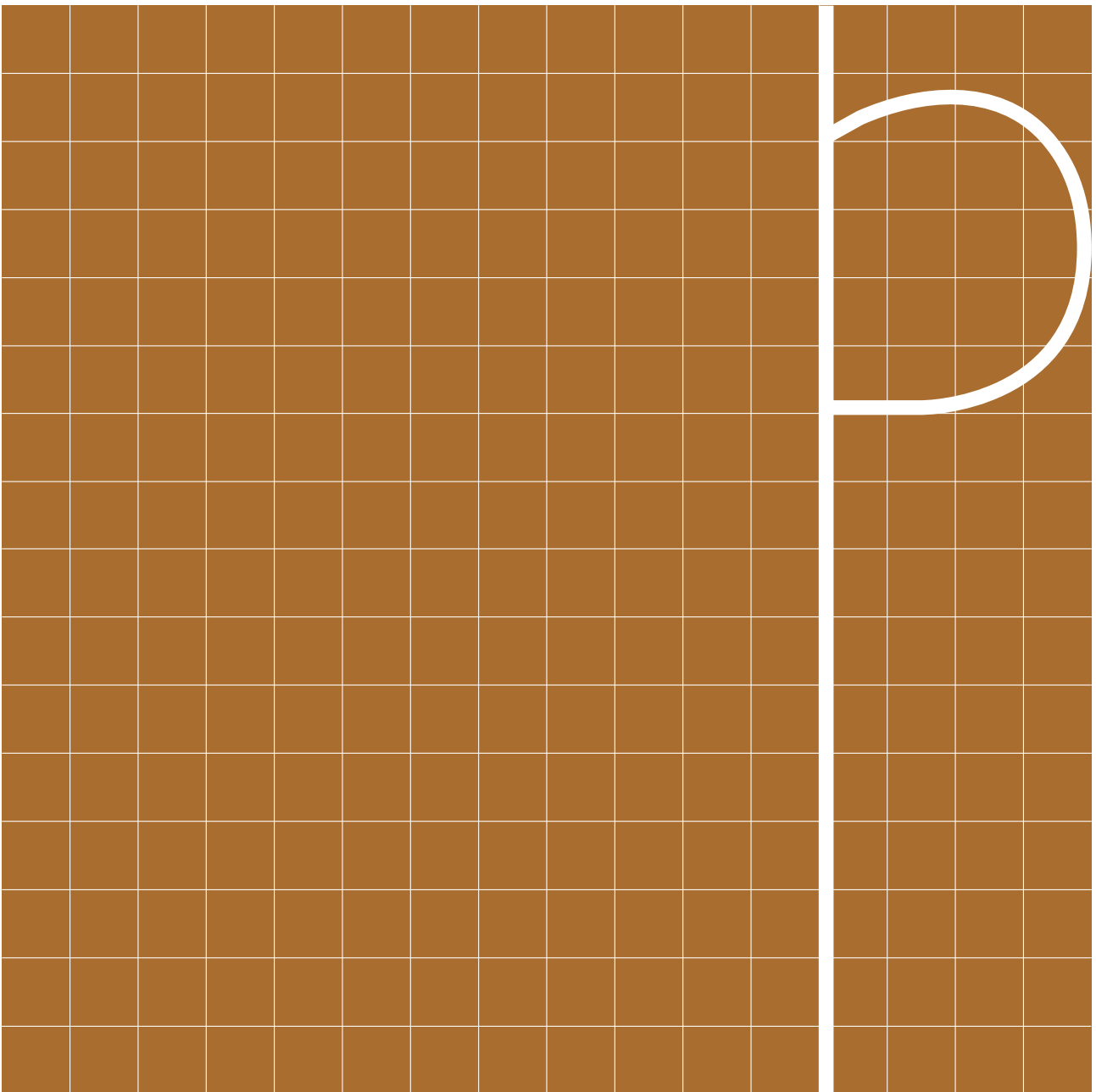
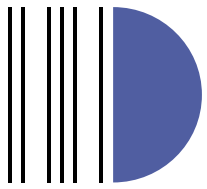


Paper: Zombie Food

Cibi mascherati e modelli di etichettatura fuorvianti che minacciano salute, consumatori e imprese





