

**S**iamo abituati a pensare al potere come a qualcosa che si possiede. In realtà il potere è qualcosa che si riceve e non da Dio o da altre forze soprannaturali, ma dai sudditi.

I generali riescono a condurre le loro guerre non solo perché hanno al loro seguito un esercito di soldatini obbedienti, ma anche perché migliaia di operai accettano di costruire armi.

I tiranni riescono ad imporre le loro dittature non solo perché dispongono di poliziotti pronti ad eseguire qualsiasi rappresaglia, ma anche perché molti preferiscono tacere. Gli avidi creano ingiustizia non solo perché hanno al loro servizio delle schiere di ragionieri, direttori e capisquadra disposti a fare trionfare il sopruso, ma anche perché i consumatori comprano tutto senza problemi.

Dunque ogni volta che andiamo a fare la spesa dobbiamo ricordarci che attraverso questo gesto semplice ed apparentemente banale che è il consumo, rischiamo di renderci complici dei peggiori misfatti, non solo per lo sfruttamento e il danno ambientale che può essere racchiuso nel prodotto che compriamo, ma anche perché diamo denaro e consenso che possono essere responsabili di tanti altri abusi umani e sociali.

Ma attenzione! È necessario avere questa consapevolezza non per creare sterili sensi di colpa, ma per diventare consumatori responsabili che pretendono di usare il consumo come uno strumento per condizionare le imprese. Perciò, quando andiamo a fare la spesa ricordiamoci anche che siamo potenti e che le imprese sono in una posizione di profonda dipendenza dal nostro comportamento di consumatori. Noi, infatti, con i nostri acquisti abbiamo la possibilità di fare salire o scendere i loro profitti.

Proprio perché le imprese hanno tanta paura di noi, esse tentano di dominare la nostra volontà spendendo miliardi per la pubblicità. Dunque noi dobbiamo sforzarci per riappropriarci della nostra volontà decisionale e dobbiamo rivalutare il potere che abbiamo tra le mani. Un potere che preso singolarmente è certamente piccolo, ma che moltiplicato per milioni di persone può mettere in ginocchio le più grosse multinazionali e al limite l'intero sistema.

Gli strumenti a disposizione del consumatore per condizionare le imprese sono due: il boicottaggio e il consumo critico.

Il boicottaggio è un'azione straordinaria e consiste nell'interruzione organizzata e temporanea dell'acquisto di uno o più prodotti per forzare le società produttrici ed abbandonare certi comportamenti.

Mentre il boicottaggio è una campagna organizzata con grande clamore di stampa e col coinvolgimento di molte altre forze, comprese quelle politiche, sindacali ed anche ecclesiastiche, il consumo critico è un'iniziativa più silenziosa paragonabile ad un'abitudine di vita. Il consumo critico, infatti, è un atteggiamento quotidiano che consiste nella scelta meticolosa di tutto ciò che compriamo sulla base di due criteri: la storia del prodotto e la condotta della casa produttrice.

Scegliendo cosa comprare e cosa scartare, non solo segnaliamo al sistema i metodi produttivi che approviamo e quelli che condanniamo, ma sosteniamo le forme produttive corrette mentre ostacoliamo le altre. In fin dei conti, il consumo si può utilizzare come una forma di voto, che può influenzare le scelte economiche molto di più del voto elettorale.

Dunque non cerchiamo scuse: le multinazionali non sono quei mostri imbattibili che noi immaginiamo, ed il loro comportamento dipende dalle nostre scelte. Alla fine il nostro problema non è la mancanza di strumenti di intervento. Il nostro vero problema è come vogliamo utilizzare la nostra vita: se preferiamo viverla da "sovrani" che pretendono di indirizzare il corso della storia per fare trionfare la pace e la giustizia o se preferiamo viverla da "servi" disposti a barattare la nostra dignità per un piatto di lenticchie.

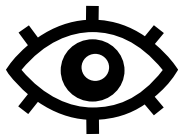
Francuccio Gesualdi  
responsabile  
Centro Nuovo Modello di Sviluppo



# i misfatti della nestle'

## Guida al boicottaggio

- *Ogni giorno 4.000 bambini nel Sud del Mondo potrebbero essere salvati dalla morte per malattie e denutrizione se fossero allattati al seno e non con latte in polvere* ..... 4
- *Nonostante ciò la Nestlé e molte altre società produttrici di latte in polvere, pur di vendere i loro prodotti, non si fanno scrupolo a promuoverne l'uso con tecniche di marketing irresponsabili* ..... 5
- *UNICEF e OMS hanno redatto un Codice che bandisce queste tecniche di marketing* ..... 9
- *Nestlé dichiara di attenersi al Codice...* ..... 13
- *Ma monitoraggi indipendenti ed episodi clamorosi hanno messo in luce molte gravi infrazioni del Codice da parte di Nestlé, la multinazionale che ha il più vasto mercato di latte in polvere nel Terzo Mondo, e delle altre compagnie...* ..... 15
- *Il boicottaggio è uno strumento democratico e efficace che noi consumatori abbiamo a disposizione per costringere la Nestlé a rivedere il proprio comportamento* ..... 18
- *È possibile aderire alla Campagna Internazionale di boicottaggio* ..... 27



### Schede di approfondimento

- Identikit della multinazionale .....7
- La legge italiana .....12
- Cronologia del boicottaggio .....21
- I vantaggi dell'allattamento al seno .....26
- La Rete Italiana Boicottaggio Nestlé .....28
- Conseguenze giuridiche del boicottaggio .....29
- Coordinatori locali RIBN .....30
- Bibliografia .....31

*Ogni giorno 4.000 bambini nel Sud del Mondo  
potrebbero essere salvati dalla morte per malattie e denutrizione  
se fossero allattati al seno e non con latte in polvere...*

# perche' L'allattamento artificiale uccide

“ Il numero di vittime causate ogni mese dall'uso improprio del latte in polvere è equivalente a quello che causò l'esplosione della bomba di Hiroshima nel 1945.

James Grant, Direttore Esecutivo UNICEF

Anche in condizioni di estrema malnutrizione una madre continua a produrre il latte necessario al bambino... Nutrire di più la madre costa solo un decimo del latte artificiale per il bambino.

The Lancet (rivista specializzata di medicina) ”

**A**l Nord molti pensano che il latte in polvere sia migliore di quello materno, arricchito com'è di sali minerali e vitamine. Studi approfonditi hanno però confermato l'intuito del buon senso millenario: L'allattamento al seno è il miglior modo per iniziare la vita: è gratuito, salutare e protegge dalle più comuni infezioni, inclusa polmonite, infezioni alle orecchie e gastroenterite, e ha un importante effetto immunitario. Persino in Inghilterra, un bambino allattato con il latte artificiale è esposto 10 volte in più a malattie di tipo gastrointestinali rispetto ad un bambino allattato al seno.

Ma nelle società povere – sostiene l'UNICEF – i bambini allattati artificialmente sono 25 volte più esposti alla morte di quelli allattati al seno.

Per quanto possa sembrare paradossale, la prima ragione è da ricercarsi nella denutrizione dovuta al fatto che molte famiglie guadagnano troppo poco per attenersi alle dosi prescritte. Ad esempio le famiglie delle regioni agricole dei paesi dell'Est Europeo, quando le madri non allattano, spendono circa il 70% dei loro averi nel latte artificia-

le (International Child Health, 1996), così come una donna argentina, che spende 50 dollari al mese per comprare il latte in polvere, potrebbe acquistare, con gli stessi soldi 15 chili di carne, 75 chili di agrumi e 50 chili di verdura (Breastfeeding: the best investment, WABA 1998).

Pertanto non deve stupire se il latte è anacquato diverse volte più del prescritto, con il risultato finale che i bambini, lungi dal crescere belli e robusti, diventano rachitici e sottopeso fino a morire.

La seconda ragione per cui l'allattamento al biberon uccide è la mancanza di igiene.

L'acqua con cui il latte è preparato è spesso malsana ed è impossibile sterilizzare biberon e tettarelle senza la comodità del fornello e senza disinfettanti.

Mamme con pochi soldi, poche comodità e poche conoscenze igieniche somministrano ai loro bambini latte allungato in biberon a malapena sciacquati, con tettarelle esposte all'aria, su cui si posano di continuo decine di mosche. Le inevitabili conseguenze sono infezioni intestinali che provocano diarree mortali.

Secondo l'UNICEF, ogni anno muoiono un milione e mezzo di bambini perché non sono allattati al seno.

Nonostante ciò molte società produttrici di latte in polvere, pur di vendere i loro prodotti, non si fanno scrupolo a promuoverne l'uso con tecniche di marketing irresponsabili.

## Le responsabilità della nestlé'

“Trincerarsi dietro il paravento del libero mercato è ridicolo oltre che assurdo: con la stessa giustificazione si è trasformato il Terzo Mondo in un'enorme pattumiera dei paesi industrializzati. Nel caso del latte artificiale è ancora peggio: la Nestlé spaccia addirittura per "aiuti" le sue scorrette pratiche di Marketing

Djibril Diallo, consigliere speciale dell'UNICEF ””

**I**n questo secolo è dilagato l'uso di alimenti per neonati. Un esempio è dato dal Cile: la percentuale di neonati allattati al seno è crollata dal 95% al 20% nel periodo 1950-1970. Altro esempio in Nigeria, dove i bambini venivano allattati fino all'età di circa quattro anni; con l'avvento degli alimenti artificiali, l'allattamento al seno smise, nel 70% dei casi, alla età di quattro mesi. In entrambi i casi le donne credevano fermamente ai vantaggi del latte in polvere e dicevano di essere state consigliate dal personale medico. Questo cambiamento di costumi è dovuto all'influenza esercitata dai produttori di latte in polvere. Questi, infatti, pubblicizzano il latte materno nei casi estremi in cui esso non possa essere usato (madre deceduta o gravemente malata, abbandono), ma come simbolo di progresso e di salute a priori. Oltre a distribuire cartelloni pubblicitari recanti immagini di bambini sani e paffuti negli ospedali, le ditte produttrici si mettono in contatto con i medici locali. Organizzando corsi e seminari per il personale sanitario fanno entrare in uso i loro prodotti negli ospedali. I rappresentanti delle ditte arrivavano a fingersi infermieri per convincere le donne incinte a comprare il prodotto commercializzato. In questo sono molto facilita-

ti dalla carenza di informazioni mediche (spesso le uniche disponibili sono proprio quelle fornite dalle ditte produttrici).

### Viveri “gratis”

Una delle più redditizie tattiche di marketing usate è di dare gratis il latte per bambini o i sostituti agli ospedali e ai reparti maternità. In molti casi, viene dato abbastanza latte perché tutti i bambini nati all'ospedale siano allattati con il biberon. Alle madri viene spesso dato anche un barattolo campione da portare a casa. Dare il latte con il biberon ai neonati fa sì che il latte materno venga progressivamente a mancare e l'allattamento al seno diventi impraticabile. Di conseguenza il bambino diventa *dependente* del latte artificiale. Una volta a casa, le madri non ricevono più il latte gratis, ma se lo devono comprare. Da questo nascono da una parte i profitti della multinazionale, dall'altra malattie e denutrizione con le loro spaventose conseguenze.

### Tecniche di marketing irresponsabili

I campioni gratuiti agli ospedali sono solo una strada per dare ai bambini il latte artificiale. Noi speriamo che le nostre campagne obblighino le compagnie a smettere presto di utilizzare questa tattica. Comunque, Nestlé e molte altre compagnie adoperano

molte altre tattiche per persuadere le madri ed il personale medico a preferire l'allattamento artificiale. Queste includono:

#### **Promozione del latte per bambini al personale medico**

Le compagnie sanno che, persuadendo il personale medico a raccomandare il loro latte, ottengono un appoggio determinante. Ciò è molto più efficace che convincere le madri singolarmente: un medico, con la sua autorevolezza, influenza fortemente i comportamenti delle madri, quindi convincere un medico significa assicurarsi praticamente tutte le sue pazienti. Inoltre il tempo dei medici viene sprecato in visite di rappresentanti invece di essere usato per scopi più proficui. Le compagnie, in più, spesso distribuiscono informazioni tendenziose ai medici: queste sono le uniche che molti riescono a ricevere.

#### **Pubblicità negli ospedali**

Praticamente tutte le madri possono allattare al seno se vengono loro forniti i giusti avvertimenti ed aiuti. Ma la loro fiducia verso l'allattamento naturale è minata dall'aggressiva pubblicità del latte in polvere. La pubblicità del latte per bambini nelle corsie o attraverso la distribuzione di volantini negli ospedali, implica inoltre la complicità del personale sanitario.

#### **Perché proprio Nestlé?**

Molte compagnie produttrici di latte in polvere, tra cui *Nestlé, Gerber, Milco, Nutricia, Milupa, Humana, Abbot, Plasmon, Mellin, Mead Johnson* e *Wyeth*, violano il Codice Internazionale.

Il numero di infrazioni registrato per ogni compagnia non dipende dalla loro particolare "cattiveria", ma dalle quote di mercato che controllano in ogni paese.

Nestlé, la multinazionale più potente del mondo nel campo agro alimentare, vende il 25% dei suoi prodotti nel Sud del Mondo e controlla circa il 35-50% del mercato globale del cibo per bambini, indirizzando tendenze di marketing che influenzano le altre ditte.

