

✘ Gavino Maciocco

“Gli sforzi per prevenire le malattie croniche vanno contro gli interessi commerciali di potenti operatori economici. E non si tratta più solo dell’industria del tabacco (*Big Tobacco*). La sanità pubblica deve fare i conti con l’industria del cibo (*Big Food*), delle bevande gassate (*Big Soda*) e alcoliche (*Big Alcohol*). Tutte queste industrie hanno paura delle regole, e si proteggono usando le stesse, ben note tattiche. Queste includono gruppi d’opinione, lobbies, promesse di autoregolamentazione, cause legali, ricerche finanziate dall’industria che hanno lo scopo di confondere le prove e tenere il pubblico nel dubbio. Le tattiche comprendono anche regali, donazioni e contributi a cause giuste per apparire rispettabili agli occhi dei politici e del pubblico”.

Il caso EUROBIS, progetto di prevenzione dell’obesità infantile, finanziato da Coca Cola e promosso dall’Università di Perugia.

---

**“Le diseguaglianze nella salute, tra paesi e all’interno dei paesi, non sono mai state così grandi nella storia recente. Noi viviamo in un mondo di paesi ricchi pieni di gente povera e malata.** La crescita delle malattie croniche minaccia di allargare ancora di più questo gap. Gli sforzi per prevenire queste malattie vanno contro l’interesse commerciale di operatori economici molto potenti e questa è una delle sfide più grandi da affrontare nella promozione della salute”. (...)

□“Negli anni 80, quando parlavamo di collaborazione multisettoriale per la salute ciò significava lavorare insieme a settori amici, come istruzione, casa, nutrizione, acqua e igiene. Quando la sanità collaborava con il settore educativo e con quello che si occupava di acquedotti e fognature, i conflitti d’interesse erano una rarità.

**Oggi a convincere le persone a condurre stili di vita sani e adottare comportamenti salubri ci si scontra con forze che non sono così amiche. Anzi non lo sono per niente.**

**Gli sforzi per prevenire le malattie croniche vanno contro gli interessi commerciali di potenti operatori economici.** Secondo me, questo è la più grande sfida che si trova di fronte la promozione della salute.

E non si tratta più solo dell’industria del tabacco (*Big Tobacco*). La sanità pubblica deve fare i conti con l’industria del cibo (*Big Food*), delle bevande gassate (*Big Soda*) e

alcoliche (**Big Alcohol**). Tutte queste industrie hanno paura delle regole, e si proteggono usando le stesse, ben note tattiche. Queste includono gruppi d'opinione, lobbies, promesse di autoregolamentazione, cause legali, ricerche finanziate dall'industria che hanno lo scopo di confondere le prove e tenere il pubblico nel dubbio.

**Le tattiche comprendono anche regali, donazioni e contributi a cause giuste per apparire rispettabili agli occhi dei politici e del pubblico.** Usano argomenti che attribuiscono agli individui la responsabilità per i danni alla salute e descrivono gli interventi dei governi come un'interferenza nei confronti della libertà personale e della libera scelta. Questa è una formidabile opposizione alla sanità pubblica.

**Il potere del mercato diventa poi potere politico. Pochi governi danno la priorità alla salute rispetto ai grandi affari.** E come abbiamo imparato dall'esperienza del tabacco, una compagnia potente può vendere al pubblico proprio ogni cosa. Lasciatemi ricordare una cosa. Non un solo paese è riuscito a invertire l'epidemia di obesità in tutte le classi di età. Questo non è il fallimento della volontà individuale. È il fallimento della volontà politica di prevalere sul grande business.

□Io sono preoccupata per due recenti tendenze.

**La prima riguarda gli accordi commerciali.** I governi che introducono misure per proteggere la salute dei cittadini vengono portati davanti al giudice e sfidati nel processo. Questo è pericoloso.

