

7 cose che le aziende alimentari non fanno sapere

Autore: Claudia Scorza

Data: 29 Luglio 2014

1. I cibi confezionati creano dipendenza

I **cibi confezionati possono creare dipendenza** poichè i processi industriali modificano o eliminano importanti componenti usati come ingredienti degli alimenti stessi, quali acqua, fibre e sostanze nutritive. Tali modificazioni cambiano anche il modo in cui il nostro organismo li digerisce e li assimila, dal momento che i **cibi di produzione industriale** stimolano la fabbricazione di dopamina, un neurotrasmettitore endogeno che ci fa avvertire la sensazione di benessere soltanto quando introduciamo i cibi confezionati nel nostro organismo. Questo **continuo desiderio di cibo** può arrivare a creare una vera e propria dipendenza.

2. Rischio obesità

Negli ultimi anni il **rischio dell'obesità**, del diabete e di altri **disturbi legati al regime alimentare** è notevolmente aumentato. I cibi industriali, ricchi di **conservanti e additivi**, sembrano collegati all'insorgere dell'obesità. Tra gli additivi troviamo il **glutammato monosodico**, lo sciroppo di glucosio-fruttosio e i **dolcificanti artificiali**. Inoltre i carboidrati raffinati che troviamo in alcuni prodotti destinati spesso ai bambini, come le merendine confezionate, possono provocare un **aumento della glicemia** con una conseguente facilitazione dell'obesità, soprattutto se parliamo di [sovrappeso infantile](#).

3. Scompenso della flora intestinale

I cibi industriali distruggono l'equilibrio del nostro **ecosistema intestinale**, compromettendo il corretto funzionamento della **flora intestinale** e provocando **problemi digestivi** e di appetito improvviso, fino ad arrivare all'insorgere di malattie croniche.

4. Ci nutriamo di fretta e più voracemente

I **cibi industriali confezionati** spingono le persone a **consumare alimenti di fretta** e con più voracità, proprio per la caratteristica intrinseca di consumo facile e rapido che questi cibi possiedono, subito pronti per l'uso. Questo genere di abitudine spinge a consumare i cibi di corsa, senza una reale pausa, provocando nell'organismo la tendenza a mangiare di più e ad **accumulare peso**, per via della **sensazione di essere sempre affamati**.

5. Etichette fuorvianti e ingredienti nascosti

Le diciture “naturale”, “light”, “senza zucchero” e così via, spesso non corrispondono a verità o non sono sufficienti per considerare quell'alimento salutare. Per questo è fondamentale non soffermarsi solo sulle scritte in evidenza ma perdere qualche secondo per leggere tutti gli ingredienti che compongono gli alimenti. Ad esempio, i prodotti light sono spesso ricchi di sostanze artificiali, come conservanti e [dolcificanti sintetici](#) che possono avere controindicazioni. Anche i prodotti che vengono definiti “arricchiti” in realtà, nella maggior parte dei casi, sono alimenti elaborati in cui vitamine e minerali sono stati aggiunti al cibo, ma di solito solo dopo che sono stati rimossi e reintrodotti in quantità inferiori. Infine, la dicitura sulle confezioni “prodotto naturale” è da considerarsi priva di fondamento in quanto non rispetta le caratteristiche indicate dal Ministero della Salute che concepisce un alimento naturale solo quello privo di coloranti e conservanti.

6. Date di scadenza relative e non tassative

La **data di scadenza indicata sui prodotti** è spesso un indicatore non molto valido per stabilire la qualità e il buono stato dell'alimento. Questo avviene perchè le materie prima che li compongono sono talmente trattate industrialmente da avere una scadenza più lunga di quella riportata sulla confezione. Alcuni prodotti, se ben conservati in condizioni ambientali ottimali e quindi tenuti lontano da luce e fonti di calore, hanno una scadenza che supera nettamente di mesi e anni quella indicata sulla confezione e possono quindi essere consumati più in là nel tempo, evitando [sprechi inutili](#).

7. Le aziende alimentari comunicano strategicamente con i bambini

Un target sempre più di riferimento e molto promettente per le aziende alimentari è quello dei bambini. La *Federal Trade Commission* negli USA ha dichiarato che nel 2012 le aziende del settore alimentare, soprattutto quelle che [producono snack](#), hanno investito circa un miliardo di dollari nel marketing di prodotto rivolto a bambini fra i 2 e gli 11 anni. Tali investimenti sono stati registrati soprattutto per prodotti come bevande gassate, cereali e fast food. Alcuni studi scientifici hanno dimostrato che i bambini che passano molto tempo davanti alla tv sono propensi a mangiare più caramelle e a mangiare cibi da fast food.

Riferimento articolo: <https://www.donnaclick.it/salute-donna/7-cose-che-le-aziende-alimentari-non-fanno-sapere/>

Generato il 23/04/2025