



Vedi anche

Gli integratori alimentari in pasto ai social media

Gli integratori alimentari per il miglioramento delle performance sportive, per la salute delle pelle e dei capelli oppure per la perdita di peso sono alcuni dei temi che ben si prestano alla diffusione di informazioni sui social, con l'obiettivo di dare suggerimenti per il raggiungimento di stili di vita "ideali". Parlando di questi prodotti, a cosa servono e come utilizzarli, anche senza avere le competenze, si può creare facilmente una comunità di follower influenzabili. Questa è una possibile strategia di marketing talmente vantaggiosa per i brand, vuoi per le facili modalità di acquisto dei prodotti, vuoi per il basso costo dell'influencer marketing, che molte aziende hanno del tutto abbandonato i tradizionali modi di vendita^{1,2}. Ma spesso gli influencer, anche per i compensi offerti dalle aziende produttrici, danno informazioni fuorvianti o comunque molto superficiali, e danno suggerimenti senza averne le competenze.

Un'indagine di Altroconsumo del 2020³ ha evidenziato casi di pubblicità ingannevole e spesso occulta degli influencer che promuovono integratori alimentari utilizzati per la perdita di peso. Tale aspetto, ancora del tutto sommerso e di difficile regolamentazione, rientra in un contesto delicato in cui la correttezza dell'informazione e il modo in cui essa viene proposta al pubblico può avere importanti ripercussioni sulla salute e sugli stili di vita delle persone.

Lo stesso Ministero della salute ha raccomandato di "diffidare da prodotti miracolosi". Tuttavia malgrado questi tentativi la questione risulta sempre attuale e l'utilizzo di tali prodotti è in ascesa esponenziale soprattutto tra i più giovani, più inclini a seguire i "trend".

Francesca Menniti Ippolito

Ilaria Ippoliti

*Centro nazionale per la ricerca e la valutazione preclinica e clinica dei farmaci
Istituto superiore di sanità, Roma*

1. Klein JJ, Schweikart SJ. Does regulating dietary supplements as food in a world of social media influencers promote public safety? *AMA J Ethics* 2022;24:E396-401.
2. Alarfaj M. Influencers on Instagram play an important role in spreading dietary supplement related misinformation. *Networkconference.netstudies.org*, 28 aprile 2021.
3. Metta M. Influencer e integratori: troppe informazioni ingannevoli. La nostra denuncia all'Antitrust. *Altroconsumo*, 14 ottobre 2020.



Un utile vademecum sugli integratori alimentari per proteggersi da un'informazione non basata sulle evidenze.