

Piccoli consumatori crescono

L'alimentazione dei bambini tra normative, strategie di marketing e scelte "naturali"

Silvia Musso

INTRODUZIONE

Diventare genitori significa iniziare a porsi decine di domande ogni giorno sulle scelte migliori da fare per la salute dei propri figli. L'alimentazione ricopre una parte importante delle ansie e preoccupazioni parentali. Specialmente il momento dello svezzamento e dell'introduzione di cibi solidi può provocare non poche perplessità e suscitare numerose dubbi.

Cosa pensare di fronte agli scaffali colmi di prodotti specifici per neonati? Come interpretare in modo critico i messaggi pubblicitari? Possiamo fidarci del pediatra che consiglia l'omogenizzato invece dei cibi preparati in casa o della rivista che propone questa o quella marca?

Forse è bene ricordare ai genitori che da quindici anni esiste una severa normativa a livello sia europeo sia nazionale per tutelare i piccoli consumatori¹. Il primo nucleo da cui si è poi sviluppata e aggiornata la **Direttiva 2006/141/CE**² risale, infatti, al 1996 e fu redatta sulla base di un parere dell'allora Comitato scientifico dell'alimentazione umana (ora **Efsa – European Food Safety Authority**³). La normativa da un punto di vista nutrizionale definisce per ogni categoria (prodotti a base di carne, latte, pesce, frutta, etc.) i tenori minimi e massimi nutrienti quali proteine, grassi, carboidrati, zuccheri, vitamine e minerali.

Dal punto di vista della sicurezza invece la direttiva prevede limiti massimi di residui di antiparassitari che sono prossimi allo zero analitico. Per altri contaminanti come i metalli pesanti quali piombo e cadmio, micotossine come aflatossine, ocratossine, patulina, è lo stesso regolamento-quadro CE n. 1881/06 che fissa i limiti di alcuni contaminanti nelle materie prime destinate agli alimenti per l'infanzia.

Qui di seguito si cercherà di fornire una panoramica sulla regolamentazione della produzione e commercializzazione degli alimenti per la prima infanzia e sulla loro comunicazione di marketing. Si darà spazio anche alle voci fuori dal coro, a quelle associazioni cioè che, contrarie ai prodotti proposti dall'industria alimentare, propongono alternative "più sostenibili". Emergerà che il confronto tra estimatori e detrattori degli alimenti industriali si realizza sul campo della **comunicazione e dell'informazione** che utilizza **valori ambientali** per poter attrarre maggiormente il target finale, ossia il consumatore.

ALIMENTI PER LA PRIMA INFANZIA: DI COSA STIAMO PARLANDO?

Con alimenti per la prima infanzia si intendono quei prodotti espressamente destinati ai lattanti - bambini di età inferiore ai 12 mesi - e ai bambini fino a tre anni di età.

Tra le categorie di questi prodotti rientrano:

1.le formule per lattanti e le formule di proseguimento, disciplinate dalla **Direttiva 2006/141/CE**, attuata con **Decreto del 9 aprile 2009 n. 82**⁴ (GU : "Regolamento concernente l'attuazione della direttiva 2006/141/CE per la parte riguardante gli alimenti per

1 L'elenco aggiornato della normativa relativa agli alimenti per la prima infanzia è disponibile sul sito del Ministero della Salute al seguente link:

<http://www.salute.gov.it/alimentiParticolariIntegratori/paginaInternaMenuAlimentiParticolariIntegratori.jsp?id=976&menu=infanzia>

2 http://www.normativasanitaria.it/normsan-pdf/CEE/2007/23443_1.pdf

3 L'Efsa esiste dal 2002 e festeggia quest'anno il suo decimo anniversario: <http://www.efsa.europa.eu/it/>.

4 <http://www.normativasanitaria.it/jsp/dettaglio.jsp?aggiornamenti=&attoCompleto=si&id=29174&page=&anno=null>

lattanti e gli alimenti di proseguimento destinati alla Comunità Europea ed all'esportazione presso Paesi terzi."

2. gli alimenti a base di cereali e i baby food, disciplinati dalla **Direttiva 96/5/CE**, attuata con **DPR 128/1999**, questa Direttiva e le sue modifiche successive sono codificate con la **Direttiva 2006/102/CE**.

