliore dei modi la mia nuova funzione in seno all'ASDD.

Il mio interesse per i temi di politica professionale risale agli anni della formazione, ed è proprio su un argomento di natura politico-professionale che ho scritto il mio lavoro di diploma, seguito tra l'altro anche da Beatrice Conrad Frey (Presidentessa dell'ASDD prima di Gabi). Negli anni successivi ho cominciato ad occuparmi sempre più di temi relativi alla politica della formazione, impegnandomi attivamente nelle attività dell'associazione in quanto membro della Commissione Formazione. Ho ancora ben presente il giorno in cui Gabi mi ha chiesto che cosa ne pensassi dell'idea di entrare a far parte del Comitato direttivo dell'ASDD, impegnandomi ancora di più per lo sviluppo della nostra associazione professionale. Era il 2012 e l'anno successivo, all'Assem-

blea generale tenutasi a Olten, mi sono effettivamente candidato come membro del Comitato direttivo. Già allora sono subentrato a Gabi ricoprendo, all'interno del Comitato direttivo, la funzione di responsabile del settore Standard di formazione, che ho diretto e ulteriormente sviluppato inizialmente insieme a Raphaël Reinert e dal 2016 da solo. Tra le altre cose, ho diretto il progetto «Mantenimento delle competenze», che ha portato alla stesura del Regolamento sulla formazione continua, approvato all'unanimità dall'Assemblea generale del 2019 ed entrato in vigore l'anno scorso. A questo proposito sto coordinando lo sviluppo della piattaforma «NutriEdu», dove i membri dell'ASDD possono registrare le attività di formazione continua che hanno portato a termine. La piattaforma è disponibile online dallo scorso giugno e si trova al momento nella fase pilota. Un altro progetto al quale ho potuto contribuire in maniera significativa è stata l'elaborazione della legge federale sulle professioni sanitarie (LPSan). Tra le altre cose ho diretto il progetto per la definizione delle competenze specifiche per la nostra professione, che oggi sono regolamentate nella relativa ordinanza.

A queste attività si sono aggiunti molti altri compiti e molte altre rappresentanze. Nel 2016 ho assunto la carica di Vicepresidente dell'ASDD per la Svizzera tedesca, accompagnando Gabi sempre più spesso a colloqui e riunioni, e facendone le veci quando necessario. Ciò mi ha permesso di acquisire e ampliare le mie conoscenze sulle attività portate avanti dalla nostra associazione e di arricchire la mia rete di conoscenze nazionale e internazionale. La stretta collaborazione con Gabi è stata determinante per la mia decisione di presentarmi alle elezioni per la presidenza dell'ASDD, e mi impegnerò per garantire la continuità e il proseguimento del lavoro svolto dalle colleghi che mi hanno preceduto. Farò tutto il possibile per continuare

a promuovere il valore della nostra professione, affinché sia riconosciuta come merita. Nei prossimi anni, inoltre, affronterò e chiarirò la questione della garanzia della qualità all'interno della nostra categoria professionale, un tema che considero prioritario, anche alla luce dell'attuale situazione politico-sanitaria. Voglio un'associazione professionale forte, che affronta attivamente gli attuali sviluppi nell'ambito dell'assistenza sanitaria e che pone le basi affinché tutti – politica, mondo professionale e opinione pubblica – riconoscano e sappiano che noi dietiste e dietisti siamo *le specialiste e gli specialisti* della nutrizione e della dietetica.

L'attuale strategia dell'ASDD ci permetterà proprio di affrontare queste problematiche fondamentali. Il nostro comune e principale obiettivo, cari membri dell'ASDD, è riunire i vostri interessi e raggiungere insieme gli obiettivi che ci siamo prefissati. Venite da me, ditemi di cosa avete bisogno e cosa vi sta a cuore: l'ASDD siamo noi, tutti insieme!

Io come Presidente, insieme a tutto il Comitato direttivo e al segretariato, voglio portare avanti l'ASDD per tutti noi, per i nostri interessi e le nostre necessità comuni.

Perché solo insieme siamo forti.

Il vostro Presidente
Adrian Rufener



NutriDays 2018, Palazzo dei Congressi di Bienna

Advanced Practitioner: «Mini-Doctors» oder «Maxi-Therapeuten»?

Das Interprofessionelle Symposium der ZHAW vom 27. März 2021 zu Advanced Practice (AP) in den Gesundheitsberufen fokussierte auf die Weiterentwicklung der Gesundheitsversorgung im interprofessionellen Setting. Die Implementierung von neuen Berufsprofilen soll die Kompetenzen der Gesundheitsfachpersonen erweitern und neue Rollen innerhalb der Gesundheitsversorgung ermöglichen.



Yasmin Messerli
Studierende BSc BFH
Praktikantin SVDE

Salome von Geyrerz, Leiterin Abteilung Gesundheitsstrategien des BAG, eröffnete das Symposium mit einem Kurz-Input über die gesundheitspolitische Strategie des Bundesrates «Gesundheit2030». Dabei erläuterte sie die möglichen Beiträge von Gesundheitsfachpersonen mit einem AP-Profil, welche zu einer Qualitätsverbesserung der Patient/innenversorgung führen sollten. Folgende wichtige Aspekte wurden seitens des BAG hervorgehoben:

- Interprofessionelle Zusammenarbeit fördern und leben
- Entscheidungsfindung bei komplexen klinischen Situationen unterstützen
- Innerhalb einer Versorgungsstruktur (haus)ärztliche Leistungen übernehmen
- Therapeutische Angebote evidenzbasiert weiterentwickeln
- Qualitätsentwicklung und Qualitätssicherung übernehmen
- Bei der Weiterentwicklung von Versorgungsmodellen/-strukturen mitarbeiten
- Aufgaben in den Bereichen Forschung und Ausbildung übernehmen

In der anschliessenden Podiumsdiskussion präsentierte pro Berufsgruppe eine Person in einem 90-Sekunden-Spot den Entwicklungsstand der AP-Rollen innerhalb ihrer Profession. Während in der Pflege AP-Nurses im klinischen Alltag bereits integriert sind und sich seit dem 16. März 2021 für den geschützten Titel «Pflegeexperte/Pfle-

geexpertin APN-CH» registrieren können, stehen die anderen Berufsgruppen noch in der Entwicklung oder der Implementierung von Pilotprojekten. Ausgehend davon wurden verschiedene Fragestellungen rund um diese neuen Berufsprofile aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet und auf einen gemeinsamen Nenner heruntergebrochen:

- Die AP sind als erfahrene Fachleute dank vertiefter (wissenschaftlicher) Kenntnisse in ihrem Spezialgebiet in der Lage, Aufgaben ausserhalb des klassischen Verantwortungsbereichs zu übernehmen. Sie haben zudem die Fähigkeiten zur komplexen klinischen Entscheidungsfindung und tragen dazu bei, die Berufspraxis evidenzbasiert weiterzuentwickeln. Die Titelvergabe soll dabei durch die jeweiligen Berufsverbände erfolgen.

José Santos, Leiter Kommunikation ZHAW-Departement Gesundheit und Symposiumsmoderator, fasste die Diskussion der Herausforderungen auf dem Weg zu einer erfolgreichen Implementierung von AP-Profilen zusammen. Zunächst muss die Kosteneffektivität der AP-Profile aufgezeigt und ausgehend davon müssen Antworten auf die Tariffragen gesucht werden. Dabei sollte die Offenheit der Krankenkassen als Chance genutzt werden, wodurch Pilotprojekte vorangetrieben werden können. Ferner muss das Berufsprofil inklusive der Ausbildung und den Abschlusskompetenzen von den Berufsverbänden definiert werden. Der Dachverband der schweizerischen Berufsorganisationen im Gesundheitswesen (SVBG) soll hierzu eine koordinierende Funktion einnehmen und den Austausch zwischen den Berufsgruppen begleiten und fördern.

State of the Art in der Ernährungsberatung

Der folgende monoprofessionelle Teil war für uns Ernährungsberater/innen gleichzeitig auch die Kick-off-Veranstaltung für das AP-Projekt und den Aufbau der APD-Rolle (Advanced Practice Dietitian) im klinischen Setting.

Zu Beginn erläuterte Larissa Bürki, MSc nutr. med., Ernährungsberaterin SVDE und Leiterin des AP-Projektes des SVDE, die internationale Situation der APD. Während in den USA, Australien und Kanada bereits seit 1993 bzw. 2004 und 2010 die Rolle der APD initiiert und umgesetzt wurde, entwickelte sich die Diskussion im deutschsprachigen Raum erst in den letzten Jahren.

Die Situation in der Schweiz zeigt deutlich, dass Gesundheitsfachpersonen mit einem AP-Profil in der Praxis benötigt werden. Wie im Interprofessionellen Teil diskutiert wurde, sind in anderen Gesundheitsberufen, insbesondere in der Pflege, die AP-Rollen bereits im Berufsfeld vertreten. Mit dem Start der Masterstudiengänge in Ernährung und Diätetik wurde ein möglicher Grundstein für die Rolle der APD gelegt. Die offizielle Haltung zu AP-Rollen seitens des SVDE wird in der Strategieperiode 2019–2022 im Hinblick auf die Karrieremodelle im klinischen Setting diskutiert. Fakt ist, dass schweizweit bisher nur wenige APD-Stellen geschaffen wurden. Zwei Berufskolleginnen, welche bereits in solchen Rollen tätig sind, ermöglichen uns einen Einblick in ihren Berufsalltag. Am Beispiel von Karin Schläppi wird eine fachübergreifende APD-Rolle in die Breite und am Beispiel von Larissa Bürki eine spezialisierte APD-Rolle in die Tiefe vorgestellt.

