

OBESITÀ INFANTILE: IN ITALIA CRESCE L'ALLARME – LE INIZIATIVE AUCHAN E COOP

(29/11/2006 Linda Grilli - redazione web Prontoconsumatore)

Entro il 2010 in Europa saranno obesi 15 milioni di bambini. L'allarme è talmente serio che in molti hanno deciso di 'scendere in campo' per contrastare il fenomeno. In prima fila Coop e Coldiretti. Ma anche Coca Cola e McDonald.

Allarme obesità infantile in Italia e in Europa: entro il 2010 nel vecchio continente saranno obesi 15 milioni di bambini, ovvero uno su dieci. L'allarme è stato lanciato a Istanbul durante la Conferenza Ministeriale Europea dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) contro l'obesità. Un problema prima di tutto di salute: secondo i dati dell'OMS l'obesità causa in Europa 1 milione di morti e 12 milioni di malati (soprattutto diabetici, cardiopatici e ipertesi). Ma anche un problema di costi pubblici, visto che in alcuni Paesi europei la spesa per curare l'obesità raggiunge l'1 per cento del prodotto interno lordo e rappresenta il 6 per cento della spesa sanitaria diretta. L'allarme è talmente serio che alcune multinazionali dell'agroalimentare, come Coca Cola e McDonald, hanno deciso di "scendere in campo" collaborando con la Commissione Europea nella lotta contro l'obesità. Lo ha dichiarato a Istanbul lo stesso Markos Kiprianou, commissario europeo responsabile della sanità. Nei prossimi mesi capiremo che tipo di intervento possono garantire le due multinazionali: intervento concreto, azioni di informazione, prevenzione, educazione.

Secondo l'ultimo rapporto dell'OMS in Italia mediamente il 4% dei bambini e degli adolescenti è obeso e il 26,9% dei maschi e il 21,2% delle femmine tra i 6 e i 17 anni, è in sovrappeso e il fenomeno è in accelerazione. La fascia d'età in cui si riscontra maggiormente un eccesso di peso è quella tra i 6 e i 9 anni. Per quanto riguarda gli adulti, in Italia, gli obesi sono 4 milioni; un adulto su 3 è in sovrappeso; il 9,1% è obeso. Le ricerche mostrano che il sovrappeso e l'obesità nei bambini sono più marcati nei paesi del Sud Europa, poiché è in forte aumento il consumo di alimenti industriali ricchi di grassi, zuccheri e sale. Le cause principali dell'obesità sono quindi la non corretta alimentazione e la riduzione dell'esercizio fisico. A causa dell'obesità, le nuove generazioni potrebbero essere le prime a vivere meno dei propri genitori.

I comportamenti alimentari sbagliati si apprendono dalla tv. Spiega il pediatra Antonio Comito della società italiana di Pediatria (Sip): "Nel 2004 abbiamo compiuto una indagine da cui è emerso che il bambino che vede due ore al giorno la televisione, in un anno ha guardato ben 5.000 spot di alimenti. In più obesità e tv sono correlate perché la maggior parte dei bambini quando si piazza davanti al piccolo schermo sgranocchia o mangia qualcosa. E quasi mai sono alimenti sani come la frutta". Anzi i fuori pasto sono purtroppo una regola quotidiana. E in molti casi si tratta di alimenti dal chiaro effetto ingrassante: biscotti nel 32,4% dei casi, panini nel 34,9%, cioccolata 29,2%, caramelle 23,5%, gelati 23%, patatine 22,9% e merendine confezionate 21,7%. Spiega il pediatra ancora Antonio Comito "Ogni bambino è il progetto di un uomo in divenire. Questo progetto inizia con la vita prenatale. Nei Paesi a più elevato tenore socio-economico l'obesità infantile e adolescenziale costituisce il problema nutrizionale di grande rilievo sociale perché è in aumento progressivo, i bambini obesi hanno un forte rischio di diventare adulti obesi, si associa ad altri disturbi e alla manifestazione di almeno uno dei fattori di rischio per diabete e malattie cardiovascolari. E' necessario che nello sbilancio fra entrate e uscite caloriche che sfocia nell'obesità occorre recuperare ed incentivare il movimento, favorire la scelta di uno stile di vita sano e attivo a casa a scuola e in comunità."

