

## ADDENDUM 18

### Perché dobbiamo difendere la salute pubblica

Il 20° secolo è stato peculiare anche per la nascita e lo sviluppo di una nuova formula di politica industriale e commerciale che continua tuttora e che influisce in modo assai significativo non solo sulla commercializzazione di alcuni prodotti, ma anche sulla salute pubblica. Si tratta di Aziende Multinazionali che con tecniche assai simili hanno imposto in tutto il mondo i loro prodotti, sfruttando tre strategie: distribuzione capillare (ampia disponibilità), prezzi bassi, *marketing* innovativo e martellante. Basti citare la Coca Cola, la Philip Morris e le altre Multinazionali del tabacco, e la Mc Donald e similari per comprendere appieno il modello di cui parliamo. Queste Aziende traggono grande profitto dagli enormi volumi di vendita dei loro prodotti, indifferenti al fatto che questi ultimi si siano rivelati una vera e propria calamità per la salute pubblica. Il fumo di tabacco basti dire che in Italia provoca circa 70.000 morti l'anno per tumore (specie del polmone) e malattie cardiovascolari e ogni fumatore costa alla società 4,5 Euro al giorno in spese sanitarie e giornate di lavoro perdute. Per le bibite zuccherate (Coca Cola, Fanta, Sprite) e per i vari tipi di *burger* e pizze, i volumi delle porzioni sono progressivamente cresciuti a prezzi inalterati. Ed essi oggi sono ritenuti i maggiori responsabili dell'epidemia di obesità (soprattutto infantile) e di diabete di tipo 2. L'enorme quantità di carne necessaria a sostenere queste produzioni ha comportato danni ambientali rilevanti: gli allevamenti bovini si sono moltiplicati e con essi la produzione di CO<sub>2</sub> che deriva dai rifiuti originati e dalla grande estensione di suolo che deve essere adibita alla cultura di mais per l'alimentazione animale, a scapito del verde.

Malgrado gli ingenti danni che queste Multinazionali provocano alla salute pubblica, il contrasto dei Governi alle loro strategie è stato ed è molto debole. Ciò è dovuto a tre strategie messe in atto dalle Multinazionali:

- 1) forte azione di pressione sui mezzi di comunicazione, partiti, Governi, Università, etc. con elargizioni di grandi quantità di risorse;
- 2) creazione di modelli sociali che sfruttano il conformismo degli esseri umani per far credere che il consumo dei loro prodotti è sinonimo di benessere, partecipazione, socializzazione, trend, positività, modernità, personalità, ma soprattutto che i loro prodotti sono beni che tutti usano in quanto attività normali e positive della vita quotidiana. Queste Multinazionali hanno cambiato le tecniche di comunicazione pubblicitaria con modalità che vengono portate ad esempio per la loro efficacia e che vengono sostenute da immense quantità di denaro;
- 3) le Multinazionali suddette vantano un corpo di avvocati esperti che ha finora reso vani molti tentativi di rivalsa che i Governi o i cittadini hanno avanzato per i danni ricevuti. Solo recentissimamente per la prima volta il Governo australiano ha battuto in giudizio le Multinazionali del tabacco su un provvedimento che ne limita la pubblicità del marchio (che non potrà più apparire sui pacchetti di sigarette).

Alla luce di tutto questo noi crediamo che chi è consapevole dei pericoli di questa invasione di prodotti dannosi nei confronti soprattutto dei giovani e dei giovanissimi, ha il dovere morale di adoperarsi per ridurre il danno se non per abolirlo. Tutto concorre oggi a fare aumentare la potenza di questi colossi multinazionali: i grandi profitti, le debolezze dei Governi e dei mezzi di informazione, il conformismo degli esseri umani, la loro scarsa consapevolezza. Se chi può, oggi non si impegna a difendere la salute pubblica, avremo generazioni sempre più malate e costi sociali insostenibili.

***Girolamo Sirchia***

*Roma, 21 febbraio 2013*