



BabyConsumers



16 gennaio 2014

Latti “di crescita”? No grazie!

Molte segnalazioni ci sono pervenute da consumatori, operatori sanitari, associazioni no profit, riguardanti il recente lancio sul mercato toscano del latte *di crescita* Mukki Bimbo, rivolto a bambini da 1 a 3 anni e prodotto dalla centrale del latte di Firenze, Pistoia e Livorno in collaborazione con l’Ospedale Pediatrico Meyer di Firenze.

Cosa ha di diverso il Mukki Bimbo da tutti gli analoghi prodotti già presenti sul mercato da diversi anni? Mukki Bimbo è un prodotto fresco (si trova nel banco frigorifero) e a distribuzione locale (viene infatti prodotto dalla Centrale del Latte di Firenze, Pistoia e Livorno, società **a partecipazione pubblica**) ma è **anche il primo ad essere raccomandato da una prestigiosa istituzione pubblica e a vantare in etichetta la dicitura “studiato in collaborazione con gli esperti di nutrizione infantile dell’Ospedale Pediatrico Meyer”**.

L’Ospedale Meyer è il principale presidio pediatrico toscano e da circa 15 anni si avvale del sostegno e della collaborazione da parte della Centrale del Latte di Firenze, Pistoia e Livorno, **ma mai finora si era verificato che un Ospedale pubblico patrocinasse il lancio di un prodotto commerciale** destinato all’alimentazione infantile.

La cosa ci sembra particolarmente grave, tuttavia **ci auguriamo che rappresenti l’occasione per una riflessione collettiva ed istituzionale non solo sulle collaborazioni di presidi sanitari con le industrie, ma anche e soprattutto sull’effettiva utilità dei latti di crescita e sull’opportunità di proporli ai bambini**.

Infatti oggi, grazie alle martellanti campagne pubblicitarie che fanno leva sul giusto e legittimo desiderio di ogni genitore di fare il meglio per il proprio bambino fin dai primi anni, è ormai diffusa l’abitudine di sostituire il latte materno o artificiale di proseguimento con il latte di crescita, proposto per bambini da 1 a 3 anni. Tuttavia **mai come in questo caso è evidente che non sempre il mercato alimentare offre le migliori soluzioni per il consumatore e non sempre utilizza pratiche di marketing obiettive e trasparenti**.

Questi latti sono presentati come utili a favorire una crescita sana ed equilibrata, tuttavia **la realtà è ben diversa:**

1. I latti *di crescita* sono inutili

Questa è la critica principale che da sola può bastare: infatti non risultano studi che provino l’utilità dei latti *di crescita*, per bambini di età superiore all’anno di vita. Viceversa, esiste la presa di posizione **dell’EFSA (European Food Safety Agency)**, ed una dichiarazione della stessa **Organizzazione Mondiale della Sanità**, che indicano come non vi siano elementi ad oggi per ritenere utile l’uso di questi latti formulati.

Anche **alcune associazioni di consumatori**, in Italia e Gran Bretagna, e il “Bundesinstituts für Risikobewertung” che, in Germania, fa da consulente per il Ministero per gli Alimenti, l’Agricoltura e la Protezione dei Consumatori, sono giunte alle stesse conclusioni e **mettono addirittura in guardia contro possibili effetti negativi dell’uso dei latti di crescita**: l’alto contenuto di zuccheri, ed il conseguente sapore dolce, potrebbe influenzare le preferenze del bambino per i cibi dolci e favorire sovrappeso e obesità.

Sfidiamo chiunque, produttore/rivenditore di latti di crescita, o esperto in nutrizione infantile, a dire il contrario e a dimostrarlo.

2. I latti *di crescita* sono costosi

Il problema economico è oggi centrale per le famiglie e non è giusto che aziende pubbliche incentivino i genitori all’acquisto di un prodotto inutile per il quale dovranno spendere anche di più: mezzo litro di latte *di crescita* Mukki Bimbo costa come un litro di latte fresco intero.