Karin Schläppi, Ernährungsberaterin BSc SVDE und Therapieexpertin in Weiterbildung im klinischen Ernährungsteam des Inselspitals, erläuterte die Entstehung sowie die Voraussetzungen und den Stellen-

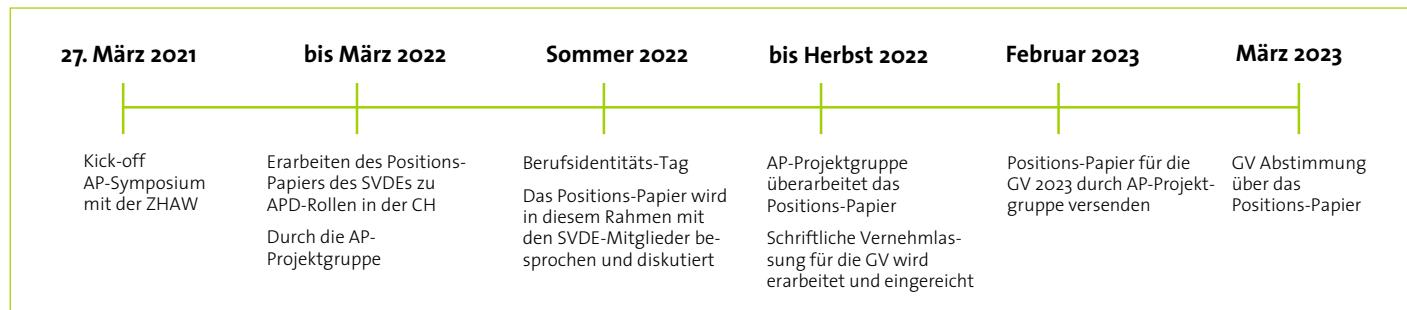


Abbildung 1: zeitliche Planung des AP-Projektes

beschrieb ihrer Rolle als APD. Neben stationären Ernährungstherapien ist Karin unter anderem zuständig für Fallbesprechungen, ernährungsmedizinische Weiterbildungen, Praxisbegleitungen sowie für die konkrete Umsetzung der NCP-Dokumentation. Zudem ist sie Ansprechperson für das Team bei fachlichen Fragen. Als Chancen ihrer Stelle als Therapieexpertin sieht Karin die Fachentwicklung des ERB-Teams sowie die enge Zusammenarbeit mit der Ernährungsmedizin und die stetige Verbesserung der Behandlungsqualität. Wo Chancen sind, gibt es auch Schwierigkeiten. Diese sieht Karin in erster Linie in den langen Dienstwegen einer grossen Unternehmung, den knappen personellen Ressourcen sowie der ausreichenden interprofessionellen Vernetzung. In der Zukunft soll die interprofessionelle Zusammenarbeit mit dem Ziel einer APD auf der Intensivstation, der Viszeralchirurgie oder der Nephrologie verstärkt werden.

Larissa Bürki, Fachexpertin APD Intensivmedizin, Universitäts-Kinderspital Zürich, spezialisierte sich im Bereich der Intensivmedizin, wo sie sich ihre Stelle als APD geschaffen hat. Die Hauptverantwortung von Larissa liegt in der bedarfsgerechten Ernährung aller Kinder auf den Intensivstationen, der Teilnahme an Visiten sowie Ernährungstherapien. Zusätzlich berät sie die Ärzteschaft und die Pflege in ernährungstherapeutischen Themen und leitet deren Weiterbildungen. Ein weiterer Zuständigkeitsbereich ist die korrekte Durchführung der indirekten Kalorimetrie, die Forschung, die Leitlinienentwicklung sowie die Nachwuchsförderung klinikintern und in der Profession der Ernährungsberatung. Risiken sieht Larissa unter anderem

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> Professionalisierung und Positionierung der ERB Karrieremöglichkeit Qualitätssicherung/-steigerung in der Patient/innen und Klient/innenbetreuung Spezifische Forschungsmöglichkeiten Versorgungslücken im ambulanten Bereich werden geschlossen Förderung der Entscheidungskompetenzen 	<ul style="list-style-type: none"> Verantwortungsbereich ist nicht abschliessend geklärt Rechtliche Fragen sind offen Abgrenzungsschwierigkeiten (HF, BSc, MSc, APD) Generationsgefälle (Berufserfahrung vs. MSc oder APN) Spezialisierung soll weiterhin möglich sein Aufwand (Karriere) und Ertrag (Lohnanstieg)

Tabelle 1: Diskutierte Chancen und Risiken der Implementierung von APD in der Praxis

in der Zwischenrolle der verschiedenen Teams Ernährungsberatung vs. Intensivpflegestation sowie der Abgrenzung und Differenzierung zu anderen AP-Rollen. Die Spezialisierung im Fachgebiet sowie die Karrieremöglichkeit einer ERB und die Förderung der Interprofessionalität sind ein Ausschnitt aus den Chancen, welche Larissa in ihrem Beruf als APD schätzt. Des Weiteren sieht Larissa die Zukunft in der Entwicklung einer APD-Rolle in die Breite sowie eines Teamansatzes von APD anstelle von Einzelrollen im Berufsalltag.

Im Anschluss wurden die strategischen Massnahmen des SVDE von Adrian Rufener, Verantwortlicher Bildungsstandards des SVDE, präsentiert. Wie bereits zuvor erwähnt, zielt die Strategieperiode 2019 bis 2022 darauf ab, die Rolle der APD zu definieren, das Karrieremodell im klinischen Bereich zu klären sowie einen Kompetenzkatalog für die AP-Rollen in die Breite und in die Tiefe bis 2023 auszuformulieren. Zusätzlich sollte ein einheitliches Verständnis zur AP-Rolle innerhalb der Berufsgruppe angeregt und unterstützt werden.

Nach vielen Informationen waren nun die 50 teilnehmenden Ernährungsberater/innen gefordert. In zufällig generierten

Gruppen wurden die Chancen und Risiken einer AP-Rolle, die möglichen Tätigkeitsfelder und das Framework zur Definition einer APD diskutiert und gemeinsam festgehalten.

Tätigkeitsfelder

Für APDs stehen im Berufsalltag etliche Türen offen. In grossen Kliniken können APD-Stellen in die Tiefe auf spezialisierten Stationen geschaffen werden und in kleineren Kliniken in die Breite. Im ambulanten Bereich können APDs den Aufbau der Ernährungsberatung in Gruppenpraxen und Altersheimen sowie bei der Spix und bei Homecare-Anbietern vornehmen und dabei Kompetenzen, welche über den normalen Aufgabenbereich hinausgehen, übernehmen. Grundsätzlich kann ein/e APD in allen Bereichen, in welcher die Qualität des Ernährungsmanagements verbessert werden soll und Versorgungslücken bestehen, eine Stelle anstreben.

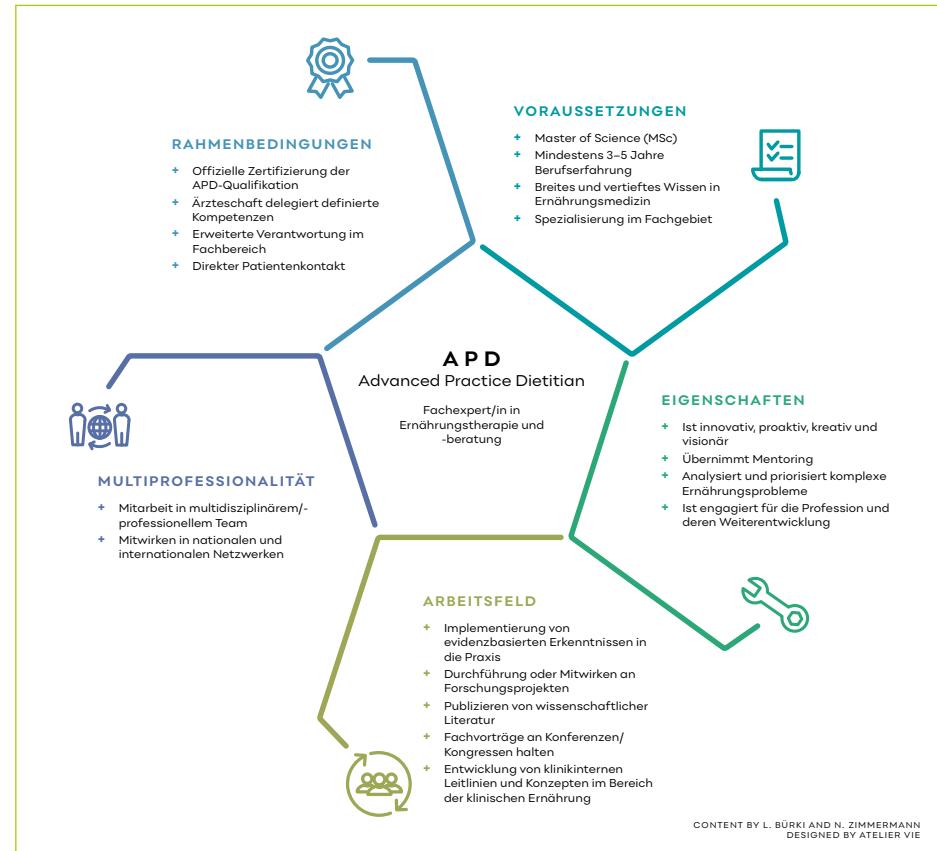
Diskussion des Frameworks

Das Framework von Bürki und Zimmermann zur Definition der APD ist gut strukturiert und übersichtlich gestaltet und bildet eine gute Grundlage für die APD-Rolle

im klinischen Setting. Die wichtigsten Informationen bezüglich der Eigenschaften, der Voraussetzungen und der Rahmenbedingungen sind vorhanden. Im Bereich der Arbeitsfelder scheint die Definition noch zu ungenau. Auch die Frage, wer die Kompetenzen einer APD definiert sowie welche Kompetenzen erfüllt werden müssen, sollte erneut diskutiert werden. Sinnvoll erscheint die Idee von zwei verschiedenen Frameworks zur Differenzierung der APD in die Breite und in die Tiefe.

