

Siamo quello che mangiamo Informare per prevenire

Author : Daniela Troiani

Date : 28 settembre 2014



Ridurre del 15% i casi di tumore entro il 2020: questo è l'obiettivo, formalizzato nel meeting del 23 settembre dei Ministri della Salute dell'Unione Europea, ottenibile con uno stile di vita sano, che comprende una corretta alimentazione, esercizio fisico adeguato, niente tabacco e poco alcol.

Il corretto stile di vita è infatti l'azione principale contro le malattie croniche non trasmissibili e il cancro, ed è lo strumento più efficace per vivere più a lungo e con una qualità di vita migliore. Come ha affermato il ministro **Lorenzin**, "di cancro e di malattie croniche ci ammaliamo durante la vita, a causa di quello che mangiamo e di quello che respiriamo".

La prima azione è la prevenzione primaria, ossia la corretta informazione della popolazione, ma spesso le informazioni corrette non sono facilmente accessibili o sono manipolate dall'industria dietetica al fine di incrementare i propri profitti.

Vediamo qualche esempio. L'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Agcm) ha condannato **Fiberpasta**, azienda produttrice di pasta e alimenti per diabetici arricchiti di fibra, per pratica commerciale scorretta e pubblicità comparativa illecita e denigratoria nei confronti della concorrente Aliveris. L'accusa nei confronti di Fiberpasta è stata di avere utilizzato nei messaggi pubblicitari e sul sito frasi prive di riscontri scientifici come "per dimagrire senza rinunce" o "è buona, la mangi e dimagrisci" e di avere proposto i prodotti come un aiuto per la perdita e il mantenimento di peso, per regolarizzare l'intestino, per ridurre e controllare il colesterolo e la glicemia.

Patatine: l'Antitrust ha aperto dei procedimenti contro le patatine "artigianali", "cotte a mano", "light", al "pollo" o con il "pomodoro" (quando questi poi non compaiono tra gli ingredienti); in seguito a una denuncia dell'Unione Nazionale Consumatori, l'autorità ha annunciato l'apertura di tre procedimenti a carico delle aziende produttrici di patatine Pata S.p.A., Ica Foods S.p.A. e Amica Chips S.p.A.

Neanche l'**acqua** è esente dalla pubblicità ingannevole: nel luglio di quest'anno l'Antitrust ha avviato l'ennesimo procedimento contro **Uliveto** e **Rocchetta** che da anni utilizzano lo slogan ingannevole "Acque della salute" e affiancano la pubblicità ad associazioni di medici. La società negli ultimi 10 anni ha dimostrato di non prendere in seria considerazione i provvedimenti di censura collezionati, forse a causa della scarsa entità della multa decisa nel dicembre 2013 dall'Antitrust (100 mila euro) che ha un'incidenza del tutto irrilevante sul budget del marketing (Uliveto e Rocchetta vendono da 400 a 500 milioni di bottiglie ogni anno).

Un altro caso è quello dell'acqua **Plose** («Ossigenatevi! Acqua Plose. La Minerale con 9,4 mg/l di ossigeno"): secondo il Giurì dell'Istituto di autodisciplina pubblicitaria il messaggio utilizzato dall'azienda è ingannevole, poiché mette in luce benefici inesistenti dovuti alla presenza dell'ossigeno.