DIVULGA

Autori

Felice Adinolfi

Lucrezia Modesto

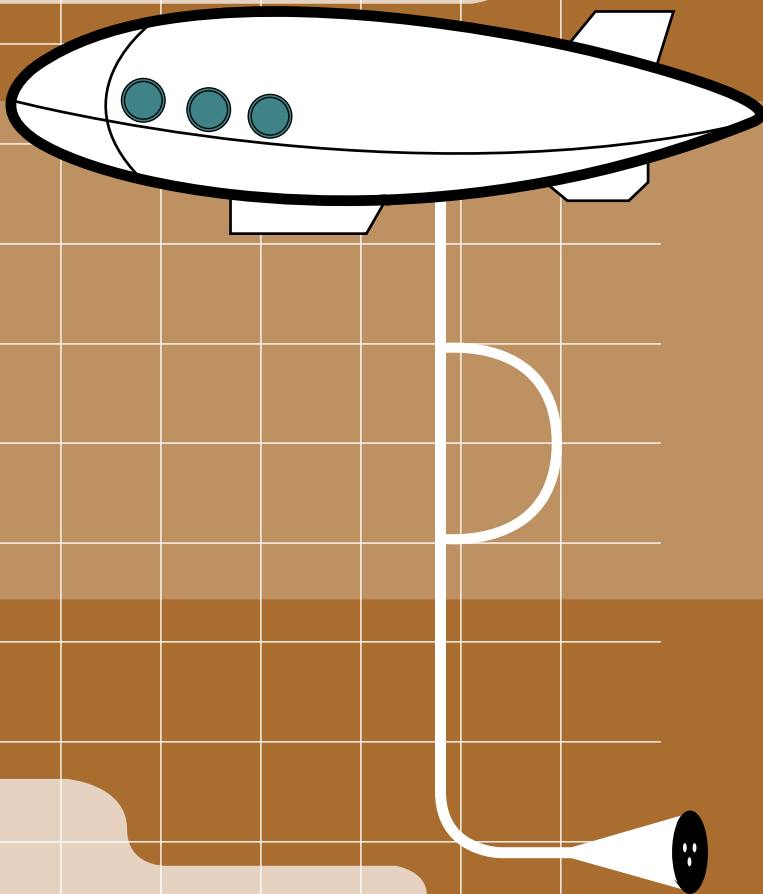
Illustrazioni

Matilde Masi

Contatti

info@divulgastudi.it

Il lavoro è disponibile all'indirizzo
<https://divulgastudi.it>



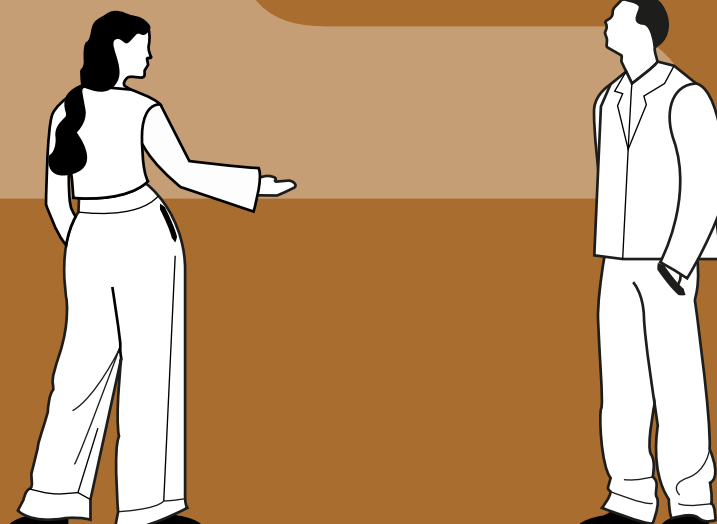
Il cibo non è tutto uguale e spesso assistiamo ad una grande confusione.

Nei cibi ultra-processati, infatti, le materie prime utilizzate vengono manipolate e trasformate con l'aggiunta di agenti chimici dannosi per la salute.

Il consumo di questi cibi sta pericolosamente crescendo con rischi sulla salute dei consumatori.

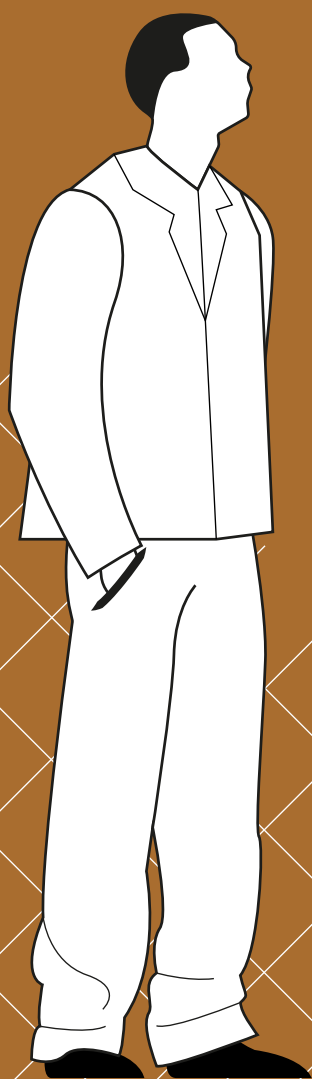
Ecco alcuni dati ed informazioni utili ad inquadrare meglio la situazione.

Sentiamo sempre più spesso parlare di prodotti ultra-processati con classificazioni tipo 'zero', 'senza', 'arricchiti', 'funzionali'. Ma fanno davvero bene?