In particolare, si definiscono:

a. formule per lattanti o alimenti per lattanti o preparati per lattanti quei prodotti alimentari destinati alla particolare alimentazione dei lattanti nei primi sei mesi di vita, in grado di soddisfare da soli il fabbisogno nutritivo di questa fascia di età fino all'introduzione di un'adeguata alimentazione complementare. Nessun prodotto, ad eccezione di questi alimenti, può essere commercializzato o presentato come prodotto idoneo a soddisfare, da solo, il fabbisogno nutritivo dei lattanti in buona salute nei primi sei mesi di vita, fino all'introduzione di una adeguata alimentazione complementare.

Le formule per lattanti sono alimenti destinati ad un'alimentazione particolare (ADAP) e, ai sensi del decreto del 9 aprile 2009 n. 82, devono quindi seguire una specifica [procedura di notifica](#)⁵ al Ministero della Salute.

b. formule di proseguimento o alimenti di proseguimento sono invece quei prodotti alimentari destinati alla particolare alimentazione dei lattanti dopo il sesto mese di vita, successivamente all'introduzione di una adeguata alimentazione complementare, costituenti il principale elemento liquido nell'ambito dell'alimentazione progressivamente diversificata per questa fascia di età.

COSA DEVONO RIPORTARE LE ETICHETTE

Secondo quanto stabilito dal Decreto del 9 aprile 2009 n.82, formule per lattanti e formule di proseguimento devono essere **etichettate seguendo specifiche prescrizioni** e devono inoltre consentire al consumatore di distinguere chiaramente un prodotto dall'altro, per evitare qualsiasi rischio di confusione.

Come ben spiegato sul sito del **Ministero della Sanità**, tutte le disposizioni di etichettatura previste si applicano anche:

1. alla presentazione dei prodotti, in particolare alla forma, all'aspetto e all'imballaggio, al materiale utilizzato per l'imballaggio, alla disposizione e all'ambiente nel quale sono esposti
2. alla pubblicità⁶.

Per quanto riguarda le cosiddette **formule per lattanti**, oltre alle indicazioni previste dal decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 109 e successive modifiche e dal decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 111, ai sensi del decreto del 9 aprile 2009 n.82, l'etichetta deve riportare obbligatoriamente:

- sotto il titolo «avvertenza importante» o espressioni equivalenti, le seguenti indicazioni obbligatorie:
 - una dicitura relativa alla superiorità dell'allattamento al seno;
 - la raccomandazione di utilizzare il prodotto esclusivamente previo parere di professionisti indipendenti del settore della medicina, dell'alimentazione, della farmacia, della maternità o dell'infanzia

⁵ La notifica di tali alimenti deve essere fatta al Ministero della Salute, Dipartimento per la sanità pubblica veterinaria, la nutrizione e la sicurezza degli alimenti (DSVET), Direzione generale della sicurezza degli alimenti e della nutrizione (DGSAN), Ufficio IV:

<http://www.salute.gov.it/alimentiParticolariIntegratori/paginaInternaMenuAlimentiParticolariIntegratori.jsp?id=1317&menu=strumentieservizi>

⁶ Di pubblicità e comunicazione si parlerà poco sotto.

- la dicitura che il prodotto è idoneo alla particolare alimentazione dei lattanti sin dalla nascita, nel caso in cui essi non sono allattati al seno
- una dicitura che evidenzi come la decisione di avviare l'alimentazione complementare sia presa unicamente su parere di professionisti indipendenti del settore della medicina, dell'alimentazione, della farmacia, della maternità o dell'infanzia, in base agli specifici bisogni di crescita e sviluppo del lattante
- l'indicazione del valore energetico disponibile espresso in kJ e kcal, nonché del tenore di proteine, carboidrati e grassi (ivi inclusi fosfolipidi, acidi grassi essenziali e, se presenti, acidi grassi a lunga catena) espresso in forma numerica per 100 ml di prodotto pronto per il consumo
- l'indicazione del contenuto medio di ciascuno dei minerali e delle vitamine elencati rispettivamente negli allegati I e II e, se del caso, del contenuto medio di colina, inositolo, carnitina, espresso in forma numerica per 100 ml di prodotto pronto per il consumo
- istruzioni riguardanti la corretta preparazione, conservazione e smaltimento del prodotto e un'avvertenza sui pericoli per la salute derivanti dalla preparazione e conservazione inadeguate;
- in caso delle formule per lattanti in polvere vanno riportate in etichetta le norme e le precauzioni da seguire ai fini di una corretta pratica igienica per la ricostituzione nella forma pronta per l'uso, in linea con le raccomandazioni dell'Organizzazione Mondiale
- fornire informazioni necessarie all'uso appropriato dei prodotti e non scoraggiare l'allattamento al seno.

