

Un servizio di **Hylobates Consulting** per



Settimana numero 6, anno 2008 (4 – 8 febbraio 2008)

Legenda

- ! = Bassa rilevanza per UNINTEGRA
- !! = Media rilevanza per UNINTEGRA
- !!! = Alta rilevanza per UNINTEGRA

Sommario

Normativa.....	2
Normativa UE.....	2
Normativa Italiana	2
Novità e notizie della settimana.....	3
Novità UE, EFSA, EMEA, AGCM	3
Allerta europea sugli integratori	10
FDA e Recall americane sugli integratori.....	11
Notizie scientifiche	12
Contatti	14

Normativa

Questa sessione prende in considerazione tutte le norme italiane ed europee che possono interessare il settore degli integratori alimentari, degli alimenti per lo sport e dei Novel Food.

Normativa UE

- Questa settimana non ci sono segnalazioni di rilevanza per il settore degli integratori alimentari dalla normativa europea.

(Aggiornamento al 08/2/2008, Gazzetta Ufficiale Italiana: alla 032/08)

Normativa Italiana

- Questa settimana non ci sono segnalazioni di rilevanza per il settore degli integratori alimentari dalla normativa italiana.

(Aggiornamento al 08/2/2008, Gazzetta Ufficiale della Comunità Europea: alla L034/08)

Novità e notizie della settimana

Novità UE, EFSA, EMEA, AGCM

Questa sezione prende in considerazione le attività dell'EFSA, dell'EMEA e della DG SANCO; in Italia, dell'AGCM. La prima è l'Autorità di Sicurezza Alimentare Europea, che produce i pareri e le opinioni scientifiche su cui si basa la Commissione Europea per la produzione della normativa nel settore alimentare. La Direzione Generale per la Salute e la Protezione dei Consumatori (DG SANCO) è invece la direzione della Commissione che gestisce le consultazioni pubbliche in materia di sicurezza dei prodotti alimentari, compresi gli integratori. Per chi commercia integratori alimentari è importantissimo seguire l'attività di questi due enti europei. Sono riportate anche le novità dell'EMEA, l'Agenzia Europea per la Valutazione dei Prodotti Medicinali.

Commissione Europea

- Questa settimana non ci sono segnalazioni di rilevanza per il settore degli integratori alimentari, dalla direzione generale per la Salute e la tutela dei consumatori della Commissione europea (DG SANCO).

(Aggiornamento al 08/2/2008)

EFSA

- Questa settimana non ci sono segnalazioni di rilevanza per il settore degli integratori alimentari, dalla Autorità di Sicurezza Alimentare europea (EFSA, European Food Safety Authority).

(Aggiornamento al 08/2/2008)

EMEA

- Questa settimana non ci sono segnalazioni di rilevanza per il settore degli integratori alimentari, dalla Agenzia europea per i farmaci (EMEA, The European Medicines Agency).

(Aggiornamento al 08/2/2008)

AGCM

- **!!! IP31 - PIÙLATTE E BESTBREAST DI MILTE ITALIA: un caso di recidiva?**
Provvedimento n. 17785, Bollettino 49-07
L'AGCM, con la delibera n. 17063 del 3 luglio 2007, aveva già accertato l'ingannevolezza dei messaggi pubblicitari, diffusi dalla società Milte Italia S.p.A.:
 - **un tabellare, apparso sul periodico "Un pediatra per amico", n. 4 del Settembre/Ottobre 2006 e sul periodico "Medico e Bambino" di Ottobre 2006 per il prodotto "PiùLatte";**
 - **un opuscolo distribuito presso gli studi pediatrici nel mese di novembre 2006 relativo al prodotto "PiùLatte"; e-mail inviata alle mamme iscritte al Forum del sito www.quimamme.it in data 18 ottobre 2006 relativo ai prodotti "PiùLatte" e Bestbreast;**
 - **un messaggio apparso sul sito www.gravidanzaonline.it, rilevazione del 30 dicembre 2006, che pubblicizza il prodotto "PiùLatte";**In particolare, con tale provvedimento 17063 del 3 luglio 2007 (PI5659 – Piùlatte e Bestbreast di Milte Italia), l'Autorità aveva ritenuto i messaggi ingannevoli e ne aveva vietata l'ulteriore diffusione.
Con le richieste di intervento in data 25 ottobre e 22 novembre 2007 di due