Abstract

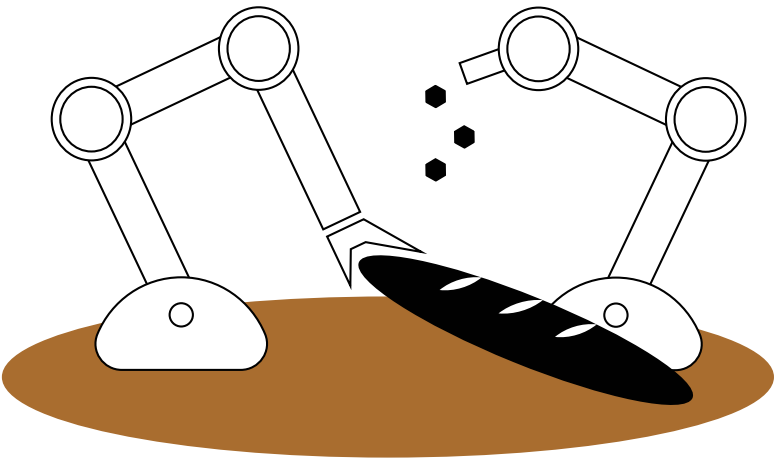
- Negli ultimi anni stiamo assistendo ad una crescente affermazione di prodotti cosiddetti "zero", "senza", "arricchiti", "funzionali", frutto di un processo di trasformazione delle multinazionali del cibo. Un'attività di assemblaggio e manipolazione che rende questi alimenti dei prodotti artificiali ben distanti dalla natura.
- Un mix di addensanti, dolcificanti e coloranti che viene promosso come prodotto sano e conveniente e che oggi rappresenta circa un quarto delle calorie assimilate in Europa, fino a raggiungere il 60% negli Stati Uniti. Il mercato del cibo costruito, o Zombie Food, è pane per le multinazionali che in questi anni hanno cercato di sfruttare e capitalizzare tutto il suo potenziale. Una strategia di health washing incardinata sulla comunicazione del falso benessere.
- Il futuro del cibo e dei consumatori è messo in serio pericolo da questi prodotti che non hanno nulla a che vedere con la qualità, la salubrità e la distintività del cibo naturale. Sono diversi infatti gli studi che ne affermano la pericolosità per la salute umana ed evidenziano i rischi legati alla loro assunzione sistematica.
- A fornire la chiave di svolta per l'affermazione di questi prodotti, la nascita di sistemi di etichettatura fuorvianti, si veda il Nutriscore, che classificano i prodotti in base alla semplice combinazione del contenuto di zuccheri, grassi e sale per 100 grammi di prodotto. Il risultato è che una confezione di patatine surgelate precotte o una bottiglia di Coca-Cola possono avere il semaforo verde, mentre, il Parmigiano Reggiano o l'olio extravergine di oliva possono essere etichettati con un bollino rosso chiaro, al penultimo posto del ranking.
- Se non ci sarà una presa di consapevolezza, il concetto di cibo si trasformerà anch'esso con il trasformarsi delle materie prime fino ad arrivare a rappresentare una mera forma di nutrimento artificiale. Un preludio alla definitiva rottura dello straordinario legame che oggi unisce cibo e natura.



Indice

1. Il cibo non è tutto uguale - pag. 9
 2. I rischi per la salute - pag. 11
 3. Pane per le multinazionali - pag. 15
 4. Il marketing del cibo - pag. 19
 5. Un cocktail folle - pag. 21
 6. Health washing - pag. 25
 7. Etichettature fuorvianti - pag. 29
- Bibliografia - pag. 31

1.

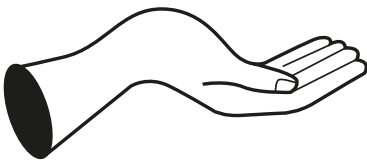
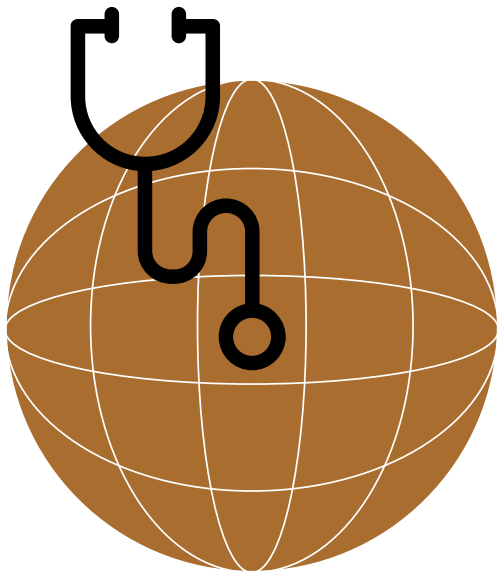


1. Il cibo non è tutto uguale

Il cibo non è tutto uguale. Non solo perché le materie prime agricole vengono prodotte con pratiche agricole che prevedono l'impiego più o meno intenso di pesticidi o fertilizzanti, ma anche perché possono essere manipolate e trattate con modalità profondamente diverse. A fare la differenza è, in particolare, il grado di trasformazione che i prodotti subiscono, classificato secondo una metodologia - denominata NOVA [1] - promossa anche in ambito FAO e comunemente accettata, in quattro gradi di intensità. Si va dal per nulla o poco trasformato (come frutta, uova, carne e latte), fino all'ultra-processato,

che vede, oltre a molti ingredienti, anche un numero elevato di trasformazioni, eseguite per arrivare al prodotto finale. Gli alimenti appartenenti a questo gruppo si ottengono con il contributo di dolcificanti di sintesi, agenti aromatizzanti, sostanze strutturanti e altro ancora. Si tratta di alimenti trattati con processi e tecnologie che scompongono, modificano, ri-assemblano e che si avvalgono di gomme, oli idrogenati, emulsionanti, coloranti e acidificanti di sintesi, allo scopo di dare al cibo, così "costruito", il sapore e la consistenza desiderate [2].

2.



