

Pubblicità di cibo spazzatura, la Norvegia vuole vietarla ai minorenni

Secondo dati recenti, merendine, snack e bibite zuccherate si collocano in vetta alla classifica degli spot alimentari più trasmessi. Nel nostro Paese, l'82% della pubblicità alimentare si concentra sulla televisione e il 70% degli spot che reclamizzano prodotti per bambini riguardano il cosiddetto "cibo spazzatura" (junk food); le industrie produttrici investono in promozione oltre 7 milioni di euro all'anno.

Nonostante gli esperti di marketing rifiutino qualsiasi collegamento tra pubblicità di alimenti destinati ai più piccoli e l'aumento dell'obesità infantile, i numeri sembrano andare in tutt'altra direzione. Il 69% dei bambini di età compresa tra i 6 e i 13 anni richiede prodotti di cui ricorda la pubblicità e, secondo una recente indagine svolta dall'Istituto di scienze dell'alimentazione (ISA), bevande zuccherate e snack dolci fanno ormai parte delle abitudini alimentari dei più piccini: il 30% ne consuma quotidianamente, il 70% almeno una volta alla settimana, mentre un bambino su due beve bibite zuccherate ogni giorno. Altri dati mostrano come le famiglie italiane spendano ogni anno 20 miliardi di euro per il cibo spazzatura, mentre si registra un progressivo abbandono dei principi della dieta mediterranea.

La situazione in Italia è drammatica, secondo la Coldiretti, con ben il 34 per cento dei piccoli cittadini italiani di 8 e 9 anni è lontano dal peso forma: oltre un milione è sovrappeso (22,1 per cento del totale) e 400mila (11,1 per cento) sono obesi.

Cosa fare per porre rimedio a questo fenomeno? Se, nel nostro Paese la legislazione che dovrebbe tutelare i minori dalle pubblicità ingannevole è pressoché inesistente, l'esempio ci viene da altri paesi europei, che scegliendo la strada di una normativa più severa e rigorosa contro la pubblicità dei cibi ipercalorici stanno ottenendo risultati incoraggianti nella lotta all'obesità infantile.

In Francia, ad esempio, su alcuni prodotti vengono apposte delle fascette simili a quelle utilizzate per i pacchetti di sigarette; in Olanda è vietata la pubblicità dei dolci per i minori di 12 anni, un divieto che viene adottato anche in Svezia, Danimarca e Norvegia. In Svezia vige addirittura il divieto di utilizzare i personaggi dei cartoni animati per la pubblicità. Ma non finisce qui: in questi giorni la Norvegia si sta discutendo la proposta di allargare il divieto di pubblicizzare cibo spazzatura fino ai minori di 18 anni già a partire dal prossimo anno.

L'unica certezza è che nei Paesi in cui c'è maggiore severità contro la pubblicità del cibo spazzatura, la frenata sui consumi del cibo ipercalorico ha coinciso con una diminuzione del tasso di obesità infantile. Allora perché non seguire l'esempio norvegese?