

CIRCOLARE 25 luglio 2002, n.4

Problematiche connesse con il settore degli integratori alimentari: indicazioni e precisazioni. (GU n. 215 del 13-9-2002)

Agli assessorati alla Sanita' delle
regioni e provincie autonome di
Trento e Bolzano
Alle Direziona generale della
prevenzione
All'Ufficio di Gabinetto
All'Istituto superiore di sanita'
Alla F.N.O.M. CeO.
Alla F.I.M.G.G.
Alla F.O.F.I.
Alla Federfarma
Alla AIIPA
Alla Federsalus
Alla Federalimentare

Un corretto regime alimentare costituito da una adeguata e variata combinazione dei comuni alimenti e' in grado di norma di soddisfare il fabbisogno nutrizionale di tutte le fasce della popolazione. In questo modo la razione alimentare nel suo complesso risulta strutturata in modo equilibrato in tutte le sue componenti utili, sia nutritive che fisiologiche.

Si osserva attualmente una forte promozione pubblicitaria di prodotti dietetici, integratori e prodotti "naturali" o "salutistici" non sempre rispondente a criteri razionali e scientificamente corretti. A volte si arriva direttamente a correlare l'impiego di tali prodotti con il conseguimento di importanti risultati, senza alcuna altra condizione.

Tra i prodotti maggiormente coinvolti vi sono quelli propagandati, al di la' di quanto indicato sulla relativa etichetta, per dimagrire o per migliorare la prestazione sportiva, facendo leva sul desiderio sempre piu' diffuso del recupero della linea o del conseguimento di una forma fisica ottimale da parte degli atleti per migliorare la loro performance.

La situazione sopra descritta merita la massima attenzione per i possibili abusi o comportamenti inadeguati che ne possono derivare.

Si ravvisa pertanto l'opportunita' di fornire elementi informativi per favorire una sana alimentazione e fare in modo che l'eventuale uso di integratori e altri prodotti salutistici avvenga in modo corretto per potersi rivelare utile.

L'obiettivo di fondo da perseguire e' quello di una modifica permanente delle abitudini scorrette, sedentarieta' compresa, in modo da eliminare tutti i fattori di rischio rimuovibili e seguire uno stile di vita idoneo alla tutela della salute.

Si vuole richiamare l'attenzione sul fatto che il termine "naturale", con cui spesso vengono qualificati alcuni prodotti

alimentari salutistici, non da' di per se' garanzie in termini di sicurezza d'uso o di effetti favorevoli per l'organismo perche', come noto, non tutte le sostanze naturali hanno proprieta' benefiche.

In particolare, si deve tener presente che gli integratori, come anche tutti gli altri prodotti salutistici, non vanno usati per periodi prolungati senza consiglio del medico.

Per quanto concerne le fasce piu' sensibili della popolazione come ad esempio bambini e donne in gravidanza), e' auspicabile che tale parere sia sentito prima dell'utilizzo.

Gli integratori possono contribuire a colmare gli apporti nutrizionali di razioni alimentari per qualche aspetto carenti o anche a favorire fisiologicamente il benessere dell'organismo.

Il loro impiego, in ogni caso, non puo' essere promosso, ne' deve essere inteso, come un mezzo per correggere comportamenti inadeguati.

Ai fini della perdita di peso, l'eventuale uso di integratori puo' avere solo una funzione coadiuvante della dieta ipocalorica.

E' bene associare alla restrizione delle entrate caloriche un aumento delle uscite con l'attivita' fisica nella pratica quotidiana, abbandonando stili di vita sedentari.

Va ricordato inoltre che, in caso di restrizione calorica, l'organismo reagisce con una conseguente riduzione delle richieste energetiche.

Stati di obesita' conclamata richiedono necessariamente un trattamento da parte di personale qualificato.

E' consigliabile non seguire "diete", associate o meno all'uso di integratori, per periodi prolungati (oltre le due-tre settimane), senza consultare il medico.

In materia di pubblicita', si ricorda il divieto di utilizzare espressioni volte a quantificare nel tempo il calo ponderale ottenibile con l'uso dei prodotti dietetici destinati alla riduzione del peso, di cui al decreto ministeriale 7 ottobre 1998, n. 519.

Si ritiene che la pubblicita' degli integratori debba tenere conto dello stesso divieto, rimanendo valide anche per tali prodotti le motivazioni che ne hanno portato all'adozione.

Per tutti i prodotti da associare a diete "dimagranti", il messaggio pubblicitario non deve essere tale da indurre ad un abuso dei consumi e deve far risaltare il ruolo insostituibile della dieta ipocalorica. E' anche auspicabile che venga dato rilievo all'esigenza di contrastare la sedentarieta'.

Altra tipologia di prodotti oggetto di forte spinta promozionale e' quella degli integratori e dei prodotti dietetici cui vengono attribuite proprieta' dirette a favorire lo sviluppo muscolare o a migliorare la prestazione sportiva.

I prodotti dietetici espressamente destinati agli sportivi, e come tali etichettati, devono essere conformi alle specifiche linee guida ministeriali, di cui alla circolare del Ministero della sanita' 7 giugno 1999, n. 8, che ne delineano i criteri di composizione e di etichettatura.

Oltre a quelli sopra indicati, altri prodotti vengono proposti per l'uso agli sportivi attraverso varie forme di pubblicita' o di promozione, tra cui molti integratori alimentari. Questi ultimi

devono comunque rispondere ad apposite linee guida, messe a punto e periodicamente aggiornate dal Ministero della salute.