Fazit

Insgesamt war das AP-Symposium und insbesondere der monoprofessionelle Teil eine erfolgreiche Kick-off-Veranstaltung für das AP-Projekt des SVDE. Die Diskussionen über die Weiterentwicklung des Gesundheitswesens und speziell unseres Berufsstandes sind von hoher aktueller Relevanz. Der Entwicklung und Implementierung von APD-Berufsprofilen im klinischen Setting kommt dabei eine wichtige Bedeutung zu. Erfreulich war, dass im monoprofessionellen Teil die Diskussionen auf weitere Berufsfelder ausgeweitet wurden, was zeigt, dass das Interesse für die Implementierung einer APD-Rolle und für weiterführende Karrieremöglichkeiten nicht nur in der Klinik besteht. So lässt sich zum Schluss sagen: Wir werden mit dieser Entwicklung nicht Mini-Doctors, sondern Maxi-Ernährungsberater/innen.



Wir danken **den Göntern des SVDE-Bildungsfonds** für ihre finanzielle Unterstützung. Dies hat es uns ermöglicht, dieses Symposium für SVDE-Mitglieder kostenlos anzubieten.



**FRESENIUS
KABI**



**Fachgruppe Deutschschweiz
Onkologie**

Die Fachgruppe Deutschschweiz Onkologie informiert

Der neue **Pocket Guide «Ernährungsscreening in der ambulanten Onkologie»** ist per sofort kostenlos erhältlich in elektronischer und gedruckter Form (Download: NutriPoint/Onkologie/Projekte Onkologie oder Bestellung für gedruckte Exemplare in A6-Format an: onkologie.ch@fresenius-kabi.com).

Wir freuen uns auf eine breite Anwendung des praktischen Leitfadens mit integriertem **symptomorientiertem Screening (PG-SGA SF)**. Einen ansprechend gestalteten Fragebogen (PG-SGA SF), welchen Patienten direkt im Wartezimmer ausfüllen können, finden Sie ebenfalls im NutriPoint (NutriPoint/Onkologie/Screening-Tools Onkologie).

Advanced Practitioners: des «mini-docteurs» ou des «maxi-thérapeutes»?

Le symposium interprofessionnel de la ZHAW du 27 mars 2021 sur la pratique avancée (PA) dans les professions de la santé a porté sur le développement des soins de santé dans un cadre interprofessionnel. La mise en œuvre de nouveaux profils professionnels doit élargir les compétences des professionnel-le-s de la santé et rendre possibles de nouveaux rôles dans les soins de santé.



Yasmin Messerli
Etudiante BSc BFH
Stagiaire à l'ASDD

Salome von Gruyter, responsable de la division Stratégies de la santé à l'OFSP, a ouvert le symposium par un exposé succinct sur la stratégie du Conseil fédéral en matière de politique de la santé, «Santé 2030». Elle a alors expliqué les contributions possibles des professionnel-le-s de la santé au bénéfice d'un profil de PA, qui devraient contribuer à améliorer la qualité de la prise en charge des patient-e-s. Les aspects importants suivants ont été soulignés par l'OFSP:

- promouvoir et vivre la collaboration interprofessionnelle;
- soutenir les prises de décision dans les situations cliniques complexes;
- fournir des prestations de médecine (de famille) au sein d'une structure de soins;
- développer des offres thérapeutiques fondées sur les données probantes;
- prendre en charge le développement de la qualité et l'assurance qualité;
- collaborer au développement de modèles et de structures de soins;
- prendre en charge des tâches dans les domaines de la recherche et de la formation.

Lors de la table ronde consécutive, une personne de chaque groupe professionnel a présenté dans un spot de 90 secondes le niveau de développement du rôle de PA au sein de sa profession. Tandis que, dans les soins, les infirmiers/ères de pratique avan-

cée sont déjà intégré-e-s au quotidien clinique et peuvent s'enregistrer depuis le 16 mars 2021 pour le titre protégé d'«infirmière/infirmier de pratique avancée APN-CH», les autres groupes professionnels sont encore en train de développer ou de mettre en œuvre des projets pilotes. Sur cette base, différentes problématiques en lien avec ces nouveaux profils professionnels ont été traitées selon différentes perspectives, toujours avec le même dénominateur commun:

- Les professionnel-le-s de pratique avancée sont expérimenté-e-s et grâce à leurs connaissances (scientifiques) approfondies dans leur domaine spécialisé, ils/elles sont en mesure d'assumer des tâches en dehors de leur domaine de responsabilités classique. Ces personnes sont aptes à prendre des décisions cliniques complexes et contribuent à établir une pratique professionnelle plus basée sur les preuves. Ce titre doit être accordé par les associations professionnelles compétentes.

José Santos, responsable de la communication au département Santé de la ZHAW et animateur du symposium, a résumé la discussion sur les défis vers une mise en œuvre réussie des profils de PA. Il convient tout d'abord de montrer l'efficacité des profils de PA en termes de coûts et à partir de là, de chercher des réponses aux questions tarifaires. L'ouverture des caisses-maladie devrait alors être exploitée comme une opportunité pour pouvoir faire avancer les projets pilotes. De plus, le profil professionnel doit être défini par les associations professionnelles, tout comme la formation et les compétences finales. La Fédération Suisse des Associations professionnelles

du domaine de la Santé (FSAS) doit assumer une fonction de coordination à ce niveau et accompagner de même que promouvoir les échanges entre les groupes professionnels.

Le nec le plus ultra en matière de conseil diététique

Pour nous les diététicien-ne-s, la partie dédiée à notre seule profession qui a suivi à la fois servi de manifestation de lancement du projet PA et de mise en place du rôle DPA (diététicien-ne de pratique avancée) dans le contexte clinique.

Pour commencer, Larissa Bürgi, MSc nutr. med., diététicienne ASDD et responsable du projet PA de l'ASDD, a décrit la situation qui prévaut pour les DPA sur le plan international. Tandis qu'aux Etats-Unis, en Australie et au Canada, le rôle des DPA a été lancé et mis en œuvre en 1993, 2004 et 2010, il a fallu attendre ces dernières années pour que le débat à ce sujet soit amorcé dans l'espace germanophone.

La situation en Suisse montre clairement que les besoins en professionnel-le-s de la santé au bénéfice d'un profil de PA sont réels sur le terrain. Comme nous l'avons vu dans la partie interprofessionnelle, les rôles de PA sont déjà représentés dans le champ d'activité professionnel d'autres professions de la santé, notamment dans les soins infirmiers. Avec le lancement des filières de master en nutrition et diététique, les jalons du rôle des DPA ont été posés. La position officielle de l'ASDD sur les rôles de PA est discutée dans la période stratégique 2019 à 2022 dans la perspective des modèles de carrière dans le contexte clinique. Le fait est que jusqu'à présent, sur le plan suisse, seuls quelques postes de DPA ont été créés. Deux de nos collègues qui occupent déjà de telles fonctions nous ont donné un aperçu de leur quotidien professionnel. Karin Schläppi nous a ainsi permis d'avoir une approche globale du rôle de

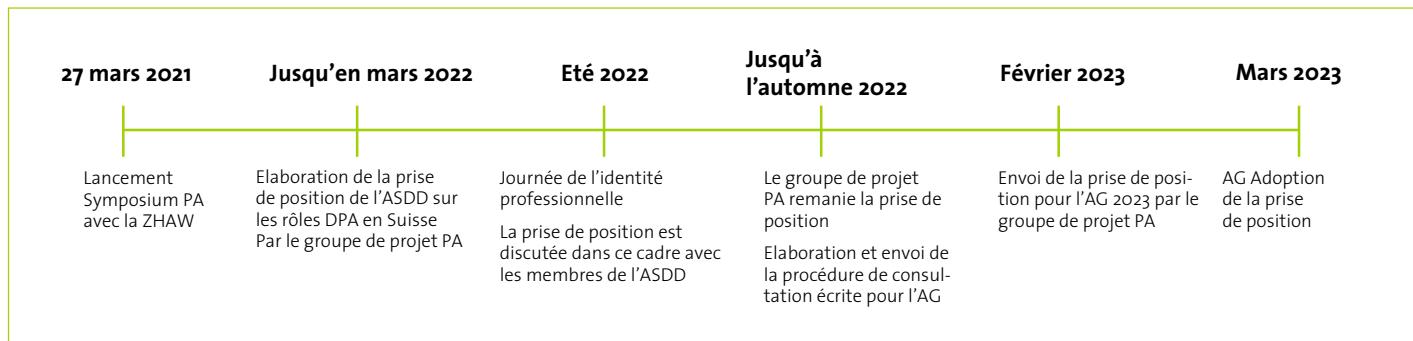


Figure 1: Calendrier du projet PA

DPA quant à sa portée, tandis que Larissa Bürki nous a présenté un rôle DPA spécialisé de façon approfondie.

Karin Schläppi, diététicienne BSc ASDD et experte en thérapie en formation post-grade, travaille au sein de l'équipe de diététicien-ne-s cliniques de l'Inselspital. Elle nous a expliqué les circonstances dans lesquelles est né son rôle de DPA et les conditions dans lesquelles elle l'exerce. Elle a également mis à notre disposition une description du poste. En plus des thérapies nutritionnelles hospitalières, Karin est notamment responsable des discussions de cas, des formations post-grade en thérapie nutritionnelle, des suivis pratiques et de la mise en œuvre concrète de la documentation PSN. Elle est en outre l'interlocutrice de l'équipe pour les questions spécialisées. Karin considère que son poste d'expertise en thérapie est une opportunité de développement de l'équipe de diététicien-ne-s, de collaboration étroite avec les médecins spécialistes en nutrition clinique et d'amélioration continue de la qualité des traitements. Mais toute opportunité entraîne son lot de difficultés. Parmi celles-ci, Karin entrevoit surtout les voies hiérarchiques longues d'une grande entreprise, les ressources en personnel limitées et le réseautage interprofessionnel insuffisant. A l'avenir, il convient de renforcer la collaboration interprofessionnelle dans le but d'avoir un-e DPA aux soins intensifs, en chirurgie viscérale ou en néphrologie.

