



I CIBI FUNZIONALI HANNO UN GRANDE FUTURO. SE EVOLVE E CRESCE LA NOSTRA CULTURA NUTRIZIONALE

Ne parliamo con Alberto Bresci, Marketing Director di Abiogen Pharma.

I cibi funzionali stanno emergendo in tutte le categorie alimentari promettendo alle persone un maggiore senso di benessere e controllo sulla propria salute, secondo lei in futuro la spesa farmaceutica media diminuirà grazie a questo fenomeno?

La spesa farmaceutica in un Paese come l'Italia dove la popolazione anziana è costantemente in aumento non calerà molto facilmente. Gli enti regolatori possono però generare risparmi e razionalizzazioni di spesa, anche importanti, con un approccio più integrato soprattutto in chiave di prevenzione. Troppo spesso infatti a livello delle politiche sanitarie si resta prigionieri di un sistema con responsabilità "a silos" per quanto riguarda spesa farmaceutica, ricoveri, interventi chirurgici, ecc. In realtà tutto andrebbe visto "olisticamente", nel suo complesso. Io credo che una spesa farmaceutica oculata, se ben articolata, sia una barriera importante per spese ancora maggiori quali ad esempio i ricoveri



Alberto Bresci

Ha lavorato in Abiogen Pharma sin dalla fondazione dell'azienda, nel 1997, ricoprendo vari incarichi in area commerciale, Business Development e Pianificazione strategica. Dal 2015 riveste il ruolo di Direttore Marketing.

ospedalieri o il ricorso a interventi da protesi che possono essere evitati con un'adeguata prevenzione delle varie patologie. Una prevenzione che si fa anche a tavola, con una nutrizione razionale e attraverso un utilizzo intelligente di functional food. Sul valore della nutrizione nella prevenzione di molte malattie e sul ruolo importante che possono avere i functional food io credo si debba investire molto in cultura e aumento della consapevolezza, anche degli specialisti, dei medici di medicina generale e dei pediatri.

Questo processo aumenterà la consapevolezza sulle proprietà di determinati alimenti e cambierà il modo di nutrirsi delle persone o emergeranno solo quei prodotti che riusciranno a diventare "di moda"?

La mia opinione è personale, però credo che difficilmente possiamo immaginare una presa di coscienza di massa da parte della popolazione sull'importanza di una nutrizione ragionata e bilanciata senza forti interventi di education che veda in prima fila la scuola. È ovvio che un alimento nuovo, ben progettato, disegnato e comunicato, possa distinguersi e guadagnare credito nel mercato, ma quello che conta, più che la vigilanza, è un atteggiamento di forte responsabilità del settore pubblico in ambito education.

Posso fare un esempio: Abiogen è leader di mercato nell'ambito della correzione delle forme di ipovitaminosi D, con una Vitamina D rimborsabile dal SSN; prodotto tra i più prescritti nel mercato farmaceutico, quindi parlo di una supplementazione che conosciamo bene. In molti Paesi del nord Europa, la vitamina D è prevalentemente integrata negli alimenti, in Norvegia ad esempio il governo ha richiesto alle aziende del comparto food di mettere sul mercato prodotti di questo tipo.

In Italia non è stata fatta una scelta del genere e come cittadini dovremmo fare una maggiore attenzione a quelli che potrebbero essere i deficit, come quello della vitamina D, che impattano a livello trasversale in moltissime patologie, aggravandole. L'intervento pubblico sarebbe opportuno e necessario perché è molto difficile che le aziende possano fare da sole operazioni di questa portata. Occorre una regia, occorre una strategia, occorre una maggiore attenzione a livello di politica sanitaria nazionale.

Ma non corriamo il rischio, in questo vuoto di politiche di education, che senza troppi scrupoli l'industria alimentare continui ad inventare alimenti "con" o alimenti "senza" e a metterli sul mercato creando miti, false credenze, consumi senza evidenze scientifiche sottostanti?

Abbiamo visto un'esplosione di acque con tutte le virtù o gli additivi possibile e la stessa cosa potrebbe succedere per il latte. Abbiamo visto cosa è successo negli yogurt quando hanno iniziato a inserire fermenti attivi.