2. I rischi per la salute

Parliamo di "ingredienti" che non albergano in nessuna delle cucine domestiche e di pratiche in esse neanche lontanamente replicabili. E soprattutto di cibo che, a quanto pare, fa male alla salute. Sono diversi gli studi che segnalano, infatti, la più che probabile associazione tra l'assunzione sistematica di ultra-processati e l'incremento dell'incidenza dell'obesità e di diverse malattie croniche nei paesi ad alto reddito. Mentre in quelli meno sviluppati è documentato come il contributo di questi prodotti ai fenomeni di malnutrizione stia crescendo a livelli preoccupanti [3]. Un'indagine condotta in Francia su un numeroso gruppo di consumatori, poco meno di 45mila, suggerisce che ad un aumento del 10% del consumo di alimenti ultra-processati corrisponde un aumento del rischio di

morte, associabile a diverse cause, del 14% [4]. Più recentemente un altro studio, condotto su un campione di 10mila cittadini brasiliani, monitorato per circa quindici anni, ha evidenziato come il consumo quotidiano di questi prodotti possa portare anche a problemi di declino cognitivo [5]. Gli uomini e le donne che hanno coperto più del 20% dell'apporto calorico con alimenti ultra-processati per lungo tempo, hanno registrato un tasso di declino cognitivo globale più rapido del 28% e un tasso di declino delle funzioni esecutive più rapido del 25%, rispetto alle persone con diete caratterizzate da un minor apporto di questi alimenti. E sono diverse anche le evidenze che segnalano il legame diretto tra assunzione di cibi ultra-processati da parte dei bambini e le probabilità di soffrire di problemi di obesità da adulti [6]. Anche se si tratta

di un filone di ricerca piuttosto "giovane", sembrano esserci pochi dubbi sul fatto che il consumo di questi prodotti contribuisca in modo determinante a peggiorare la qualità dei modelli alimentari, ormai in tutto il mondo. I processi meccanici e chimici utilizzati per trattare consistenza, sapore e colore degli ultra-processati impoveriscono le qualità nutrizionali delle materie prime d'origine, ma rendono il prodotto appetibile, comodo, economico e, paradossalmente, percepito come salutare. Magia del marketing, unito alla forza economica delle grandi multinazionali e a una legislazione sulle comunicazioni commerciali e sulle indicazioni in etichetta a maglie troppo larghe, che consente a questi prodotti di utilizzare messaggi rassicuranti e catturare, così, il consumatore.

Si stima che il 25% delle calorie consumate in Europa viene fornito dagli ultra-processati, con la punta più alta - 44% - nel Regno Unito e quella più bassa - 14% - in Italia [7]. Negli Stati Uniti si sfiora addirittura il 60% [8] e nei Paesi a minor reddito il contributo è già in alcuni casi superiore al 30% [9] dell'apporto calorico medio. Il dato più impressionante riguarda i bambini e gli adolescenti. Negli Stati Uniti i bambini delle scuole primarie e secondarie arrivano a coprire tra il 65% e il 70% dell'apporto calorico attraverso questi prodotti [10], in Canada la quota è di circa il 60% [11].

3.



3. Pane per le multinazionali

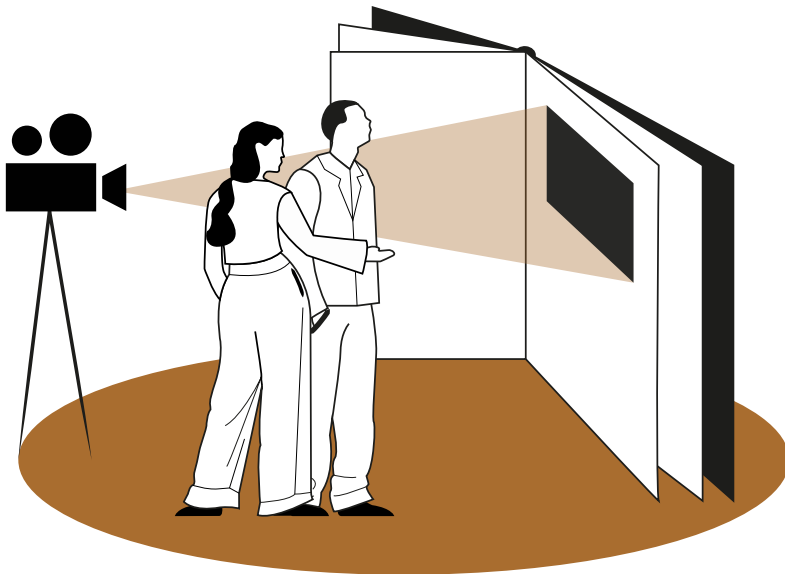
Una parte importante, e a volte preponderante, del nostro fabbisogno alimentare quotidiano è quindi, nei fatti, soddisfatto da alimenti artificiali, che non hanno più niente a che vedere con la materia prima originaria, la quale resta viva solo in etichetta. La baguette che prendiamo al supermercato, appena "sforata" è un classico esempio - chi lo avrebbe mai detto - di ultra-processato. Pre-processata in sagome pronte per essere infornate e poi sfornate in pochi minuti all'interno del negozio stesso, la nostra baguette può arrivare a contenere fino a quindici ingredienti, tra i quali gomma di guar, acido ascorbico, propionato di calcio, lecitina di soia, emulsionanti, sciroppo di zucchero e digliceridi degli acidi grassi. Acqua, lievito e farina sono solo un ricordo. In una confezione di cereali per la colazione si può arrivare

anche a trenta ingredienti e l'elenco potrebbe continuare a lungo. Tra le sostanze più ricorrenti nella costruzione degli alimenti iper-processati c'è l'olio di palma che, raffinato, sbiancato e deodorato, risulta il grasso più consumato del pianeta. Una commodity vera, senza nessuna caratteristica specifica: senza odore e senza sapore ma con il pregio di poter dare la consistenza desiderata a molti dei più importanti rappresentanti dell'universo degli ultra-processati, a partire dalla nostra amata Nutella. Ma l'elenco dei prodotti che ne fanno uso è sterminato, anche se la sensibilità maturata dal consumatore, in particolare rispetto ai danni ambientali prodotti dalla coltivazione della palma da olio, ha indotto molte grandi aziende a rinunciare all'uso di questa sostanza.