Larissa Bürki, experte DPA en médecine intensive à l'Hôpital universitaire pour enfants de Zurich, s'est spécialisée dans le domaine de la médecine intensive, où elle a

Opportunités	Risques
<ul style="list-style-type: none"> • Professionnalisation et positionnement des diététicien-ne-s • Possibilités de carrière • Assurance qualité/amélioration de la qualité au niveau de la prise en charge des patient-e-s et client-e-s • Possibilités de recherche spécifiques • Comblement des lacunes dans la prise en charge ambulatoire • Encouragement des compétences décisionnelles 	<ul style="list-style-type: none"> • Domaine de responsabilité pas complètement clarifié • Questions juridiques en suspens • Difficultés de délimitation (ES, BSc, MSc, DPA) • Ecart générationnel (expérience professionnelle vs MSc ou DPA) • La spécialisation doit continuer d'être possible • Dépense (carrière) et rendement (hausse de salaire)

Tableau 1: Opportunités et risques évoqués en rapport avec la mise en pratique du rôle de DPA

créé son poste de DPA. Sa principale responsabilité consiste à proposer une alimentation adaptée aux besoins à tous les enfants des soins intensifs, de même qu'à participer aux visites et aux thérapies nutritionnelles. Elle conseille par ailleurs le corps médical et les infirmiers/ères sur les thèmes de thérapie nutritionnelle et dirige leurs formations post-grade. Ses autres domaines de compétences sont la réalisation correcte de la calorimétrie indirecte, la recherche, le développement de directives et la promotion de la relève au sein de la clinique et dans la profession de diététicienne. Selon Larissa, les risques sont surtout liés au rôle intermédiaire des différentes équipes de diététicien-ne-s vs infirmiers/ères en soins intensifs ainsi qu'à la délimitation et différenciation par rapport aux autres rôles de PA. La spécialisation dans un domaine précis et les possibilités de carrière d'un-e diététicien-ne ainsi que la promotion de l'interprofessionnalité sont des exemples d'opportunités que Larissa apprécie tout particulièrement dans sa fonction de DPA. Larissa considère en outre que l'avenir réside dans le développement horizontal du rôle de DPA, mais aussi, dans le

quotidien professionnel, dans l'approche des DPA travaillant en équipe en lieu et place des rôles individuels.

Ensuite, Adrian Rufener, responsable des Standards de formation de l'ASDD, a présenté les mesures stratégiques de l'ASDD. Comme nous l'avons mentionné précédemment, l'un des objectifs de la période stratégique 2019 à 2022 est de définir le rôle des DPA, de clarifier le modèle de carrière dans le domaine clinique et de formuler un catalogue de compétences pour les rôles de PA d'ici 2023, tant au niveau de la portée que du niveau d'approfondissement. Il convient en outre de susciter et d'encourager une compréhension homogène du rôle de la PA au sein du groupe professionnel.

Après avoir reçu de nombreuses informations, les 50 diététicien-ne-s présent-e-s ont été invité-e-s à participer à la réflexion. Au sein de groupes générés de façon aléatoire, ils/elles ont discuté des opportunités et des risques d'un rôle DPA, des champs d'activité possibles et du framework permettant de définir un-e DPA. Les échanges ont été consignés.

Champs d'activité

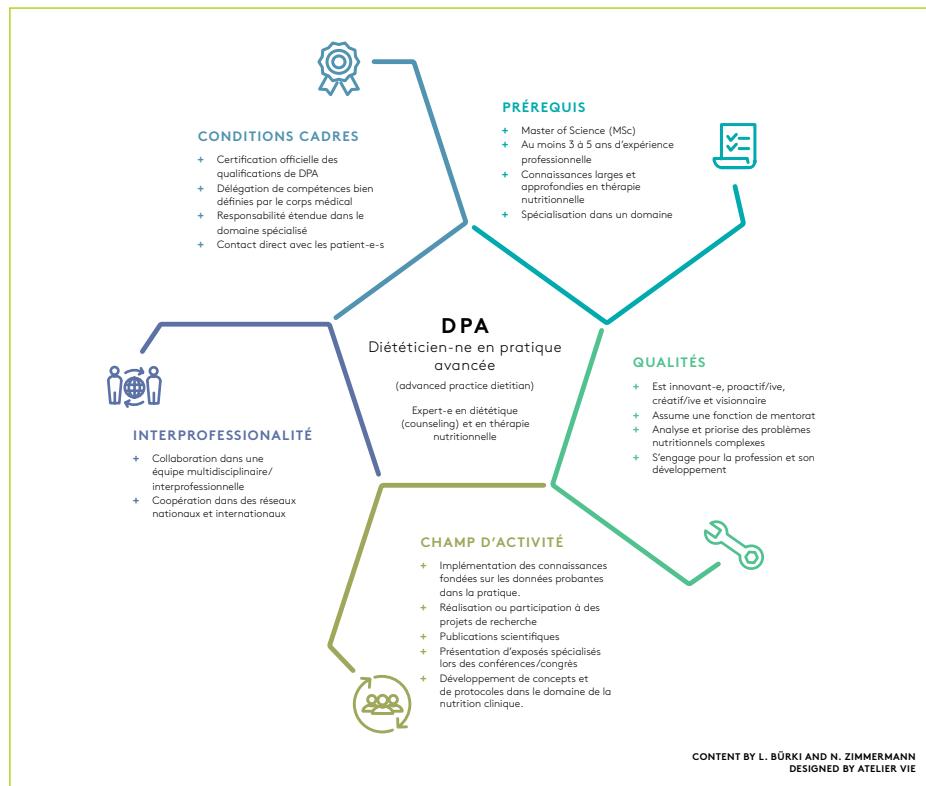
Beaucoup de portes s'ouvrent aux DPA dans le quotidien professionnel. Dans les grandes cliniques, des postes de DPA peuvent être créés dans des unités spécialisées (en profondeur) et dans celles plus petites, cette création intervient de façon horizontale (portée). Dans le domaine ambulatoire, les DPA peuvent s'occuper de mettre sur pied le conseil diététique dans les cabinets de groupe et les EMS ainsi qu'àuprès des services d'aide et de soins à domicile et des prestataires Homecare et avoir ainsi des compétences qui dépassent leur domaine d'attributions normal. De façon générale, un-e DPA peut viser un poste dans tous les domaines où la qualité de la gestion de l'alimentation doit être améliorée et où il y a des lacunes dans la prise en charge.

Discussion relative au framework

Le framework élaboré par Bürki et Zimmermann pour définir les DPA est bien structuré et transparent. Il constitue un bon point de départ pour ancrer le rôle de DPA dans le contexte clinique. Il renferme les principales informations relatives aux compétences, aux prérequis et aux conditions cadres. En ce qui concerne les champs d'activité, la définition semble manquer encore de précision. De plus, les questions suivantes devraient être discutées à nouveau: qui définit les compétences d'un-e DPA et quelles compétences doivent être remplies? L'idée de deux frameworks différents pour différencier les DPA au niveau de la portée et de la profondeur paraît intéressante.

Conclusion

Dans l'ensemble, le symposium sur la PA, et plus particulièrement la partie portant



CONTENT BY L. BÜRKI AND N. ZIMMERMANN
DESIGNED BY ATELIER VIE

Nous remercions **le donneur du fonds de formation ASDD** pour son soutien financier. Cela nous a permis d'offrir ce symposium gratuitement aux membres de l'ASDD.



sur la profession de diététicien-ne, a été une manifestation de lancement réussie pour le projet PA de l'ASDD. Les discussions relatives au développement de la santé et notamment de notre profession sont d'une actualité brûlante. Le développement et la mise en œuvre de profils professionnels DPA dans le contexte clinique ont une grande importance. Dans la partie consacrée à la seule profession de diététicien-ne, les débats ont été élargis à d'autres champs professionnels, ce

qui est réjouissant et montre que l'intérêt pour la mise en œuvre d'un rôle de DPA et de possibilités de carrière complémentaires ne se limite pas au milieu clinique. En conclusion, cette évolution ne nous transformera pas en «mini-docteurs», mais en «maxi-diététicien-ne-s».

Advanced practitioner: «mini dottori» o «maxi terapisti»?

Il simposio interprofessionale della ZHAW del 27 marzo 2021 sull'advanced practice (AP) nelle professioni sanitarie si è concentrato sullo sviluppo dell'assistenza sanitaria nel setting interprofessionale. L'implementazione dei nuovi profili professionali dovrebbe ampliare le competenze dei professionisti della salute e rendere possibile la creazione di nuovi ruoli all'interno del sistema sanitario.



Yasmin Messerli
Studentessa BSc BFH
Tirocinante ASDD

Salome von Geyerz, capo della Divisione strategie della sanità dell'UFSP, ha aperto il simposio con un breve input sulla strategia di politica sanitaria del Consiglio federale «Sanità2030», illustrando come i professionisti della salute con un profilo di AP potrebbero contribuire al miglioramento della qualità dell'assistenza sanitaria ai pazienti. La rappresentante dell'UFSP ha evidenziato i seguenti importanti apporti:

- promuovere e vivere la collaborazione interprofessionale
- sostenere il processo decisionale nelle situazioni cliniche complesse
- assumersi l'erogazione di prestazioni mediche (di base) all'interno delle strutture di presa a carico
- sviluppare offerte terapeutiche basate sull'evidenza
- occuparsi dello sviluppo e della garanzia della qualità
- collaborare all'ulteriore sviluppo di modelli e strutture di assistenza
- assumere compiti negli ambiti della ricerca e della formazione.