L'etichetta delle formule per lattanti può recare, anche:

1. indicazioni nutrizionali e sulla salute solo nei casi citati nell'allegato IV e conformemente alle condizioni ivi stabilite
2. la quantità media di sostanze nutritive elencate nell'allegato III, qualora detta dichiarazione non sia già prevista dal comma 3, lettera d) , espressa in forma numerica per 100 ml di prodotto pronto per il consumo
3. illustrazioni grafiche che facilitino l'identificazione del prodotto e ne spieghino i metodi di preparazione.

È assolutamente vietato nell'etichetta delle formule per lattanti:

1. usare termini come «umanizzato», «maternizzato» o «adattato» o espressioni analoghe
2. riportare immagini di lattanti o altre illustrazioni o diciture che inducano ad idealizzare l'uso del prodotto.

Per le **formule di proseguimento**, invece, oltre alle indicazioni previste dal decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 109 e successive modifiche e dal decreto legislativo 27 gennaio 1992, n. 111, ai sensi del decreto del 9 aprile 2009 n.82, l'etichetta deve recare le seguenti indicazioni obbligatorie:

- il prodotto è idoneo soltanto alla particolare alimentazione dei lattanti di età superiore ai sei mesi, che deve essere incluso in un'alimentazione diversificata e che non deve essere utilizzato in alcun modo come sostituto del latte materno nei primi sei mesi di vita
- l'indicazione del valore energetico disponibile espresso in kJ e kcal, nonché del tenore di proteine, carboidrati e grassi (ivi inclusi fosfolipidi, acidi grassi essenziali e, se presenti, acidi grassi a lunga catena) espresso in forma numerica per 100 ml di prodotto pronto per il consumo
- l'indicazione del contenuto medio di ciascuno dei minerali e delle vitamine elencati rispettivamente negli allegati I e II e, se del caso, del contenuto medio di colina, inositolo, carnitina, espresso in forma numerica per 100 ml di prodotto pronto per il consumo
- istruzioni riguardanti la corretta preparazione, conservazione e smaltimento del prodotto e un'avvertenza sui pericoli per la salute derivanti dalla preparazione e conservazione inadeguate;
- nel caso delle formule di proseguimento in polvere vanno riportate in etichetta le norme e le precauzioni da seguire ai fini di una corretta pratica igienica per la ricostituzione nella forma

- pronta per l'uso, in linea con le raccomandazioni dell'Organizzazione Mondiale della Sanità
- Le etichette devono essere tali da fornire informazioni necessarie all'uso appropriato dei prodotti e non scoraggiare l'allattamento al seno.

Sempre ai sensi del decreto del 9 aprile 2009 n.82 l'etichetta delle formule di proseguimento può anche recare:

1. indicazioni sulla quantità media di sostanze nutritive elencate nell'allegato III, (se non prevista) , espressa in forma numerica per 100 ml di prodotto pronto per il consumo.
2. oltre alle informazioni numeriche, informazioni concernenti le vitamine e i minerali di cui all'allegato VII, espresse in percentuale dei valori di riferimento ivi citati, per 100 ml di prodotto pronto per il consumo.

È, infine, assolutamente vietato nell'etichetta delle formule di proseguimento:

1. usare termini come «umanizzato», «maternizzato» o «adattato» o espressioni analoghe.

COMUNICAZIONE E PUBBLICITÀ

Il decreto già più volte citato, il n. 82 del 9 aprile 2009, regola anche la comunicazione e la pubblicità dei prodotti.