**La seconda riguarda gli sforzi dell'industria di influenzare le politiche di sanità pubblica che colpiscono i loro prodotti.** Quando l'industria è coinvolta nelle scelte politiche è certo che efficaci misure di controllo vengono minimizzate o completamente annullate. Tutto ciò è documentato e anche questo è pericoloso."

Queste affermazioni sono contenute nel discorso inaugurale dell'[8° Conferenza Globale sulla Promozione della Salute](#) tenuta a Helsinki nel giugno 2013. **Discorso tenuto da Margaret Chan**, Direttore Generale dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, su cui si è poco discusso e riflettuto.

**Una prova lampante di come i potenti operatori economici contribuiscono "a cause giuste per apparire rispettabili agli occhi dei politici e del pubblico" - un esempio classico di [whitewashing](#) - lo si può scoprire digitando su internet due parole: [Cola](#) [Cola e Epode](#).**

Epode è una campagna di prevenzione dell'obesità infantile promossa e finanziata da Coca Cola, implementata in più di 500 città di otto paesi di tre continenti, con lo scopo di favorire "stili di vita sani attraverso il coinvolgimento della comunità e delle famiglie".

Uno di questi paesi è l'Italia, una di queste città è Perugia, dove la locale Università degli Studi - con il supporto della Regione Umbria - ha messo in cantiere il progetto EUROBIS (*Epode Umbria Region Obesity Intervention Study*) - vedi allegato.

Giustamente l'[Associazione Culturale Pediatri](#) ha contestato questa iniziativa con una nota del 4 febbraio scorso in cui si legge, tra l'altro:

La Coca Cola fa questo tipo di operazioni perché, assieme agli altri produttori di bevande zuccherate e, più in generale, di alimenti non salutari, è considerata corresponsabile dell'attuale pandemia di obesità, che inizia appunto in età infantile e giovanile. Numerose sono le ricerche scientifiche che provano al di là di ogni dubbio l'associazione tra assunzione di bevande zuccherate, direttamente proporzionale alla quantità e alla qualità del marketing delle stesse, e aumento dei tassi di sovrappeso e obesità nei bambini.

Significativo è il fatto che quando la ricerca su questo tema è finanziata dall'industria non viene reso pubblico il dato dell'associazione tra consumo di bevande zuccherate e obesità. L'Associazione Culturale Pediatri vuole mettere in guardia contro i pericoli di questa collaborazione ed auspica che non avvenga.

Innanzitutto perché la mission di un partner privato (non solo Coca Cola, anche quella di eventuali altri partner simili) è diversa e contrastante rispetto a quella del partner pubblico; è quindi impossibile che non vi sia un conflitto d'interessi. Vi è poi il problema della perdita di fiducia nelle istituzioni da parte dei cittadini, derivante in questo caso non dalla messa in atto di pratiche illegali o immorali, ma dall'alleanza con un partner identificato come un rischio per la salute. L'istituzione potrebbe perdere la sua capacità di sviluppare e mettere in atto politiche, di stabilire regole e di verificarne il rispetto; potrebbe perdere anche la capacità di alzare la voce in difesa dei suoi valori e arrivare al punto di autocensurarsi.

Infine perché si permette al partner privato di farsi bello per il suo presunto contributo alla salute pubblica e di spalmare una patina di rispettabilità sul suo marchio e relativi prodotti, per il fatto di aver associato il suo nome a quello di un

progetto “buono”.

Affermazioni da sottoscrivere per intero e che chiamano in causa le istituzioni, l'Università di Perugia e la Regione Umbria ai massimi livelli, e più in generale la politica, i partiti politici (se hanno qualcosa da dire) e il Ministero della salute (che qualcosa da dire certamente l'avrebbe, avendo messo in cantiere un ambizioso programma nazionale di prevenzione che ha posto al centro la lotta contro le malattie croniche, ivi compresa l'obesità).

### **Risorsa**

[Progetto EUROBIS](#) [PDF: 192 Kb]