Nel successivo dibattito, un rappresentante di ogni categoria professionale ha presentato lo stato di sviluppo dei ruoli di AP all'interno della propria professione con uno spot di 90 secondi. Mentre nelle cure infermieristiche le AP nurse sono già integrate nella pratica clinica quotidiana e dal 16 marzo 2021 possono registrarsi per il titolo protetto di «infermiere/infermiera di pratica avanzata», le altre categorie professionali stanno ancora svilup-

pando o implementando progetti pilota. Partendo da questi presupposti, si sono analizzate da varie prospettive diverse questioni legate a questi nuovi profili professionali, trovando il seguente denominatore comune

- grazie alle approfondite conoscenze (scientifiche) nel loro campo di specializzazione, gli AP sono professionisti esperti in grado di assumersi compiti al di fuori del loro classico ambito di competenza; essi sono inoltre capaci di prendere decisioni cliniche complesse e contribuiscono così all'ulteriore sviluppo della pratica basata sull'evidenza. I titoli dovrebbero essere assegnati dalle relative associazioni professionali.

José Santos, capo della comunicazione del Dipartimento salute della ZHAW e moderatore del simposio, ha quindi riassunto la discussione sugli ostacoli presenti sul cammino verso un'implementazione efficace dei profili di AP. Per prima cosa è necessario dimostrare l'efficienza in termini di costi dei profili di AP. Su questa base vanno poi trovate risposte alle questioni tariffali. In questo contesto sarebbe opportuno approfittare dell'apertura delle casse malati che permette di portare avanti progetti pilota. Le categorie professionali devono inoltre definire i profili professionali, formazione e competenze finali incluse. A tal proposito la federazione mantello delle associazioni professionali sanitarie (FSAS) deve fungere da coordinatrice, promuovendo e accompagnando lo scambio tra le categorie professionali.

State of the art nella consulenza nutrizionale

La successiva parte monoprofessionale ha rappresentato per noi dietiste e dietisti anche l'evento kickoff del progetto AP per la

creazione del ruolo di APD (advanced practice dietitian) nel setting clinico.

Per iniziare Larissa Bürki, MSc nutr. med., dietista ASDD e responsabile del progetto AP dell'ASDD, ha illustrato la situazione internazionale degli APD. Mentre negli Stati Uniti, in Australia e in Canada il ruolo di APD è già stato introdotto e attuato rispettivamente nel 1993, nel 2004 e nel 2010, nelle aree germanofone il dibattito su questo tema è stato portato avanti solo negli ultimi anni.

La situazione attuale in Svizzera indica chiaramente che nella prassi c'è bisogno di professionisti della salute con profili di AP. Come discusso nella parte interprofessionale, in altre professioni sanitarie – in particolare nelle cure infermieristiche – i ruoli di AP sono già presenti sul campo. Con l'avvio dei cicli di studio Master in nutrizione e dietetica si è posta una possibile base per la creazione del ruolo di APD. La posizione ufficiale dell'ASDD sui ruoli di AP viene discussa proprio in questo periodo strategico 2019–2022 in riferimento ai modelli di carriera nel setting clinico. È un dato di fatto che ad oggi, in tutta la Svizzera, sono stati creati solo pochi posti di APD. Due colleghi già attive in questo ruolo ci hanno permesso di farci un'idea della loro attività professionale. Partendo dall'esempio di Karin Schläppi ci è stato presentato un ruolo di APD interdisciplinare ad ampio raggio; partendo dall'esempio di Larissa Bürki, invece, ci è stato presentato un ruolo di APD specializzato.

Karin Schläppi, dietista Bsc ASDD e terapista esperta in formazione, fa parte del team nutrizione clinica dell'Inselspital di Berna e ha illustrato la creazione, i presupposti e il profilo del suo ruolo di APD. Oltre che per le terapie nutrizionali stazionarie, Karin è tra le altre cose responsabile anche per le discussioni di casi, i corsi di perfezionamento in medicina nutrizionale, il supporto nell'attuazione pratica delle terapie e l'attuazione concreta della documentazione NCP. Inoltre è la persona di riferi-



Figura 1: Pianificazione temporale del progetto AP

mento all'interno del team per le domande specialistiche. Secondo Karin, il suo ruolo di terapista esperta le offre l'opportunità di far evolvere il team di dietiste e dietisti, collaborare strettamente con la medicina nutrizionale e migliorare costantemente la qualità delle cure. Tuttavia, là dove ci sono opportunità, ci sono spesso anche ostacoli. Karin li identifica nelle lunghe vie gerarchiche tipiche di un istituto di grandi dimensioni, nelle scarse risorse di personale e nell'insufficiente networking interprofessionale. In futuro si dovrà rafforzare la collaborazione interprofessionale con l'obiettivo di avere un APD in cure intense, chirurgia viscerale o nefrologia.

Larissa Bürki, esperta APD in medicina intensiva all'Ospedale pediatrico universitario di Zurigo, si è specializzata nel settore della medicina intensiva dove si è creata il proprio ruolo di APD. I compiti principali di Larissa sono garantire un'alimentazione secondo il fabbisogno a tutti i bambini nei reparti di cure intense e partecipare ai giri di visita e alle terapie nutrizionali. Fornisce inoltre consulenza a medici e infermieri su temi riguardanti la terapia nutrizionale e dirige i loro corsi di perfezionamento. Altri suoi ambiti di competenza sono la corretta esecuzione della calorimetria indiretta, la ricerca, lo sviluppo di linee guida e la promozione delle nuove leve all'interno della clinica e della categoria professionale. Larissa individua i rischi ad esempio nel ruolo a cavallo tra i vari team di dietisti e le cure intense, e nella demarcazione e differenziazione rispetto ad altri ruoli di AP. La specializzazione in un campo specifico, le possibilità di carriera professionale e la promozione dell'interprofessionalità sono solo alcune

Opportunità	Rischi
<ul style="list-style-type: none"> Professionalizzazione e posizionamento della figura di dietista Possibilità di carriera Garanzia e miglioramento della qualità nella presa a carico di pazienti e clienti opportunità di ricerca specifiche Possibilità di colmare lacune nella presa a carico nel settore ambulatoriale Promozione delle competenze decisionali 	<ul style="list-style-type: none"> Il settore di competenza non è ancora ben chiaro Vi sono questioni giuridiche aperte Difficoltà di differenziazione (SSS, BSc, MSc, APD) Gap generazionale (esperienza professionale vs MSc o APD) Deve essere possibile continuare a specializzarsi Dispendio (carriera) e profitto (aumento di stipendio)

Tabella 1: Opportunità e rischi dell'implementazione del ruolo di APD nella pratica risultati dalla discussione

ne delle opportunità che il suo lavoro di APD le offre e che lei apprezza così tanto. Larissa vede inoltre il futuro nello sviluppo trasversale del ruolo di APD e in una pratica professionale quotidiana dove gli APD operano in team e non da soli.

Successivamente Adrian Rufener, responsabile degli standard di formazione dell'ASDD, ha presentato le misure strategiche dell'associazione. Come anticipato in precedenza, il periodo strategico 2019–2022 punta a definire il ruolo di AP, chiarire il modello di carriera nel settore clinico e formulare entro il 2023 un catalogo delle competenze per i ruoli di AP, sia per quel che riguarda la portata che il grado di approfondimento. Inoltre si vuole stimolare e sostenere una comprensione unitaria del ruolo di AP all'interno della professione.

Dopo tutte queste informazioni sono stati chiamati in causa i 50 dietisti e dietiste partecipanti. In gruppi generati a caso si è discusso e stabilito insieme quali fossero le opportunità e i rischi legati a un ruolo di AP, i possibili ambiti di attività e il framework per la definizione di APD.

Ambiti di attività

Agli APD si aprono moltissimi ambiti di attività. Nelle grandi cliniche possono essere creati posti di APD con un alto grado di approfondimento in reparti specializzati; nelle cliniche più piccole si possono creare posti a più ampio raggio. Nel settore ambulatoriale, gli APD possono implementare la consulenza nutrizionale in poliambulatori e in case per anziani così come presso i servizi Spitex e di cure a domicilio, assumendosi così competenze che vanno oltre i loro normali compiti. In linea di principio, un APD può mirare a lavorare in tutti i settori ne quali è necessario migliorare la qualità della gestione nutrizionale e vi sono lacune nella presa a carico.

Discussione del framework

Il framework di Bürki e Zimmermann per la definizione di APD è ben strutturato e comprensibile e offre una buona base per definire il ruolo di APD nel setting clinico. Il framework include le informazioni più importanti riguardanti le caratteristiche, i presupposti e le condizioni quadro; per

quanto riguarda gli ambiti di lavoro, invece, la definizione sembra ancora troppo vaga. Anche la questione di chi definisce le competenze di un APD e quali competenze debbano essere soddisfatte dovrebbe nuovamente essere discussa. Interessante è anche l'idea di avere due framework differenti per differenziare il ruolo di APD ad ampio raggio da quello approfondito.

Conclusion

Nel complesso, il simposio AP e in particolare la parte monoprofessionale sono stati un buon evento kickoff per il progetto AP dell'ASDD. Il dibattito sull'evoluzione del sistema sanitario e in particolare della nostra professione è molto importante e di grande attualità. Ne consegue che lo sviluppo e l'implementazione di profili professionali di APD nel setting clinico è essenziale. È stato particolarmente interessante notare che, durante la parte monoprofessionale, il dibattito si è esteso ad altri ambiti professionali, a dimostrazione del fatto che l'interesse per l'implementazione del ruolo di APD e di ulteriori possibilità di carriera è presente anche al di fuori dell'ambito clinico. In conclusione, possiamo dire che con questo sviluppo non diventeremo mini dottori ma maxi dietiste e dietiste.