A proposito delle acque, la maggior parte dei claim che emergono nelle varie pubblicità parlano di calcio e di salute delle ossa. Ma è bene ricordare che l'osteoporosi, tra le patologie legate alle ossa, è una patologia sociale cronica che i medici di medicina generale sottostimano.

L'osteoporosi si "manifesta" in modo conclamato a seguito di una frattura, ma questa patologia esisteva anche prima e avrebbe potuto essere curata prima. Si arriva al paradosso che anche in presenza di una frattura da fragilità, non si proceda con interventi terapeutici per prevenire una seconda frattura che, in caso di femore per persone anziane, può essere addirittura fatale; sarebbe come se dopo un infarto, ad esempio, un medico non impostasse una terapia adeguata.

Siamo veramente a un paradosso in cui possono essere le scelte di marketing delle aziende, quella delle acque per esempio, a determinare attenzione e consapevolezza delle persone su patologie importanti, magari nascoste, ma a larga diffusione.

Però io credo che su certe tematiche e territori, e quello dell'alimentazione è uno dei più importanti, ci debba essere una politica sanitaria e di profilassi molto attenta. Pensiamo ad esempio al tema dell'obesità. Durante la pandemia in Italia si è mangiato di più e peggio e il lockdown ha portato un aumento medio di peso per persona intorno al 10%.

Faccio un altro esempio. In passato abbia-

Siamo veramente a un paradosso in cui possono essere le scelte di marketing delle aziende, quella delle acque per esempio, a determinare attenzione e consapevolezza delle persone su patologie importanti.

mo assistito al boom dei prodotti naturali che andavano a diminuire i livelli e l'impatto del colesterolo. Questo è un mercato che si è aggiunto a quello del farmaco e in questo caso l'integratore si è giustapposto, non si è contrapposto. È diventato un mercato parimenti importante ma il mercato degli anti-colesterolemici farmaceutici non ha perso una prescrizione. Il problema è che questa volontà di tenere sotto controllo il colesterolo era più dovuta alla volontà "di mangiare quel che mi pare" senza conseguenze, più che a una diffusa consapevolezza sull'impatto che il colesterolo ha sulla salute.

Come si possono valorizzare allora e proprietà terapeutiche di un alimento per i consumatori e per il mercato?

Andrebbe fatto un grosso lavoro a livello educativo, di prevenzione e di sensibilizzazione da parte del medico di medicina generale, che è tramite fondamentale tra la scienza e le persone e più di ogni altro è in grado di alzare barriere contro l'aggravarsi di una patologia. Le aziende lo fanno e si occupano di questo, ma occorrono programmi a livello associativo, parlo delle società dei medici generici, dalla SIMG alla FIMMG, in particolare per le nuove generazioni di medici di medicina generale. Programmi che su temi come quello dei functional food diffondano conoscenze e accrescano la capacità di utilizzare quelli più adeguati.

Le nuove generazioni si stanno dimostrando più attente alla qualità dell'alimentazione, ad esempio riducendo molto il consumo di carne. Pensa che siano anche più portate ad essere all'avanguardia nell'utilizzo di integratori e cibi funzionali?

Occorre avere le conoscenze, occorre avere la consapevolezza, e probabilmente le nuove generazioni, che hanno visto ciò che noi anziani abbiamo sbagliato in termini di stile di vita, sono culturalmente in grado di essere più attente. Torneo all'esempio delle patologie osteoarticolari che colpiscono in particolare le donne. Noi sappiamo con certezza che la massa ossea si costruisce fino all'età di 20-21 anni; da lì cominciano a "consumare" osso, a spendere, come se tu avessi un libretto degli assegni e ogni giorno ne staccassi uno. Quindi è bene per tutti utilizzare latte, formaggi, acque particolari e un'alimentazione che apporiti il corretto fabbisogno di calcio. Sono cose che adesso cominciano ad essere conosciute da tutti e non c'è giornale in cui non si parli di questi temi. Ma siamo ancora lontani da una forte e diffusa consapevolezza che deve arrivare dalle istituzioni perché altrimenti rischiamo che una corretta alimentazione e la sua integrazione con i cibi funzionali sia accessibile solo a un'élite di persone.

