

In collaborazione con

il salvagente

ENRICO CINOTTI

Non dicono o esagerano le etichette degli snack

Grassi, zuccheri e sale. E ancora additivi, coloranti ed edulcoranti. Tutto in abbondanza. Ma senza dirlo troppo esplicitamente. Ovvero: quello che le etichette non dicono. Specie ai baby consumatori. Se si analizzano da vicino le confezioni di merendine, caramelle, *snack* e bibite rivolte ai più giovani, ci si accorge che molto spesso quello che viene offerto nasconde ingredienti ipercalorici ed espone i bambini ad una dieta sbilanciata a favore di alimenti ricchi di proteine animali, grassi saturi e povera di fibre.

Il "Salvagente", coadiuvato dagli esperti dell'associazione *BabyConsumers*, ha analizzato le etichette e i *claims* di 10 prodotti alimentari scelti tra i più amati dai bambini. Le aziende, specie nei messaggi pubblicitari, tendono ad enfatizzare la presenza di frutta o di latte nell'alimento quali sinonimi di qualità e genuinità. Ma a leggere bene tra le righe delle confezioni, dove per legge gli ingredienti devono per legge essere elencati in ordine decrescente, ci si accorge che quegli stessi ingredienti enfatizzati dalla pubblicità non sono presenti in quantità così rilevanti.

Qualche esempio? Nel *Taskey Yoga-Arancia* rossa con calcio, nella confezione da 330 ml, il calcio è pari a 60 mg, ovvero appena il 7,5% della razione giornaliera raccomandata. Proseguendo, il *Beltè Nestlé* senza zucchero al limone, a fronte di un apporto calorico molto ridotto, contiene un carico impressionante di edulcoranti, da evitare per i bambini. Non esente da critiche anche il *Vanito Yogoloso* della Danone. Sulla confezione si legge: "Yogurt con banana frullata" quando, in realtà, la frutta è presente in quantità esigua.

È bene chiarire che nessuna etichetta è fuori legge. Tuttavia questi esempi ci aiutano a capire quanto importante sia saper riconoscere sulla confezione gli ingredienti. Anche perché in Italia un bambino su tre

pesa più di quello che dovrebbe alla sua età, per un totale di oltre un milione di giovani e giovanissimi tra i 6 e gli 11 anni in soprappeso o addirittura obesi. Le cause? Troppo cibo e poco movimento.

E allora come scegliere dunque lo *snack* o la merendina senza farsi abbindolare dai *claims* pubblicitari? Linda Grilli del "Salvagente" lo ha chiesto ad **Andrea Ghiselli**, nutrizionista dell'Inran (Istituto nazionale di ricerca alimenti e nutrizione): «I parametri da tenere in considerazione sono le calorie, nonché la quantità e la qualità di zuccheri e grassi. È bene evitare i cibi troppo calorici, quelli che contengono grandi dosi di zuccheri semplici (e poche fibre) e gli alimenti nei quali sono presenti grassi di qualità scadente. Mi riferisco, in particolare, alle margarine e ai grassi "tropicali", quali l'olio di palma, di cocco o di palmisto».

Il settore tuttavia è in movimento. L'Oms da tempo ha lanciato l'allarme obesità e ha chiesto agli Stati membri di elaborare un elenco di raccomandazioni relative alla promozione e commercializzazione di alimenti rivolti ai bambini.

In Italia la sottosegretaria alla Salute, Francesca Martini, ha insediato al ministero un tavolo tecnico per la definizione di un "codice etico" per la vendita di alimenti per l'infanzia. Tuttavia le convocazioni al tavolo - presenti tanto le associazioni dei produttori, quanto alcune società scientifiche e la sezione italiana dell'Ibfan (*International Baby Food Action Network*), da tempo impegnata nel migliorare la salute e la nutrizione infantile - prevedono un grande escluso: i consumatori. Tanto l'associazione "Altroconsumo" quanto il Movimento difesa del cittadino, non sono state coinvolte al tavolo, nonostante siano entrambe attive con campagne di sensibilizzazione sul tema bambini e obesità.

In attesa che il quadro si ricomponga, sul fronte dei produttori non mancano delle novità significative. La Coop ha lanciato da tempo la linea "Club 4-10" con merendine, tortine e biscotti riformulati per abbattere le calorie e i grassi e aumentare le fibre. Anche Conad con il marchio "Kids" lanciato da poche settimane punta su merendine con il 30% di grassi in meno della media e biscotti dal ridotto apporto calorico; insomma prodotti bilanciati e attenti alla salute dei più piccoli. ■



Foto Valeriani