Le linee guida sui prodotti dietetici per sportivi e quelle sugli integratori alimentari sono disponibili per la consultazione sul portale del Ministero della salute (www.ministerosalute.it).

L'uso dei prodotti in questione deve rispondere a criteri razionali per contribuire a sostenere le fisiologiche esigenze dell'organismo sul piano nutrizionale.

Integrazioni di nutrienti in quantità eccessive, tali da superare gli effettivi fabbisogni dell'organismo sono, soprattutto se prolungate irrazionali e sconvenienti, in quanto non comportano vantaggi sulla condizione fisica o sulla prestazione e si rivelano solo come un inutile sovraccarico da smaltire.

Prima dell'uso, in ogni caso, è bene leggere attentamente le etichette dei prodotti per verificarne i contenuti, non superare le quantità di assunzione indicate ed attenersi ad eventuali avvertenze.

Vi sono, inoltre, altri prodotti, al di fuori dei dietetici e degli integratori, pubblicizzati per effetti favorevoli sulla massa muscolare o sulla prestazione sportiva.

Si raccomanda di non usare prodotti proposti per l'acquisto o per il consumo che non contengano in etichetta dati chiari sugli ingredienti impiegati e sui principali costituenti. Alcuni possono anche contenere naturalmente sostanze in grado di determinare positività ai test antidoping.

In ogni caso, per migliorare la qualità della vita l'attività sportiva deve essere espletata correttamente, nel rispetto della fisiologia dell'organismo.

Appare importante evidenziare che agli insegnanti di educazione fisica, nonché agli allenatori e ai preparatori atletici a livello professionistico e amatoriale, compete un importante ruolo educativo che consiste nel favorire il mantenimento o l'adozione di un adeguato stile di vita per la tutela della salute e nell'allertare sui rischi legati all'uso di pratiche incongrue.

È necessario che tutti i responsabili delle strutture deputate allo svolgimento dell'attività fisica e sportiva, oltre a valorizzare in tal senso il ruolo delle suddette figure professionali, seguano una condotta volta a favorire una sana pratica dello sport da parte degli utenti.

Si richiamano, di seguito, le principali disposizioni applicabili alla pubblicità degli integratori alimentari, che:

- non deve indurre in errore sulle effettive caratteristiche del prodotto (art. 2 del decreto legislativo n. 109/1992, concernente l'etichettatura, la presentazione e la pubblicità dei prodotti alimentari);

- non deve attribuire proprietà terapeutiche né capacità di prevenzione o cura delle malattie umane né fare altrimenti riferimento a simili proprietà (art. 6 della direttiva 2002/46/CE ed art. 2 del decreto legislativo n. 109/1992);

- non deve impiegare diciture che affermino o sottintendano che una dieta equilibrata e variata non sia in grado di apportare, in genere,

sostanze nutritive in quantita' sufficienti (art. 7 della direttiva 2002/46/CE).

La pubblicita', inoltre, deve essere correlata alle indicazioni del prodotto riconosciute con l'etichettatura e non deve indurre a ritenere che la sicurezza e l'efficacia del prodotto medesimo sia dovuta al fatto che si tratta di una sostanza naturale.

Non si ritengono ammissibili affermazioni che attribuiscono all'uso di un prodotto il conseguimento di risultati sicuri senza alcuna necessita' di cambiare abitudini e comportamenti, in quanto tali affermazioni traggono in errore i consumatori e contrastano con l'esigenza sanitaria di promuovere un sano stile di vita per la tutela della salute.

Ove si tratti di prodotti per i quali sono previste delle avvertenze, il messaggio pubblicitario deve contenere un invito esplicito a leggerle con attenzione.

Quando in pagine pubblicitarie di organi di stampa dedicate ad un determinato prodotto si riporta la dicitura "notificato al Ministero della salute", o la si inserisce nel contesto di messaggi pubblicitari, televendite e simili, non si deve intendere che il messaggio in questione sia stato vagliato e condiviso.

La predetta dicitura, infatti, si riferisce solo alle modalita' seguite per l'immissione in commercio, cioe' alla trasmissione dell'etichetta al Ministero della salute, che, entro il termine di 90 giorni, valuta il prodotto per gli aspetti relativi alla composizione e all'etichettatura.

Le aziende che avendo effettuato la notifica dell'etichetta, intendono citarla con la dicitura "notificato al Ministero della salute" o con simili espressioni, sono tenute a farlo indicando che cio' non implica la condivisione da parte del Ministero dei messaggi pubblicitari (art. 1, decreto ministeriale 25 luglio 2002).

Anche la pubblicita' tramite Internet deve essere conforme ai criteri sopra indicati.

Tutto quanto sopra premesso, si invitano codesti assessorati ad adottare iniziative ed interventi volti a promuovere una corretta alimentazione e idonei stili di vita presso le varie fasce di popolazione, intensificando, tra l'altro, la vigilanza su centri, palestre o simili strutture, per innalzare il livello di tutela della salute.

Codesti assessorati sono, altresì, invitati ad attivare controlli sui messaggi pubblicitari che possono indurre in errore al fine di una loro segnalazione all'Autorita' Garante.

Si gradira' ricevere un riscontro relativo alle iniziative adottate nel senso sopra indicato.

La presente circolare e' pubblicata nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana

Roma, 25 luglio 2002

Il Ministro: Sirchia