



LA LECHE LEAGUE ITALIA

## Lettera aperta a Massimiliano Rosolino

**7 marzo 2016.** Gent.mo, le scriviamo in merito alla pubblicità televisiva di un latte di crescita del quale lei è testimonial (<https://www.youtube.com/watch?v=Y6587ZwrxQw>); vorremmo **esprimerle preoccupazione** per il messaggio che lo spot veicola e, dunque, per i risvolti che potrebbe avere.

Noi siamo certi che, nel proporle lo spot, non le è stato detto che **i messaggi che lei invia alle mamme e ai papà non sono sostenuti da evidenze scientifiche.**

La proposta di alimentare i bambini dopo l'anno di vita con lattini di crescita va in direzione opposta a quella suggerita dall'OMS<sup>1</sup>, dall'EFSA<sup>2</sup>, e dall'istituto tedesco per la valutazione del rischio (Bundesinstituts für Risikobewertung)<sup>3</sup>, che, sulla base di evidenze scientifiche solide, dichiarano che **queste formule sono prodotti inutili** (oltre che costosi) per l'alimentazione dei bambini, **se non addirittura negativi** in quanto l'alto contenuto di zuccheri ed il conseguente sapore dolce potrebbero influenzare le preferenze del bambino per i cibi dolci e favorire sovrappeso ed obesità.

Noi crediamo che non sia opportuno che nell'attuale situazione di crisi del Paese, che vede molte famiglie in gravi difficoltà economiche, un personaggio di grande appeal, quale Lei certamente e meritatamente è, si faccia promotore di un prodotto inutile e costoso, che può condizionare negativamente l'allattamento materno, raccomandato ben oltre il primo anno di vita anche recentemente dal Tavolo Tecnico Operativo Interministeriale sulla Promozione dell'Allattamento al Seno<sup>4</sup>. I benefici sulla salute dei

1 Information concerning the use and marketing of follow-up formula. WHO, Geneva, 17 July 2013  
[http://www.who.int/nutrition/topics/WHO\\_brief\\_fufandcode\\_post\\_17July.pdf](http://www.who.int/nutrition/topics/WHO_brief_fufandcode_post_17July.pdf)

2 Scientific opinion on nutrient requirements and dietary intakes of infants and young children in the European Union. EFSA Journal 2013;11(10):3408 [103 pp.]. doi:10.2903/j.efsa.2013.3408  
<http://www.efsa.europa.eu/it/press/news/131025>

3 <http://www.ibfanitalia.org/anche-gli-esperti-della-germania-daccordo-sul-fatto-che-i-latti-di-crescita-sono-prodotti-inutili/>

4 [http://www.salute.gov.it/portale/documentazione/p6\\_2\\_2\\_1.jsp?lingua=italiano&id=2113](http://www.salute.gov.it/portale/documentazione/p6_2_2_1.jsp?lingua=italiano&id=2113)

bambini che lo spot pubblicizza sono dimostrati, tra l'altro, **per il latte materno e non certamente per alcuna formula artificiale!**

Raccomandare i latti di crescita configura inoltre il mancato rispetto del Codice Internazionale sulla Commercializzazione dei Sostituti del Latte Materno, che l'Italia si è impegnata a rispettare sin dal 1981.

Il fatto che il committente abbia scelto Lei quale testimonial per pubblicizzare e aumentare le vendite del prodotto deriva ovviamente dall'ascendente che Lei ha sull'opinione pubblica; Lei è un grande campione di sport e, come tale, sa bene che, a volte e indipendentemente dalla propria volontà, si può anche sbagliare; ma i veri campioni si distinguono anche perché riconoscono gli errori e cercano di porre rimedio.

**Pertanto noi le chiediamo di ritirare la Sua adesione a questa campagna pubblicitaria**, sperando che in futuro lei possa scegliere di aderire a progetti che hanno come unico obiettivo la salute dei nostri bambini.

AICPAM – Associazione Italiana Consulenti Professionali in Allattamento Materno

<http://aicpam.org/>

CREATTIVAMENTE OSTETRICHE <http://www.creattivamenteostetriche.it/>

IBFAN ITALIA <http://www.ibfanitalia.org/>

LA LECHE LEAGUE ITALIA <http://www.lllitalia.org/>

MAMI – Movimento Allattamento Materno Italiano <http://mami.org/>

IL MELOGRANO, Centri Informazione Maternità e Nascita

<http://www.melograno.org/maternita/>

MIPPE – Movimento Italiano di Psicologia Perinatale <http://mippe.it/>