



COMUNICAZIONI DEL PRESIDENTE

09 AGOSTO 2006

**Ai soci FEI
Alle aziende associate
Ai soggetti interessati**

Oggetto: Integratori alimentari pubblicizzati per favorire la riduzione del peso corporeo.

Trasmettiamo in allegato la comunicazione del Ministero della Salute n. 600.12/28751 del 7 agosto 2006 in merito agli integratori per la riduzione del peso corporeo.

MINISTERO DELLA SALUTE

**DIPARTIMENTO PER LA SANITA' PUBBLICA VETERINARIA, LA NUTRIZIONE E LA SICUREZZA DEGLI ALIMENTI
UFFICIO XII**

Oggetto: Integratori alimentari pubblicizzati per favorire la riduzione del peso corporeo.

Dall'analisi di un campione di integratori alimentari pubblicizzati per la riduzione del peso corporeo sono state riscontrate diverse inosservanze nei confronti della normativa vigente, con riferimento particolare alle disposizioni dell'art. 7 del decreto legislativo 169/2004.

Dette disposizioni sono state appositamente introdotte con il recepimento della direttiva comunitaria 46/2002/CE attraverso il citato decreto legislativo per rispondere all'esigenza di assicurare una corretta pubblicità degli integratori alimentari propagandati per favorire la riduzione del peso corporeo.

Si richiama pertanto l'obbligo di dare piena attuazione alle disposizioni in questione, per informare correttamente i consumatori sulle proprietà e sul ruolo dei prodotti, non indurre a comportamenti scorretti e non ingenerare false attese.



Si richiama altresì, sullo stesso argomento, quanto più espressamente rappresentato con la Circolare ministeriale 25 luglio 2002, n.4 "Problematiche connesse con il settore degli integratori alimentari: indicazioni e precisazioni".

Premesso quanto sopra, si ritiene comunque opportuno ribadire che:

- il messaggio pubblicitario non deve far passare come secondario il fatto che, ai fini della riduzione del peso, l'obiettivo da perseguire è lo smaltimento del grasso in eccesso, attraverso l'adozione di una dieta ipocalorica adeguata, abbinata ad uno stile di vita attivo;
- il ruolo dei prodotti è quello di coadiuvanti, finalizzati a complementare gli apporti nutrizionali della dieta ipocalorica o eventualmente a facilitarne l'attuazione;
- non sono ammesse quantificazioni temporali dei risultati ottenibili, nè indicazioni di alcun tipo in termini di attese di calo ponderale;
- si deve considerare che i prodotti non vanno assunti per un periodo prolungato senza il parere del medico, mentre, per le fasce più sensibili della popolazione, quali ad esempio i bambini, donne in gravidanza e allattamento, è consigliabile sentire il parere del medico prima di un eventuale uso.

Resta fermo, ovviamente, che l'etichettatura, il foglietto illustrativo e i messaggi pubblicitari non devono in alcun modo tendere ad attribuire ai prodotti capacità di prevenzione e cura.

Si evidenzia in particolare la necessità che la pubblicità risulti conforme a quanto sopra indicato anche quando effettuata via Internet per il commercio elettronico situazione che fa registrare spesso delle forti distorsioni.

Gli Assessorati alla Sanità sono invitati ad intensificare i controlli sulle pubblicità che possano contenere messaggi ingannevoli e fuorvianti per i consumatori.

Si conta sulla collaborazione delle Associazioni in indirizzo per quanto di competenza, nel favorire una comunicazione pubblicitaria corretta e informativa sul ruolo di prodotti in oggetto.

Si ringrazia per l'attenzione e si resta a disposizione per ulteriori chiarimenti.

Il Direttore Generale
(Dr. Silvio Borrello)



La F.E.I. ha più volte denunciato comportamenti scorretti per quanto riguarda la pubblicità e l'etichettatura degli integratori alimentari in parte per quanto concerne prodotti propri del settore erboristico ma soprattutto per le vendite fuori canale, televisive e via internet attivando procedure presso le competenti autorità e presso il Garante della concorrenza e del mercato con esiti positivi.

A partire dal prossimo autunno, attraverso l'O.P.E. – Osservatorio Permanente Erboristeria intendiamo intensificare tale attività di monitoraggio a tutela dei nostri associati erboristi esercenti, aziende erboristiche di produzione e vendita associate e consumatori finali.

Il Presidente Nazionale
F.E.I. – Confcommercio