Specificamente **la pubblicità delle formule per lattanti** è vietata in qualunque modo, in qualunque forma e attraverso qualsiasi canale, compresi gli ospedali, i consultori familiari, gli asili nido, gli studi medici, nonché convegni, congressi, stand ed esposizioni. È consentita solamente sulle pubblicazioni scientifiche specializzate in puericultura destinate a professionisti dell'ambito pediatrico e nutrizionale. Tale pubblicità deve essere limitata ad informazioni di carattere scientifico basate su documentate evidenze e non deve, in qualunque modo, sottintendere o avvalorare l'idea che l'allattamento artificiale sia superiore o equivalente all'allattamento al seno. Tale pubblicità è comunque sottoposta alle condizioni ed ai divieti previsti per l'etichettatura dal decreto 9 aprile 2009 n.82.

La pubblicità delle formule di proseguimento al fine di evitare qualunque possibile interferenza negativa con l'allattamento al seno:

1. evidenzia che l'uso del prodotto è indicato su consiglio del medico per lattanti di almeno sei mesi, ove non disponibile il latte materno
2. non induce a ritenere il prodotto equivalente al latte materno, né scoraggia in qualunque modo l'allattamento al seno
3. riporta l'indicazione che il latte materno va offerto finché è possibile, anche durante lo svezzamento e l'alimentazione diversificata
4. non contiene testi o immagini che abbiano relazione con la gravidanza o l'alimentazione o la cura del lattante sotto i sei mesi, né immagini di lattanti che possono essere percepiti come soggetti di età inferiore ai sei mesi.

Se seguono queste indicazioni le case alimentari possono poi utilizzare le più comuni strategie di marketing. Qui di seguito si riportano, a titolo esemplificativo, le strategie intraprese da due famosi marchi **Plasmon** e **Milupa**.

Due esempi

Plasmon: i sapori autentici

Per una linea di prodotti Plasmon ha scelto il seguente slogan: "Gusti, profumi e sapori autentici". Sul sito Internet si legge: «Sin dall'inizio dello Svezzamento è importante non solo nutrire correttamente, ma anche educare al gusto. Sapori di Natura™ è la nuova linea di omogeneizzati adatta alle esigenze del tuo bambino, per fargli scoprire la varietà di sapori che la natura ci dona. L'esclusiva preparazione salva gusto mantiene al meglio la naturale ricchezza di sapori, colori, profumi dell'alimento offrendo al tuo bambino un'esperienza di gusto autentica».

Per rendere efficace la pubblicità di un proprio prodotto, Plasmon esalta l'autenticità e la natura, valori che rivestono sempre maggior *appeal* tra il pubblico di consumatori che sempre più sentono la necessità di uno stile di vita sostenibile a maggior contatto con la terra e i suoi prodotti.

Milupa: le aree della natura

«Milupa è accanto alla mamma e la lascia libera di seguire il suo istinto naturale. Ecco perché i prodotti che propone sono ispirati alle aree che la natura spontaneamente offre».

Questo si legge sul sito Internet dell'azienda. Un sito che già dalla sua veste grafica ispira "naturalità". Lo sfondo verde, la foglia con lo spazio per il login, la foto della mamma giocoliera con le verdure dell'orto sono tutte strategie comunicative che indirizzano il consumatore a pensare che i prodotti Milupa siano naturali e quindi sani. Il nome di alcuni prodotti, inoltre, come i "Biscotti della fattoria", non lasciano dubbi sulla scelta di proporre al pubblico il valore della genuinità dei prodotti e il ritorno ad uno stile di vita vicino alla campagna e ai suoi frutti e quindi, nell'immaginario comune, sano e genuino.

PRODOTTI INDUSTRIALI E ALTERNATIVE CASALIGHE

Mentre i marchi dell'industria alimentare tendono a presentare i propri prodotti come gli unici sicuri per i bambini piccoli⁷, sempre più genitori e molte associazioni proclamano il loro diritto di decidere da soli sull'alimentazione dei propri figli⁸.

Da un lato gli **estimatori** degli omogeneizzati sono persuasi che la sicurezza del prodotto faccia da contraltare a qualsiasi altra considerazione, in quanto ogni omogeneizzato è sottoposto ad una serie di controlli di igiene e qualità, sotto la guida peraltro del Ministero della Sanità, che aderisce a sua volta alle direttive dell'Organizzazione Mondiale della Sanità.