Il legame tra alimentazione, benessere fisico e benessere psicologico oggi è più evidente che mai, partendo da questa intersezione che sentieri sono possibili nel mercato secondo lei?

La nutraceutica è un campo libero in cui si può crescere, ci sono buoni indicatori di crescita per cui presto o tardi mi aspetto che molte aziende andranno a scoprire per diverse patologie gli alimenti o functional food che possono aiutare a prevenirle. E aggiungo un'altra classe di prodotti

su cui anche noi stiamo lavorando, quella degli *alimenti a fini medici speciali*. Sono prodotti e alimenti che aiutano i pazienti a convivere con una data patologia, apportando elementi che spesso con la dieta si fatica ad assumere. Ad esempio un paziente affetto da sarcopenia, una forma di debolezza muscolare per cui oggi non esistono farmaci specifici, già oggi può beneficiare di questo approccio più integrato. Questi prodotti sono disponibili solo in farmacia, non in GDO, e possono essere prescritti dal medico ed essere disponibili anche disidratati, una forma farmaceutica molto pratica per tutti. Altri esempi si trovano in ambito di nutrizione per pazienti affetti da patologie tumorali.

Uscendo dalle patologie più rare e più gravi, ma pensando a patologie più diffuse come ad esempio problematiche di tiroide o di colesterolo, possiamo pensare che in futuro, una volta fatto un check up e individuata la mia patologia io possa avere un piano alimentare e con integratori specifico per me?

Bisogna distinguere tra chi ha una patologia conclamata e chi ha una tendenza ad averla. Ad esempio, c'è una differenza tra osteopenia e osteoporosi, ovvero se una persona sana dimostra di avere una tendenza a perdere osso ma non ha una patologia, l'approccio con functional food o cibi a fini medici speciali o con una dieta bilanciata con prodotti specifici, sicuramente prolunga il periodo di osteopenia, con fondate speranze di non incorrere in forme di osteoporosi severa.

Sono invece molto scettico nell'ambito della patologia, perché se propongo delle alternative ai farmaci, sono necessarie evidenze cliniche: se mi dici che mi risolvi un problema io voglio vedere come lo fai, che studi ci sono, se ha un'evidenza scientifica alla base.

Il rischio è che si crei un'area grigia con un mercato non regolamentato?

Assolutamente sì, in Italia abbiamo una legislazione che impedisce di utilizzare claim riferiti alla salute quando non ci sono evidenze scientifiche probanti. Però sappiamo bene che oggi i sistemi di pressione commerciale e la comunicazione di marketing generano "interpretazioni allargate" di questi claim, magari dovute ad un bravo influencer non necessariamente in malafede, ma semplicemente inconsapevole di quello che sta dicendo e facendo.

Le aziende importanti hanno dei codici che impediscono di entrare in modo subdolo in territori di inappropriata. Ma vedo arrivare continuamente nuovi prodotti da piccole e medie aziende che vantano proprietà importanti, magari non direttamente sulla confezione, ma negli editoriali a pagamento, nelle interviste che accompagnano i lanci di prodotto, sui social. Basterebbe ricordare il furore mediatico che ha determinato la crescita del consumo di bacche di goji per capire quanta permeabilità ci sia nel mercato. In alcuni casi si formano addirittura gruppi di opinione e crociate, come sta succedendo con l'ivermectina, noto antiparassitario, per il Covid. È un prodotto che non ha dimostrato nessun vantaggio, né evidenza clinica seria che ne sostenga i benefici. Ma chi lo promuove, e non sono persone di basso livello culturale, reagisce con rabbia ogni volta che la questione dell'assenza di evidenze scientifiche viene sollevata.

Oggi siamo in grado di creare eserciti e "contraddittori pseudoscientifici" su praticamente tutto. E questo è francamente spaventoso.



Una nota finale di ottimismo?

Ci sono indubbiamente delle novità straordinarie, i probiotici per esempio che oggi permettono di lavorare sul microbiota con evidenze chiare e su problematiche in cui i farmaci possono intervenire molto relativamente. Oggi stiamo misurando un impatto positivo dei probiotici nella prevenzione di molte patologie e quindi, a mio avviso, aumentare la cultura sui probiotici, attraverso studi e indagini cliniche, è fondamentale.