Ma come si sono fatti spazio questi prodotti nelle nostre diete? Appena le multinazionali hanno intuito il potenziale dell'ultra-trasformazione hanno cercato di capitalizzarlo. D'altronde l'idea di utilizzare materie prime economiche per poi dargli sapore e consistenza, renderle veloci da preparare o già pronte, offre opportunità incredibili. Buono, comodo e "conveniente" per il consumatore. Profittevole, funzionale, standardizzato e con infinite opportunità di creare nuovi prodotti per l'industria alimentare. Così le grandi multinazionali hanno spinto sull'acceleratore per produrre e promuovere prodotti che potessero stimolare, nel vero senso della parola, l'appetito dei consumatori. In particolare, calibrando l'equilibrio tra sale, zuccheri e grassi, si cerca quello che in letteratura viene definito "bliss point", ovvero punto di beatitudine, funzionale a creare quanta più dipendenza possibile da un piacere a buon mercato e pronto da essere consumato [12]. Questa corsa, che ancora continua, è stata ad un certo punto rallentata dalla presa di coscienza che i danni per la salute generati da un consumo continuativo di quelli che sono stati ribattezzati cibi spazzatura (junk food), potevano essere seri.

A quel punto le grandi multinazionali non si sono però perse d'animo, intuendo che, fino a quel momento, avevano utilizzato solo una parte dell'immenso potenziale dell'ultra-trasformazione. Che è stata così spinta oltre, fino a trasformare gli stabilimenti in vere e proprie officine galeniche, dove si miscelano decine di ingredienti con formule che consentono di controllare la presenza e la densità di decine di sostanze. Questo ha consentito all'industria alimentare di darsi una bella ripulita, varando una vastissima gamma di prodotti a basso contenuto di calorie, zuccheri e sale, i cosiddetti prodotti "zero" o "senza". È passato il messaggio che le calorie delle verdure, della frutta o della carne siano uguali a quelle che si possono assumere bevendo un bicchiere di Coca-Cola. Follia per chi ha qualche rudimento di scienze dell'alimentazione e di fisiologia, ma non per le multinazionali e nemmeno, purtroppo, per una parte del mondo della ricerca.

4.



4. Il marketing del cibo

Si sta consumando nel sistema della produzione alimentare industriale un fenomeno già sperimentato nel comparto farmaceutico e che prende il nome di "strategia scientifica aziendale". Tradotto significa che le grandi multinazionali cercano di influenzare le attività di ricerca, mettendo in piedi una serie di iniziative e attività finalizzate ad influenzare le conoscenze scientifiche e, di conseguenza, i parametri con cui istituzioni e mercati valutano i loro prodotti. Si tratta a volte di iniziative "occulte", come quella documentata nel 2015 dal New York Times [13], che vedeva la Coca-Cola finanziare il Global Energy Balance Network - una rete di ricercatori con base presso l'Università del Colorado - con l'intento di far passare il messaggio, appunto, che tutte le calorie sono uguali e dimostrare così che le

bevande gassate contribuiscono all'obesità come qualsiasi altro alimento. Le strategie scientifiche spesso non sono nemmeno così occulte ma, al contrario, implementate in modo sistematico e alla luce del sole. Così i grandi player dell'industria alimentare finanziano attività di ricerca, pubblicazioni e convegni volti a sostenere interpretazioni scientifiche che possono essere utilizzate per promuovere la reputazione nutrizionale e il consumo dei prodotti ultra-processati. Il risultato è, da un lato, quello di generare una moltiplicazione di analisi spesso parziali e riduttive, focalizzate su singoli ingredienti ed isolate dagli stili dietetici in cui questi vengono assunti [14] e, dall'altro, quello di marginalizzare il resto della ricerca, perché le strategie si basano anche su cosa non finanziare.

5.



5. Un cocktail folle

Così, l'industria della trasformazione ha potuto lanciare messaggi rassicuranti per il consumatore. Ma la realtà è diversa. Ai forti dubbi sulle qualità nutrizionali di questi alimenti si sommano quelli riguardanti gli impatti sulla salute dell'ampio spettro di additivi utilizzati per realizzare gli alimenti ultra-lavorati. Il loro uso è soggetto a dei limiti di legge, tarati per preservare la salute umana, ma i sistemi alla base delle valutazioni di rischio sono sempre più oggetto di critiche. Normalmente si concentrano nel verificare gli effetti avversi delle singole sostanze e poco è noto sugli effetti dovuti all'assunzione cumulativa e al mix di sostanze additive utilizzate nell'ultra-trasformazione degli alimenti, il cosiddetto effetto cocktail. Parliamo di poco meno di 4mila sostanze utilizzate per la cosmesi del prodotto, la conservazione e come coadiuvanti tecnologici e in media