consumatori è stata segnalata la presunta ingannevolezza, ai sensi del Titolo III del Decreto Legislativo n. 206/05, dei messaggi pubblicitari diffusi dalla società Milte Italia tramite e-mail e sul sito internet www.milte.it, poiché indurrebbero i consumatori a ritenere, erroneamente, che i prodotti Piùlatte e Bestbreast siano efficaci per aumentare la produzione del latte materno nonché migliorare la qualità e le caratteristiche nutrizionali dello stesso. Nelle segnalazioni si evidenzia come i messaggi attualmente in diffusione, pur essendo stati modificati rispetto a quello oggetto della citata decisione dell'Autorità, continuano ad avvalorare l'idea che attraverso l'uso dei prodotti Piùlatte e Bestbreast la neo mamma possa aumentare la produzione di latte ed altresì aumentare e migliorare le caratteristiche nutrizionali del latte stesso, con pregiudizio al comportamento economico dei consumatori e conseguente evidente lesione dei concorrenti.

Il provvedimento di ingannevolezza n. 17063 del 3 luglio 2007 risulta notificato all'operatore pubblicitario in data 17 luglio 2007. Pertanto, dalle evidenze documentali, risulta che in un periodo successivo al 17 luglio 2007, sono stati diffusi messaggi riproducenti gli stessi profili di ingannevolezza vietati. Ricorrono, quindi, i presupposti per l'avvio del procedimento previsto dall'art. 27, comma 12, del Decreto Legislativo n. 206/05, volto all'eventuale irrogazione di **una sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro**. Poiché i fatti accertati costituiscono una fattispecie di **inottemperanza alla delibera dell'Autorità n. 17063 del 3 luglio 2007**, ai sensi dell'art. 27, comma 12, del Decreto Legislativo n. 206/05, come modificato da ultimo dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146, l'Autorità ha deliberato:

- a) di contestare alla società Milte Italia S.p.A. la violazione di cui all'art. 27, comma 12, del Decreto Legislativo n. 206/05, per non aver ottemperato alla delibera dell'Autorità n. 17063 del 3 luglio 2007;
- b) l'avvio del procedimento per l'eventuale irrogazione della sanzione pecuniaria di cui all'art. 27, comma 12, del Decreto Legislativo n. 206/05, come modificato da ultimo dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146;
- c) che il responsabile del procedimento è la Dott.ssa Maria Laura Altavista;
- d) che può essere presa visione degli atti del procedimento presso la Direzione Pubblicità Ingannevole e Comparativa dell'Autorità dai legali rappresentanti della società Milte Italia S.p.A., ovvero da persone da essi delegate;
- e) che, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, della legge n. 689/81, entro il termine di trenta giorni dalla comunicazione del presente provvedimento, gli interessati possono far pervenire all'Autorità scritti difensivi e documenti, nonché chiedere di essere sentiti;
- f) che il procedimento deve concludersi entro centoventi giorni dalla comunicazione del presente provvedimento. Il presente provvedimento verrà comunicato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

[http://www.agcm.it/agcm_ita/boll/bollett.nsf/3a3ad73a53a1d958c1256774005fa047/c73e67c07baf9f2ac12573d8005f2e6d/\\$FILE/49-07.pdf](http://www.agcm.it/agcm_ita/boll/bollett.nsf/3a3ad73a53a1d958c1256774005fa047/c73e67c07baf9f2ac12573d8005f2e6d/$FILE/49-07.pdf)

(lingua italiana – il bollettino 49-07 – formato pdf)

Rilevanza per UNINTEGRA:

Di interesse per tutto il settore degli integratori alimentari.