Nestlé ricorre a irresponsabili tecniche di marketing - violando il Codice Internazionale redatto da UNICEF e OMS - più spesso di ogni suo concorrente.

#### **Pubblicità latte per il proseguimento**

Il latte per il proseguimento è giudicato dall'Assemblea Mondiale per la Sanità come "non necessario" e non salutare per i bambini sotto i 6 mesi. In molti paesi Nestlé e le altre compagnie consigliano sull'etichetta e nelle loro pubblicità il "latte per il proseguimento" per i bambini a partire da 4 mesi.

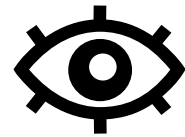
#### **Disorientamento delle madri e del personale medico**

Chiamando e confezionando il suo latte per il proseguimento nella stessa maniera in cui chiama e confeziona il latte in polvere. In Pakistan, ad esempio, il latte per il proseguimento viene spesso erroneamente prescritto per i neonati.

#### **Influenze sui governi che vogliono proteggere l'allattamento al seno per legge**

Le multinazionali sono molto potenti e riescono ad esercitare un'influenza considerevole sui governi. La pressione esercitata dalle società per il latte in polvere ha ritardato e indebolito la legislazione da parte di molti governi e ha convinto le altre compagnie che l'industria può regolarsi indipendentemente dalla legislazione dei governi.

# nestle' in italia...



IDENTIKIT DELLA MULTINAZIONALE

**I**l colosso elvetico è sbarcato nel nostro paese nel 1913 costituendo la società *Henri Nestlé* e ha costruito il suo primo stabilimento tricolore nel 1924 ad Abbiategrasso, dove produceva latte condensato e farina latteata.

Il salto di qualità è arrivato nel 1988, con l'acquisizione, dalla *Cir* di Carlo De Benedetti, della *Buitoni-Perugina* per circa 1.600 miliardi di lire.<sup>1</sup>

La seconda accelerazione italiana è arrivata indirettamente al termine della battaglia per il controllo della *Perrier* con la famiglia Agnelli.

L'azienda svizzera si trovò in portafoglio (oltre alla fonte *Sant'Antonio*, rivenduta nel '94) i marchi di acqua minerale *Vera*, *San Bernardo* e una quota della *Compagnie Financiere du Haut-Rhin* (Cfhr).<sup>2</sup>

Nel luglio '93, con la prima tranche della privatizzazione, relativa ai surgelati e ai dolci del gruppo *Sme*, Nestlé aggiunge alla sua ricca tavola i marchi *Motta*, *Alemagna*, *La Cremiera*, *Antica Gelateria del Corso*, *Maxicono*, *Surgela*, *Marefresco*, *La Valle degli Orti*, *Voglia di pizza* e *Oggi in Tavola*.

L'acquisizione di *Italgel*, il cui pacchetto di controllo (62%) è costato 437 miliardi di lire,<sup>3</sup> fa salire il fatturato della divisione italiana a 3.765 miliardi di lire<sup>4</sup> e consente alla multinazionale svizzera di entrare, anche in Italia, nel panorama dei gelati e dei surgelati.

Nel 1995 nel nostro paese il gruppo svizzero conta 24 stabilimenti con circa 7 mila dipendenti e nel mondo controlla, oltre a quelli già citati, i marchi *Smarties*, *Kit Kat*, *Galak*, *Lion*, *Crunch*, *After Eight*, *Quality Street*, *Rowentree*, *Cailler*, *Toffee*, *Polo*, *Fruit Joy*, *Orzoro*, *Latte condensato* e *cioccolato Nestlé* (dolci); *Nestea*, *Beltè*, *Spumador* (bevande); *Sasso* (olio); *Berni* (conserve); *Mio*, *Fruttolo*, *Fiorello* (latticini); *Pezzullo* (pasta); *Maggi* (cucina generale); *Friskies*, *Buffet* (cibi per animali), e naturalmente il famigerato latte in polvere per neonati *Nidina* e i boicottati *Nesquik* e *Nescafé* (autentici portabandiera della multinazionale elvetica).

Dopo i grandi acquisti che caratterizzano gli anni precedenti al 1996, la *Nestlé* italiana cerca di riorganizzare la sua presenza vendendo marchi non ritenuti strategici e razionalizzando le produzioni. Viene ceduta la *Locatelli* alla francese *Bernier*. Vengono chiusi due stabilimenti e ceduti altri quattro, tra i quali quello dell'*Olio Sasso* di Imperia, con la riduzione del personale di circa 1.000 unità. In tal modo si dimezzano le perdite di esercizio che l'azienda sopporta negli ultimi quattro anni, e che nel 1997 sono dell'1,6%.

Dal 1998 i prodotti *Buitoni* beneficiano di forti investimenti di marketing.

I latticini e i gelati rappresentano il 28% delle vendite, le bevande il 27%, il cioccolato e i prodotti dolciari il 15%. Le vendite sono ulteriormente aumentate del 2,4%.

<sup>1</sup> "Il Sole 24 Ore", 31 luglio 1993.

<sup>2</sup> "L'Eco di Bergamo", 18 febbraio 1998.

<sup>3</sup> "Il Sole 24 Ore", 30 luglio 1993.

<sup>4</sup> "Industria alimentare in Italia" rapporto AGRA/NOMISMA 1995.



## e nel mondo...

IDENTIKIT DELLA MULTINAZIONALE

**A** livello mondiale *Nestlé* contende il primato nel settore agro-alimentare a *Philip Morris* e *Unilever* ed è presente in 66 paesi con più di 500 fabbriche, 210 mila addetti e un fatturato '97 di 86.700 miliardi di lire.

Nel 1997, attraverso il gruppo *Perrier-Vittel*, *Nestlé* ha acquistato il 100% della *Compagnie Financiere du Haut-Rhin*, e di conseguenza ha acquisito il gruppo *San Pellagrino-Garma* (*San Pellegrino*, *Levissima*, *Recoaro*, *Pejo*, *Fiuggi*, *Panna*, *Claudia* e *San Bitter*). Il fatturato è di 86.700 miliardi di lire. Secondo gli analisti il prossimo obiettivo della campagna acquisti, è già ben delineato. Infatti, dopo aver ceduto alcune partecipazioni nella cosmetica alla parigina *L'Oreal*, il vorace gruppo svizzero sembra da mesi mostrare notevole interesse sia nei confronti del colosso americano *Cpc International* (quella, per intendersi, delle zuppe *Knorr*)<sup>5</sup> sia verso la divisione cibo per animali di *Quaker Oats* in Europa.<sup>7</sup>

La fenomenale ascesa della *Nestlé* è da inquadrare in un processo da tempo in corso in molti paesi: il passaggio da un'industria alimentare locale e regionale ad una sovranazionale. Diversificazione geografica, forti disponibilità finanziarie, promozioni aggressive dei propri marchi consentono a poche multinazionali di colonizzare una fetta sempre più vasta del mercato a scapito delle piccole e medie imprese che si muovono in un'ottica nazionale.

Come ogni multinazionale, *Nestlé* tiene molto alla sua immagine: nel 1998 è al secondo posto per le spese di promozione pubblicitaria per cui spende complessivamente 492 miliardi di lire!<sup>8</sup>

Recentemente, si è affidata, per realizzare pubblicità sempre più aggressive e attraenti per i propri gelati, all'agenzia di comunicazione *Media Club*.<sup>9</sup>

È proprio facendo leva su questa componente non secondaria che il boicottaggio può avere successo su questo gigante dai piedi d'argilla. Il gruppo svizzero è infatti seriamente preoccupato del danno all'immagine ed al fatturato provocati dal boicottaggio. Ad esempio, in seguito all'approvazione da parte della Chiesa d'Inghilterra del boicottaggio della *Nestlé* le vendite di *Nescafé* nel Regno Unito (che costituiscono approssimativamente 1/8 delle vendite totali) sono diminuite del 3%.<sup>10</sup>

Secondo diversi economisti, il boicottaggio ha determinato la contrazione del fatturato dell'1,2% registrata da *Nestlé* nel '94.

Questa contrazione è infatti dovuta principalmente al calo delle vendite negli Stati Uniti e nel Regno Unito, paesi dove il boicottaggio è stato portato avanti con maggior vigore.

In Italia, non esistono dati sull'impatto economico del boicottaggio, ma il timore della *Nestlé* è dimostrato chiaramente sia dalla pubblicazione, per i suoi dipendenti, di un contro dossier, a cui la RIBN ha risposto apertamente, in un documento che può essere richiesto alla segreteria, sia dai vari tentativi di "ripulitura" dell'immagine effettuati promuovendo iniziative culturali quali mostre del cinema e fiere del libro. Spesso tali tentativi sono risultati un'ulteriore occasione per rendere note le ragioni del boicottaggio, come ad esempio nei casi (vedi cronologia) della lettera di numerosi intellettuali per contestare la sponsorizzazione della giornata del libro, della lettera aperta della *EMI* e delle principali ONG italiane alla *Piemme* che aveva promosso l'iniziativa "merenda in libreria" con *Nestlé*, o delle proteste per la sponsorizzazione del Torino film festival e del Festival Giffoni.

<sup>5</sup> "Mondo Economico", 6 febbraio 1995.

<sup>6</sup> "Il Mondo", 5 agosto 1994.

<sup>7</sup> "Il Sole 24 Ore", 24 novembre 1994.

<sup>8</sup> "Largo Consumo", 1999.

<sup>9</sup> "Italia Oggi", 28 luglio 2000.

<sup>10</sup> Press release "International Nestlé Boycott Committee", 27 maggio 1994.

<sup>11</sup> "Il Sole 24 Ore", 26 gennaio 1995.

UNICEF e OMS hanno redatto un codice che bandisce queste tecniche di marketing...

# il codice internazionale

“Inappropriate pratiche nutritive portano alla malnutrizione infantile, alla malattia e alla mortalità in tutti i paesi, e pratiche improprie nel marketing di sostituti del latte materno possono contribuire a questi gravi problemi di salute pubblica.

Preambolo del Codice ””

**I**l Codice Internazionale fu adottato dalla *World Health Assembly* (Assemblea Mondiale della Sanità) il 21 maggio 1981. Rappresenta per tutti i governi un modello di minima regolamentazione che dovrebbe essere adottato per proteggere la salute infantile impedendo un marketing inappropriato di sostituti del latte materno. Vieta la pubblicizzazione del latte artificiale e di qualsiasi altro sostituto del latte materno. Una ulteriore risoluzione dell'OMS del 1986 ha chiarito poi il problema dei rifornimenti gratuiti dichiarando che non ci deve essere rifornimenti di latte per i bambini dell'ospedale e, nei reparti maternità, la piccola quantità di latte necessario deve essere comprata. Il codice si applica ai sostituti del latte materno, incluso il latte in polvere iniziale, quello di proseguimento, altri derivati del latte e prodotti per lo svezzamento (cibi e bevande) quando presentati come una parziale o totale sostituzione del latte materno, biberon e tettarelle (articolo 2).

## Etichette adeguate

- Le etichette devono portare le informazioni necessarie sull'uso appropriato del prodotto, e non devono dissuadere dalla pratica dello allattamento al seno. I produttori di latte in polvere iniziale devono far sì che ogni confezione abbia un messaggio ben evidente in un linguaggio chiaro e appropriato, che includa i seguenti punti:

- a. le parole “Notizia Importante” o le loro equivalenti;
- b. una dichiarazione sulla superiorità dell'allattamento al seno;
- c. una dichiarazione che il prodotto debba essere usato soltanto con il consenso di un medico.
- d. istruzioni per la preparazione adeguata, e un avvertimento sui rischi per la salute in caso di preparazione inadeguata.

Né la confezione né l'etichetta devono avere disegni di neonati o altri disegni o testi che possano idealizzare l'uso del latte in polvere iniziale.

Non devono essere usati i termini “umanizzato”, “maternizzato” o simili.

Cibi pubblicizzati per l'alimentazione dei neonati, che non rispondano ai requisiti di latte in polvere iniziale, ma che possono essere modificati in tal senso, devono portare un avvertimento sull'etichetta (articoli 91, 92, 93).

## Nessuna promozione al pubblico

- Non ci deve essere pubblicità o altra forma di promozione al pubblico di prodotti a cui si applica il Codice. Non ci deve essere alcuna pubblicità nel punto-vendita, distribuzione di campioni o ogni altro mezzo promozionale per attirare direttamente il consumatore, come speciali mostre, tagliandi di sconto, premi, vendite speciali.

- Il personale addetto al marketing non deve cercare nessun contatto diretto o indiretto con le madri di neonati e bambini piccoli (*articolo 5*).
- Nessun dono alle madri o al personale medico. Produttori e distributori non devono elargire alle madri nessun dono di articoli o utensili che possa promuovere l'uso di sostituti del latte materno o di allattamento tramite biberon.
- Nessun incentivo finanziario o materiale, per promuovere prodotti che rientrano negli scopi del Codice, deve essere offerto al personale medico o a membri delle famiglie (*articoli 5.4, 7.3*).

#### **Una chiara informazione**

Materiali informativi e istruttivi riguardanti la nutrizione di neonati, rivolti a personale medico professionale, donne incinte o madri, devono includere chiara informazione sui seguenti punti:

- a. i benefici e la superiorità dell'allattamento al seno;
- b. la nutrizione materna e la preparazione e il mantenimento dell'allattamento al seno;
- c. l'effetto negativo sull'allattamento al seno di introdurre un parziale allattamento al biberon;
- d. la difficoltà di cambiare la decisione di non allattare al seno;
- e. qualora necessario, il corretto uso del latte in polvere iniziale.