Gli **scettici** affermano, al contrario, che parte delle vitamine e delle proteine si perdono nel corso dell'intero procedimento, dalla precottura alla sterilizzazione, e quindi l'alimentazione del bambino deve basarsi sull'assunzione di alimenti freschi.

Molti **genitori** trovano inutile e addirittura dannoso usare per i bambini gli alimenti già pronti che si trovano in commercio: sono molti costosi ed alcuni contengono zucchero, latte in polvere o altre componenti indesiderate, il che rende anche difficile individuare il "colpevole" nel caso di una reazione avversa. Gli omogeneizzati, inoltre, sono "lavorati" industrialmente, in cui nutrienti persi nel processo industriale vengono reintegrati con altri introdotti in modo artificiale; hanno anche un gusto molto lontano dal cibo "normale" che prima o poi il bambino si troverà ad assaporare⁹.

Sono in commercio tanti alimenti per lattanti, come pastine speciali, olii, latti di seguito, "arricchiti" in vario modo con vitamine e principi nutritivi. Tali alimenti costosi non sono affatto indispensabili, dato che anche i cibi freschi e integri contengono un assieme assortito e adeguato di nutrienti, vitamine e minerali, appropriato per i bisogni del bambino¹⁰.

7 Su "Il fatto alimentare" si legge che questi siano addirittura da preferirsi alle materie prime offerte dalla natura perché latte, carne, pesce, frutta e verdura possono non essere sempre idonee per i bambini al di sotto dei 3 anni perché contenenti batteri e le micotossine dannosi per i più piccoli «Ricordando che una "banale" salmonella, non così rara nelle materie prime agricole anche "bio", può procurare un mal di pancia a un adulto sano ma costringere una corsa a un pronto soccorso pediatrico» <http://www.ilfattoalimentare.it/alimenti-prima-infanzia-sicurezza-normativa-3-anni.html>

8 L'associazione **Baby Consumers**, il cui scopo è «la protezione, l'informazione e l'educazione, nonché la salvaguardia della salute, della sicurezza, dell'ambiente e degli interessi economici dei consumatori ed utenti, con particolare riguardo ed attenzione ai bambini e alle loro famiglie», ha realizzato nel periodo natalizio una campagna "Sull'alimentazione dei nostri figli vogliamo decidere da soli!". Sono state mandate alla Federazione Italiana Medici Pediatri (Fimp), alla Plasmon, all'Associazione Italiana Industrie Prodotti Alimentari (AIIPA) e al Ministero della Salute delle cartoline di auguri sui si evidenziava il diritto dei genitori a scegliere i cibi per i propri figli senza influenze da parte del mondo della pubblicità.

9 La preparazione a livello industriale degli omogeneizzati consiste nel ridurre la frutta o la carne in microparticelle, in sottilissima sostanza maggiormente assimilabile che contenga comunque inalterate le proprietà nutritive iniziali.

10 Da La Leche League, *L'Arte dell'allattamento materno*, 2004: pag 258

L'associazione **Baby Consumers** rivendica ad esempio il diritto di praticare un'alimentazione salutare, locale, naturale, che comprenda cibi adatti per tutta la famiglia e che sia sostenibile per l'ambiente e la società, quindi alimenti di preparazione casalinga¹¹.

Si consiglia quindi di leggere con attenzione le etichette per conoscere esattamente il contenuto e ritengono che, sebbene tali prodotti siano stati migliorati negli anni, è sempre meglio offrire ai bambini cibi preparati in casa. La preferenza della produzione casalinga di alimenti emerge sul web: mamme e papà partecipano a blog, discussioni su social network e forum¹² si confrontano su come preparare un brodo vegetale, cucinare la carne al vapore e frullarla, grattugiare la melai. Secondo il loro parere se le materie prime utilizzate fossero a Km0 o biologiche sarebbe la scelta migliore e più salutare per i propri figli così come per tutta la famiglia.

RIFLESSIONI CONCLUSIVE

Questo speciale ha inteso fornire al lettore strumenti per orientarsi nell'ambito della normativa e della pubblicità dei prodotti alimentari per l'infanzia.