- **!!! PI 6088 – il caso KALORY EMERGENCY 1000 e non solo...**

Provvedimento n. 17812, Bollettino 49-07

Con richiesta di intervento, in data 28 maggio 2007, integrata in data 15 giugno 2007, un'associazione di consumatori ha segnalato la presunta ingannevolezza del messaggio pubblicitario volto a promuovere il prodotto Kalory Emergency 1000, diffuso attraverso la rivista mensile Starbene di aprile 2007 e del foglietto illustrativo contenuto nella confezione del prodotto Kalory Emergency 1000, acquistato nella Farmacia Comunale di Via Amoretti, a Novate Milanese, dedicato al prodotto stesso e alla promozione di altri prodotti della linea ESI (FucusLinea Chitosano 1000, Kalory Fibra Attiva ed altri).
Messaggi:

- a) **Il tabellare** occupa circa metà pagina della rivista Starbene e reca in posizione centrale l'immagine ben visibile della confezione del prodotto Kalory Emergency 1000, sulla quale è leggibile la denominazione dello stesso e l'indicazione "Integratore

alimentare per ridurre l'assorbimento di grassi e carboidrati". In un riquadro sovrapposto alla confezione è riportata la scritta "2 ovalette=1002 Kcal non assorbite". Nella parte superiore della pagina sono inserite le seguenti indicazioni "–carboidrati – grassi = - calorie", mentre nella parte sottostante si precisa "Utile al momento del pasto per ridurre l'assorbimento di grassi e carboidrati" e con caratteri ridotti "Si consiglia di associare ad un regime alimentare ipocalorico ed attività fisica. Leggere le avvertenze". In chiusura si trova il marchio ESI, seguito dalla specifica "Dal 1975 garantiamo un benessere naturale".

b) **Il foglietto illustrativo** contenuto all'interno della confezione del prodotto Kalory Emergency 1000, volto anche alla promozione di altri prodotti ESI, riporta nella prima parte le medesime indicazioni presenti nel tabellare, fornendo, tuttavia, ulteriori specifiche circa le sostanze presenti nel prodotto (nopa, cromo, finocchio faseolamina e aminoacidi) e le proprietà delle stesse. Nella seconda parte vengono raffigurati e sinteticamente descritti altri prodotti ESI per la linea e la bellezza, ed in particolare:

- FucusLinea Chitosano 1000, prodotto consigliato a coloro che presentano livelli alti di colesterolo e trigliceridi e altresì definito un valido supporto anche alle diete destinate alla riduzione del peso, in quanto limita l'assorbimento dei grassi alimentari;
- Kalory Fibra Attiva, utilizzato per conseguire un senso di sazietà e, stante la presenza di cromo, per limitare l'assorbimento dei grassi e degli zuccheri nell'ambito delle diete finalizzate alla riduzione del peso;
- Tisazio la cui proprietà è quella di facilitare il conseguimento del senso di sazietà;
- Diurerbe Forte, prodotto con funzioni diuretiche;
- Erbaven Gel e Retard, prodotti in gel ad uso topico per favorire la circolazione.

Nella richiesta si sostiene l'ingannevolezza delle affermazioni volte a proporre il prodotto Kalory Emergency 1000 come idoneo a ridurre l'assorbimento di grassi e carboidrati nella misura di 1002 Kcal ogni 2 ovalette, sottolineando che tali indicazioni non compaiono sull'etichetta del prodotto stesso, presumibilmente notificata al Ministero della Salute (diversa da quella che compare nel messaggio). Il segnalante, richiamando alcune precedenti decisioni dell'Autorità (in particolare il provvedimento n. 9924, in Boll. n. 35-36/2001 ed il provvedimento n. 12711 in Boll. n. 50/2003) e le informazioni rese dall'Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e la Nutrizione in questi riportate, ritiene che dette affermazioni possano indurre i consumatori a trascurare un corretto regime alimentare sul falso presupposto che il prodotto sia in grado di bruciare le calorie in eccesso assunte con un pasto abbondante.

L'AGCM ha deliberato:

a) che i messaggi descritti, diffusi dalla società ESI S.p.A., volti a promuovere il prodotto Kalory Emergency 1000, costituiscono una fattispecie di pubblicità ingannevole ai sensi degli artt. 19, 20, e 21, lettera a), e artt. 19, 20, e 24 del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, e ne vieta l'ulteriore diffusione;

b) che alla società ESI S.p.A. sia irrogata la **sanzione pecuniaria amministrativa di 47.500 € (quarantasettemilacinquecento euro)**.

L'AGCM DISPONE:

a) che la società ESI S.p.A., a sua cura e spese, diffonda una **dichiarazione rettificativa** sulla rivista mensile STARBENE, ai sensi dell'articolo 27, comma 8, del Decreto Legislativo n. 206/05.