Quando questi materiali contengono informazioni sull'uso del latte in polvere, essi devono includere:

- a. le implicazioni sociali e finanziarie del suo uso;
- b. i rischi per la salute per via di un uso inutile o improprio del latte in polvere iniziale e altri sostituti del latte materno.

Questi materiali non devono usare figure o testi che possano idealizzare l'uso di sostituti del latte materno (*articoli 4.2, 7.2*).

#### **Nessuna promozione nelle strutture sanitarie**

- Le strutture sanitarie non devono essere usate per promuovere latte in polvere iniziale o altri sostituti del latte materno. Esse inoltre non devono essere usate per mostrare prodotti o manifesti pubblicitari e posters su questi ultimi, o per la distribuzione di materiale che porta il marchio di prodotti trattati dal Codice (*articoli 6.2, 6.3, 4.3*).

#### **Nessuna promozione al personale medico**

- L'informazione fornita al personale medico da produttori e distributori, riguardante prodotti trattati dal Codice, deve essere limitata a fatti scientifici e provati, e non deve implicare o creare l'opinione che l'allattamento mediante biberon sia equivalente o superiore all'allattamento al seno.
- Campioni di tali prodotti, l'equipaggiamento e gli utensili per la loro preparazione o uso, non devono essere forniti al personale medico eccetto quando necessario per valutazione o ricerca professionale a livello istituzionale (*articoli 7.2, 7.4*).

#### **Nessun campione o rifornimento gratis**

Campioni di prodotti a cui si applica il Codice non devono essere dati a donne incinte, madri di neonati e bambini piccoli, o membri delle loro famiglie.

Non devono essere dati rifornimenti gratis o sottocosto di sostituti del latte materno a reparti maternità o ospedali. Rifornimenti gratis o sottocosto possono essere dati ad altre istituzioni sociali solo per il benessere di neonati che devono essere nutriti con sostituti del latte materno, e devono continuare per tutto il tempo in cui i suddetti neonati ne hanno bisogno. Essi non devono essere usati come incentivo alle vendite (*articoli 5.2, 7.4, 6.6, 6.7, Risoluzione OMS 39.28*).

### **Nessuna promozione di cibi complementari prima che ce ne sia il bisogno**

- È importante per i neonati ricevere cibi complementari adeguati, di solito quando raggiungono i 6 mesi di vita. Ogni cibo o bevanda dato prima che i cibi complementari siano nutrizionalmente necessari, può interferire con l'inizio o il proseguimento dell'allattamento al seno e quindi non ne deve essere promosso l'uso durante questo periodo.
- Bisogna inoltre fare ogni sforzo perché vengano usati i cibi disponibili localmente. (*Preambolo del Codice; Risoluzione WHA 39.28*).

### **Le compagnie devono attenersi al Codice Internazionale**

- Indipendentemente da ogni altra misura presa per rendere operante il Codice, produttori e distributori di prodotti a cui si applica il Codice devono considerarsi responsabili per la sorveglianza delle loro pratiche di marketing, secondo i principi e gli scopi del Codice, e prendere provvedimenti per assicurare che la loro condotta ad ogni livello sia conforme ad esso (*articolo 11.3*).

### **Applicazione del Codice**

Dieci anni dopo la stesura del Codice, nell'agosto 1990, i rappresentanti dei governi di trenta paesi, partecipanti ad un incontro promosso da OMS e UNICEF a Firenze, hanno formulato la "Dichiarazione degli Innocenti". "A tutte le donne – afferma la Dichiarazione – deve essere data la possibilità di allattare esclusivamente al seno... E, per ottenere questo risultato, tutti i governi devono entro il 1995 aver preso provvedimenti per rendere effettivi tutti gli articoli del Codice Internazionale e la risoluzione speciale dell'OMS del 1986.

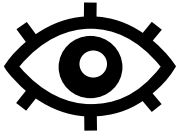
Nel 1991 l'UNICEF e l'OMS hanno lanciato anche l'*Iniziativa per gli Ospedali Amici del Bambini*, che mira a incoraggiare l'allattamento al seno negli ospedali di tutto il mondo.

Per dare all'iniziativa una probabilità di successo, hanno chiesto a Nestlé e ai suoi concorrenti di rispettare il Codice Internazionale ponendo fine ai loro rifornimenti gratuiti in tutti i paesi entro il 1992.

Nonostante l'esplicita richiesta dell'UNICEF, le ditte produttrici si sono rifiutate di collaborare, continuando i loro rifornimenti, come è stato dimostrato in Italia dalla sentenza dell'Antitrust, illustrata a pag. 17.

Le compagnie sanno infatti che, prima che tutti i governi legiferino e si adoperino a far rispettare il Codice, ci vorranno anni, durante i quali continueranno le vendite, così come le morti dei bambini dei paesi poveri.

In diversi paesi Nestlé è stata addirittura capace di far sollevare molte eccezioni e cavilli per non includere nella legislazione latti speciali, latti per il proseguimento, ospedali privati, ecc. Tali cavilli ritardano la promulgazione delle leggi nazionali derivanti dal Codice e mascherano i rifornimenti gratuiti come casi speciali.



**I**l Ministero della Sanità italiano, seguendo le direttive Cee 91/321 e 92/52, ha emesso il decreto n° 500 del 6 aprile 1994 concernente gli alimenti per lattanti e di proseguimento destinati alla vendita in Italia ed all'esportazione verso Paesi terzi. Ne riportiamo alcuni stralci:

#### **Etichettatura**

L'etichettatura degli alimenti per lattanti comporta, inoltre, le seguenti indicazioni:  
una dicitura relativa alla superiorità dell'allattamento al seno;  
una dicitura che raccomandi di utilizzare il prodotto soltanto dietro parere di persone qualificate nel settore della medicina, dell'alimentazione o della farmacia oppure di altre persone qualificate nel settore della maternità e dell'infanzia. (Art. 6.3)  
L'etichettatura degli alimenti per lattanti e degli alimenti di proseguimento non deve fornire informazioni che scoraggino l'allattamento al seno e fare esplicito riferimento alle diciture "umanizzato", "maternizzato" o ad espressioni analoghe. (Art. 6.4)  
L'etichettatura degli alimenti per lattanti non deve riportare immagini di lattanti, né altre illustrazioni o diciture che inducano a idealizzare l'uso del prodotto, ad eccezioni delle illustrazioni che facilitino l'identificazione del prodotto e ne spieghino i metodi di preparazione prima del consumo. (Art. 6.6)

#### **Pubblicità**

Non è consentita la pubblicità in ogni sua forma nei punti di vendita, nonché la distribuzione di campioni ovvero il ricorso ad altri sistemi diretti a promuovere la vendita degli alimenti per lattanti direttamente presso il consumatore nella fase del commercio al dettaglio. (Art. 7.2)

I produttori e le persone aventi titoli alla distribuzione degli alimenti per lattanti non devono offrire al pubblico, alle donne incinte, alle madri e ai membri delle famiglie, direttamente o indirettamente attraverso il sistema sanitario ovvero attraverso gli operatori sanitari, campioni gratuiti o a basso prezzo o altri omaggi. (Art. 7.4)

#### **Materiale informativo e didattico**

Il materiale informativo riguardante i prodotti disciplinati dal presente regolamento, qualora sia destinato alle gestanti e alle madri dei lattanti e dei bambini, deve fornire precise informazioni su:

- benefici e superiorità dell'allattamento al seno;
- allattamento materno, preparazione all'allattamento al seno e modalità per assicurarne la continuazione;
- eventuali conseguenze negative per l'allattamento al seno derivanti dall'introduzione dell'allattamento artificiale parziale;
- difficile reversibilità della decisione di non allattare al seno;
- corretta utilizzazione degli alimenti per lattanti. (Art. 8.1)

Il materiale informativo di cui al comma 1, qualora contenga informazioni sull'impiego degli alimenti per lattanti, non deve riportare alcuna immagine che possa idealizzare l'impiego di tali alimenti e deve, altresì, fornire informazioni su:

- conseguenze sociali e finanziarie sulla utilizzazione degli alimenti per lattanti;
- rischi derivanti alla salute dei soggetti interessati all'utilizzazione non appropriata degli alimenti per lattanti. (Art. 8.2)

**NOTA BENE:** nonostante la legge lo vieti, la promozione aggressiva dei sostituti del latte materno continua anche in Italia. Pertanto la RIBN invita a sottoscrivere ed inviare al Ministro della Sanità la petizione che si trova in allegato. Tutti coloro che rilevano irregolarità da parte delle ditte produttrici sono inoltre pregati di contattare la segreteria (l'indirizzo è a pag. 31).

La Nestlé dichiara di attenersi al Codice...

## nestlé' dice che...

“Bella grafica - peccato per il testo. Il nuovo documento della Nestlé non è tutto ciò che sembra.

Baby Milk Action ””

**R**ecentemente, Nestlé ha prodotto diversi documenti in cui spiega le sue politiche di marketing del latte in polvere dichiarando che il suo modello di comportamento è nello spirito del Codice Internazionale. Tra questi “Nestlé charter” (1997) e “Nestlé implementation of the WHO Code” (1999) (attuazione del Codice OMS da parte della Nestlé). In quest’ultimo documento, Nestlé afferma che 54 paesi hanno ufficialmente verificato il rispetto del codice OMS da parte della compagnia: il libro contiene lettere che Nestlé presenta come prove della sua dichiarazione. In realtà, quasi sempre le lettere non dicono affatto ciò che Nestlé dichiara. Il caso più clamoroso è quello della Danimarca: la lettera del governo danese dice che “l’attuale sistema di controllo alimentare verifica che la legge venga rispettata”, e la dottoressa Bente Koch ha dichiarato che “non certifichiamo mai che un produttore svolga commerci nel rispetto delle regole danesi”. Nestlé ha ufficialmente chiesto scusa al governo danese.

Altri esempi: la lettera delle isole Cook afferma “Non ho notato che alcuno dei loro prodotti sia in vendita qui”. Le affermazioni di Bulgaria e Russia si riferiscono a una Direttiva Interna dell’Unione Europea che è solo una parziale messa in pratica del Codice Internazionale. Lo Zimbabwe ha confermato il rispetto da parte di Nestlé del solo Codice Internazionale, non delle successive risoluzioni. Vari governi (Repubblica Dominicana, Germania, Colombia, Giordania, Kenya, Sudafrica, Svizzera) parlano di violazioni. La lettera dell’Oman semplicemente ringrazia Nestlé per aver partecipato a un dibattito sul Codice dell’Oman sui sostituti del latte materno. Quella del Ruanda è un’esortazione al rispetto del Codice. Quella di Hong Kong dice “A quanto so, le madri non sono incitate all’uso di latte formulato da rappresentanti Nestlé”.

Oltretutto, secondo la stessa Nestlé, i paesi citati nel libro sono solo metà del mercato Nestlé di alimenti per l’infanzia.

BABY MILK  
ACTION



Baby Milk Action è il membro britannico dell’IBFAN.

La sua coordinatrice, Patti Rundall, nel febbraio 2000 è stata insignita dell’Ordine dell’Impero Britannico. Tale riconoscimento è stato attribuito per la sua lotta per la protezione dei bambini dalla promozione commerciale del latte artificiale e per la tutela delle donne ad una scelta consapevole.

Uno studio di **Baby Milk Action** sottolinea importanti differenze tra le dichiarazioni contenute in “*Nestlé Charter*” e la realtà, concludendo che lo statuto Nestlé è più permissivo del Codice Internazionale, e che Nestlé viola non solo il Codice, ma anche il suo stesso statuto!