Esiste una severa regolamentazione sulla composizione dei cibi per bambini e sulla loro comunicazione. I bambini così come le loro famiglie sono tutelati da norme precise europee recepite dalla legge italiana. Il Ministero della Salute dispone di un sito web in cui il cittadino può raccogliere informazioni dettagliate e puntuali. Il decreto più completo e aggiornato è quello cui si è fatto più volte riferimento, è il **n. 82 del 9 aprile 2009** recepimento della **Direttiva 2006/141/CE**.

Chi vuole scegliere i cibi per bambini può affidarsi alle grandi ditte produttrici che hanno fatto della pubblicità il loro punto di forza.

Esistono d'altra parte, associazioni che utilizzano vari canali, dai siti internet, alle pubblicazioni ai social network per fornire informazioni su alternative all'industria alimentare. Questi attori sociali mettono in guardia i cittadini che, a causa della pubblicità e del marketing, potrebbero avere una percezione distorta degli alimenti industriali per bambini come di cibi molto sicuri e richiedono sempre nuovi e più rigorosi controlli per la tutela della salute dei bambini.

Da quanto emerso sembra che la "battaglia" sugli alimenti per bambini passi attraverso la **comunicazione di marketing**, per quanto riguarda le ditte produttrici, e un tipo di **comunicazione dal basso** per associazioni e gruppi di genitori che utilizzano social network, newsletter ecc. Interessante notare che entrambi i tipi di comunicazione abbiano però un aspetto in comune: le loro campagne utilizzano spesso temi ambientali e esaltano valori naturali per sostenere il proprio operato e i prodotti che commercializzano o al contrario boicottano. Diversi modi di leggere e interpretare la **comunicazione** che possiamo definire **ambientale** perché sottende all'ambiente in cui viviamo e ai suoi aspetti più naturali.

Un altro elemento utilizzato e interpretato in modi differenti è probabilmente il concetto di **sostenibilità**. Le ditte produttrici – abbiamo riportato a titolo esemplificativo i casi di Plasmon e Milupa – affermano che i propri prodotti sono rispettosi dal punto di vista della salute dell'ambiente e della salute umana. La loro sostenibilità ambientale viene invece messa in seria discussione dal mondo associazionistico, che sostiene l'uso di cibi preparati in casa come gli unici realmente

11 Sul sito è possibile inoltre leggere gli esiti di uno studio portato avanti da ricercatori dell'Università di Pisa e pubblicato dalla rivista *USA Journal of Pediatrics*. Secondo questa ricerca un'alta percentuale di lattini formulati e di omogeneizzati di carne, commercializzati in Italia, potrebbe essere contaminata da micotossine, un gruppo di sostanze potenzialmente tossiche e cancerogene, proibite da numerose leggi. Per maggiori informazioni: <http://www.babyconsumers.it/2011/07/23/micotossine-nel-latte-di-formula-e-negli-omogeneizzati-alla-carne/>

12 La comunicazione utilizzata in questo caso si diffonde attraverso i social media per raggiungere un ampio pubblico a costi ridotti. Le attività comunicative di queste associazioni sono spesso frutto di volontariato e autofinanziamento. A titolo di esempio la pagina Facebook dedicata alle tematiche dell'infanzia e dell'ambiente si veda "Bambino Naturale".

sostenibili dal punto di vista non solo ambientale, ma anche economico.

I genitori che leggono queste pagine non avranno sicuramente trovato la risposta alle loro domande o la ricetta per fare le giuste scelte per i propri figli – non era questo lo scopo - ma una guida per orientarsi nella normativa e approfondire, se lo si desidera, la questione. È bene, infatti, sapere che è a loro disposizione un ampio spettro di fonti in cui trovare informazioni e approfondimenti.

Sia che si scelga l'omogenizzato che esalta le proprie caratteristiche naturali e i genuini sapori "di una volta" dallo scaffale della farmacia o del supermercato, sia che si preferisca preparare la pappa in casa con verdure a km0 e carne biologica, i genitori devono sapere che hanno a disposizione una serie di mezzi e tutele – dalla legge alle associazioni che si fanno loro portavoce, dalla ricerca universitaria alla descrizione di best practises - per fare scelte critiche e consapevoli.

Basta poco: la volontà di **tenersi informati** e di consultare sempre **fonti diversificate**.