DICHIARAZIONE RETTIFICATIVA

<p>COMUNICAZIONI A TUTELA DEL CONSUMATORE</p> <p><i>AUTORITA' GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO</i></p> <p>*****</p>
<p>La società ESI S.p.A. ha diffuso sul mensile STAR BENE un messaggio volto a promuovere l'integratore alimentare denominato KALORY EMERGENCY 1000 e attraverso il foglietto illustrativo un messaggio volto a promuovere anche gli integratori alimentari FUCUSLINEA CHITOSANO 1000 e TISAZIO ritenuti dall'Autorità PUBBLICITÀ INGANNEVOLE</p>
<p>Kalory Emergency 1000</p> <p>I messaggi lasciano intendere che tale prodotto, ove assunto prima di mangiare, riduca l'assorbimento di grassi e carboidrati ingerite durante i pasti, nella misura di 1002 Kcal a pasto ogni due ovalette mentre, in realtà, una simile proprietà non è supportata da alcuna evidenza scientifica, non è compatibile con la natura del prodotto e con i suoi costituenti ed è stata espressamente esclusa dal Ministero della Salute e dall'Istituto Nazionale di Ricerca per gli Alimenti e al Nutrizione.</p> <p>Fucuslinea Chitosano 1000 e Tisazio</p> <p><i>Il foglietto illustrativo è stato ritenuto idoneo ad indurre i consumatori a trascurare le normali regole di prudenza o vigilanza, con conseguente pericolo per la loro salute, in quanto pubblicizzando tali prodotti omette di allertare sulla necessità di consultare preventivamente un medico e comunque di non farne un uso prolungato senza consiglio medico e di attenersi alle dosi consigliate e di leggere con attenzione le avvertenze contenute sulle confezioni</i></p>
<p>L'Autorità ha disposto la pubblicazione della presente dichiarazione rettificativa. <i>(Provvedimento adottato nell'Adunanza 27 dicembre 2007 D. Lgs. 206/05)</i></p>

[http://www.agcm.it/agcm_ita/boll/bollett.nsf/3a3ad73a53a1d958c1256774005fa047/c73e67c07baf9f2ac12573d8005f2e6d/\\$FILE/49-07.pdf](http://www.agcm.it/agcm_ita/boll/bollett.nsf/3a3ad73a53a1d958c1256774005fa047/c73e67c07baf9f2ac12573d8005f2e6d/$FILE/49-07.pdf)

(lingua italiana – il bollettino 49-07 – formato pdf)

Rilevanza per UNINTEGRA:

Di interesse per tutto il settore degli integratori alimentari.

- **!!! PI5813 - AMERICAN DIET SYSTEM GIORNO E NOTTE: prodotti dimagranti?**
Provvedimento n. 17811, Bollettino 49-07
 Con richieste di intervento del 22 novembre 2006, 31 gennaio 2007 e 5 marzo 2007, un consumatore, i Carabinieri del N.A.S. di Trento, nonché il Movimento consumatori, hanno segnalato la presunta ingannevolezza di messaggi pubblicitari diffusi dalla società The Direct Marketing Company S.A. (di seguito, DMC), per promuovere i prodotti dimagranti denominati **"New American Giorno e notte"** e **"New American Diet System Giorno e Notte Plus"**.

I messaggi sarebbero:

1. Due televendite diffuse da emittenti locali nelle date 18 novembre 2006, nella fascia oraria delle ore 21:40 e il 20 novembre 2006 alle ore 11:40, e alle ore 16:05, su alcune emittenti televisive locali "Rete Capri", "Canale 8" e "Canale 9" e 18 gennaio 2007 sull'emittente locale "Rete Veneta", nella fascia oraria 9:15. Il testo audiovisivo delle televendite, costituito da analoghe immagini, scritte in sovrapposizione e da spiegazioni verbali, incominciano con la sigla iniziale e con l'esordio della presentatrice che sostiene: "New giorno e notte può cambiare la tua vita davvero! Durante la televendita sono presenti alcune persone che hanno seguito il trattamento dimagrante che forniscono le loro testimonianze, tra cui una persona che afferma di avere perso "40 chili nella boccettina!" e: "più boccettine consumavo più i chili andavano via!". Si succedono una serie di inviti a provare il prodotto attraverso affermazioni quali: "Basta ai chili di troppo! Quattro anni di successo sempre crescente 2 milioni di confezioni vendute! N° 1 in Italia. L'unico che continua ad abbinare due prodotti in uno per il vostro benessere totale!!!. Il blocca grassi New giorno e notte che contiene l'agro secco di mele che elimina i chili in eccesso. Il Neopuntia un estratto vegetale proveniente dal cactus di Nepal che intrappola ed elimina più del 30% di grasso in più rispetto al chiosano! Come il chiosano, infatti, aiuta a bloccare il grasso che ingeriamo ad ogni pasto, ma è in grado di assorbire molto di più perché assume nello stomaco una formula molto più aggregante. American Diet Sistem è diventato un brucia grassi a tripla azione: non solo con l'agro secco di sidro di mele, ma ha anche un altro ingrediente: la Bioperine: un frutto proveniente dall'India meridionale. Le sue proprietà, in grado di sviluppare calore a livello cellulare aumenta il metabolismo. Cioè il livello di grasso depositato di giorno e...unico tra tutti i prodotti concorrenti New Giorno e Notte può essere assunto dopo i pasti". Seguono le immagini della presentatrice a tavola nell'atto di ingerire una pillola del prodotto dimagrante mentre dice: "[...] e due prima di addormentarsi e dite addio ai vostri chili di troppo. Sicuro ed efficace! Un prodotto avvalorato dalla ricerca dell'Università di Pavia". La voce fuori campo afferma: "certezze scientifiche", ed è seguita da un banner in sovrapposizione dal seguente tenore: "la perdita di peso ad oggi è ulteriormente cresciuta. La sfera dei suoi ingredienti sono combinati secondo una speciale formula americana: non è un farmaco! Ma è prodotto in Italia nel rispetto della normativa italiana ed europea [...] Se chiami subito avrai New Giorno e Notte all'eccezionale prezzo di 55 euro. Compri tre confezioni e ne paghi due. Solo DMC vi offre una garanzia di rimborso valida ben trenta giorni: se non dimagrisci o per qualche ragione non siete contenti fate così. Rispedito indietro le confezioni anche vuote. Noi le riceviamo e vi rispediamo tutti i vostri soldi entro due giorni. (affermazione quest'ultima accompagnata dalla scritta in sovrapposizione "2 giorni lavorativi!"). Parola di DMC promesso!". Seguono alla fine della televendita le indicazioni circa la predisposizione da parte dell'operatore di una guida speciale per l'educazione alimentare contenente suggerimenti utili per un "nuovo stile di vita più sana [...] per farvi raggiungere in modo pratico e più svelto i vostri obiettivi. Tutto questo a soli 20 euro in più, ma solo per coloro che sceglieranno la formula 3X2. Che aspettate! telefonate adesso!!". Le televendite si concludono con la sigla musicale finale.

2. uno spot, della durata di circa 45 secondi, diffuso in data 25 gennaio 2007 alle ore 11:00 circa sull'emittente televisiva nazionale "Rete 4". La voce fuori campo "New Giorno e Notte nuova formulazione Plus. New Giorno ha raddoppiato la quantità neo puntia". La conduttrice "[...] basta provare, potete farlo tanto per trenta giorni. E poi se per qualsiasi altra ragione non sarete contenti avete altri cinque giorni lavorativi per rispedirci le confezioni. Anche vuote! Restituiamo l'intero importo entro due giorni lavorativi. Per maggiori informazioni è possibile rivolgersi al numero 848.15.15.15", seguito dall'indicazione che si tratta di un numero a tariffa urbana.

3. banner diffusi tutto il mese di marzo 2007 fino al giorno 5 del mese di novembre 2007, sul sito dell'operatore pubblicitario e attraverso la rete Internet dai portali www.libero.it e www.dieta.tv, che rinviano attraverso link ipertestuali al sito dell'operatore pubblicitario www.newgiornoenotte.com, il quale promuove il prodotto con affermazioni quali: "New Giorno&Notte Plus® è un coadiuvante per la riduzione del peso corporeo a base di preziose sostanze di derivazione vegetale, che aiutano a bloccare i grassi di giorno e a bruciarli di notte. Non è un farmaco: è naturale, sicuro e