<b>Punti del documento Nestlé</b>	<b>Critica di Baby Milk Action</b>
Modello di comportamento della Nestlé riguardo al latte in polvere nei paesi in via di sviluppo.	Il Codice Internazionale tratta tutti i sostituti del latte materno in tutti i paesi. L'Art. 11.3 chiede ai produttori di attenersi al Codice indipendentemente dai governi.
<b>Ciò che Nestlé fa</b>	
Mettere in guardia le madri sulle conseguenze dell'uso scorretto o inappropriato del latte in polvere.	In molti paesi le etichette della Nestlé non sono nella lingua locale.
Attenersi, sia alla lettera sia nello spirito, al Codice Internazionale OMS.	Monitoraggi indipendenti mostrano che Nestlé viola il Codice e le successive Risoluzioni.
Sostenere sforzi effettuati da governi di recepire il Codice attraverso legislazione, regolamenti e altre misure appropriate.	Nestlé ha provato a screditare tentativi di costruire una forte legislazione in molti paesi, per esempio Filippine, Ghana, Pakistan, Uganda, e in Europa... Ora è sotto accusa per aver infranto la legge Indiana sul Cibo per Bambini. Invece di ammettere la colpa, la compagnia mette in discussione le norme per via delle quali viene perseguita.
<b>Ciò che Nestlé non fa</b>	
Diffondere annunci pubblicitari del latte per bambini al pubblico.	Il Codice proibisce le promozioni, non solo gli annunci pubblicitari, e tratta tutti i sostituti del latte materno, non solo il latte per bambini.
Usare figure di bambini sulle confezioni di latte in polvere.	Vero - a causa di pressioni esercitate dal Boicottaggio, Nestlé ha smesso di usare figure di bambini sulle confezioni di latte in polvere nel 1984. Ma molti cibi complementari da biberon della Nestlé portano ancora figure di bambini che idealizzano il prodotto.
Fornire incentivi materiali o finanziari a operatori sanitari allo scopo di promuovere il latte per bambini.	Perché Nestlé dà doni agli operatori sanitari, se non per promuovere i suoi prodotti?
Permettere che del materiale educativo correlato all'uso del latte in polvere sia esposto pubblicamente in ospedali e cliniche.	Sono stati segnalati centinaia di casi di pubblicità Nestlé alle madri nelle strutture ospedaliere.
Donare latte per bambini gratis per l'uso da parte neonati sani, eccetto in casi sociali eccezionali (per esempio dove le politiche del governo permettono ai produttori di rispondere ad una specifica richiesta medica, ad esempio se la madre muore alla nascita del figlio).	Questa è una chiara ammissione - le Risoluzioni dell'Assemblea Mondiale della Sanità proibisce tutte le donazioni commerciali di sostituti del latte materno a tutte le parti del sistema sanitario. Molti governi stanno lavorando per chiudere queste scappatoie, consapevoli che orfani e bambini socialmente bisognosi necessitano di un sostegno regolare e consistente, non di donazioni commerciali irregolari.
<b>Ciò che Nestlé farà</b>	
Prendere misure disciplinari contro qualsiasi membro del personale Nestlé che viola volontariamente questo modello di comportamento.	La Nestlé dice che nessun membro del personale è mai stato punito sulla questione.
Nestlé invita gli ufficiali governativi, gli operatori sanitari, e i consumatori, a portare alla sua attenzione ogni pratica di commercializzazione del latte in polvere della Nestlé nei paesi in via di sviluppo che essi considerano non in conformità con il suddetto impegno.	In più, le compagnie hanno la responsabilità di monitorare i loro comportamenti, secondo il Codice Internazionale.

Ma monitoraggi indipendenti ed episodi clamorosi hanno messo in luce molte gravi infrazioni del Codice da parte di Nestlé, la multinazionale che ha il più vasto mercato di latte in polvere nel Terzo Mondo, e delle altre compagnie...

## i fatti che smentiscono nestlé

❗❗ Molte compagnie stanno portando avanti azioni che violano il Codice in maniera sistematica [...] Il Codice è stato scritto per proteggere l'allattamento al seno. Dopo quindici anni questa protezione è ancora urgentemente necessaria. L'allattamento al seno continua ad essere minacciato dalle attività di marketing delle compagnie.

da *Cracking The Code*, realizzato dall'IGBM

Nestlé antepone il suo profitto alla salute dei bambini.

da *Milking Profits*, realizzato da The Network ❗❗

### Monitoraggi indipendenti

L'IGBM (*Interagency Group on Breastfeeding Monitoring*), un gruppo di organizzazioni non governative, istituzioni accademiche e chiese inglesi, ha svolto una ricerca indipendente per ottenere prove obiettive di violazioni del Codice: *Cracking the Code*, edito nel gennaio 1997. Questa ricerca è stata effettuata in Bangladesh, Polonia, Sud Africa e Thailandia su un campione casuale di 800 donne (in gravidanza e madri), 120 operatori sanitari, 40 strutture sanitarie. Le conclusioni di questo studio, pubblicate anche sul prestigioso *British Medical Journal*, affermano che molte compagnie stanno compiendo azioni che violano il Codice in maniera sistematica e non casuale (vedi anche la *cronologia del boicottaggio*).

Da quasi due decenni l'IBFAN (*International Baby Food Action Network*) rende note periodicamente le trasgressioni al Codice da parte delle ditte produttrici attraverso la pubblicazione "*Breaking the Rules*".

Sulla base di questi dati, è stata lanciata la campagna internazionale di boicottaggio gestita dall'*International Nestlé Boycott Committee* (INBC).

L'ultima edizione (marzo 1998) riporta le violazioni risultanti dai monitoraggi effettuati in 31 paesi tra gennaio e settembre nel 1997. La tabella a pag. 16 mostra quelle di Nestlé. Il rapporto mette anche a confronto le pratiche promozionali di 19 industrie di alimenti per bambini: Nestlé risulta essere la responsabile del 25% delle migliaia di violazioni registrate (circa due volte di più di qualsiasi altra società).

La prossima edizione di "*Breaking the Rules*" uscirà nel 2001.



IBFAN è una rete di oltre 140 organizzazioni in più di 70 paesi, di cui tre quarti in Africa, Asia e America Latina. IBFAN lavora per il miglioramento della salute e dell'alimentazione del bambino e per l'applicazione del Codice. Nel 1998, il parlamento svedese le ha assegnato il "*Right Livelihood Award*".

### Breaking the Rules 1998: le infrazioni della Nestlé

	Promozione nelle strutture sanitarie						Promozione diretta al pubblico				Etichettatura
	Campioni gratuiti	Poster, Calendari	Regali agli operatori sanitari	Regali alle madri	Materiale informativo a disposizione delle madri	Informazioni sui prodotti agli operatori sanitari	Publicità sui mass-media	Promozione nei negozi	Campioni e regali alle madri	Contatti tra personale addetto al marketing e le madri	Etichette inadeguate
Argentina	•	•	•			•		•			•
Bangladesh	•	•	•		•						•
Benin							•				
Bolivia	•	•	•			•			•		•
Brasile	•	•	•			•		•			
Colombia	•	•	•			•	•	•			•
Corea							•	•			
Costa d'Avorio	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•
Costa Rica		•	•			•					
Croazia											
Filippine		•	•	•	•		•		•		•
Gabon	•		•	•	•	•		•			
Germania	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•
Guatemala		•	•			•					
Indonesia	•	•	•	•	•	•	•	•	•		•
Isole Mauritius							•				•
Kenya								•			•
Malaysia	•	•					•				•
Messico	•		•		•	•		•			•
Nicaragua	•	•	•		•			•	•		•
Niger	•	•						•			•
Peru	•	•	•	•	•	•		•			•
Rep. Dominicana	•		•			•		•			
Samoa											
Senegal	•		•			•		•			
Spagna	•	•	•	•	•	•	•	•			
Thailandia	•	•	•	•	•		•	•	•		•
Tanzania								•			•
Ungheria						•					
Uruguay						•					•
Venezuela		•	•		•	•					•

## Il caso Pakistan

Un ex impiegato della filiale *Nestlé* del Pakistan, Syed Aamar Raza, che per due anni aveva lavorato come informatore scientifico in un distretto del suo paese, ha recentemente reso pubblici alcuni documenti interni riservati della compagnia che mostrano come la stessa abbia ripetutamente violato il Codice Internazionale, almeno fino alla fine del '97.

I documenti in oggetto sono stati riprodotti e commentati in una pubblicazione del dicembre '99, *Milking Profits*, realizzata dall'associazione *The Network*, ong pakistana che si occupa dell'uso razionale dei farmaci e fa parte dell'*IBFAN*. *Milking Profits* riproduce numerose prove di regali fatti ai medici perché prescrivano i prodotti *Nestlé*; di incentivi pagati agli impiegati perché raggiungano targets prefissati di vendita; di contatti diretti tra i promotori *Nestlé* ed il pubblico, tra cui madri con figli in età di allattamento; di forniture di campioni di sostituti di latte materno alle strutture sanitarie.

Tutte queste pratiche sono vietate dal Codice Internazionale. All'epoca dei fatti il Pakistan non aveva ancora una legge nazionale equivalente al Codice e le denunce del signor Raza hanno contribuito ad accelerare l'approvazione di una legge di questo tipo.

*Nestlé* nega le accuse ed afferma che l'ex impiegato si sarebbe fatto assumere con un diploma falso ed avrebbe tentato di ricattare la compagnia. Queste due affermazioni non servono certamente a smentire i fatti così ben documentati da *Milking Profits*.

*Nestlé* ha anche minacciato di denunciare il suo ex impiegato, ma non ha ancora depositato nessuna denuncia presso i tribunali. Ha invece recentemente effettuato un'inchiesta da parte di valutatori "indipendenti", ma non sono state indagate le accuse dell'ex impiegato, che quindi restano valide, bensì l'attuale comportamento della *Nestlé*, rivelando violazioni del Codice che *Nestlé* definisce minori. Nel frattempo Syed Aamar Raza è stato costretto a rifugiarsi in Inghilterra, mentre l'abitazione di suo fratello è stata bersaglio di colpi di pistola sparati all'alba da sconosciuti.

Infine, *Nestlé* ha bloccato la trasmissione di un documentario sul caso realizzato da una TV privata tedesca, ma la stampa inglese ha dato notevole rilievo all'evento, anche perché è stata concessa un'audizione al parlamento inglese dell'ex impiegato e di rappresentanti di *Baby Milk Action*.

## L'Antitrust multa le compagnie

Nel marzo 2000 *Nestlé*, *Nutricia*, *Milupa*, *Abbot*, *Heinz* (ex-Plada) e *Humana* sono state condannate da una sentenza dell'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato ad una multa che oltrepassa complessivamente i 6 miliardi di lire. Tali compagnie sono state condannate per avere illegalmente organizzato un cartello per il controllo dei prezzi, allo scopo di mantenerli a livelli doppi, in media, rispetto a quelli praticati in altri paesi europei.

Il cartello si avvale di due meccanismi principali. Il primo consiste nella vendita di prodotti solo in farmacia, con un rigido controllo dei prezzi, escludendo dal circuito di commercializzazione le catene di supermercati.

Il secondo meccanismo, invece, è una chiara violazione del Codice Internazionale, perché consiste nella fornitura gratuita di latte in polvere ai reparti maternità degli ospedali pubblici e privati, mediante una caratteristica "turnazione mensile". Questo meccanismo, rinforzato da regolari donazioni di attrezzature richieste spesso dagli stessi ospedali, condiziona le successive scelte di acquisto dei genitori, a cui spesso sono consegnate lettere di dimissioni per i neonati in cui vengono prescritti i nomi dei sostituti del latte materno.

Del resto il Garante italiano non è l'unico ad interessarsi delle compagnie produttrici del latte in polvere.

Nell'aprile 1999, la *Advertising Standards Authority* (ASA) della Gran Bretagna ha reso definitiva una sentenza che impedisce alla *Nestlé* di farsi pubblicità usando frasi del tipo "non abbiamo mai violato il Codice Internazionale" oppure "non abbiamo mai fornito campioni gratuiti di latte in polvere agli ospedali". Infatti, dopo una lunga inchiesta, l'ASA ha concluso che *Nestlé* non è in grado di provare tali affermazioni.

Il settimanale inglese *Marketing Week* ha allora dedicato una copertina (con una figura di un bambino bianco grasso con una scritta *Nestlé* allattato da una donna scheletrica africana), un editoriale ed un lungo articolo all'argomento, raccomandando alla compagnia di aumentare l'appoggio ad iniziative lodevoli (per l'ambiente o per i bambini poveri, ad esempio) in modo da ripulire la propria immagine (sic!).

*Il boicottaggio è uno strumento democratico e efficace  
che noi consumatori abbiamo a disposizione  
per costringere Nestlé a rivedere il suo comportamento*

## **cosa possiamo fare noi**

“L'atteggiamento più pericoloso, da allontanare come una tentazione, è il pessimismo. Non dire che contro i colossi della terra non ce la faremo mai e che quella mondiale è una dimensione troppo vasta per essere gestita dal basso. Sui sensi di impotenza i padroni ed i governanti costruiscono imperi.

Francuccio Gesualdi, responsabile del Centro Nuovo Modello di Sviluppo

Tutte le volte che acquistiamo un Bacio Perugina, premiamo Nestlé che ostacola sistematicamente la naturale possibilità organica di ogni madre di allattare il proprio figlio al seno, per costringerla a dipendere dal latte in polvere di cui è produttrice. Molti figli, troppi figli si sono ammalati di malattie infettive e sono morti dopo che le loro madri si erano indebitate per acquistare il latte in polvere dalla Nestlé.

Alex Zanotelli ””

**C**he cosa possiamo fare se non ci rassegniamo ad assistere impotenti e ad ammettere che il potere delle imprese possa calpestare i più elementari diritti umani, irridere la dignità delle persone del Sud del mondo ma anche di quelle del Nord, subordinandole e pilotandole con una incessante ed ingannevole pubblicità?

Se vogliamo dare una speranza di vita ai bambini del Terzo Mondo è necessario, prima di tutto, fermare le compagnie nelle loro irresponsabili tecniche di vendita, ed inoltre promuovere, tramite appoggio diretto a medici e ong (Organismi Non Governativi), programmi di istruzione e di informazione igienico-sanitarie.

A questo scopo sembra avere un'efficacia molto limitata la semplice legislazione, di cui spesso le imprese si prendono gioco influenzando, più o meno direttamente, i governi.

Noi riteniamo che lo strumento di lotta più adatto ed incisivo per obbligare Nestlé a rispettare il *Codice Internazionale* sia il **boicottaggio**.

Il boicottaggio consiste nell'interruzione, organizzata e temporanea, dell'acquisto di uno o più prodotti, per indurre le società produttrici a comportamenti diversi. Congiuntamente ad una capillare informazione e sensibilizzazione sul problema, il boicottaggio raggiunge in forma democratica ed efficace l'obiettivo attraverso tre meccanismi:

determina un calo delle vendite: bisogna ricordare che può bastare una riduzione di solo il 3-5% per provocare un grave danno alle imprese costrette a incrementare le spese per la pubblicità e a cedere fette di mercato alla concorrenza.