CONTENT BY L. BÜRKI AND N. ZIMMERMANN
DESIGNED BY ATELIER VIE

Fortbildungspflicht/NutriEdu

Wir bitten alle SVDE-Aktivmitglieder, ihre Fortbildungsnachweise oder Sistierungsgründe 2019/2020 **bis spätestens 30. Juni 2021** im NutriEdu zu erfassen. Danach wird der Zugang zur Periode 2019-2020 geschlossen und eine erste Überprüfung durchgeführt.

Mehr dazu unter www.svde-asdd.ch > Bildung > NutriEdu.



Obligation de formation continue/NutriEdu

Nous demandons à tous les membres actifs de l'ASDD de saisir leurs preuves de formation continue 2019/2020 ou les raisons de leur suspension dans NutriEdu **au plus tard le 30 juin 2021**. Après cela, l'accès à la période 2019-2020 sera fermé et une vérification sera effectuée.

Pour en savoir plus, consultez le site www.svde-asdd.ch > Formation > NutriEdu.

Travail de Master en Nutrition et Diététique

Consommation d'aliments ultra-transformés d'adolescents obèses et association avec le style éducatif alimentaire de leur parent



Sylvie Borloz

Diététicienne ASDD
MSc en Sciences de la santé
HES-SO/UNIL, orientation
Nutrition et diététique

En tant qu'étudiante de la première volée du Master en Sciences de la santé HES-SO/UNIL, orientation Nutrition et diététique de 2017 à 2019, j'ai choisi d'effectuer mon travail de master à l'Hôpital de l'Enfance du Centre Hospitalier Universitaire Vaudois (CHUV). J'exerce en tant que diététicienne depuis vingt ans en pédiatrie et m'intéresse aux facteurs favorisant le développement de l'obésité de l'enfant. Selon la littérature, l'obésité est une maladie multifactorielle. Les habitudes alimentaires dont les aliments ultra-transformés et le modèle éducatif des parents contribuent tous deux au développement de l'obésité infantile (1-5).

L'objectif de ce travail de master était d'évaluer la consommation alimentaire qualitative à l'aide d'une application sur smartphone et plus spécifiquement la consommation d'aliments ultra-transformés (AUT) chez les adolescents obèses et de déterminer l'association avec le style éducatif alimentaire de leurs parents.

Le design de l'étude était une étude d'observation et a inclus 24 participants: 12 adolescents âgés de 12 à 14 ans et leurs 12 parents qui ont été suivis dans l'unité d'obésité pédiatrique l'Hôpital de l'Enfance du CHUV. Il a été demandé aux adolescents de prendre une photo avec une application pour smartphone de tous les repas et boissons consommés dans leur routine quotidienne pendant 14 jours consécutifs. De plus, les adolescents ont évalué le style d'éducation alimentaire de leurs parents à l'aide du questionnaire traduit et validé Kids' Child Feeding Questionnaire (6). Le

parent qui était présent lors du premier entretien pour l'étude a également rempli le Feeding Style Questionnaire (7). Les styles éducatifs alimentaires sont définis en trois dimensions: autoritaire, démocratique et permissif. Ces questionnaires permettent de définir un style éducatif alimentaire prédominant pour le parent ainsi qu'un niveau de pression ou de restriction alimentaire parentale ressentie par l'enfant. Lors du deuxième entretien à la fin des 14 jours de récolte de photos, j'ai effectué un rappel alimentaire de 24 h afin de comparer les données récoltées avec les photos. J'ai analysé les photos des aliments pour en extraire les portions des groupes alimentaires et pour identifier les aliments ultra-transformés à l'aide de la classification NOVA (8). Un test statistique non paramétrique a été utilisé pour étudier les associations entre la consommation d'AUT et le style éducatif alimentaire.

Les résultats ont montré que, dans l'ensemble, les adolescents (huit garçons et

quatre filles) avaient des habitudes alimentaires déséquilibrées par rapport aux recommandations nationales (9). Ils consommaient une quantité insuffisante de légumes, de fruits, de produits laitiers et de féculents et une quantité excessive de portions de viande et de produits sucrés et gras par rapport aux recommandations suisses actuelles (Table 1). Leur consommation d'AUT représentait 20 % des aliments consommés et jusqu'à 26 % avec le rappel de 24 h. Tous les adolescents ont défini leur parent comme étant restrictif en termes d'alimentation, avec un score moyen de restriction parentale de $3,3 \pm$ écart type 0,4 (médiane de la norme = 2,1). Aucun parent n'a déclaré avoir un style d'alimentation éducatif permissif. Une consommation plus importante d'AUT était associée à des scores de restriction parentale plus faibles ($p = 0,04$).

En conclusion, ces adolescents avaient un régime alimentaire déséquilibré comprenant 20% d'AUT, ce malgré le suivi dans une clinique pédiatrique spécialisée dans l'obésité. La consommation d'AUT était plus faible chez les participants dont le

Comparison of intake by application during 2 weeks and a 24 recall compared to recommended daily portions of the Swiss Society of Nutrition for adolescents aged 13 to 14 years and intakes measured among Swiss adults in the menuCH 2015 study (average)

Food per day	Applications	24 h recall	SSN	menuCH 2015
Fruits	0,36	0,50	2	1,9
Vegetables raw and cooked	1,16	1,50	3	1,7
Starchies	2,52	3,50	4,5	2,4
Meat, fish and egg	1,41	1,50	1	1
Dairy products	1,08	1,08	3	3
Sweet products	1,18	1,83	1	1,6
Fat products	1,31	1,92	1	—
Sweet drinks	0,17	0,17	0	2,4
UPF Food	1,55	2,50	—	—
UPF Food/total food (%)	20,91	26,24	—	—
Meals per day	2,76	3,33	3 to 5	—
Breakfast meals	0,60	0,58	1	0,65

Tableau: 1

parent était plus restrictif, ce qui suggère l'importance des parents comme modèles et pour fournir une alimentation adéquate à la maison.

Ce travail m'a permis de développer de nouvelles compétences en recherche, en particulier dans l'élaboration d'une étude clinique. Cela inclut dans un premier temps la revue de la littérature scientifique, le développement d'une question de recherche adéquate et la demande à la commission cantonale d'éthique de la recherche sur l'être humain. Une étude clinique avec une population pédiatrique est connue pour être plus ardue. Le recrutement de participants a été particulièrement chronophage et difficile. J'ai demandé à 62 familles si elles souhaitaient participer et finalement seules 12 familles ont accepté. Il s'agit d'un petit nombre de participants, ce qui limite la puissance de l'analyse statistique et qui représente un des points faibles de mon travail. Le travail d'analyse des données alimentaires est passionnant car on obtient de nombreuses informations qui rassonnent au niveau clinique mais qu'il est nécessaire d'analyser avec un nouveau prisme rigoureux: celui de la recherche.

La récolte de données avec un smartphone semblait prometteuse et intéressante pour les jeunes. Dans la réalité, les adolescents

oubliaient régulièrement de prendre la photo avant de manger. Ils avaient la possibilité de noter les aliments consommés en texte libre à posteriori, toutefois il semble qu'il y ait eu de nombreuses omissions. Le rappel de 24 h réalisé le dernier jour de la récolte de données montrait une consommation d'AUT plus importante jusqu'à 26% des aliments consommés au lieu de 20% avec le smartphone (Tableau 1). Les adolescents le justifiaient par des oubliés dans la récolte avec le smartphone et le fait que la prise de photos à l'école était interdite ou qu'ils ne voulaient pas qu'on les voit prendre en photos leur repas par crainte d'être mal vus. Le rappel de 24 h me semble donc être un outil efficace de la récolte de données alimentaires surtout s'il peut être répété deux ou trois fois selon les périodes scolaires ou de vacances.

Une fois le travail de master terminé, nous avons décidé de publier les résultats dans une revue scientifique et j'ai ainsi découvert les exigences de chaque revue. J'en remercie d'ailleurs mes directrice et co-directrice de travail de master: Corinne Jotterand Chaparro et Sophie Bucher Della Torre pour leur aide et soutien tout au long de ces différentes étapes. J'ai pu aussi profiter de m'intégrer dans un étude clinique existante la SwissChronoFood dirigée par Dr. Tinh-Hai Collet ce qui a grandement simplifié les étapes en lien avec la rédac-

tion du protocole et la soumission en commission éthique.

Dans le contexte de la recherche en nutrition, il me semble que notre place en tant que diététicienne reste à prendre et à développer. J'espère vous avoir donné envie de concevoir des projets de recherche et/ou d'y collaborer.

