

Vanti salutistici, una ricerca smaschera i cibi sani solo a parole

In Europa il marketing ingannevole sembra un dato di fatto, soprattutto per quel che riguarda alimenti “super pubblicizzati” circa presunte qualità nutrizionali e salutistiche. Lo rivela un’indagine pubblicata su Public Health Nutrition e condotta da diversi ricercatori, in una collaborazione tra la British Heart Foundation e la Università di Oxford, che ha preso in esame Tesco, la principale catena distributiva del Regno Unito.

I risultati sono a dir poco sorprendenti, con solo una minima parte dei cibi venduti sotto forme di aggressivo marketing nutrizionale che in realtà è sana. Dopo aver analizzato 382 prodotti di un ipotetico paniere, selezionati casualmente da quelli disponibili dal retail on line di Tesco, è emerso che ben il 32% degli alimenti supportava un messaggio di marketing nutrizionale o salutistico; un 15% almeno un vanto sulla salute (ad esempio, relativo alla relazione tra consumo di un alimento e riduzione del rischio di sviluppare determinate malattie); un 29% almeno un vanto sulla nutrizione (ad esempio, relativo al contenuto di vitamine o alla ridotta presenza di grassi, o zuccheri).

Gli alimenti più “pubblicizzati” in termini salutistici o nutrizionali? Tenderebbero ad avere un più basso contenuto di grassi di quelli senza claims, ma senza particolari differenze di zucchero o sodio-mentre avrebbero un contenuto più elevato di fibre. Ma - queste le conclusioni degli autori - la diffusione di tali messaggi di marketing sconta una loro complessiva composizione non così sana. E di conseguenza, l’effettivo impatto della pubblicità nel migliorare la dieta va valutato con molta circospezione.

La ricerca arriva a pochi giorni dal voto sui profili nutrizionali del Parlamento europeo (Comitato ENVI- Ambiente, Salute Pubblica e Sicurezza Alimentare) che sembra in effetti intenzionato a stralciarli definitivamente dalla normative Ue. Dopo anni di inosservanza del dettato del regolamento del 2006, il 1924, che all’articolo 4 istituiva la necessità di stabilire “profili nutrizionali”, ovvero indicatori sintetici della adeguatezza nutrizionale di un alimento, il cui rating positivo avrebbe stabilito la possibilità di usare vantii nutrizionali e sulla salute, ad oggi ancora non si è visto nulla.

Questo stallo di policy è stato però raccolto con favore da alcuni deputati del Parlamento europeo che hanno proposto di cancellarli definitivamente come requisito normativo. Sebbene infatti sulla carta oggi gli alimenti non in linea con “profili nutrizionali” non possano recare vantii di salute o nutrizione (come promuovere il contenuto di vitamine o Sali minerali), di fatto la mancanza di criteri adottati legalmente ha permesso a tutte le imprese e a tutti i prodotti alimentari di usare - e spesso abusare - di Health&Nutrition claims –anche per prodotti dalle dubbie qualità intrinseche (cereali da colazione, barrette di cioccolato e simili, biscotti, ecc.).