La rivista *Borsa & Finanza* ha affermato che acquistare oggi titoli *Nestlé* in Borsa è considerato dagli esperti un investimento a rischio, proprio per il boicottaggio e le critiche di cui la compagnia è oggetto.



Danneggia l'immagine dell'impresa e questo, in una società che vive di sola immagine, rappresenta un danno ancor più grave del semplice calo delle vendite: alcune compagnie, denunciate in passato, hanno ceduto davanti alla sola minaccia di boicottaggio per non vedere il loro nome associato nella mente dei consumatori a comportamenti moralmente condannabili (è il caso della *Scott* in Inghilterra e della *Del Monte*). L'importanza attribuita alla immagine è dimostrata ad esempio dalla partecipazione della *Nestlé* nel comitato di sostegno del corso di diploma universitario in marketing e comunicazione d'azienda presso l'Università Cattolica.

Costringe l'impresa a reimpostare le pubbliche relazioni, a vigilare in maniera molto accurata sulle iniziative dei boicottatori ed a nascondere le pratiche scorrette di cui è accusata. Le ditte infatti fanno un conto di queste perdite (subite a causa del boicottaggio) e delle perdite che subirebbero accettando le richieste dei boicottatori. La ditta boicottata cesserà le pratiche incriminate solo quando le converrà sul piano economico, l'unico a cui è sensibile.

### Un po' di storia

Anche se nei libri di scuola non se ne parla, il boicottaggio ha radici storiche importanti. In Italia non si è mai diffuso a causa della presenza pressoché totalizzante dello sciopero come strumento di lotta, ma in altri paesi viene adoperato da molto tempo con successo. Con il boicottaggio – smettendo di comprare merci prodotte da schiavi – nel 1792 i francesi pose-ro fine alla schiavitù. In epoca più recente Martin Luther King con il boicottaggio ottenne l'abolizione di alcune leggi segregazioniste.

Molti giganti economici, come ad esempio *Coca Cola*, *Campbell*, *Polaroid*, *Dow Chemical*, *Barclays Bank*, ed altri ancora sono stati fermati in poco tempo da gruppi di boicottaggio spesso inizialmente molto modesti. Per restare nel campo del latte in polvere, nel 1977 la compagnia inglese *Bristol Myers Corp.*, accusata di pubblicità scorretta al suo latte e di pagare falso personale ospedaliero, dopo solo due anni di boicottaggio si accordò per terminare queste pratiche.

### **Il potere dei consumatori**

Il potere del sistema economico dominante, di cui le imprese multinazionali sono la più consistente espressione, fa leva sui nostri sensi di impotenza, ci distrae con la pubblicità e ci fa credere che come consumatori non abbiamo alcuna influenza.

Ma in realtà ogni singolo consumatore, se unisce i suoi sforzi a quelli degli altri, ha il potere di far vacillare questi imperi. Il problema semmai è come organizzare queste forze disperse, come informare e coordinare, come raggiungere rapidamente e coinvolgere il maggior numero di persone.

Questo è difficile ma non impossibile. Lo dimostra il fatto che *Nestlé* era già stata fermata con un primo boicottaggio internazionale durato dal '77 al 1984. Si era allora impegnata a rispettare le regole del Codice.

Nel 1988 però ci si rese conto che la compagnia, dopo un periodo di effettiva buona condotta, aveva ripreso a violare il Codice ed è stata lanciata una seconda campagna di boicottaggio, quella attuale, che continuerà fino a che i monitoraggi di controllo non proveranno che *Nestlé* rispetta il Codice.

Può apparentemente sembrare una sconfitta, ma oltre al fatto che *Nestlé* ha rinunciato alle pratiche più vistose, ora deve compiere azioni che lei stessa nel 1984 ha definito immorali e illegali, e quindi deve agire di nascosto quando prima poteva farlo alla luce del sole.

### **Verso una nuova cultura della solidarietà**

Ma salvare i bambini, per quanto di primaria importanza, non è l'unico fine di questo boicottaggio: noi speriamo che, oltre a fermare *Nestlé*, il boicottaggio serva a creare sensibilità sul più vasto problema del rapporto fra multinazionali e sofferenza nei paesi sottosviluppati e a costruire una nuova cultura della solidarietà.

L'esperto Todd Puttman afferma che *"il boicottaggio denuncia ed educa allo stesso tempo. Educa ad agire, a non assistere passivamente alle ingiustizie ed ai soprusi che avvengono sotto il nostro naso. Educa ad assumerci le nostre responsabilità. Il boicottaggio abitua la gente a riprendersi il potere nelle proprie mani. Per questo è quanto di più democratico possa esserci"*.

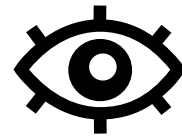
Una vittoria contro *Nestlé* sarebbe un forte messaggio anche per le altre multinazionali che sfruttano impunemente i popoli del Terzo Mondo appropriandosi del frutto delle loro terre e del loro lavoro e lasciando in cambio sottosviluppo e rifiuti tossici.

Per fermare queste ingiustizie non solo verso chi le subisce direttamente ma anche per chi, in un'ottica miope, ne appare beneficiario perché può comprare a poco prezzo il frutto della terra e del lavoro altrui, il mezzo più efficace è usare finalmente il nostro potere di consumatori, rivendicando e praticando la nostra autodeterminazione su fronti apparentemente poco politici e poco eroici quali la scelta della nostra alimentazione e dei nostri acquisti, ossia dell'uso dei nostri soldi, in favore di un mondo migliore.

Parallelamente al boicottaggio si può infatti definire e proporre un nuovo modello di consumo critico che prenda in considerazione la storia del prodotto, i comportamenti della casa produttrice, l'inquinamento di cui è responsabile etc., così da rafforzare i sistemi produttivi e commerciali corretti che implicino un modello di sviluppo alternativo a quello attuale.

Tutto ciò, ed in particolar modo l'efficacia del boicottaggio è solo un'utopia se resta il progetto di pochi, ma può avere realmente successo se riesce a diffondersi come è avvenuto in passato. Per questo c'è bisogno dell'impegno di tutti. Anche del tuo.

- 1939 Cicely Williams scrive *"Latte omicida"*. In un discorso al Rotary Club di Singapore la dottoressa Williams, pioniera sull'argomento della nutrizione dei bambini dichiara *"se le vostre vite fossero così dure come la mia, che vedo giorno dopo giorno questo massacro di innocenti dovuto a malnutrizione, credo che pensereste come me che l'eccessiva pubblicizzazione dei prodotti per bambini dovrebbe essere punita come la forma più criminale di sedizione, e che queste morti dovrebbero essere considerate omicidi"*.
- 1968 Il dottor Derrick Jelliffe dell'istituto dei Caraibi per il cibo e la nutrizione crea il termine *"malnutrizione commercio-genica"* per descrivere l'impatto della pubblicità delle industrie sui decessi dei bambini.
- 1970 L'UNPAG (*United Nations Protein Calorie Advisory Group*) indice un incontro sulla nutrizione dei bambini che pone alla luce il problema delle pratiche industriali.
- 1972 L'IOCU (*International Organization of Consumer Unions*) sottopone un codice di comportamento per le campagne pubblicitarie sul cibo per bambini alla Commissione dei Codici alimentari della FAO/OMS.
- 1973 Agosto. La storia di copertina del *New Internationalist*, *"La tragedia del cibo per bambini"*, chiede una campagna di azione per fermare la promozione non adeguata del latte per bambini.
- 1973 Novembre. L'UNPAG dichiara che la pubblicizzazione negli ospedali del latte in polvere alle madri, subito dopo il parto, è inappropriata.
- 1974 Marzo. *War on Want* pubblica *"L'uccisore di bambini"*, un resoconto sulla malnutrizione e sulla pubblicizzazione di pratiche artificiali di nutrizione nel Terzo Mondo.
- 1974 Maggio. Il Gruppo d'azione per il Terzo Mondo di Berna (*ADgW*) traduce l'opuscolo della *War on Want* e lo pubblica in Svizzera con il titolo *"Nestlé uccide i bambini"*.
- 1974 Luglio. *Nestlé* cita in giudizio, per diffamazione, l'*ADgW*.
- 1975 Prima seduta sul caso *Nestlé*. *ICIFI* (Consiglio Internazionale delle Industrie di Cibo per Bambini) viene formato con 8 compagnie *Cow&Gate*, *Dumex*, *Meiji*, *Morinaga*, *Nestlé*, *Snow Brand*, *Wakado* e *Wyeth*. L'*ICIFI* produce un volontario "codice di condotta".
- 1976 Gennaio. *UNPAG* risponde al codice dell'*ICIFI*, dicendo che questo non è sufficiente.
- 1976 Aprile. Le suore del Prezioso Sangue, per informare la nazione ed il mondo riguardo al pericolo per la salute dei bambini nel Terzo Mondo, causato dalla pubblicità alla Formula per l'Infanzia, accusano la *Bristol Myers Corporation*.
- 1977 4 Luglio. Viene lanciato il boicottaggio *Nestlé*, quando questa si rifiuta di cessare la sua pratica di pubblicizzazione.
- 1978 Il boicottaggio a *Nestlé* si estende a Canada, Nuova Zelanda ed Australia.
- 1978 Gennaio. La *Bristol Myers* si accorda fuori dal Tribunale per cessare la pubblicizzazione di latte per bambini e di non utilizzare più false infermiere.
- 1978 23 Maggio. Il sotto-comitato alla salute e alla ricerca scientifica del Senato USA, presieduto dal senatore E. Kennedy, ascolta testimonianze di professionisti del Sud del mondo, rappresentanti della Chiesa, autorità internazionali nel campo della medicina e del marketing, e funzionari di azienda, sul problema della nutrizione dei bambini. Dottori ed infermiere del Sud del mondo descrivono l'impatto negativo della pubblicizzazione e dell'uso di latte artificiale nelle loro regioni ed i rappresentanti della Chiesa evidenziano l'indifferenza delle industrie alle critiche. I rappresentanti delle compagnie negano di avere responsabilità per le condizioni socioeconomiche nel Sud del mondo, ma ammettono di non avere prova per le loro dichiarazioni.
- 1979 Le industrie subiscono una sconfitta quando all'incontro OMS/UNICEF si chiede la fine della propaganda del latte artificiale. All'incontro (tenutosi a Ginevra) partecipano 150 persone fra rappresentanti di governi, di industrie, dell'ONU e di associazioni non governative. Insieme ad alcune raccomandazioni sulla nutrizione dei bambini, sull'educazione del personale sanitario, sull'incremento delle condizioni sociali delle donne e sullo sviluppo di diete svezzanti, i partecipanti chiedono che siano applicate forti limitazioni alle campagne di propaganda del cibo per bambini. Le *ong* si riuniscono per formare l'*IBFAN* (*International Baby Food Action Network*), in modo tale da poter esercitare una pressione costante sulle industrie di cibo per bambini.