La **COLDIRETTI** invita tutti a intervenire per scongiurare l'allarme lanciato dall' OMS alla Conferenza Ministeriale Europea e cita il caso della Lettonia, che ha deciso di proibire nelle scuole la vendita del cosiddetto "junk food" (cibo spazzatura), come bibite zuccherate, patatine, caramelle e cibi contenenti coloranti ed aromatizzanti. Per la Coldiretti è necessario "intervenire nelle case e nelle scuole con una maggiore attenzione ai menu anche delle mense", dove garantire la presenza di prodotti tradizionali e di frutta e verdura locale che, a giudizio della Coldiretti "troppo spesso mancano dalle tavole delle giovani generazioni". I nuovi distributori automatici di frutta e verdura snack che si stanno diffondendo. Ma serve anche più formazione, un impegno che la Coldiretti sta realizzando con il progetto "Educazione alla Campagna Amica" che coinvolgerà oltre centomila alunni delle scuole elementari e medie in tutta Italia che parteciperanno a oltre tremila lezioni in programma nelle fattorie didattiche e agli oltre cinquemila laboratori del gusto organizzati nelle aziende agricole e in classe, con l'obiettivo "di formare dei consumatori consapevoli sui principi della sana alimentazione e della stagionalità dei prodotti per valorizzare i fondamenti della dieta mediterranea e ricostruire il legame che unisce i prodotti dell'agricoltura con i cibi consumati ogni giorno".

Per aiutarti a comprendere meglio i principi della piramide alimentare, le etichette dei Prodotti **AUCHAN** e **SMA** riporteranno, per gli alimenti di uso più comune, dei suggerimenti relativi alla corretta porzione in relazione al valore energetico, in aggiunta alle indicazioni riferite ai 100 grammi di prodotto. Le nuove etichette, a differenza di quelle tradizionali suggeriscono i valori di ogni singola porzione e quante porzioni possono essere consumate ogni giorno, facendo riferimento alla Piramide alimentare italiana elaborata da Carlo Cannella, ordinario di Scienza dell'Alimentazione alla Università La Sapienza di Roma e componente del Comitato Scientifico di Auchan e Sma. Sono 5 le categorie previste nella Piramide: a partire dalla base verde dell'ortofrutta e da quella marrone dei cereali per finire al vertice blu-viola dei dolci. Per esempio, una confezione di yogurt intero presenta l'etichetta bianca, che corrisponde alla casella "latte,yogurt, formaggi" della piramide, di colore bianco. Per ogni categoria di prodotto, sono riportate le frequenze di consumo settimanale, per ottenere un' alimentazione "bilanciata". Così, la casella del "latte e derivati" contiene 18 porzioni settimanali per raggiungere le quali si possono scegliere, tra i vari prodotti a base di latte, 2-3 porzioni al giorno. In etichetta vengono riportati anche i valori nutrizionali medi per ogni singola porzione di yogurt.

Anche la **COOP** è in prima linea contro l'obesità. Presto partirà una campagna di informazione che si protrarrà fino alla primavera del 2007 e che coinvolgerà anche i propri prodotti e i propri supermercati. L'iniziativa è stata presentata nel corso di un convegno organizzato da Coop e patrocinato dal Ministero della Salute, svoltosi il 9 novembre, a Roma, presso il Centro Congressi Palazzo Rospigliosi. Coop, tramite la propria associazione europea Eurocoop, è fra i sottoscrittori della "Piattaforma Europea sull'alimentazione, l'attività fisica e la salute": è in questo contesto e con un forte segno di continuità con quanto fatto da Coop nel passato, che si inserisce "Alimenta il tuo benessere", una campagna che prevede tra l'altro, un programma didattico e un kit per insegnanti, interventi sul prodotto a marchio e una ricerca sull'eccesso di spot pubblicitari di alimenti e bevande nei programmi televisivi. "Non c'è contraddizione fra l'essere grande impresa di distribuzione di alimenti e bevande e la campagna che presentiamo – ha detto Aldo Soldi, presidente Coop, concludendo il convegno - Almeno non c'è per Coop “