ognuno di noi ne ingerisce circa 5 kg l'anno [15]. Per molte di queste sostanze, diversi e autorevoli studi suggeriscono, dopo aver testato gli impatti su modelli animali e cellulari [16], l'esistenza di un potenziale cancerogeno che andrebbe approfondito. Vale per i nitrati e i nitriti, frequentemente utilizzati per aumentare la vita dei prodotti o per fornire colore ad alcune carni [17]. Vale per il biossido di titanio, utile a migliorare consistenza e colorazione degli ultra-processati [18]. Così come per l'uso, ormai massiccio, di dolcificanti artificiali, che desta crescente preoccupazione. Il giudizio sull'aspartame, il dolcificante più usato al mondo e spesso indicato come E951, diventa infatti sempre più controverso e le tesi a sostegno del suo potenziale cancerogeno meriterebbero molta prudenza secondo diversi studiosi [19].

Non sono da meno neanche le preoccupazioni sugli emulsionanti e i loro effetti di alterazione metabolica [20]. Infine, ma non per questo meno preoccupanti, ci sono i trattamenti termici e i suoi contaminanti, come l'acrilammide, accusato di avere impatti neurotossici [21]. Parliamo di decine di migliaia di referenze industriali che contengono queste ed altre sostanze e, oltre al problema dell'accumulazione, si è iniziato a studiare quello dell'interazione. E anche in questo caso le indagini che sollevano preoccupazioni sono sempre più numerose. Le miscele di coloranti, per esempio, risulterebbero associate ad un aumento dell'iperattività dei bambini e le combinazioni di aspartame, acido glutammico e altri additivi sono accusati di esprimere un significativo potenziale neurotossico [22].

6.



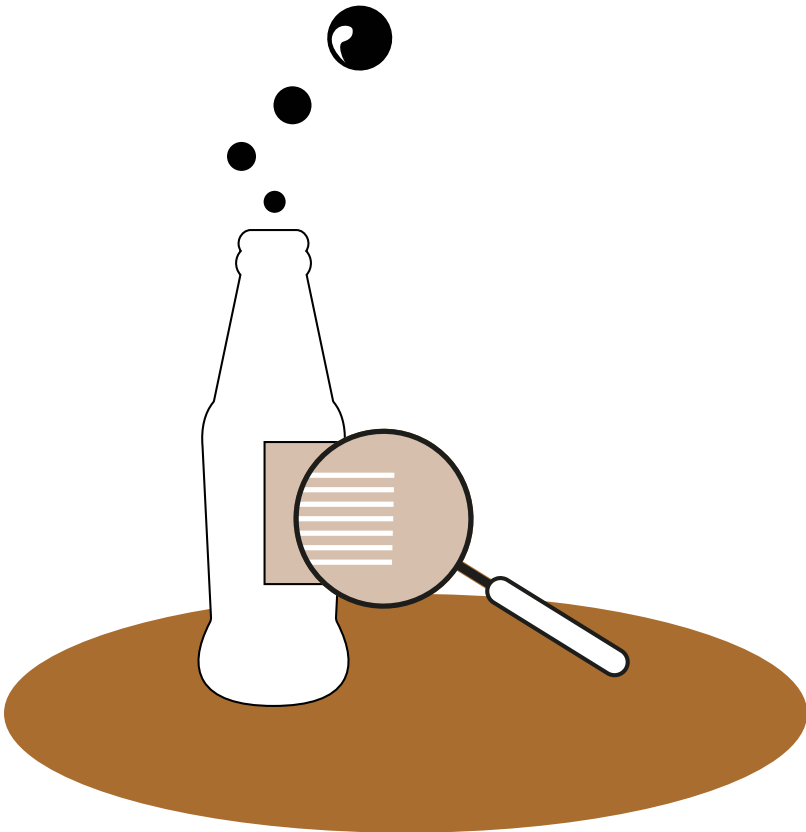
6. Health washing

Delimitando il campo di valutazione degli effetti sulla salute umana esclusivamente ai livelli di concentrazione dei singoli ingredienti (zucchero, sale, grassi saturi ecc.) e lasciando fuori il rischio associato alla complessiva formulazione dei prodotti, si sono aperte autostrade per l'“health washing” e porzioni sempre più ampie delle pareti dei supermercati sono occupate da ultra-processati che comunicano addirittura benessere. Così siamo invasi da prodotti ad alto contenuto o basso contenuto di qualcosa (proteine, omega3, fibre, antiossidanti e molto altro). O senza qualcosa (glutine, lattosio), o addirittura con qualcosa in più, come nel caso degli alimenti “funzionali” o “arricchiti”, ai quali vengono aggiunte vitamine, calcio e molto altro e a cui sono attribuite capacità di cura e prevenzione medica. Yogurt che combattono il colesterolo, bevande che contrastano

