

L'Efsa boccia l'81% delle diciture dei prodotti alimentari che promettono benefici per bambini e adulti

Inventare correlazioni tra il consumo di un alimento e i benefici per la salute è un'abitudine consolidata per molte imprese europee. E' quanto emerge analizzando i pareri firmati dall'Autorità per la sicurezza alimentare europea (Efsa) con sede a Parma sulle prime 57 etichette. Solo 11 diciture hanno superato l'esame scientifico effettuato in base al regolamento UE 1924/2006.

Il primo gruppo di diciture esaminate riguarda frasi sulla salute e lo sviluppo dei bambini e sulla riduzione del rischio di malattie e nuove indicazioni "funzionali" (come ad esempio il miglioramento della memoria, l'incremento della vista, la maggiore capacità di apprendimento...). I primi pareri sono stati pubblicati nell'estate 2008, gli ultimi in aprile 2009 e mancano ancora 200 dossier. Tra le vittime troviamo nomi illustri come Ferrero che propone sulle barrette Kinder la dicitura "aiuta la crescita", e Elancyl Global Silhouette che promette riduzioni di peso mangiando barrette. Un altro mito da sfatare è quello dell'assunzione quotidiana di tre porzioni di latticini per favorire un "peso corporeo ottimale" nei bambini e negli adolescenti. Ci sono casi più banali come l'acqua minerale Melgaco che promette di ridurre la glicemia, e il mirtillo rosso Ocean che dovrebbe aiutare a mitigare le infezioni urinarie delle donne. Respinta anche la scritta di un cibo per bambini della Plada (ex Plasmon) che dovrebbe diminuire le coliche nella fascia di età compresa tra 6 e 12 mesi. Anche i "latticini che aiutano la salute dentale" ricevono un parere negativo come pure "le pastiglie di semi di lino e di soia che riducono il rischio osteoporosi" e i "fichi d'India che migliorano il colesterolo". Il giudizio dell'Efsa non è definitivo, le aziende infatti possono presentare una nuova documentazione scientifica. In ogni caso spetta poi alla Commissione Europea decidere se e come censurare i messaggi ritenuti incompleti o non veritieri.

Non tutti i pareri dell'Efsa sono critici. Il panel di esperti ha ritenuto valida la frase

sull'abbassamento del colesterolo, riportata sull' etichetta di due yogurt arricchiti con esteri di stanolo vegetale (conosciuti dal pubblico come fitosteroli) supportata da 71 studi clinici e ha confermato l'efficacia dello yogurt nel ridurre del 10% circa il colesterolo LDL. Anche la frase delle gomme da masticare a base di xilitolo che riducono la carie è stata ritenuta valida. Dai risultati emerge la sensazione che poche aziende realizzano studi approfonditi prima di riportare diciture salutistiche sulle etichette. La maggior parte propone vantaggi inesistenti sulla base di studi e ricerche di scarso valore scientifico. Il lavoro dell'Efsa è solo all'inizio, il gruppo NDA (prodotti dietetici, alimentazione e allergie) sta esaminando anche le indicazioni di tipo nutrizionale. Entro la fine di luglio saranno pronti 1000 pareri e altri 470 a novembre. Per le rimanenti 2700 diciture non è stato definito un calendario. Tutto questo gruppo comprende scritte relative all'aspetto nutrizionale ("ridotto tenore di zucchero", "ridotto tenore di sale", "poche calorie", "senza grassi" non collegate a patologie o alla crescita dei bambini). Il regolamento impone limiti molto severi per l'adozione di simili frasi e anche di parole come "leggero" o "light". Quando il lavoro sarà finito nei vari paesi dell'UE dovrebbero finalmente sparire le etichette e anche i messaggi pubblicitari ingannevoli. Per il momento l'abitudine di aggiungere ai prodotti un pizzico di omega-3, oppure di togliere un grammo di grasso e promettere risultati miracolosi è ancora molto diffusa.

Il sito dell'EFSA:

http://www.efsa.europa.eu/EFSA/efsa_locale-1178620753820_1178621456747.htm