allo stesso tempo potentissimo, con la doppia dose di Neopuntia® e l'aggiunta di Cactinea® e Id-aIG®...Una certezza in più per te: scegliere New Giorno&Notte Plus è la soluzione sana e naturale per perdere peso...Funziona davvero, La nostra garanzia, 100% prodotti naturali", unitamente alla assicurazione: "Perdi peso in modo sicuro!", nonché riferimenti alla garanzia promessa, con le affermazioni: "La nostra garanzia funziona!", se acquistate il sistema giorno e notte avrete il diritto di restituircelo entro 30 giorni dal vostro acquisto e sarete completamente rimborsati!!!! Anche se il contenitore è completamente vuoto vi rimborsiamo comunque il costo completo del vostro ordine entro 48 ore lavorative dal ricevimento della vostra restituzione". Nel sito Internet sono riportati i link ipertestuali, che collegano la home page dell'operatore pubblicitario ad alcune significative testimonianze di persone che hanno provato il prodotto con risultati soddisfacenti, nonché il numero da contattare riportato in colore arancione su sfondo giallo, con caratteri piccoli.

Nelle richieste si lamenta la presunta ingannevolezza dei messaggi in quanto idonei ad indurre in errore i consumatori per le caratteristiche, l'efficacia dimagrante e la sicurezza dei prodotti reclamizzati nonché circa la garanzia relativa alla restituzione del costo dei prodotti in caso di esito negativo del trattamento dimagrante. Inoltre, l'associazione di consumatori lamenta l'ingannevolezza del sito Internet in ragione della falsa rappresentazione del numero da contattare "840.00.992", inserito in tutte le pagine web del sito, il quale verrebbe presentato, sotto il profilo grafico, molto somigliante ad un numero verde gratuito.

L'AGCM ha deliberato:

a) che i messaggi pubblicitari oggetto del presente provvedimento, diffusi dalla società The Direct Marketing Company S.A., costituiscono fattispecie di **pubblicità ingannevole** ai sensi degli artt. 19, 20, 21, lettera a), 23, comma 2, e 24 del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, e ne vieta l'ulteriore diffusione.

b) che alla società The Direct Marketing Company S.A., sia irrogata una **sanzione amministrativa pecuniaria di 80.000 € (ottantamila euro)**.

L'AGCM dispone inoltre:

a) che la società The Direct Marketing Company S.A., pubblichi, a sua cura e spese, una **dichiarazione rettificativa** ai sensi dell'articolo 27, comma 8, del Decreto Legislativo n. 206/05:

DICHIARAZIONE RETTIFICATIVA:

<p>La società The Direct Marketing Company S.A., intestataria del sito web <i>www.giornoenotte.com</i> ha diffuso sul proprio sito Web e su alcune emittenti televisive due televendite ed uno spot volti a pubblicizzare Gli integratori denominati “New American Diet System” e “New American Diet System Plus” ritenuti dall’Autorità</p> <p>PUBBLICITA’ INGANNEVOLE</p>
<p>I messaggi</p> <p>lasciavano intendere che i prodotti “New American Diet System” e “New American Diet System Plus”, potesse con successo e senza alcuna controindicazione in quanto accreditati da un noto Istituto Universitario, in quanto “è naturale, sicuro e allo stesso tempo potentissimo”</p> <p>In realtà</p> <p>i messaggi, nell’omettere di fornire indicazioni circa i possibili rischi connessi all’assunzione dello stesso, per taluni soggetti con particolari patologie, risultano ingannevoli e pregiudizievoli per la salute dei consumatori.</p>
<p>L’Autorità ha disposto la pubblicazione della presente dichiarazione rettificativa. <i>(Provvedimento adottato nell’Adunanza 27 dicembre 2007 D. Lgs. 206/05)</i></p>

[http://www.agcm.it/agcm_ita/boll/bollett.nsf/3a3ad73a53a1d958c1256774005fa047/c73e67c07baf9f2ac12573d8005f2e6d/\\$FILE/49-07.pdf](http://www.agcm.it/agcm_ita/boll/bollett.nsf/3a3ad73a53a1d958c1256774005fa047/c73e67c07baf9f2ac12573d8005f2e6d/$FILE/49-07.pdf)

(lingua italiana – il bollettino 49-07 – formato pdf)

Rilevanza per UNINTEGRA:

Di interesse per tutto il settore degli integratori alimentari.