## CRONOLOGIA DEL BOICOTTAGGIO

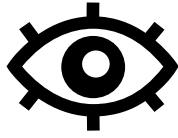
- 1980 30 Gennaio-11 Febbraio. Le industrie ritirano l'impegno di fermare la pubblicità. **Nestlé** ed altre tre industrie americane ritirano la parola data di sottoscrivere le raccomandazioni OMS/UNICEF. Successivamente non si presentano all'incontro del 30 Gennaio e partecipano a quello dell'11 Febbraio solo per la minaccia di citazione a giudizio. I rappresentanti delle industrie ammettono che non intendono sottoscrivere l'interpretazione delle raccomandazioni dell'OMS uscite dall'incontro di Ottobre. Quando gli viene chiesto che cosa la sua ditta avrebbe cambiato come risultato dell'incontro, il rappresentante della **Nestlé** risponde: *"Non mi sembra che sia necessario alcun cambiamento"*.
- 1980 Giugno. *Baby Milk Action* lancia il boicottaggio in Gran Bretagna. Durante l'anno, OMS e UNICEF preparano un codice di comportamento in collaborazione con governi, industrie di cibo per bambini, ricercatori, personale sanitario e associazioni pubbliche.
- 1981 Il boicottaggio si estende a Svezia e Germania Ovest.
- 1981 21 Maggio. Il *"Codice Internazionale di pubblicità dei sostituti del latte materno"* viene accettato a stragrande maggioranza alla 34ª Assemblea Mondiale Sanitaria (WHA). Gli USA sono l'unica nazione a votare contro: 118 favorevoli, 1 contrario, 3 astenuti. Il presidente dell'Assemblea elogia singoli cittadini e associazioni per aver attivamente partecipato alla stesura del codice.
- 1981 Ottobre. Il parlamento Europeo approva una direttiva basata sul codice.
- 1982 Marzo. **Nestlé** pubblica un orientamento per seguire le direttive OMS/UNICEF.
- 1982 Maggio. **Nestlé** crea una commissione (NI-FAC) che ha il compito di controllare il rispetto delle direttive da lei sottoscritte.
- 1982 Su pressioni dell'OMS, dell'UNICEF, di gruppi di azione e di personale sanitario, **Nestlé** definisce una serie di nuove direttive (il "codice IDACE"), che sono ritenute ancora insufficienti.
- 1982 Il boicottaggio inizia in Francia.
- 1983 Il Parlamento Europeo approva ancora una volta una risoluzione nettamente favorevole al codice internazionale e contraria al "Codice IDACE".
- 1983 Agosto. Il boicottaggio a **Nestlé** raggiunge la Norvegia e la Finlandia.
- 1984 24 Gennaio. **Nestlé** acconsente a sottoscrivere il codice dell'OMS. Dopo sette anni di intenso boicottaggio, **Nestlé** promette di mettersi in regola con il Codice Internazionale OMS/UNICEF, ovunque tranne che nell'Europa dell'Est. Rimangono alcune divergenze fra **Nestlé** e l'INBC (*International Nestlé Boycott Committee*), sulla fine della distribuzione gratuita di prodotti ai reparti maternità degli ospedali, ma **Nestlé** insiste che su questo punto il codice è ambiguo, quindi si decide di attendere chiarimenti da parte dell'OMS e dell'UNICEF.
- 1984 Febbraio. I gruppi impegnati nel boicottaggio si incontrano in Messico e decidono di sospendere il boicottaggio per 6 mesi, così da dare tempo a **Nestlé** per mettere in pratica le sue risoluzioni.
- 1984 Dicembre. Dopo 6 mesi di ragionevole impegno di **Nestlé** nel mantenere le sue promesse e dopo ulteriori sottoscrizioni dei dirigenti per impegnarsi al massimo anche in futuro, i gruppi decidono di chiudere il boicottaggio.
- 1985 Dicembre. Un comitato di esperti dell'OMS e dell'UNICEF chiede la fine delle distribuzioni gratuite. Nel chiarire il problema delle distribuzioni gratuite l'OMS e l'UNICEF sponsorizzano un incontro fra esperti, che ha il compito di esprimere un giudizio sulla questione delle distribuzioni gratuite. La loro chiara conclusione afferma che la distribuzione gratuita interferisce con la propaganda dell'allattamento naturale e dovrebbe venir interrotta: *"l'uso frequente di sostituti del latte materno, che è non solo inutile, ma anche pericoloso, dal momento che viene usato al posto dell'allattamento materno, non dovrebbe essere consentito negli ospedali. Non si devono fornire gratuitamente sostituti del latte materno agli ospedali"*.
- 1986 Maggio. L'Assemblea Mondiale della Salute (WHA) approva una risoluzione che vieta la distribuzione gratuita di latte artificiale. I delegati della WHA, seguendo le raccomandazioni del comitato di esperti, approvano la risoluzione di vietare la distribuzione gratuita agli ospedali.
- 1988 Marzo. 228 ong in tutta Europa chiedono un rafforzamento delle direttive e una rapida applicazione di queste.

- 1988 Giugno. Il gruppo *IBFAN*, operante negli USA (*Action*), indice una conferenza stampa, dichiarando che se **Nestlé** e **American Home Products (AHP)** non smetteranno di inviare rifornimenti gratuiti agli ospedali, sarà lanciato un nuovo boicottaggio. *Action* chiede che **Nestlé** e **AHP** pubblicino un programma in cui espongono il modo in cui finiranno i rifornimenti gratuiti. Dichiarò che se entro il 4 Ottobre non sarà presentato questo programma, lanceranno il boicottaggio.
- 1988 4 Ottobre. *Action* lancia il boicottaggio a **Nestlé** e **AHP** negli USA. Il gruppo *IBFAN* tedesco, **AGB**, lancia il boicottaggio a **Nestlé**, e una campagna pubblicitaria contro **Milupa**. Gruppi in Francia, Austria, Svezia, Norvegia, e Gran Bretagna promettono di aderire al boicottaggio. Altre 12 nazioni promettono di sostenerlo.
- 1989 15 Marzo. Nella giornata mondiale dei diritti del consumatore la *BMAC* lancia il boicottaggio contro **Nescafé**. Contemporaneamente partono boicottaggi in Irlanda, Norvegia e Svezia.
- 1991 La Chiesa di Inghilterra aderisce al boicottaggio contro **Nestlé**: da quel momento le vendite di **Nescafé** nel Regno Unito diminuiscono del 3%.
- 1992 Nell'abbazia di Westminster, si svolge una conferenza organizzata dall'*INBC (International Nestlé Boycott Committee)* dove i rappresentanti di 14 paesi ripropongono a **Nestlé** le loro richieste.
- 1993 Negli Stati Uniti, viene ritirato dal mercato il latte **Nutramigen** e quello **Soyalac**: il primo quando è stato scoperto che conteneva vetri rotti, il secondo in seguito alla scoperta di una contaminazione con salmonella.
- 1993 Dicembre. Beppe Grillo, informato tramite Dario Fo e Franca Rame (che avevano aderito), denuncia il problema durante il suo spettacolo televisivo su Rai Uno.
- 1994 Marzo. La dogana dello stato dello Sri Lanka respinge un carico di latte in polvere **Nestlé** proveniente dalla Polonia poiché aveva un tasso di radioattività superiore al doppio dei livelli ammessi. **Nestlé** respinge le accuse affermando che gli standards dello Sri Lanka sono troppo rigidi.
- 1994 Giugno. 27 sacerdoti della diocesi di Novara inviano una lettera alla multinazionale dichiarandosi non disponibili a collaborare al concorso "Disegna la famiglia, vinci l'America" promosso da **Nestlé**.
- 1994 12 Novembre. A Milano si costituisce *RIBN*, la *Rete Italiana Boicottaggio Nestlé*, organismo di coordinamento di tutti i gruppi che lavorano al boicottaggio *Nestlé*.
- 1995 15 Dicembre. 1ª giornata italiana dedicata al boicottaggio *Nestlé*. Una delegazione *RIBN* consegna a Saverio Ripa di Meana (direttore Relazioni Esterne *Nestlé*) 33.000 firme, e si incontra per un dibattito a porte chiuse con i rappresentanti dell'*Associazione Italiana Produttori di Alimenti per l'Infanzia* per discutere il problema.
- 1996 Marzo. Una nuova risoluzione dell'Assemblea Mondiale della Sanità proibisce le sponsorizzazioni di convegni medici da parte di produttori di latte in polvere. *Save The Children*, organizzazione inglese per la cooperazione internazionale, denuncia la propaganda diretta e la donazione di campioni gratuiti nella provincia dello Yunnan (Cina). Il governo cinese adotta misure per impedire tali pratiche.
- 1996 Settembre. Il comune di Asti nega l'autorizzazione per la registrazione di una puntata di "L'albero azzurro" (trasmissione RAI per bambini) perché sponsorizzata da **Nestlé**.
- 1997 Gennaio. Un rapporto dell'*Interagency Group of Breastfeeding Monitoring*, che include 27 organizzazioni sanitarie e religiose come *Unicef* e *Save The Children*, denuncia le continue violazioni del Codice Internazionale da parte di molte multinazionali (**Nestlé** inclusa). Il rapporto è basato su una ricerca eseguita in Polonia, Bangladesh, Thailandia, Sud Africa.
- 1997 Maggio. Il comune di Roma, **Nestlé** e *CO-TRAL* (azienda di trasporto della capitale) stipulano un contratto della durata di 10 anni per la sponsorizzazione di mosaici che abbelliscano le fermate del metrò. *Rifondazione Comunista* e la *Rete Romana Consumo Critico* intraprendono una serie di iniziative per far rescindere il contratto.
- 1997 Agosto. I giovani che si sono recati a Parigi per partecipare alla 12ª Giornata Mondiale della Gioventù, al mattino si sono visti offrire un cestino da viaggio della **Nestlé**. Questo era il risultato di una sponsorizzazione richiesta dall'*Opera Romana Pellegrinaggi (ORP)*, che aveva fatto appello a varie imprese per poter mantenere "basso" il prezzo del viaggio. I sostenitori della *RIBN* sono stati invitati a scrivere a mons. Andreatta, direttore dell'*ORP*, per esprimere il proprio dissenso. Mons. Andreatta ha poi chiesto pubblicamente scusa.

- 1997 Negli Stati Uniti, la *Food and Drug Administration*, in relazione a casi di disturbi gastrointestinali, ritira 11.317 scatole di latte per il proseguimento *Carnation* della **Nestlé** a causa di adulterazione e produzione in condizioni antigieniche. Nel Regno Unito, il *Milumil* viene ritirato dalle vendite dopo essere stato collegato a un'infezione con salmonella.
- 1997 Luglio. **Nestlé**, che aveva messo in dubbio l'attendibilità dei dati di *Cracking the Code*, ha compiuto una frettolosa inversione di marcia per la paura di un biasimo del Sinodo della Chiesa d'Inghilterra: ha approvato la mozione presentata dalla dottoressa Christine Baxter, che chiedeva al Sinodo di prendere atto del rapporto *Cracking the Code* e chiedere a produttori e operatori sanitari di aderire al Codice. L'INBC ha allora rinnovato l'impegno di terminare il boicottaggio non appena i monitoraggi mostrino la conformità dell'azienda al Codice per un periodo di 18 mesi.
- 1998 Febbraio. Il *Crik* organizza un volantinaggio in occasione delle sfilate del carnevale di Fano sponsorizzato da **Nestlé** e querela il *Corriere Adriatico* per la definizione "ecoterroristi" per cui poi uscirà un articolo di rettifica e il *Corriere* sarà costretto a pagare le spese legali. In seguito si costituirà il *Gruppo Carnevale Etico* che organizzerà anche nel '99 e nel 2000 numerose manifestazioni per ottenere la cessazione di ogni collaborazione fra il comune di Fano e **Nestlé**.
- 1998 23 Febbraio. L'amministrazione provinciale di Ferrara aderisce alla campagna di pressione nei confronti di **Nestlé**, sospendendo ogni acquisto di prodotti **Nestlé** e delle ditte ad essa collegate.
- 1998 15 Aprile-15 Maggio. La casa editrice *EMI* invia una lettera aperta alla *Piemme*, che aveva organizzato l'iniziativa "Merenda gratis in libreria" (in cui venivano offerte gratuitamente merendine *Nesquik Stick* ai bambini) nella quale contesta sia l'iniziativa, sia la scelta dello sponsor. Numerose associazioni locali e nazionali sottoscrivono la lettera.
- 1998 1° Maggio. Il critico cinematografico Roberto Silvestri si dimette dall'organizzazione del *Torino Film Festival* (per il quale doveva curare una rassegna di film africani) per protestare contro l'istituzione del *Premio Nestlé*, illustrando le sue ragioni in un articolo su *il manifesto*. Altri giornali nazionali riprendono la notizia.
- 1998 7 Maggio. Il Comune di Roma approva la mozione presentata dalla *Rete Romana Consumo Critico* in cui si impegna a non accettare sponsorizzazioni da parte di compagnie produttrici di alimenti coperti dal Codice.
- 1998 15 Maggio. 2ª giornata italiana dedicata alla campagna. Consegna delle firme a **Nestlé** e iniziative di divulgazione in tutto il territorio nazionale.
- 1998 17 Maggio. La Giornata del Libro è quest'anno sponsorizzata da **Nestlé**, e molte librerie offrono *Nescafé* agli avventori. Numerosi intellettuali, fra cui il prosindaco di Mestre Gianfranco Bettin, Marco Paolini e Ivan Della Mea, sottoscrivono un appello di protesta riportato da vari giornali.
- 1998 9 Dicembre. La IBFAN vince il "*Right Livelihood Award*", conosciuto comunemente come il "*Nobel alternativo*", attribuito a coloro che offrono risposte pratiche ed esemplari ai problemi cruciali del mondo di oggi.
- 1998 Dicembre. In relazione all'episodio di avvelenamento di due panettoni *Motta* rivendicato dall'*ALF*, la *RIBN* emette un comunicato stampa in cui ribadisce quanto già espresso dal suo portavoce Adriano Cattaneo nel corso della trasmissione televisiva *Pinocchio* del 15 Dicembre 1998: esprime tutta la sua solidarietà ai lavoratori dello stabilimento *Motta* e condanna i metodi di lotta utilizzati da coloro che hanno perpetrato l'azione di avvelenamento dei panettoni. La *RIBN* combatte in favore della vita di milioni di bambini e della salute dei consumatori, non può pertanto appoggiare metodi di lotta che, seppure solo potenzialmente, mettono in pericolo la salute.
- 1999 Gennaio. La *Advertising Standards Authority* (ASA), ente pubblico preposto alla sorveglianza della pubblicità nel Regno Unito, dà ragione ad un reclamo della *Baby Milk Action* contro una pubblicità **Nestlé** apparsa sul giornale studentesco *Oxford Independent* nel 1996. **Nestlé** presenta appello contro la sentenza, che però viene respinto.
- 1999 8 febbraio. Grazie alla pressione del coordinamento salernitano, il festival del cinema per ragazzi di Giffoni Valle Piana non sarà più sponsorizzato da **Nestlé**.