OBESITA': SCUOLA; COLDIRETTI, SOSTITUIRE BIBITE GASSATE CON FRUTTA (COLDIRETTI N. 752 - 5 Dicembre 2006)

Assicurare nelle scuole la disponibilità di alimenti sani come frutta e verdura anche da sgranocchiare e in grado di assicurare senso di sazietà e garantire un adeguato apporto idrico può contribuire a sconfiggere i problemi di eccesso di peso e obesità provocate anche dall'eccessivo consumo di bibite gassate. E' quanto suggerisce la Coldiretti in riferimento alla proposta di Assobibe di rinunciare alla commercializzazione diretta di bibite gassate nelle elementari per i bambini sotto i 12 anni. Nelle Regioni europee oggi - riferisce la Coldiretti - sono sovrappeso il 20 per cento dei bambini, un terzo dei quali sono già obesi e il loro numero sta crescendo rapidamente tanto che si stima che un bambino su dieci sarà obeso entro il 2010 in Europa, secondo l'allarme lanciato dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) alla recente Conferenza Ministeriale Europea.

L'aumento di peso è - sottolinea la Coldiretti - un importante fattore di rischio per molte malattie che si sviluppano in età adulta come i problemi cardiocircolatori, il diabete, l'ipertensione, l'infarto e certi tipi di cancro e secondo la consultazione effettuata dall'Unione Europea risulta che le malattie collegate direttamente all'obesità sono responsabili di ben il 7 per cento dei costi sanitari dell'UE. La principale causa individuata dagli esperti nel minor esercizio fisico e nel consumo di cibi grassi e ricchi di zucchero come le bibite gassate ha portato per la prima volta - sottolinea la Coldiretti - un paese nell'Unione Europea come la Lettonia a prendere la decisione di proibire la vendita nelle scuole del cosiddetto junk food (cibo spazzatura), come bibite zuccherate, patatine, caramelle e cibi contenenti coloranti e aromatizzanti.

La preoccupazione che si sta diffondendo in Europa coinvolge direttamente anche l'Italia dove - sottolinea la Coldiretti - la radicata cultura alimentare fondata sulla dieta mediterranea non ha "salvato" i giovani, come confermano i dati preoccupanti sull'aumento dei casi di obesità o sovrappeso, dovuti a una non corretta alimentazione, che riguardano il 36% dei ragazzi attorno ai dieci anni, il valore più alto tra i Paesi Europei secondo una indagine Merrill Lynch.

Per questo - sostiene la Coldiretti - occorre intervenire nelle case e nelle scuole con una maggiore attenzione ai menu anche delle mense dove deve essere garantita la presenza di cibi sani come i prodotti tradizionali e la frutta e verdura locale che troppo spesso mancano dalle tavole delle giovani generazioni. Un obiettivo che - continua la Coldiretti - può anche essere incentivato con l'aiuto dei nuovi distributori automatici di frutta e verdura snack che si stanno diffondendo e dove è possibile acquistare frutta fresca, disidratata o spremute senza aggiunte di zuccheri o grassi come alimento rompi-digiuno per una merenda sana alternativa al "cibo spazzatura".

Ma serve anche più formazione, un impegno che la Coldiretti sta realizzando con il progetto "Educazione alla Campagna Amica" che coinvolgerà oltre centomila alunni delle scuole elementari e medie in tutta Italia che parteciperanno ad oltre tremila lezioni in programma nelle fattorie didattiche e agli oltre cinquemila laboratori del gusto organizzati nelle aziende agricole e in classe. L'obiettivo - conclude la Coldiretti - è quello di formare dei consumatori consapevoli sui principi della sana alimentazione e della stagionalità dei prodotti per valorizzare i fondamenti della dieta mediterranea e ricostruire il legame che unisce i prodotti dell'agricoltura con i cibi consumati ogni giorno.