Bibliographie:

1. Luger M, Lafontan M, Bes-Rastrollo M, Winzer E, Yumuk V, Farpour-Lambert N. Sugar-sweetened beverages and weight gain in children and adults: a systematic review from 2013 to 2015 and a comparison with previous studies. *Obes Facts*. 2017; 10:674-93.
2. Bucher della Torre et al. Boissons sucrées et poids corporel chez les enfants et les adolescents. Etat actuel des connaissances scientifiques et recommandations. [Internet]. Promotion Santé Suisse Rapport 3, Berne et Lausanne. https://promotion-sante.ch/assets/public/documents/fr/5-grundlagen/publikationen/ernaehrung-bewegung/berichte/Rapport_oog_PSCH_2013-09_-_Boissons_sucrees_et_poids_corporel_chez_les_enfants_et_les_adolescents.pdf. Accessed 16 Nov 2020.
3. Johnson SL, Birch LL. Parents' and children's adiposity and eating style. *Pediatrics*. 1994; 94:653-61.
4. Johnson R, Welk G, Saint-Maurice PF, Ihmels M. Parenting styles and home obesogenic environments. *Int J Environ Res Public Health*. 2012; 9:1411-26.
5. Costa CS, Del-Ponte B, Assunção MCF, Santos IS. Consumption of ultra-processed foods and body fat during childhood and adolescence: a systematic review. *Public Health Nutr*. 2018; 21:148-59.
6. Monnery-Patris S, Rigal N, Chabanet C, Boggio V, Lange C, Casutto DA, et al. Parental practices perceived by children using a French version of the Kids' Child Feeding Questionnaire. *Appetite*. 2011; 57:161-6.
7. Rigal N, Chabanet C, Issanchou S, Monnery-Patris S. Links between maternal feeding practices and children's eating difficulties. Validation of French tools. *Appetite*. 2012; 58:629-37.
8. Monteiro CA, Cannon G, Levy RB, Moubarac J-C, Louzada ML, Rauber F, et al. Ultra-processed foods: what they are and how to identify them. *Public Health Nutr*. 2019; 22:936-41.
9. Chatelain A, Beer-Borst S, Randriamiharoza A, Pasquier J, Blanco JM, Siegenthaler S, et al. Major differences in diet across three linguistic regions of Switzerland: results from the First National Nutrition Survey menuCH. *Nutrients*. 2017; 9:1163



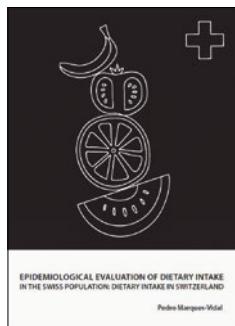
Fachgruppe Deutschschweiz
Onkologie

Information du Fachgruppe Deutschschweiz Onkologie

Le nouveau **guide de poche sur le dépistage nutritionnel en oncologie ambulatoire «Ernährungsscreening in der ambulanten Onkologie»** est disponible gratuitement avec effet immédiat sous une forme électronique et imprimée (téléchargement: NutriPoint/Oncologie/Projets Oncologie ou commande d'exemplaires imprimés au format A6: onkologie.ch@fresenius-kabi.com).

Nous nous réjouissons d'utiliser à grande échelle le guide pratique avec **dépistage nutritionnel axé sur les symptômes (PG-SGA SF)**. Dans NutriPoint, vous trouverez également un questionnaire (PG-SGA SF) à la mise en page très agréable, que les patient-e-s peuvent remplir directement dans la salle d'attente (NutriPoint/Oncologie/Outils de dépistage oncologie).

Epidemiological evaluation of dietary intake in the Swiss population: Dietary intake in Switzerland



Autor: Pedro Marques-Vidal, 2019
308 Seiten, ISBN 978-94-6375-360-9
Elektronisch kostenlos verfügbar
unter repub.eur.nl/pub/117515/

Der Autor ist Mediziner und Epidemiologie und arbeitet seit 2006 am Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Lausanne. Seine Schwerpunkte sind kardiovaskuläre Krankheiten, Ernährung und körperliche Aktivität.

Pedro Marques-Vidal untersuchte Trends des Lebensmittelverzehrs von erwachse-

nen Schweizer Bewohnern in den letzten Dekaden, Essgewohnheiten und kardiovaskuläre Risikofaktoren sowie präventive Ernährungsmassnahmen bei kardiometabolischen Krankheiten. Die Daten stammen aus prospektiven Studien der Bevölkerung in Lausanne und Genf.

Insgesamt hatten sich die Essgewohnheiten etwas verbessert. Drei Ernährungsmuster wurden identifiziert: «Fleisch + Pommes frites», «Fett + Süß» und «Früchte + Gemüse». Günstige Essmuster – nicht aber einzelne Lebensmittel – waren negativ assoziiert mit Entzündungsmarkern. Personen mit Dyslipidiämie hatten bessere Essgewohnheiten als die übrige Bevölkerung, jedoch befolgte nur etwa die Hälfte der Patienten mit Typ 2 Diabetes eine diabetesgerechte Ernährung.

Insgesamt stellt der Autor fest, dass Potential besteht, die Essgewohnheiten zu verbessern um die nichtübertragbaren Erkrankungen zu reduzieren. Er schlägt vor,

dass auf politischem Weg vermehrt auf finanzielle Anreize und Steuern gesetzt werden soll.

Im Vergleich zu anderen Ländern gibt es in der Schweiz leider wenig Untersuchungen zur Ernährung. Darum eine wertvolle Arbeit, wenn auch nicht auf die ganze Schweiz übertragbar, da sich die Ess- und Trinkgewohnheiten in der französischen und deutschen Schweiz unterscheiden. Informativ fand ich die Zahlen der ernährungsbezogenen Gesundheitskosten und politische Hintergründe, welche Hürden für die Prävention von nicht-übertragbaren Krankheiten in der Schweiz darstellen.

Rezensiert von:
Dr. clin. nutr. Caroline M. Kiss,
Fachexpertin Klinische Ernährung,
Universitäre Altersmedizin
FELIX PLATTER, Basel

111 Geniesser-Rezepte bei Histamin-Intoleranz



Daniela Mainzer, humboldt Verlag, 2020,
166 Seiten, ca. CHF 30.–,
ISBN-Nr. 978-3-8426-2916-5
(Print. Auch e-pub-/PDF-Version erhältlich.)

Es handelt sich hier um einen praktischen Ratgeber für Betroffene. Das Buch ist von einer von Histaminintoleranz betroffenen Patientin geschrieben. Im ersten Teil wird in drei Kapiteln zusammenfassend erklärt, was eine Diagnose bedeutet, was man noch essen kann und wie man es in drei Schritten im Alltag praktisch umsetzen kann. Themen sind dabei mögliche Symptome, individuelle Toleranzgrenze, Unterschied zwischen histaminarm und histaminfrei, Liberatoren und Hemmer.

Die Praxisnähe und die Erfahrung der Autorin sind spürbar im Text, welcher lai-

enverständlich ist. Ein weiteres Kapitel ist dem Einkauf gewidmet, wobei hier die deutsche Realität wohl etwas vom Schweizer Markt abweicht, trotzdem sind die Tabellen zu den verschiedenen Lebensmittelkategorien hilfreich. Danach folgt der über 100-seitige Rezeptteil, um praktische Tipps ergänzt. Die Rezepte sind berechnet und die Zubereitung in kurzen Schritten beschrieben. Für Kochanfänger sind die Zubereitungstexte vielleicht etwas kurz gehalten. Wenige, aber dafür ansprechende Fotos lockern den Rezeptteil auf. Er beinhaltet sowohl Grundrezepte als auch Rezepte jeder Mahlzeitenkomponente und

Lebensmittelkategorie wie Frühstück, Brot und Brötchen, Salate, Suppen, vegetarische Gerichte, Pasta, Fleisch und Fisch und drei Kategorien von Süß-Rezepten sowie eines zu Fingerfood, z.B. finden wir Cranberry-Käse-Rauten, Dinkel-Quark-Stangen, Hähnchen-Wraps und Pestoschnecken.

Der Anhang ergänzt mit Websites und App-Adressen, die wohl jedoch vielleicht etwas kurzlebig sein könnten, die Buchversion.

Der Leseteil des Buches ist einfach und aus Patientensicht geschrieben, ohne medizi-

nische Fachausdrücke und allgemein gut verständlich. Das Kapitel «3 Schritte zum neuen Alltag» ist das 3-Phasen-Protokoll, welches in der Ernährungsberatung angewendet wird: Karenzzeit, Testphase, neuer Alltag. Dieser praktische Ratgeber ist aber vor allem eine Alltagshilfe während und nach einer professionell durchgeführten Patientenschulung. Die Rezepte sind teilweise sehr einfach, andere etwas aufwendiger und komplizierter für Küchenun erfahrene oder aus speziell benannten Zutaten wie ker nige oder weiche Haferflocken (Welche Sorte ist damit gemeint?) oder mit nicht unbe-

dingt alltäglichen Zutaten wie Granatapfel (keine einheimische Frucht) zusammengestellt. Trotzdem ist das Buch zusammen mit dem eingebauten Wochenplanmuster interessant und Patienten als Alltagshilfe bei Bedarf zu empfehlen.

Evelyne Battaglia-Richi
BSc/MAS SUPSI, Ernährungsberaterin SVDE



Neue Impulse für Ihre Karriere als Ernährungsberater*in SVDE

- CAS Angewandte Ernährungspsychologie – NEU
- CAS Sporternährung
- CAS Nutritional Assessment
- CAS Nahrungsmittelallergien und -intoleranzen
- Fachkurs Digitalisierung und Transformation im Gesundheitswesen

⇒ bfh.ch/weiterbildung/ernaehrung

► Gesundheit



PSNT – le diagnostic nutritionnel



3
Punkte | points | points

Discussion de cas pratiques et rédaction de diagnostics nutritionnels

Objectifs:

- Choisir judicieusement les éléments pertinents dans les données de l'évaluation
- Etablir des liens clairs entre des éléments de l'évaluation et le diagnostic nutritionnel
- Utiliser la terminologie du processus de soins en nutrition pour rédiger des diagnostics nutritionnels selon la structure Problème, Etiologie, Symptômes (PES)

Public:

Diététicien-ne-s ayant déjà les notions de base du processus de soins en nutrition et l'utilisant (ou l'ayant déjà utilisé) dans leur pratique

Intervenant-e-s:

- L. Soguel Alexander, diététicienne ASDD
- A. Clerc, diététicien ASDD
- R. Reinert, diététicien ASDD

Délai d'inscription: 3 mai 2021

Dates du cours: 26 mai 2021 et 2 juin 2021,

10 h 30–12 h 00

Lieu du cours: online

Processus de Soins en Nutrition (PSN) et

Terminologie internationale de Diététique et Nutrition (TIDN): formation de base



8
Punkte | points | points

Objectifs:

- Identifier les éléments clés du PSN et les relier à sa pratique.
- Rédiger des diagnostics nutritionnels selon la structure Problème, Etiologie, Symptômes (PES).
- Faire évoluer ces diagnostics au fur et à mesure de la prise en charge des patients.
- Utiliser la terminologie internationale de diététique et nutrition pour rédiger des diagnostics nutritionnels.

