
Infanzia: Oms-Unicef-Lancet, “in 40 anni il numero di bambini e adolescenti obesi è aumentato di 11 volte”

“Il numero di bambini e adolescenti obesi è aumentato dagli 11 milioni del 1975 ai 124 milioni del 2016 - un aumento di 11 volte, con costi individuali e per la società terribili”. È uno dei dati più allarmanti che emergono dal rapporto “A Future for the World’s Children? (Un futuro per i bambini del mondo?)” redatto da una commissione di oltre 40 esperti nominata da Oms, Unicef e dalla rivista Lancet e diffuso oggi. “Il rapporto - spiega una nota - evidenzia la chiara minaccia che il marketing dannoso rappresenta per i bambini. I dati suggeriscono che in alcuni Paesi i bambini vedono ben 30.000 annunci pubblicitari solo in televisione in un anno, mentre l'esposizione dei giovani alla pubblicità delle sigarette elettroniche è aumentata di oltre il 250% negli Stati Uniti in due anni, raggiungendo più di 24 milioni di giovani”. Secondo il professore Anthony Costello, uno degli autori della commissione, “l'autoregolamentazione del settore industriale ha fallito. Studi in Australia, Canada, Messico, Nuova Zelanda e Stati Uniti - fra molti altri - hanno dimostrato che l'autoregolamentazione non ha frenato la capacità delle imprese di fare pubblicità ai bambini”. “Per esempio - ha aggiunto -, nonostante le aziende abbiano firmato un'autoregolamentazione in Australia - solo in un anno di programmi televisivi di calcio, cricket e rugby - gli spettatori bambini e adolescenti sono stati comunque esposti a 51 milioni di pubblicità di alcolici. E la realtà potrebbe essere ancora peggiore: abbiamo pochi dati sull'enorme espansione della pubblicità sui social media e degli algoritmi diretti ai nostri bambini”. L'esposizione dei bambini a marketing commerciale di cibo spazzatura e bevande zuccherate, viene fatto notare nel report, è associata all'acquisto di cibo non salutare e a sovrappeso e obesità, collegando quindi il marketing aggressivo all'allarmante crescita dell'obesità infantile.

Alberto Baviera