(Aggiornamento al 08/2/2008, bollettino 49/2007)

Allerta europee sugli integratori

Estratto della tabella dei RASFF numero 5 del 2008. Per ulteriori informazioni su tutte le allerta riguardanti gli integratori alimentari, gli alimenti per lo sport e i Novel Food potete rivolgervi allo staff di Hylobates.

Allerta europee 5/2008

Questa sezione riporta le notifiche di allerta del [sistema europeo RASFF](#) pubblicate nel bollettino 55/2008. Le allerta riguardano i prodotti, di interesse per il settore degli integratori alimentari e degli alimenti per lo sport, che presentano un rischio e sono sul mercato al momento dell'allarme, che è stato lanciato da un'autorità di uno dei paesi membri. Al momento della notifica, le autorità hanno ritirato o stanno ritirando il prodotto in questione dal mercato. Al momento non sono generalmente disponibili informazioni più specifiche di quelle che riportiamo, che permettano, per esempio, al consumatore o all'azienda distributrice di disfarsi o restituire i prodotti già acquistati. Questa lista ha carattere informativo. Non indica che i consumatori devono evitare tutti i prodotti provenienti da quel paese. Indica piuttosto la presenza di un problema, cui solo autorità e l'industria alimentare possono porre rimedio.

In verde le **Informazioni di notifiche** riguardanti i prodotti (di interesse per il settore degli integratori alimentari e degli alimenti per lo sport) per cui è stato identificato un rischio, ma per i quali gli altri stati membri della rete non devono prendere provvedimenti immediati, perché questi prodotti non hanno raggiunto il loro mercato. Queste informazioni riguardano quei prodotti che sono stati analizzati e rifiutati prima di entrare nei confini dell'Unione Europea.

Data	Motivo dell'allarme	Prodotto e lotto (se disponibile)	Paese di origine del prodotto	Paese che ha trovato il problema	Tipo di controllo effettuato	Stato dell'allerta
30/01/2008	Pericolo sconosciuto (sintomi neurologici)	Succo di noni (frutto)	Stati Uniti	Spagna, spedito dal Messico	Focolaio di intossicazione alimentare	Possibile distribuzione sul mercato / prodotto da ritirare dalla vendita
30/01/2008	Presenza della sostanza proibita cloramfenicolo (21 µg/kg - ppb)	Pappa reale in capsule	Guernsey (capitale delle isole della Manica)	Regno Unito	Controllo ufficiale di mercato	Distribuzione ristretta al Paese notificante / nessuno stock rimasto

- Questa settimana per le allerta alimentari di interesse per il settore degli integratori, si segnala la presenza di un pericolo sconosciuto, indicato dal riscontro di sintomi neurologici, in succo del frutto noni (*Morinda citrifolia*), un novel food. Si tratta sicuramente di una notizia preoccupante, anche se la causa è probabilmente una contaminazione.
- Per le informazioni di notifiche, si segnala, invece, la presenza della sostanza proibita cloramfenicolo (un potente antibiotico ad ampio spettro) in capsule di pappa reale, un integratore alimentare.

Le tabelle della Commissione Europea sono disponibili per la consultazione ai seguenti link: http://ec.europa.eu/food/food/rapidalert/reports/week5-2008_en.pdf

(lingua inglese – rapporto RASFF 5/2008 - formato pdf)

FDA e Recall americane sugli integratori

In questa sezione vengono pubblicati i richiami (recall) di integratori alimentari e di prodotti alimentari americani di interesse per il settore degli integratori, in cui sono stati ravvisati problemi per la salute dei consumatori. Questi richiami, che spesso hanno carattere volontario (richiami da parte della stessa azienda produttrice), vengono pubblicati sul sito della FDA. Questa sezione può interessare in modo particolare chi importa integratori dagli Stati Uniti, per avere una panoramica sui prodotti e sulle aziende americane maggiormente coinvolti nei problemi di sicurezza alimentare.