problemi intestinali, cibi che aiutano a contrastare i problemi di calcificazione tipici dell'età avanzata. C'è di tutto. L'industria del cibo è riuscita in quello che ha sempre sognato l'industria farmaceutica: vendere medicine a persone sane e far diventare tutti i consumatori pazienti. Il sogno dichiarato di Henry Gadsden, amministratore del colosso farmaceutico Merck, negli anni Settanta, era proprio quello di “produrre farmaci per persone sane” [23]. Così nasce il “disease-mongering”, ossia l'attività di comunicazione finalizzata a convincere persone che stanno sostanzialmente bene di essere malate o, persone che lo sono leggermente, di esserlo molto [24]. Una forma di comunicazione molto insidiosa [25], che il più delle volte è finalizzata a far percepire come patologico ciò che è fisiologico. Il fenomeno del latte artificiale per la prima infanzia è divenuto un caso di

scuola in tal senso: il marketing di alcune aziende produttrici ha generato in molte mamme la percezione che il latte artificiale sia migliore e più sicuro del latte materno [26], comunicando l'idea che l'aggiunta di micronutrienti, anche isolatamente, sia indispensabile per la crescita sana ed equilibrata dei neonati [27]. L'industria alimentare oggi può fare tutto questo senza dover neanche, a differenza di quella farmaceutica, allegare un bugiardo.

7.



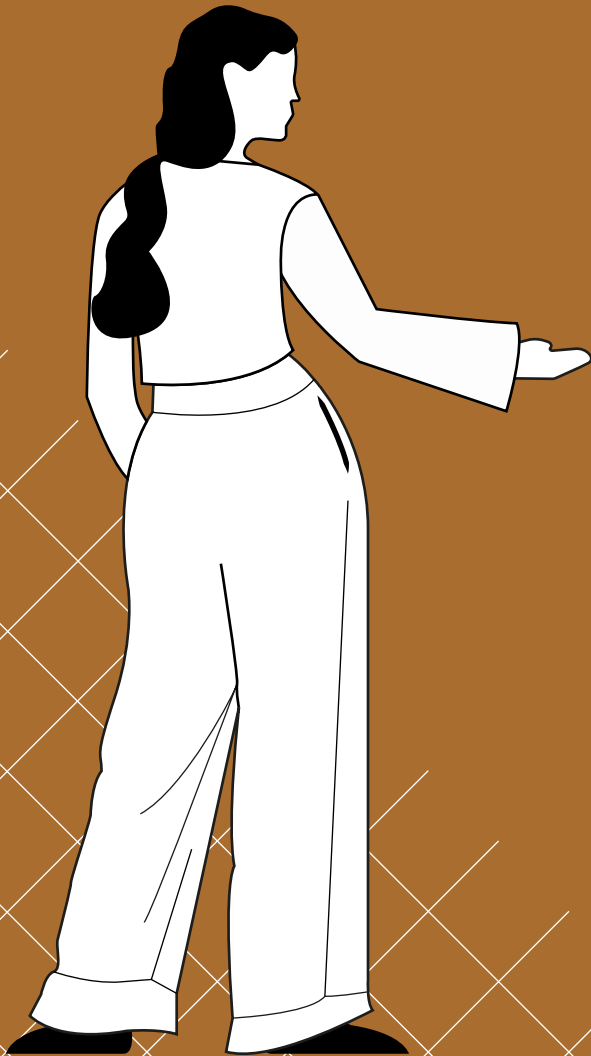
7. Etichettature fuorvianti

E il sogno della Coca-Cola di rendere le calorie tutte uguali si trasforma in qualcosa di ancora più ambizioso: rendere quelle degli ultra-processati addirittura migliori e certificare questa superiorità. A fornire l'occasione per la svolta è il Nutriscore, un algoritmo sviluppato da un team di ricercatori francesi che classifica i prodotti in cinque categorie di salubrità. Due gradazioni di verde, una arancio e due di rosso, come un semaforo. A decidere dove si posiziona il prodotto è la combinazione, gestita dall'algoritmo, del contenuto di zuccheri, grassi e sale per cento grammi di prodotto. E il gioco è fatto: le calorie ultra-processate risultano migliori, perché l'industria le può trattare, sottrarre e aggiungere. Come lo fa, non fa parte del gioco e delle valutazioni. Il risultato è che una confezione di patatine surgelate precotte o una bottiglia di Coca-Cola possono avere il semaforo verde e collocarsi giusto un gradino sotto una mela biologica nella scala del

benessere, mentre una confezione di Parmigiano Reggiano o di olio extravergine di oliva può essere etichettata con un bel bollino rosso chiaro, collocandosi al penultimo gradino di questo paradossale ranking. Cosa suggerireste ai vostri figli per una dieta sana? Un pezzo di parmigiano o una bella porzione di patatine precotte, surgelate e poi cotte di nuove in forno? L'algoritmo è subito piaciuto alle grandi multinazionali dell'industria alimentare e della distribuzione e non poteva essere altrimenti. Per questi colossi si sono aperti vastissimi spazi di manovra per accelerare ulteriormente il percorso di sostituzione tra naturale e artificiale.

Sebbene sia importante non generalizzare sul paniere di prodotti agroalimentari offerti, il passo finale - e ci siamo vicini - è quello di fare completamente a meno della natura e dei cicli biologici, per esaurire l'intero processo produttivo in laboratorio.

b.



