

AGGIORNAMENTO SCIENTIFICO

## NOVITÀ IN FATTO DI TUTELA ALIMENTARE DEI MINORI

*Da oggi mai più cibo spazzatura nei messaggi pubblicitari destinati esclusivamente ai più piccoli. Gli eroi dei cartoni dovranno limitarsi a fare da "testimonial" solo a prodotti che rientrano negli standard per un'alimentazione sana. Per una volta non si tratta dell'auspicio di qualche poco ascoltata istituzione, ma dell'annuncio fatto dal portavoce di 11 tra i principali gruppi alimentari statunitensi da PepsiCo a Campbell, Coca Cola, Kellogg, Kraft, Mars, Unilever e perfino McDonald.*

I più smaliziati intravedono il furbesco tentativo di dimostrare che non c'è bisogno di regolamentazioni governative in materia alimentare, tuttavia, poiché queste grandi multinazionali operano un po' in tutto il mondo, la Coldiretti nel riportare la notizia auspica che la lodevole iniziativa statunitense venga presto estesa anche all'Italia.

In effetti considerando che negli USA queste società messe insieme coprono i due terzi della pubblicità televisiva destinata ai cibi per bambini, le premesse per un effetto positivo sullo stile alimentare dei minori ci sono tutte. Tuttavia è bene non farsi troppe illusioni. Innanzitutto, mentre alcuni brand come Coca Cola stanno già mettendo in pratica i nuovi principi di autodisciplina, altri come General Mills che produce gelati, muffin e cereali per la colazione (molti dei quali distribuiti anche in Italia) inizieranno solo dal 2008. Inoltre gli spot di cibi ritenuti non salutari non scompariranno del tutto dal mondo dei media, ma cambieranno solo collocazione; infatti se il nuovo codice prevede che non possano più essere proposti come messaggi ad uso e consumo esclusivo dei bambini, niente vieterà di proporli ad un pubblico adulto o all'intera famiglia. Così, per esempio, i cereali Trix della General Mills contenendo 13 g di zuccheri a porzione anziché i 12 previsti dagli standard nutrizionali, non potranno più essere pubblicizzati sui giornalini, nei programmi pomeridiani per bambini, o nei siti internet loro dedicati, ma solo nelle riviste per ragazzi più grandi o nei programmi di prima serata quando, a torto o a ragione, si presume che i bambini siano davanti alla tv in compagnia dei genitori. Viceversa i Puff al cacao prodotti dalla stessa azienda ma con 1 g di zuccheri a porzione in meno potranno continuare a essere proposti liberamente.

È difficile calcolare l'impatto finanziario che il nuovo codice avrà su questi grandi gruppi. Molti dei prodotti incriminati sono tra i preferiti dei bambini e sono anche quelli associati a testimonial-cartoni che ormai vivono di vita propria sui gadget o nei siti internet dedicati. È il caso di Cap'n Crunch mascotte degli omonimi cereali della Quaker Oats division o del coniglio bianco degli stessi Trix. E infatti molti cercheranno prima di modificare i loro prodotti per farli rientrare negli standard piuttosto che vederne ridotta la pubblicità. Questo è senz'altro meglio anche per la salute dei bambini che come hanno recentemente dimostrato i ricercatori della Stanford University sono letteralmente sedotti dalla pubblicità alimentare.

Ci sono comunque novità importanti anche per la tutela dei bimbi che per età non sono ancora influenzabili dai media. Un nuovo progetto finanziato dall'UE indagherà gli effetti delle sostanze chimiche presenti negli alimenti per l'infanzia sulla salute dei neonati. È noto infatti che un numero sempre maggiore di bambini non viene mai nutrito con latte materno e anche per quelli più fortunati i tempi di allattamento al seno sono sempre più brevi.

Il relativo aumento del ricorso al latte formulato prodotto industrialmente o a cibi solidi quali omogeneizzati e liofilizzati non aveva però mai portato a valutare gli effetti dei residui chimici presenti in questo tipo di prodotti sulla salute dei bambini. La consapevolezza che queste sostanze chimiche potrebbero avere effetti maggiori sui tessuti ancora immaturi di un bambino in fase di crescita rispetto a quelli di un adulto ha invece spinto i ricercatori del Centro nazionale tedesco per la ricerca sull'ambiente e la salute (GSF) a promuovere questo progetto che si concentrerà in particolare sulle sostanze chimiche interferenti con il sistema ormonale. La speranza è quella di riuscire grazie a vari test a creare un sistema di valutazione dei rischi per diversi tipi di alimenti e anche se non sarà possibile esprimere un giudizio su marche specifiche poiché i prodotti saranno raggruppati, i ricercatori prevedono comunque di poter formulare raccomandazioni riguardo ai migliori tipi di

alimenti da somministrare ai bambini nei primi mesi di vita.

**Fonti:**

“Weighing In: A Check-Up on Marketing, Self-Regulation, and Childhood Obesity” Forum organized from The Federal Trade Commission and the Department of Health and Human Services to review progress in implementing self-regulatory and educational initiatives to combat childhood obesity (July 18, 2007 at the FTC Conference Center, 601 New Jersey Avenue, N.W., Washington)  
<http://www.ftc.gov/bcp/workshops/childobesity/agenda.pdf>

Robinson TN et al. Effects of Fast Food Branding on Young Children's Taste Preferences. Arch Pediatr Adolesc Med 2007; 161:792-797

Sicurezza Alimenti: Nuovo progetto UE valuterà quelli per l'infanzia. Public release (27 luglio 2007) Cordis Europa (<http://cordis.europa.eu/it/home.html>)