- 1999 Marzo. In un documento redatto dalla società *Burson Marsteller Consultants*, si consiglia alle industrie partecipanti ad *EuropaBio* (organizzazione europea delle imprese biotecnologiche), tra cui **Nestlé**, di evitare l'argomento dei rischi per l'uomo e per l'ambiente connessi all'utilizzo di cibi geneticamente modificati. Anzi, si suggerisce alle stesse imprese di focalizzare le proprie campagne su "simboli che richiamano alla speranza, alla soddisfazione ed alla cura".
- 1999 Aprile. Il Partito dei LiberalDemocratici inglesi vota una risoluzione che prevede di sospendere l'acquisto di qualsiasi prodotto **Nestlé**, ed invita tutti gli aderenti al partito a fare altrettanto, fino a quando l'impresa non modificherà le proprie pratiche di commercializzazione del latte in polvere. Inoltre, i LibDem richiamano tutte le altre imprese produttrici ad un serio e rigoroso rispetto del Codice OMS.
- 1999 Giugno-Settembre. Sono segnalate violazioni del codice OMS-UNICEF in Argentina, dove **Nestlé** è accusata di fornire campioni gratuiti agli ospedali (a questo proposito è interessante notare che **Nestlé** si è resa disponibile ad interrompere le forniture, sempre che anche le altre aziende facciano lo stesso, il tutto a voler confermare ciò che la multinazionale ha sempre negato fino ad ora!). Altre violazioni sono segnalate in Spagna da parte della Wyeth.
- 1999 5 ottobre. I comportamenti scorretti di **Nestlé** sono denunciati nel programma TV "Mark Thomas Product" dell'emittente britannica Channel 4.
- 1999 Dicembre. Viene pubblicato *Milking Profits* (vedi "Il caso Pakistan")
- 2000 Gennaio. **Nestlé** presenta ufficialmente le proprie scuse al Governo Danese per aver affermato che questo aveva certificato il rispetto del Codice Internazionale da parte della compagnia, salvo poi essere smentita dalla dott.ssa Bent Koch, del Danish Veterinary and Food Administration.
- 2000 Marzo. L'Autorità Garante per la Concorrenza ed il Mercato condanna **Nestlé** ed altre cinque imprese per aver formato un cartello mirante al controllo dei prezzi di vendita del latte in polvere.
- 2000 Maggio. **Nestlé** è multata dal governo del Costa Rica per non aver accolto l'invito ad adeguare l'etichettatura dei propri prodotti alle leggi del paese.
- 2000 Giugno. Alla conferenza dell'*Organizzazione Internazionale per il Lavoro* di Ginevra, anche grazie alle pressioni esercitate da *IBFAN*, è riconosciuto a tutte le donne lavoratrici il diritto a 4 settimane in più di "licenza di maternità dopo il parto" per allattare.
- 2000 Settembre. Il direttore artistico del Festival cinematografico di Taormina, il regista Felice Laudadio, afferma che non consentirà che venga riconsiderata la multinazionale elvetica quale possibile sponsor di qualsiasi attività collegata al festival.
- 2000 Ottobre. Il Comune di Stockton-on-Tees, nel nord-est dell'Inghilterra, anche grazie al lavoro della Baby Milk Action, rifiuta un finanziamento **Nestlé**.
- 2000 Novembre. Una circolare firmata dal ministro della Sanità Veronesi stabilisce che sia impedita qualunque forma di promozione di latte artificiale nei reparti maternità degli ospedali e si specifica che le lettere di dimissioni non devono più prevedere lo spazio predefinito per la prescrizione del latte artificiale. Tale circolare è anche il risultato delle pressioni esercitate dalla RIBN.
- 2000 26 Novembre. La RIBN organizza una manifestazione di protesta in piazza San Pietro contro l'accordo stipulato da **Nestlé** per la ristorazione dei pellegrini del Giubileo. In precedenza la RIBN aveva inviato ai membri del Comitato Centrale del Grande Giubileo lettere di richiesta di cessazione di tale accordo.
- 2000 Dicembre. L'Unicef si oppone a **Nestlé** e **Wyeth**, che vogliono usare la scusa della possibile trasmissione dell'AIDS per inondare gli ospedali del Terzo Mondo di loro prodotti. La direttrice dell'Unicef afferma che questo "aprirebbe la strada a una penetrazione nel mercato con conseguenze gravissime".

Attualmente la campagna è diffusa in 20 nazioni: Australia, Bulgaria, Camerun, Canada, Finlandia, Filippine, Francia, Germania, Gran Bretagna, Irlanda, Isole Mauritius, Italia, Messico, Norvegia, Olanda, Spagna, Svezia, Svizzera, Turchia, USA.



## I VANTAGGI DELL'ALLATTAMENTO AL SENO



### Per il bambino

- soddisfa tutti i bisogni nutritivi fino al sesto mese di vita
- è facile da digerire
- fornisce l'acqua sufficiente, anche in paesi dove essa scarseggia
- si adatta al ritmo di crescita del bambino e favorisce una crescita ottimale
- previene la carenza di vitamina A e di altre vitamine
- fornisce difese contro le infezioni intestinali e respiratorie
- riduce il rischio di allergie respiratorie e della pelle
- evitando la tettarella, aiuta a prevenire la carie ed i difetti della dentizione
- diminuisce il rischio del diabete
- apporta nutrienti essenziali per lo sviluppo neurologico
- stimola un più equilibrato sviluppo psicologico
- favorisce la relazione affettiva con la madre.

### Per la madre

- stimola la contrazione dell'utero dopo il parto, riducendo il rischio di emorragie ed accelerandone il ritorno alle dimensioni normali
- ritarda l'ovulazione, aiutando a distanziare le nascite
- contribuisce a prevenire il cancro al seno e alle ovaie
- diminuisce il rischio di osteoporosi nella donna anziana
- aiuta la madre a recuperare la forma fisica
- è piacevole e dà serenità e tranquillità
- favorisce la relazione affettiva con il figlio o la figlia.

### Vantaggi generali

- è sempre pronto e disponibile (anche per bambini prematuri e gemelli: più latte viene succhiato, più ne viene prodotto)
- ha la giusta temperatura
- è gratuito
- è ecologico.

a cura della dottoressa Sofia Quintero Romero  
esperta sull'allattamento materno e la salute delle donne.

È possibile aderire alla Campagna Internazionale di boicottaggio

# guida pratica al boicottaggio

**I**l primo passo per aderire alla campagna di boicottaggio contro *Nestlé* è quello di impegnarsi a non comprare *Nescafé* e *Nesquik*. *Nescafé* è il prodotto simbolo della multinazionale e per questo è boicottato in tutto il mondo; *Nesquik* è stato scelto per la campagna italiana viste le scarse vendite del *Nescafé*.

Ogni persona poi, può impegnarsi a seconda della propria disponibilità e sensibilità:

- estendendo il boicottaggio ad amici, conoscenti ecc.;
- spedendo una lettera a *Nestlé* che esprima il vostro dissenso verso le strategie della multinazionale, fino a quando non si adegnerà al Codice Internazionale;
- firmando e facendo firmare la petizione nella quale si chiede che il Ministero della Sanità ed il Governo Italiano si adoperino affinché *Nestlé* e le altre compagnie produttrici di sostituti del latte materno operanti in Italia (*Abbott*, *Guigoz*, *Humana*, *Milte*, *Milupa*, *Nutricia*, *Wyeth*...) rispettino alla lettera e nello spirito il Codice Internazionale;
- boicottando anche gli altri prodotti che appartengono alla multinazionale;
- spedendo lettere di protesta ad enti, associazioni e giornali che si fanno sponsorizzare da *Nestlé* (chiederne una copia alla segreteria organizzativa RIBN);
- se siete un'associazione o un gruppo, promuovendo la campagna sul territorio, con volantinaggi, banchetti informativi, spettacoli di piazza, articoli su giornali e riviste ecc., nel rispetto della legge, e/o con il monitoraggio del rispetto del Codice; in questo può aiutarvi il materiale di supporto alla campagna;
- facendo una donazione alla RIBN, versando l'importo sul ccp n° 82336009 intestato a: Fucilli Roberta, via Carlo Dossi 35, 00137 Roma, specificando nella causale "boicottaggio Nestlé"
- associandosi alla RIBN, versando la quota di partecipazione sul ccp n° 82336009 intestato a: Fucilli Roberta, via Carlo Dossi 35, 00137 Roma, specificando nella causale "adesione RIBN".

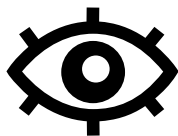
I singoli, le associazioni e i gruppi che sono interessati ad aderire al boicottaggio possono iscriversi alla RIBN, in modo da essere sempre aggiornati sugli sviluppi della campagna.

I gruppi che non vogliono aderire, ma che attuano il boicottaggio, sono comunque pregati di fornire il loro indirizzo alla segreteria.

L'adesione alla Rete è caratterizzata da quattro aspetti:

1. consenso politico alle finalità e agli strumenti propri della Campagna di boicottaggio;
2. apporto organizzativo, o semplice sostegno economico e consenso politico;
3. quota di adesione annuale (£. 10.000 per gli individui, £. 30.000 per le organizzazioni locali, £. 100.000 per quelle nazionali, regionali e le ong);
4. accettazione dello statuto.

**Per ulteriori informazioni, è possibile contattare i coordinatori locali RIBN  
(vedi indirizzi a pag. 30).**



### **Che cos'è la Rete Italiana Boicottaggio Nestlé**

La RIBN si è costituita per rispondere alla comune esigenza di dar peso e organizzazione al boicottaggio della *Nestlé* che, grazie all'opera di numerosi gruppi locali, era già diffuso sul territorio nazionale.

Lo scopo della RIBN può essere così sintetizzato:

- aumentare la pressione esercitata dalla Campagna Internazionale sulla Nestlé, affinché quest'ultima si adegui al Codice Internazionale OMS/UNICEF sulla commercializzazione dei sucedanei del latte materno;
- razionalizzare le risorse disponibili per il boicottaggio;
- favorire la comunicazione tra i gruppi interessati;
- offrire servizi utili a tutti;
- promuovere e divulgare l'iniziativa sul territorio nazionale;
- tenere i rapporti con la Campagna Internazionale.

Il portavoce della RIBN è il dott. Adriano Cattaneo, consulente dell'Unità per la Ricerca sui Servizi Sanitari e la Cooperazione Internazionale, rintracciabile presso

Istituto per l'Infanzia "Burlo Garofolo",  
via dell'Istria 65/1 • 34137 Trieste  
tel. 040.3785236 • fax 040.3785402  
e-mail [cattaneo@burlo.trieste.it](mailto:cattaneo@burlo.trieste.it)

La segreteria è presso

Casale Podere Rosa,  
via Diego Fabbri • 00137 Roma  
tel. 06.8271545 • fax 06.8270876  
e-mail [ribn@yahoo.com](mailto:ribn@yahoo.com)

**R**iteniamo importante portare a conoscenza di tutti coloro che si fanno promotori della campagna di boicottaggio della Nestlé le conseguenze giuridiche a cui possono eventualmente andare incontro. Fino ad oggi nessun organismo della campagna, sia a livello locale che nazionale, ha mai avuto problemi di questo genere, intendendo con ciò denunce scritte, esposti ecc. Vi sono stati, in alcuni casi, episodi di minacce in questo senso, mai tradottisi in denunce o esposti alla magistratura. In questi frangenti l'indicazione che diamo è quella di chiedere ai nostri interlocutori (Nestlé stessa, attraverso le sue varie articolazioni periferiche, ma anche associazioni di commercianti, sindacati di categoria ecc.) di mettere per iscritto le loro obiezioni e denunce, in modo da potersi difendere e dimostrare, anche eventualmente nei tribunali, la fondatezza della nostra iniziativa.

Come si vedrà dalla lettura di queste brevi note, sulla materia la giurisprudenza non è ampia, per cui non possono darsi certezze assolute.

Comunque la RIBN garantisce, anche da questo punto di vista, l'assistenza sia legale che politica, garantendo la veridicità di tutte le affermazioni contenute in questa guida. Invitiamo dunque coloro che possono avere problemi in questo senso a segnalarcelo.

### Aspetti penali

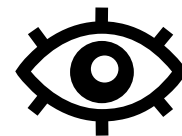
L'art. 507 del Codice penale recita: *“Chiunque (...) mediante propaganda o valendosi della forza ed autorità di partiti, leghe ed associazioni, induce una o più persone a non stipulare patti di lavoro o a non somministrare materie o strumenti necessari al lavoro, ovvero a non acquistare gli altrui prodotti agricoli o industriali, è punito con la reclusione fino a tre anni”*. La condotta diventa penalmente rilevante solamente se si usi la propaganda o ci si avvalga dell'autorità e della forza di partiti, leghe o associazioni nei confronti di una o più persone. Si ritiene comunque che non divenga reato la propaganda negativa (qual è quella messa in atto dalla nostra campagna), promossa dalle associazioni dei consumatori, quando è finalizzata allo scopo di mettere in guardia i consumatori stessi dagli svantaggi di un prezzo eccessivo o di una scadente qualità o da conseguenze dannose.

È il caso previsto dall'art. 52 del Codice Penale per cui *“...non è punibile chi ha commesso il fatto per esservi stato costretto dalla necessità di difendere un diritto proprio od altrui contro il pericolo di un'offesa ingiusta, sempre che la difesa sia proporzionata all'offesa”*.

La Corte Costituzionale, con la sentenza n° 84/69 ha inoltre stabilito che l'art. 507 del CP che stiamo esaminando, deve essere applicato solamente quando la propaganda investe l'ipotesi che assumano *“dimensioni tali (...) da risultare veramente notevole”*. Altrimenti si finirebbe, infatti, con il punire la propaganda dei propri pensieri e opinioni, in palese contrasto con la libertà di pensiero tutelata dall'art. 21 della Costituzione. La sentenza citata comunque riguardava il caso di un boicottaggio promosso da un singolo soggetto. Per quanto riguarda la promozione del boicottaggio promossa da partiti, leghe, associazioni, l'interpretazione da dare all'articolo che stiamo esaminando è quella di ritenere possibile il reato quando *“...l'entità risultante dall'associazione di più persone (...) sia dotata di peso, effettivo o prospettato, rilevante”*.

