

Il marketing illecito delle industrie del latte artificiale

Un rapporto stilato dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) e dall'UNICEF ha messo in evidenza come le aziende produttrici di latte in polvere per neonati mettano sistematicamente in atto **pratiche di marketing illecite** per spingere i genitori e le donne incinte a preferire il latte artificiale a quello materno. Questo, denunciano le due organizzazioni, avrebbe un impatto diretto negativo sull'alimentazione dei neonati, oltre che violare il Codice Internazionale che regola la materia. Secondo lo studio, le pratiche di marketing aggressivo e non etico avrebbero preso di mira **anche gli operatori sanitari** del settore, spingendoli ad accettare finanziamenti e sovvenzioni per convincere le famiglie ad utilizzare il latte in polvere.

Oltre la metà delle famiglie intervistate nell'ambito dello studio di OMS e UNICEF, esposto nel [rapporto](#) *How marketing of formula milk influences our decisions on infant feeding*, sarebbero state prese di mira da **pressanti attività di marketing** delle aziende produttrici del latte in polvere per neonati. Il fine delle aziende, delle quali il rapporto non menziona i nomi, sarebbe stato quello di influenzare le scelte dei soggetti e spingerli a credere che l'alimentazione dei neonati tramite latte artificiale sia migliore dell'allattamento al seno. In particolare, le aziende avrebbero messo in atto strategie quale marketing non regolamentato e invasivo, sponsorizzazioni nelle reti di consulenza e assistenza ai genitori, promozioni, omaggi e varie pratiche per influenzare l'opinione degli operatori sanitari e spingerli a convincere le famiglie ad acquistare il latte artificiale.

La ricerca ha intervistato, nello specifico, 8500 individui tra genitori e donne incinte e 300 operatori sanitari in 8 Paesi in totale: Bangladesh, Cina, Messico, Marocco, Nigeria, Sudafrica, Regno Unito e Vietnam. In tutti questi Paesi oltre la maggior parte delle donne intervistate avrebbe espresso il forte desiderio di allattare al seno, ma le insistenti campagne pubblicitarie delle aziende produttrici di latte artificiale avrebbero fortemente **minato la fiducia nella capacità di allattare** con successo i propri figli al seno. Le aziende infatti inculcherebbero in questo modo nelle madri falsi miti come la necessità di allattare con latte in polvere subito dopo il parto, l'inadeguatezza del latte materno che va perdendo di qualità nel tempo e la capacità del latte in polvere di saziare più a lungo i neonati.

Tali messaggi, oltre che essere fuorvianti, violerebbero anche il [Codice Internazionale di Commercializzazione dei Sostituti del Latte Materno](#), approvato dall'Assemblea Mondiale della Sanità nel 1981 e funzionale proprio a proteggere le madri dalle pubblicità aggressive. Secondo Catherine Russell, direttore esecutivo di UNICEF, "Messaggi falsi e fuorvianti sull'alimentazione artificiale sono una barriera sostanziale all'allattamento al seno, che sappiamo essere il migliore per i bambini e le madri". Le aziende non avrebbero esitato nemmeno a contattare gli operatori del settore, cercando di spingerli tramite

Il marketing illecito delle industrie del latte artificiale

finanziamenti e sovvenzioni di vario genere a convincere i neo genitori ad optare per la somministrazione esclusiva di latte in polvere ai propri figli.

“Le pratiche commerciali sfruttano l’incertezza di madri e genitori nel momento della loro maggiore vulnerabilità e cercano di modificare i valori, le credenze e le pratiche delle famiglie e delle comunità” scrive il rapporto.

[di Valeria Casolaro]