Public:

Diététicien-ne-s (pas de pré requis)
Les diététicien-ne-s avec des connaissances de base peuvent suivre les webinaires d'approfondissement.

Intervenant:

- A. Clerc, diététicien ASDD

Délai d'inscription: 30 mai 2021

Dates du cours: 8 juillet 2021 et 15 septembre 2021

13 h 00–17 h 00

Lieu du cours: Fribourg

**www.svde-asdd.ch > Formation
> Offre de formation continue
> Cours ASDD**

HIN Security Awareness-Schulung



2
Punkte | points | points

Themenschwerpunkte:

- Datenschutz und Informationssicherheit
- Herausforderungen und Risiken
- Schutzbedürftige Daten und Systeme im Gesundheitswesen
- Sicherheitsmassnahmen und Werkzeuge
- Umgang mit Klienten-/Patientendaten
- Ausblick auf das elektronische Patientendossier
- Aktuelle Bedrohungen für Daten und Systeme

Details zur Online-Durchführung:

- Zu verwendende Webbrowser: Google Chrome (ideal), Microsoft Edge (möglich)

Dauer:

135 Minuten (16.30–18.45 Uhr)

Referent:

Dominik Grolimund, HIN

Anmeldeschluss: 17. Mai 2021

Kursdatum: 29. Juni 2021, 16.30–18.45 Uhr

Kursort: online

**www.svde-asdd.ch > Bildung
> Fortbildungsangebot
> SVDE-Kurse**

Wir danken den **Gönnern des SVDE-Bildungsfonds** für ihre finanzielle Unterstützung.

Dies ermöglicht es, die SVDE-Kurse für Mitglieder kostengünstig anzubieten.

Nous remercions le **donateur du fonds de formation ASDD** pour son soutien financier.
Cela permet d'offrir les cours à un prix raisonnable aux membres de l'ASDD.



KURSÜBERSICHT
VUE D'ENSEMBLE DES COURS
PANORAMICA DEI CORSI

Am 1. Januar 2020 traten das Fortbildungsreglement (FBR-SVDE) sowie die Zertifizierungsrichtlinien in Kraft. Anlässe und Fortbildungen ab 1. Januar 2020 unterstehen daher dem neuen Punktesystem.

Le 1^{er} janvier 2020 entreront en vigueur le règlement de formation continue (RFC-ASDD) ainsi que les lignes directrices en matière de certification. Toutes les manifestations et formations continues sont soumises au nouveau système de points à partir du 1^{er} janvier 2020.

Datum Date Data	Ort Lieu Luogo	Veranstaltung Manifestation Manifestazione	SVDE-Punkte Points ASDD Punti ASDD
20.05.2021	Zürich	Gestaltherapeut. Zugang in der Behandlung depressiven Erlebens	8
20.05.2021–08.07.2021	Online	Formation Mind-Eat	18
21.05.2021	Zürich	Swami Fellow – Supervision	7
26.05.2021	Online	Vegane Ernährung in der Schwangerschaft und Stillzeit	3
26.05.2021–02.06.2021	Online	Processus de soins en nutrition et sa terminologie (PSNT)	3
27.05.2021	Zürich	Die Anwendung der Positiven Psychologie in der EPB	8
27.05.2021	Zofingen	Weiterbildung Essverhaltensstörungen	4
27.05.2021	Online	Micronutrition et douleur: Quand il n'y a rien...	6
27.05.2021–10.06.2021	Montagny-près-Yverdon	Cours de sensibilisation à l'Education Thérapeutique	12
29.05.2021	Zürich	SSAAMP-Jahreskongress 2021	6
02.06.2021	Online	Geskes-Zertifikatskurs: Ernährung querbeet	3
04.06.2021	Zürich	Die narzisstische Persönlichkeitsstruktur in Beziehungen	8
04.06.2021	Olten	Fachtagung Beratungssektion diabetesschweiz 2021	5
07.06.2021–11.06.2021	Bergün	Ketogenic Metabolic Therapies – Future Prevention & Treatment of NCD	18
10.06.2021	Online	5. Jahrestagung der Swiss Sports Nutrition Society	6
10.06.2021–12.06.2021	Bern	Einführung in Motivational Interviewing. Hintergründe und Grundwerkzeuge_Ninetta Scura	18
11.06.2021	Bussigny-près-Lausanne	Prendre en charge les pathologies rhumatismales	7
12.06.2021	Bussigny-près-Lausanne	La consultation de micronutrition et ses outils	7
15.06.2021	Online	Microbiota and Gut-Brain connection: a new frontier in Neurogastroenterology	2
24.06.2021–26.06.2021	Online	Dreiländertagung «Ernährung 2021»	16
24.06.2021–26.06.2021	Online	Nutrition 2021	16
25.06.2021–26.06.2021	München	Säure-Basen-Haushalt aus ernährungsmedizinischer Sicht	11
25.06.2021–26.06.2021	Carouge	La rééducation des troubles de la déglutition chez l'adulte	12
29.06.2021	Online	Schulung HIN Security Awareness	2
08.07.2021–15.09.2021	Fribourg	Processus de Soins en Nutrition (PSN) et Terminologie Internationale de Diététique et Nutrition (TIDN): formation de base	8
10.07.2021–11.07.2021	Online	Emotionen kennenlernen und verstehen, was da is(s)t	13
23.07.2021	Online	Mit den Augen des Klienten sehen lernen. Offene Online-Supervisionsgruppe	2
26.08.2021	Olten	Aminosäuren	6
27.08.2021	Bern	Kurs Nahrungsmittelintoleranzen – häufig bis häufig übersehen	6
30.08.2021–01.09.2021	Zürich	Innovative Versorgungsformen in der Gesundheitsversorgung	18
01.09.2021–15.09.2021	Online	Ernährungstherapie und Arzneimittel Onlineseminarreihe 11	7
03.09.2021	Bern	Fachtagung SGE – «Megatrends und ihr Einfluss auf die Ernährungszukunft»	7
06.09.2021–08.09.2021	Zürich	Einführung in Public Health	18
07.09.2021–23.11.2021	Olten	Mikronährstoff-Zyklus	18
09.09.2021	Zürich	Selbsthypnose zur Selbsthilfe	8
10.09.2021	Zürich	Migrant(inn)en in der Beratung und Therapie	8
11.09.2021	Bussigny-près-Lausanne	Fonction Cerveau	8
11.09.2021	Luzern	Darmbalance – was hat der Darm mit dem metabolischen Syndrom zu tun?	6

NEU
NOUVEAU

MEHR KRAFT ...

PLUS DE FORCE ...

**... JETZT IN DER
KLEINEN FLASCHE**

**... MAINTENANT DANS
UNE PETITE BOUTEILLE**

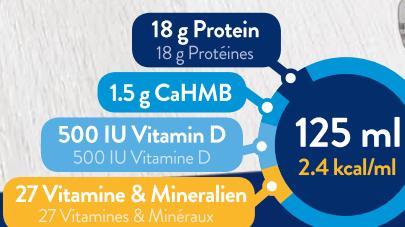


NEU – ENSURE® COMPACT PROTEIN HMB

*Das einzige Compact-ONS (125 ml) mit einer muskel-fokussierten Formulierung aus **Hoch-Protein, HMB und Vitamin D**.

NOUVEAU – ENSURE® COMPACT PROTEIN HMB

*Le seul SNO compact (125 ml) avec une formule focalisée sur le muscle, **riche en protéines, HMB et vitamine D**.



**VERHELLEN SIE IHREN PATIENTEN ZU MEHR KRAFT ZUM LEBEN
AIDEZ VOS PATIENTS À RETROUVER DES FORCES VITALES**

Rückvergütung: alle Ensure®-Trinknahrungen werden gemäss GESKES-Richtlinien durch die Grundversicherung rückvergütet.
HMB: β -Hydroxy- β -Methylbutyrat; ONS: Oral Nutritional Supplement (Trinknahrung)

Remboursement: tous les SNO Ensure® sont remboursés par l'assurance de base conformément aux directives de GESKES.
HMB: β -Hydroxy- β -Methylbutyrate, SNO: Supplement Nutritif Oral

Abbott AG | Hotline **0800 88 80 81** oder Tel. **041 768 43 33** | www.nutrition.abbott/ch

Abbott
life. to the fullest.®



NEU
NOUVEAU



resource® ULTRA fruit

Die fruchtige Trinknahrung mit
höchster Proteinkonzentration

Le SNO fruité avec la plus forte
concentration de protéines



14 g*
Molkenprotein
Protéines de
lactosérum

300*

kcal

0 g
Fett
Graisse

*pro 200ml Flasche
par bouteille de 200 ml

Resource® Ultra fruit ist besonders geeignet als erfrischende Alternative zu milchigen Ergänzungsnahrungen, bei Mangelernährung, onkologischen Erkrankungen oder zur prä-/postoperativen Ernährung.

Resource® Ultra fruit est une alternative rafraîchissante aux suppléments nutritifs oraux de type lacté, en cas de dénutrition, maladies oncologiques ou pour une alimentation pré ou postopératoire.

R Rückstättung - Resource® Trinknahrungen werden von der Grundversicherung für medizinische Indikationen gemäss GESKES Richtlinien rückertattet.

R Remboursement - Les suppléments nutritifs oraux Resource® sont pris en charge par l'assurance maladie de base pour les indications médicales selon les directives de la Société Suisse de Nutrition Clinique SSNC.