3. I lattini *di crescita* possono interferire con l'allattamento materno

La spinta commerciale di un latte *di crescita*, al di là di quanto scritto in etichetta, inevitabilmente crea incertezze tra i consumatori e condiziona negativamente l'allattamento materno raccomandato anche ben oltre il primo anno di vita, sia dall'OMS che dal nostro Ministero della Salute. Infatti, frasi come: "Dopo il primo anno di vita, per avere un apporto giornaliero completo, i bambini dovrebbero bere 500 ml di latte formulato ogni giorno" cozza con le attuali raccomandazioni sull'allattamento al seno.

4. La promozione dei lattini *di crescita* è in contrasto con il Codice Internazionale sulla Commercializzazione dei Sostituti del Latte Materno

Se vengono promossi per fasce di età in cui è ancora raccomandato l'allattamento naturale, rientrano a pieno titolo nell'applicazione del Codice Internazionale sulla Commercializzazione dei Sostituti del Latte Materno e quindi non possono essere promossi al pubblico, tanto meno con l'avallo di operatori o strutture sanitarie o addirittura al loro interno (come avviene con il latte Mukki Bimbo nei locali dell'Ospedale Pediatrico Meyer). Tutto questo ha un particolare valore nella Regione Toscana che si è impegnata a rispettare il Codice con la delibera 1095 del 2.11.2004 e con il protocollo di intesa sottoscritto con UNICEF nello stesso anno. Possibile che il principale Ospedale Pediatrico toscano ignori tutto questo?

5. La promozione dei lattini *di crescita* è in contrasto con l'educazione alimentare, impegno condiviso di ogni Regione

I lattini *di crescita* non sono prodotti "ricchi di natura", come recita lo slogan del Mukki Bimbo, ma vere e proprie formule industriali grazie all'aggiunta di acqua, saccarosio, lattosio, aroma di vaniglia, vitamine, minerali, ferro, fibre, acidi grassi essenziali. La loro promozione ha ben poco a che fare con quella di sane abitudini alimentari a partire dall'infanzia! L'educazione alimentare dovrebbe fare parte delle politiche di ogni regione, di ogni istituzione sanitaria e di ogni pediatra con modalità sia pure diversificate, ma coordinate e indipendenti da interessi commerciali. La promozione, il sostegno e la difesa dell'allattamento rimane al centro delle attenzioni dedicate alla prima infanzia seguita da una costante attenzione al consumo di alimenti freschi, naturali e diversificati (facenti parte della normale dieta della famiglia) ed al mantenimento di corretti stili di vita. L'alleanza tra istituzioni sanitarie, specialmente se pubbliche, e consumatori, specialmente se bambini, è la condizione perché questo diventi un progetto di salute efficace.

Chiediamo che venga tolto dalle confezioni di Mukki Bimbo e dalle pubblicità ogni riferimento ad istituzioni sanitarie pubbliche.

Chiediamo inoltre che ai genitori e ai consumatori vengano dati chiarimenti da parte delle autorità sanitarie.

Ci auguriamo che in futuro si faccia maggiore attenzione e che episodi simili non si verifichino più.

Firmato:

IBFAN Italia (www.ibfanitalia.org E-mail: segreteria@ibfanitalia.org)

BabyConsumers (www.babyconsumers.it E-mail: info@babyconsumers.it)

Movimento Difesa del Cittadino (www.difesadelcittadino.it E-mail: info@mdc.it)

Riferimenti:

<http://www.efsa.europa.eu/it/press/news/131025.htm>

http://www.who.int/nutrition/topics/WHO_brief_fufandcode_post_17July.pdf

<http://www.ibfanitalia.org/unindagine-dettagliata-sui-lattini-di-crescita/>

http://www.bfr.bund.de/en/press_information/2011/29/toddler_milk_drinks_are_not_better_than_cow_milk-126749.html

<http://www.altroconsumo.it/alimentazione/nc/news/lattini-di-crescita-inutili-e-costosi-test-salute-82>