Inoltre poiché l'interesse tutelato dall'articolo in questione è quello dell'economia nazionale, il boicottato deve rappresentare una forza produttiva della nazione. Deve dunque svolgere la sua attività, anche se straniero, nel territorio dello Stato o comunque a favore della produzione italiana. Non dovrebbe essere il caso della Nestlé anche se ciò dipende dalle partecipazioni azionarie del momento.

[fonte: *Conseguenze penali e civili in Italia del boicottaggio*, ricerca dell'avv. S. Canestrini e dott. L. Corsi]



Per essere punibile, il boicottaggio deve essere commesso per i seguenti scopi: contrattuale, politico, solidarietà e protesta, coazione sull'Autorità (artt. 502, 503, 504, 505 del CP).

**Fine politico:** il fine politico deve essere lo scopo essenziale della campagna. La Corte Costituzionale con la sentenza n° 290/74 ha ridotto la portata della norma per cui ormai si ritiene punibile solo quel boicottaggio il cui fine è quello di *“...sovvertire la Costituzione o volto ad ostacolare l'esercizio della sovranità popolare”*.

**Fine di solidarietà e protesta:** è il caso del boicottaggio promosso esclusivamente come manifestazione ideologica di principio contro provvedimenti o fatti che riguardano altri datori di lavoro o lavoratori. Anche in questo caso, dato che, con sentenza n° 123/1962, la Corte Costituzionale ha escluso l'illegittimità dello sciopero compiuto in solidarietà con altri lavoratori, anche la norma sul boicottaggio dovrebbe avere analogo ridimensionamento, non essendoci comunque precedenti. Si ricordi ad ogni buon conto che il boicottaggio è legittimo *“quando si tratta di boicottare produttori o commercianti perché usano sistemi riprovevoli o perché i loro prodotti sono nocivi, ovvero perché la loro attività è altrimenti contraria agli interessi politici, morali ed economici della nazione”*.

### Aspetti civili

L'art. 2598 del Codice Civile e seguenti puniscono la concorrenza sleale definendola come quell'insieme di atti per cui vengono diffuse *“...notizie e apprezzamenti sui prodotti e sull'attività di un concorrente, idonei a determinarne il discredito”*. Il comportamento delle associazioni boicottanti da questo punto di vista rientra nella casistica, anche se le notizie da noi diffuse sono vere. È però elemento indispensabile che chi promuove il boicottaggio sia un imprenditore impegnato in un settore effettivamente in concorrenza. Qualcuno ha comunque avanzato l'ipotesi che si possa chiedere il risarcimento anche nei confronti di non imprenditori. Riteniamo che si debba escludere questa possibilità in quanto all'interesse dell'imprenditore, si contrappone l'interesse, tutelato dalla Costituzione, della collettività a che gli imprenditori non violino il diritto alla vita e alla salute dei destinatari dei loro prodotti. D'altra parte le attività delle associazioni promotrici del boicottaggio sono comunque una manifestazione della fondamentale libertà di pensiero e opinione.



## Coordinatori Locali RIBN

### Emilia-Romagna

- **Associazione Ferrara-Terzo Mondo**  
corso Porta Po, 72/a • 44100 Ferrara  
tel. 0532.205472  
e-mail: assfetm@net.it  
*Referente: Cinzia Rossi*
- **Gruppo Mani Tese Faenza**  
via Giangrandi, 2 – 48018 Faenza (RA)  
tel. 0546.24975  
e-mail ausvelli@racine.ra.it  
*Referente: Enrico Usvelli*

### Liguria

- **Comitato Amazonia Madre Terra**  
c/o Giorgio Pocchiola  
via alla Cappelletta, 2 • 16025 Rondanina (GE)  
tel. 010.95753  
*Referente: Giorgio Pocchiola*
- **Susanna Bernoldi**  
via Baitè, 103 – 18100 Imperia  
tel. 0183.272737  
e-mail: sbermol@tin.it

### Lombardia

- **Gruppo Boycott!**  
c/o Coop. Il Seme  
via Bonomelli, 9 • 24128 Bergamo  
e-mail: seme@spm.it, gaiax@tiscalinet.it,  
caterina75@katamail.com  
*Referenti: Caterina e Gaia Caroli*

### Marche

- **Crik**  
c/o Luca Ardenghi  
via I maggio, 88 • 61032 Fano (PS)  
e-mail: lucarde@gostec.net
- **AGESCI Vadese**  
via S. Bernardino, 29 • 61048 Sant'Angelo in Vado (PS)  
tel. 0722.88112  
e-mail: peppedini@libero.it  
*Referente: Giuseppe Dini*

### Piemonte

- **MIR - Movimento Nonviolento**  
c/o Paolo Macina,  
via Locana 15 • 10143 Torino,  
tel. 011.740985  
e-mail: milly\_paolo@hotmail.com
- **Associazione Tse'daqua**  
corso IV novembre, 3 • 12042 Bra (CN)  
tel. 0172.413257  
e-mail: tseadaqua@tin.it  
*Referente: Luca Gioelli*

### Puglia

- **Il Paese del Sole**  
via Custoza, 20 • 72017 Ostuni (BR)  
tel. 0831.301951  
e-mail: paesedelsole@pugliaonline.it  
claudiofrancioso@yahoo.it  
*Referente: Claudio Francioso*

### Toscana

- **Comitato Boicottaggio Nestlé**  
c/o Elisa Giovannetti  
via Battisti, 31 • 56125 Pisa  
e-mail: elisagio@tiscalinet.it  
fabrizio.ge@tiscalinet.it  
*Referenti: Elisa Giovannetti,  
Fabrizio Gennari*

### Veneto

- **Associazione Sarvodaya**  
via Montesanto • 33072 Casarsa (PN)  
tel. 0434.870439 (Jessica Botti)  
0434.869426 (Paul Bertolin)  
e-mail: zangio@hypo.net  
*Referente: Jessica Botti*
- **Paolo Franco**  
via Vigonovese, 61 • 35127 Padova  
e-mail: frnpaifo@box.tin.it

### Indirizzi Internazionali

- **International Nestlé Boycott Committee (INBC) Secretariat** c/o *Baby Milk Action*  
23 St. Andrew's Street, Cambridge CB2 3AX, Regno Unito  
<http://www.babymilkaction.org>
- **IBFAN** c/o *GIFA*  
BP157, 1211 Genève 19, Svizzera, tel +41 22 798 9164, fax +41 22 798 4443  
<http://www.ibfan.org>

## Bibliografia



### 1,5 milioni di bambini muoiono ogni anno perché non vengono allattati al seno

- UNICEF/WHO, *Press Release*, Feb. 1993.
- *Global data bank on breastfeeding*, OMS 1996
- *Infant and Young Child Nutrition EB93/17*, WHO, Geneva, 1993.
- *Risoluzione 34.22 dell'Assemblea Mondiale della Sanità*.

### Latte per il proseguimento/6 mesi

- *Codex alimentarius*, FAO, 1989.

### Le promesse della Nestlé

- *Nestlé statement of understanding*, 01/24/84.
- *Nestlé Charter*, 1997
- *Nestlé's implementation of the WHO code (1999)*

### Violazioni del Codice Internazionale:

- Yamey G., *Nestlé accused of breaking international code*, British Medical Journal 320: 468, 2000.
- *Breaking the rules*, IBFAN/IOCU, 1998.
- Taylor A., *Violations of the international code of marketing of breast milk substitutes: prevalence in four countries*, British Medical Journal 316: 1117-1122, 1998.
- *Cracking the Code*, IGBM, 1997.
- *State of Code by company*, IBFAN/IOCU, 1994.
- *State of Code by country*, IBFAN/IOCU, 1994.
- *Results from survey for this publication*, IBFAN Correspondence 1991-1994.
- *Nestlé's Dec. 1990 Policy Statement*.
- *Don't judge a book by its cover*, IBFAN, 1999.

### Il Codice Internazionale di Marketing dei sostituti al latte materno

- UNICEF/WHO 1981.

### La risoluzione dell'Assemblea Mondiale della Sanità

- 39.28, 1986.

### Salute e allattamento al seno

- Howie P. et al., *Protective effect of breastfeeding against infection*, British Medical Journal, 300: 11-16, 1990.
- Wright A. et al., *Breastfeeding and lower respiratory tract illness in the first year of life*, British Medical Journal, 299: 946-9, 1989.
- Saarinen, U.M. Kajosaari, *Breastfeeding as prophylaxis against atopic disease: prospective follow-up and study until 17 years old*, Lancet, 346: 1065-1069, 1995.
- Lucas A., *Breastmilk and subsequent intelligence quotient in children born pre-term*, Lancet, 339:261-264, 1989.

- Akre J. (Ed), *Infant Feeding the physiological basis*, Bulletin of the World Health Organisation, 67 (supplementary): 19-40, 1989.
- Newcomb et al., *Lactation and a reduced risk of pre-menopausal breast cancer*, New England Journal of medicine, 330:81-87, 1994.
- Gwinn M. et al., *Pregnancy, Breastfeeding and oral contraceptive use and the risk epithelial ovarian cancer*, Journal of Clinical Epidemiology, 43:559-68, 1990.
- Ramos R. et al., *Effectiveness of lactation amenorrhea in prevention of pregnancy in Manila, the Philippines: non-comparative prospective trial*, British Medical Journal, 313: 909-912, 1996.
- Howie P., *Breastfeeding: a natural method for child spacing*, American Journal of Obstetrics & Gynaecology, 165: 1990, 1991.
- Latham, M.C. (1999), *Breast feeding reduces morbidity*, British Medical Journal 318:1303-1304

### Morti in culla

- Bartolomew and Macarthur, *Comparison of infants dying from sudden infant death syndrome with matched live controls*, Social Science and Medicine, 27 (4), 393-397, 1988.

### Bambini prematuri e allattamento

- *Lucas and Cole*, Lancet, 336, 1519, 1991.

### Madri malnutrite

- Lancet, 337, 703, 1991.
- Savage, F, *The problem of malnourished*, IBFAN, Africa News, Sept. 1987.

### L'acqua nei paesi a clima caldo

- Amroth S., *Water requirements of breastfed infants in a hot climate*, Am. J. Clim. Nutr., 1154-1157, 1978.
- Amroth S., and Bidinger T., *No need for water supplementation for exclusively breastfed infants under hot and arid conditions*, Transactions of the Royal Society of Tropical Medicine and Hygiene, 84: 602-604, 1980.

### Baby Friendly Hospital Initiative

- UNICEF. *Breastfeeding, management and promotion in a baby friendly hospital: an 18-hour course for maternity staff*. UNICEF, New York, 1993.

### Allattamento al seno e fertilità

- *The prevalence and duration of breastfeeding*, 1980, WHO.

### L'allattamento al seno

#### Protezione, incoraggiamento e sostegno

- *Dichiarazione congiunta OMS/UNICEF*, 1991.

## Materiale di supporto

- volantino
- guida al boicottaggio in forma cartacea
- manifesto 70x100 in quadricromia
- maglietta a colori
- videocassetta VHS “*Conseguenze dell’uso del latte in polvere nei paesi in via di sviluppo*”
- adesivo in carta
- lettere-tipo per la Nestlé italiana e per la sede centrale
- lettera-tipo per associazioni, enti e giornali sponsorizzati dalla Nestlé
- lettera-tipo per la sede centrale della Nestlé, rivolta ai pediatri che aderiscono alla campagna
- *Cracking the Code* (il Codice infranto) tradotto in italiano: risultati di un monitoraggio effettuato dall’IGBM, gruppo di 27 organizzazioni indipendenti
- moduli e istruzioni per il monitoraggio del Codice Internazionale
- risposte ufficiali della Nestlé e loro commento.

Questo materiale può essere richiesto alla segreteria RIBN.

Per ulteriori informazioni:

**Rete Italiana Boicottaggio Nestlé**

c/o Casale Podere Rosa

via Diego Fabbri • 00137 Roma

tel. 06.8271545 - fax 06.8270876

ribn@yahoo.com

Questo dossier è disponibile anche su Internet all’indirizzo  
<http://www.citinv.it/associazioni/RIBN/dossier>

- Idea originale: Comitato boicottaggio Nestlé di Pisa
- Testi: Riccardo Apreda, Antonio Ferazzoli, Fabrizio Gennari, Elisa Giovannetti, Anna Mellini, e Marco Tarini (*Comitato boicottaggio Nestlé di Pisa*); Caterina Caroli, Aronne Galimberti, Matteo Piantoni, Davide Rasella, e Pietro Vertova (*Comitato boicottaggio Nestlé di Bergamo*)
- Hanno collaborato: Sofia Quintero (*comitato scientifico RIBN*) per gli aspetti medici, Luca Chiarei (*Movimento Nonviolento*) per gli aspetti legali.
- Supervisione: Comitato Esecutivo RIBN.
- Progetto grafico: Andrea Rosellini.

La fotografia a pag. 26 è tratta dal *Calendario IBFAN*, 2001.

La vignetta in 4ª di copertina, di Milo Manara, è tratta da *Il Mago*, n° 83, anno VIII, febbraio 1979.