

INDUSTRIA EUROPEA ED OBESITA' INFANTILE

(ANSA) - BRUXELLES, 9 NOV . 2006-12-31

Gli italiani sono i piu' snelli in Europa ma i loro figli hanno seri problemi di sovrappeso e di obesita' . Nella Ue - ha oggi messo in guardia il commissario europeo alla salute Markos Kyprianou "sono 14 milioni i bambini in questa situazione e il loro numero cresce rapidamente di 400.000 l'anno". Ed e' proprio in Italia, ma anche in Spagna, Portogallo, Malta e Cipro che si registrano percentuali superiori al 30% di bambini sovrappeso o obesi tra i 7 e gli 11 anni.

Un sondaggio Eurobarometro, pubblicato a Bruxelles dalla Commissione Ue, conferma che l'83% degli europei - il 79% degli italiani - ritiene che i bambini siano oggi piu' obesi di cinque anni fa, e l'85% delle persone intervistate chiedono un impegno pubblico per promuovere un'alimentazione sana e una buona attivita' fisica. Il commissario Kyprianou ha colto l'occasione per far conoscere i progressi che si stanno facendo a livello industriale - sotto il profilo dell'autoregolamentazione - proprio per andare incontro alle richieste e alle preoccupazioni dei consumatori in Europa.

Le buone pratiche sono state messe a punto nell'ambito della piattaforma europea creata a marzo per rafforzare il dialogo sull'alimentazione, la salute e l'attivita' fisica tra la Commissione europea, i rappresentanti dell'industria, dei consumatori, le organizzazioni non governative, medici ed esperti sanitari. Dal dialogo e' emerso che un gruppo pilota di imprese - soprattutto multinazionali (da Coca-Cola a Pepsi-Cola, da McDonald a Unilever a Kraft), ma non solo, hanno assunto 146 impegni che stanno portando i primi risultati.

Nell'ambito dell'Unesda, che riunisce le associazioni dei produttori di bevande analcoliche, succhi e soft drink, (l'Assobibe in Italia) i rappresentanti di nove grandi gruppi si sono impegnati - ha spiegato all'Ansa Salvatore Gabola di Coca Cola - ad abolire la pubblicita' radiotelevisiva, sui giornali e siti web per i bambini fino a 12 anni, ed un'agenzia esterna effettuera' un monitoraggio - soprattutto nelle fasce orarie dedicate ai bambini - per verificarne l'impatto. Nessuna pubblicita' anche nelle scuole elementari e piu' controlli nelle classi superiori (dove nei distributori verra' proposto in primo luogo acqua e succhi il cui prezzo sara' inferiore alle altre bibite). Tuttavia in alcuni paesi come l'Italia l'azienda produttrice non ha un controllo diretto sui distributori automatici e dovranno essere quindi sensibilizzati i distributori commerciali che ne sono responsabili.

Tra le nuove iniziative c'e' anche l'impegno di diverse societa' in relazione a prodotti di largo consumo - dall' hamburger alle bibite gassate alle zuppe solubili - di porre in evidenza su tutti gli imballaggi, ed in modo estremamente chiaro, il numero di calorie che il prodotto confezionato contiene, ma anche il valore che rappresenta rispetto al fabbisogno medio giornaliero che una donna, un uomo o un giovane dovrebbero assumere..

Tra i grandi gruppi che hanno partecipato all'iniziativa c'e' chi sta facendo sforzi per riformulare i propri prodotti: piu' vitamine, piu' fibre, ma anche -40% di grassi ad esempio nella produzione di gelati, oltre a meno zuccheri e minor sodio. Kyprianou ne e' convinto: "E' agendo insieme - dice - che possiamo sperare di controllare e cominciare a ridurre l'epidemia di obesita' che progredisce in Europa". (ANSA).