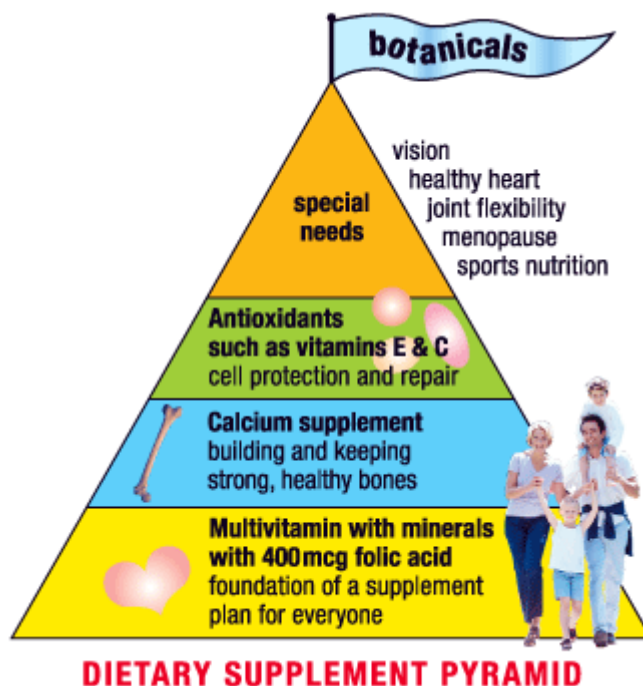
- Questa settimana non ci sono richiami di rilevanza per il settore degli integratori alimentari, dal sito della Food and Drug Administration Americana (FDA).

(Aggiornamento al 08/2/2008)

Notizie scientifiche

- **!!! Più integratori dietetici = più salute?**

Studio statistico trasversale condotto negli Stati Uniti con questionari on-line ed esami fisici (analisi del sangue, misurazione della pressione e del peso corporeo) su un campione di 278 utilizzatori frequenti di integratori dietetici multipli, 176 utilizzatori di integratori multivitaminici/minerali e 602 non utilizzatori di integratori alimentari. Il gruppo di utilizzatori di integratori dietetici consumano una vasta gamma di vitamine, minerali, erbe e nutrienti specifici. Essi hanno mostrato una probabilità più alta di avere concentrazioni ottimali di biomarker di malattie croniche, hanno mostrato meno probabilità di avere concentrazioni subottimali di nutrienti nel sangue, una elevata pressione sanguigna, e il diabete rispetto ai non utenti e agli utilizzatori di integratori multivitaminici/minerali. Tuttavia, i risultati ottenuti dovrebbero essere confermati da altri studi.



<http://www.nutritionj.com/content/6/1/30>

(lingua inglese –l’articolo dalla rivista “Nutrition Journal”)

Rilevanza per UNINTEGRA:

Di interesse per tutto il settore degli integratori alimentari.

- **!!! Gli omega 3 ridurrebbero la mortalità da CHD, almeno nell’est Europa**



Studio osservazionale condotto in Polonia. Durante gli anni ‘90 la mortalità associata alle malattie cardiache coronariche (CHD) ha registrato una costante diminuzione in alcuni Paesi dell’est Europa. Questa tendente diminuzione è stata accompagnata da cambiamenti nelle abitudini alimentari della popolazione, tra cui l’aumento nel consumo di olio vegetale più ricco di acidi grassi omega 3 e in particolare di acido alfa linoleico (ALA). Lo studio ha evidenziato che i Paesi dell’est Europa in cui è aumentato il consumo di ALA hanno mostrato anche una sostanziale diminuzione nel tasso di mortalità associato alle CHD. Anche a causa del fatto che questi risultati sono stati osservati sia negli uomini che nelle donne, i ricercatori hanno ipotizzato che il declino nel tasso di mortalità per CHD sia stato, almeno in

parte, attribuito ai cambiamenti nel consumo di acido alfa linoleico (ALA), contenuto

maggiormente nell'olio di girasole, rispetto all'olio di colza maggiormente consumato prima degli anni '90.

<http://www.springerlink.com/content/3702574u02uj742l/>

(lingua inglese – l'abstract dell'articolo della rivista "European Journal of Epidemiology")

Rilevanza per UNINTEGRA:

Di interesse per chi si occupa di integratori alimentari di acidi grassi omega 3 e di alimenti funzionali

Contatti

Per qualsiasi approfondimento sugli argomenti affrontati nel seguente numero potete contattare lo staff di Hylobates all'indirizzo e-mail hylobates@hylobates.it oppure presso il seguente recapito:

Hylobates Consulting Srl, Via Gaggiano 42 00135 Roma - Italia

Tel: +39 0630 99 3518 Fax: + 39 0630 81 8543

E-mail: hylobates@hylobates.it

WWW: www.hylobates.it