Bibliografia

- [1] Monteiro, Carlos Augusto, et al. *Uma nova classificação de alimentos baseada na extensão e propósito do seu processamento*. Cadernos de saúde Pública 26 (2010): 2039-2049.
- [2] Vlassopoulos, Antonis, et al. *A nutrient profiling system for the (re) formulation of a global food and beverage portfolio*. European journal of nutrition 56.3 (2017): 1105-1122.
- [3] Reardon, Thomas, et al. *The processed food revolution in African food systems and the double burden of malnutrition*. Global food security 28 (2021): 100466.
- [4] Schnabel, Laure, et al. *Association between ultraprocessed food consumption and risk of mortality among middle-aged adults in France*. JAMA internal medicine 179.4 (2019): 490-498.
- [5] Gonçalves, N. G., Ferreira, N. V., Khandpur, N., Steele, E. M., Levy, R. B., Lotufo, P. A., & Suemoto, C. K. *Consumption of ultra-processed foods and cognitive decline in the ELSA-Brasil study: a prospective study*. In Alzheimer's Association International Conference, August 2022.
- [6] Chang, Kiara, et al. *Association between childhood consumption of ultraprocessed food and adiposity trajectories in the avon longitudinal study of parents and children birth cohort*. JAMA pediatrics 175.9 (2021): e211573-e211573.
- [7] Mertens, Elly, Chiara Colizzi, and José L. Peñalvo. *Ultra-processed food consumption in adults across Europe*. European journal of nutrition 61.3 (2022): 1521-1539.
- [8] Juul, Filippa, et al. *Ultra-processed food consumption and excess weight among US adults*. British Journal of Nutrition 120.1 (2018): 90-100
- [9] Marrón-Ponce JA, Sánchez-Pimienta TG, Louzada ML, Batis C. *Energy contribution of NOVA food groups and sociodemographic determinants of ultra-processed food consumption in the Mexican population*. Public Health Nutr. 2018 Jan;21(1):87-93.
- [10] Baraldi LG, Martinez Steele E, Canella DS, Monteiro CA. *Consumption of ultra-processed foods and associated sociodemographic factors in the USA between 2007 and 2012: evidence from a nationally representative cross-sectional study*. BMJ Open. 2018 Mar;8(3):e020574.
- [11] Moubarac JC, Batal M, Martins AP, Claro R, Levy RB, Cannon G, et al. *Processed and ultra-processed food*

- products: consumption trends in Canada from 1938 to 2011.* Can J Diet Pract Res. 2014;75(1):15-21.
- [12] M. Moss. *The extraordinary science of addictive junk food* in Expanding Addiction: Critical Essays, R. Granfield and C. Reinerman, Eds. Routledge, 2013.
- [13] O'Connor A. *Coca-Cola funds scientists who shift blame for obesity away from bad diets.* New York Times 2015 Aug 9.
- [14] Scrinis, Gyorgy. *Ultra-processed foods and the corporate capture of nutrition—An essay by Gyorgy Scrinis.* bmj 371 (2020).
- [15] Tuormaa, Tuula E. *The adverse effects of food additives on health: a review of the literature with a special emphasis on childhood hyperactivity.* Journal of Orthomolecular Medicine 9 (1994): 225-225.
- [16] Fiolet, Thibault, et al. *Consumption of ultra-processed foods and cancer risk: results from NutriNet-Santé prospective cohort.* bmj 360 (2018).
- [17] Goldman R, Shields PG. *Food mutagens.* J Nutr. 2003;133:965S-973S.
- [18] International Agency for Research on Cancer (IARC). *Carbon Black, Titanium Dioxide, and Talc.* pp. 1-413. IARC Monographs on the Evaluation of Carcinogenic Risks to Humans, 2010.
- [19] Soffritti M, Padovani M, Tibaldi E, Falcioni L, Manservigi F, Belpoggi F. *The carcinogenic effects of aspartame: The urgent need for regulatory re-evaluation.* Am J Ind Med. 2014;57:383-97.
- [20] Viennois E, Merlin D, Gewirtz AT, Chassaing B. *Dietary emulsifier-induced low-grade inflammation promotes colon carcinogenesis.* Cancer Res. 2017;77:27-40.
- [21] Erkekoglu, Pinar, and Terken Baydar. *Acrylamide neurotoxicity.* Nutritional neuroscience 17.2 (2014): 49-57.
- [22] Lau, K., McLean, W. G., Williams, D. P. & Howard, C. V. *Synergistic interactions between commonly used food additives in a developmental neurotoxicity test.* Toxicol. Sci. 90, 178-187 (2006).
- [23] Di Lullo, Marianne. *Two views of the pharmaceutical industry.* Canadian Pharmacists Journal 139.3 (2006): 57.
- [24] Payer, Lynn (1992). *Disease-Mongers: How doctors, drug*

companies and insurers are making you feel sick.

[25] Wolinsky, H. *Disease mongering and drug marketing: Does the pharmaceutical industry manufacture diseases as well as drugs?*. EMBO reports 6.7 (2005): 612-614.

[26] Bee J, Diby P, Mbacké B, et al. *Nestlé: sustainable value chain management from the farm to the fork*. D'heur M, ed. Sustainable value chain management. Springer, 2015: 313-25doi: 10.1007/978-3-319-12142-0_14

[27] Tanrikulu H, Neri D, Robertson A, Mialon M. *Corporate political activity of the baby food industry: the example of Nestlé in the United States of America*. Int Breastfeed J 2020;15:22. doi: 10.1186/s13006-020-00268-x pmid: 32268902

ISBN 978-88-946868-7-6



9 788894 686876

