

## Siamo quello che mangiamo Dieta Tisanoreica: tra dubbi scientifici e conflitti di interesse

Author : Daniela Troiani

Date : 26 luglio 2014



*Dalla collaborazione con Assofarm al sostegno all'osservatorio di Codacons, tutti i dubbi della Dieta Tisanoreica*

Nel novembre 2011 sul quotidiano La Repubblica è apparsa un'inserzione pubblicitaria dove si reclamizzava la collaborazione tra Assofarm – l'associazione delle farmacie comunali – e la Dieta Tisanoreica, con lo slogan "Insieme nella lotta all'obesità mediante la vendita qualificata dei prodotti Tisanoreica".

*Il fatto alimentare* ha portato la pagina all'attenzione della FeSIN, la federazione delle Società di nutrizione italiane e ha richiamato l'attenzione della FeSin sul messaggio pubblicitario che coinvolge farmacisti, medici e pediatri.

La pubblicità propone la Dieta Tisanoreica come soluzione "scientificamente fondata" per recuperare la "buona salute" curando obesità e sovrappeso – che, non dimentichiamolo, non sono problemi estetici ma sono stati definiti dall'OMS patologie o epidemie, alla stregua quindi del diabete, del rischio cardiovascolare o di altre malattie.

Siamo di fronte a una dieta dichiaratamente sbilanciata pensata "con lo scopo di mandare in tilt l'organismo". Secondo Altroconsumo questa definizione è stata data dallo stesso Gianluca Mech, fondatore di Tisanoreica, che però non risulta essere né un medico, né un nutrizionista, ma un imprenditore che propone una dieta iperproteica non particolarmente originale.

Il limite di diete come la Tisanoreica è di mettere l'accento solo sulla perdita di peso (e non di grasso), dimenticando che una sana alimentazione deve apportare i nutrienti adeguati nelle giuste proporzioni per rimanere in salute, e fornire un modello alimentare che si possa mantenere per la vita. Peccato che la Dieta Tisanoreica – che consiste nel consumare un insieme di prodotti costituiti da proteine pure che secondo il produttore "imitano magistralmente i sapori di tanti piatti appetitosi", ma che di fatto sono polverine da assumere insieme ad integratori in pillole al posto del cibo vero – sia tra le più stigmatizzate da medici nutrizionisti e dietologi.

che, ribadiamo, vengono guardati con molta diffidenza da professionisti della salute specializzati come nutrizionisti e dietologi.

I concetti-base della Dieta Tisanoreica sono diversi: nella guida informativa per le farmacie comunali si dice che

non è possibile dimagrire mangiando alimenti “veri”, visto che “dimagrire è contro natura. Non esistono in natura alimenti per dimagrire” (a pag. 5), né è possibile seguendo una dieta ipocalorica (a pagina 6), che viene banalizzata, generalizzata, e ricondotto ai concetti di “carestia” o “effetto yo-yo” (e qui, se mai esistessero, andrebbero citate fonti attendibili...).

Per rendere il messaggio più convincente, a pagina 20, si cita una rivista scientifica sulla quale è stato pubblicato uno studio sulla Dieta Tisanoreica: in questo modo il metodo avrebbe anche un riconoscimento della comunità medica internazionale. Ma basta andare alla pagina on line di [Agrofood](#) per rendersi conto che la testata imita le forme di una rivista scientifica, ma in un angolino un po' nascosto, si autodefinisce un “trade journal”, cioè una rivista di settore, che è una cosa ben diversa da una rivista scientifica.

Infine, a pagina 33 si spiega che cos'è Assotisanoreica, un'altra emanazione di Gianluca Mech. "Un'associazione senza fini di lucro... per diffondere nella società l'abitudine alla giusta alimentazione per combattere l'obesità... causa di numerose malattie".

E fin qui parlavamo del lontano 2011. Che è successo fino ad oggi?

Il 2 maggio 2014 la trasmissione “Mi manda Rai 3” ha ospitato lo stesso Mech insieme a Rosanna Massarenti di Altroconsumo e ad Andrea Ghiselli, dirigente di ricerca del CRA (Centro di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione del Ministero per le Politiche Agricoltura): argomento della puntata, la dieta Tisanoreica. Secondo il comunicato diffuso dall'azienda di Mech, l'esperto del CRA avrebbe confermato l'efficacia delle diete chetogeniche come appunto la Tisanoreica, descrivendole come “l'ideale per garantire un dimagrimento in tempi brevi”, e smentendo le critiche avanzate da Altroconsumo; in realtà Ghiselli ha detto che le diete chetogeniche sono “regimi adatti a casi particolari, e che non sono rischiosi a patto che vengano seguiti per un periodo di tempo limitato, e non ripetuti più volte”.

A differenza di quanto afferma Tisanoreica, la dieta chetogenica non è “l'ideale per perdere peso” ma un regime destinato a casi particolari e per periodi limitati; senza contare che è comunque possibile seguire una dieta di questo tipo senza ricorrere al cibo surrogato proposto da Mech.

In ultimo, l'associazione di consumatori Codacons ha da questa primavera organizzato un Osservatorio sulla Pubblicità delle diete, con l'obiettivo, come reso noto nei vari comunicati stampa, “di analizzare le tecniche di comunicazione utilizzate per la promozione dei prodotti dietetici più noti e individuare la presenza di eventuali messaggi ingannevoli.”

L'Osservatorio nasce da un accordo con TER.MIL.CONNS (Associazione dei Consumatori del Terzo Millennio), una sigla strettamente legata alla Codacons, ed è composto, “da avvocati e consulenti legali che collaborano con l'ufficio legale nazionale del Codacons, esperti in materie quali la pubblicità ingannevole e le pratiche commerciali scorrette”. L'appuntamento per un'analisi dei risultati è fissato al mese di marzo del 2015.

Diremmo che è un'operazione lodevole, e forse è proprio per questo che vi ha aderito, fin da subito, la Gianluca Mech spa, società che supporta la famosa Dieta Tisanoreica. “Abbiamo deciso senza esitazioni di sostenere concretamente questa iniziativa del Codacons – afferma Mech nella nota – perché crediamo fermamente nella necessità di una comunicazione corretta, chiara e trasparente su un argomento così delicato come quello delle Diete”. Un entusiasmo inatteso da parte di un imprenditore le cui iniziative sono state spesso messe in discussione sia da esperti nutrizionisti sia da associazioni di consumatori (*il Fatto Alimentare*, Altroconsumo).

L'osservatorio dovrebbe essere un supervisore terzo e indipendente che controlla e valuta i messaggi e la pubblicità sulle diete, stipulare un accordo con aziende che vendono e pubblicizzano prodotti e metodi di dimagrimento potrebbe essere considerata una forma di conflitto di interesse. Speriamo di poterci fidare....