



*Ministero della Salute*

*Ufficio Legislativo*

*Ufficio Rapporti Parlamento*

Lungotevere Ripa, 1 - 00153 Roma

1-9 GIU. 2011

Roma.....

*Registro - classif. N.:* .....

LEG/F.1.a.b.2/3579/

*Proposta al Foglio del:* .....

*N.* .....

**OGGETTO:**

Interrogazione parlamentare n. 4-03746

Al Sen. Elio LANNUTTI  
Senato della Repubblica

e, p.c.:

Alla Presidenza del Consiglio dei Ministri  
Dipartimento Rapporti con il Parlamento  
Ufficio III

Al Senato della Repubblica  
Segreteria Generale

Alla Camera dei Deputati  
Schedario Elettronico

ROMA

Il Ministero della Salute si è rivolto all'Istituto Superiore di Sanità per avere maggiori informazioni ed un parere tecnico scientifico sulle qualità organolettiche, sulle proprietà salutistiche e sulla eventuale tossicità del frutto della pianta tropicale *Garcinia Mangostana* (Mangostano) e del suo estratto o succo denominato XanGo.

Tale prodotto, infatti, veniva già commercializzato attraverso "Internet", in assenza di qualsiasi elemento identificativo del produttore, dell'importatore e del distributore, con indicazioni che attribuivano al prodotto in questione proprietà farmacologiche.

Il frutto della *Garcinia Mangostana* non è considerato un “novel food” per l'uso negli alimenti, mentre invece la sua buccia è da considerarsi “novel food” ed, in quanto tale, non impiegabile negli alimenti.

Ai sensi del Regolamento (CE) n. 258/97 del 27 gennaio 1997 sui nuovi prodotti e i nuovi ingredienti alimentari, è da considerarsi “novel food” qualunque alimento/ingrediente alimentare che non ha maturato una storia di consumo significativo in Europa prima del 1997.

Quindi il succo XanGo, per poter essere impiegato come alimento, deve essere preventivamente autorizzato con la procedura definita nel citato regolamento comunitario.

Pertanto, il Ministero della Salute sta predisponendo un'attività di controllo sul territorio nazionale attraverso i Carabinieri per la Tutela della Salute-Nucleo Anti Sostituzione, già in precedenza informati della problematica.

Inoltre, questo Ministero provvederà ad informare l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, in quanto rivendicazioni quali appunto le “miracolose” proprietà del succo di Mangostano, arbitrarie e prive di qualsivoglia convalida o consenso sul piano scientifico, non sono ammesse per l'etichettatura e la pubblicità, poichè fuorvianti e pericolose.



Per il Ministro  
Il Sottosegretario di Stato  
(On.le Francesca Martini)  
*Francesca Martini*

gi

A handwritten signature in black ink, appearing to be "M. D.", with a long horizontal line extending to the right.

LANNUTTI - *Ai Ministri della salute e dello sviluppo economico* - Premesso che, per quanto risulta all'interrogante:

il dottor Vincenzo Sciacca, professore associato di Chirurgia, specialista in Chirurgia generale e chirurgia vascolare, pubblicizza sul sito mangostano.fm le proprietà miracolose del succo di frutta, ricavato da una pianta thailandese, la *Garcinia Mangostana L.*, prodotto da un'azienda americana;

nel sito il professore riferisce: "è quasi un anno che utilizzo il succo di mangostano, prodotto e distribuito da Xango LLC, sperimentandolo sia personalmente sia sui miei pazienti (...) La mia diretta esperienza su pazienti con patologie cardiovascolari, dismetaboliche ed infiammatorie, conferma l'efficacia dei componenti del mangostano quale valido supplemento nutrizionale. È documentato e scientificamente dimostrabile che il mangostano contiene sostanze antiossidanti grazie a vari gruppi di molecole comunemente conosciute quali le catechine, le proantocianidine ed i polisaccaridi; ma a questo va aggiunto lo straordinario potere antiossidante degli xantoni contenuti nel mangostano";

l'azienda XanGo LLC ha sede negli Stati Uniti nello stato dello Utah. Fondata nel 2002 opera con oltre un milione di distributori indipendenti e si è rapidamente espansa in tutto il mondo. XanGo è la prima azienda a commercializzare in tutto il mondo una bevanda che usa il concentrato di mangostano. La sua presenza in Europa si sta consolidando grazie all'attività di vendita diretta dei suoi distributori indipendenti. Il succo XanGo (marchio registrato), con un fatturato di oltre un miliardo di dollari, sta superando tutti i *record* dell'industria;

considerato che:

il prodotto è pubblicizzato dal sito ufficiale [www.xango.it](http://www.xango.it), che cautamente parla dei componenti in modo generico ("gli xantoni sono una categoria unica di componenti biologicamente attivi, con numerose capacità bioattive"). Altri siti, come [www.mangostano.com](http://www.mangostano.com), approfondiscono gli effetti vantati e indicano i distributori della propria zona per poter così avviare le pratiche di acquisto del prodotto attraverso una "vendita diretta";

gli esperti nutrizionisti parlano di pubblicità ingannevole sulle miracolose proprietà del succo di mangostano, che quindi non è la panacea di tutti i mali (non c'è alcuna ricerca scientifica che lo conferma), ma è solo il succo di un frutto;

a quanto risulta all'interrogante, la modalità di vendita del succo di mangostano è ambigua e riconducibile alle vendite piramidali. In sintesi, per acquistare Xango bisogna registrarsi al sito: questa registrazione comporta l'iscrizione come "incaricato" o "cliente preferito". Di fatto si diventa automaticamente venditore, si paga una "quota associativa" di 34 euro e si acconsente a ricevere una fornitura mensile del prodotto con addebito automatico (come minimo 115 euro, più le spese di spedizione);

da quanto si apprende dalla rivista "Altro Consumo" la società distributrice di XanGo, che vende questo succo da alcuni anni anche negli Stati Uniti, nel 2006 è stata ammonita dalla Food and *drug administration* proprio perché lo distribuisce e pubblicizza come se fosse un medicinale, contravvenendo alle norme americane;

considerato inoltre che:

il codice di deontologia medica della Federazione nazionale degli ordini dei medici chirurghi e degli odontoiatri (pubblicato il 16 dicembre 2006) vieta al medico di fare pubblicità ad un prodotto nonché all'art. 31 vieta ogni forma di comparaggio;

il comparaggio è una pratica illegale diffusa in alcuni ambienti riguardanti la salute dei cittadini, come negli studi medici, gli ospedali e nelle farmacie. Si tratta di una pratica per cui taluni medici, veterinari, farmacisti o altri operatori sanitari accettano denaro, premi, regali, viaggi o donazioni da emissari dell'industria farmaceutica, in cambio della prescrizione di determinati farmaci o strumentazione diagnostica piuttosto che di altri, o anche nel caso in cui non esista un effettivo bisogno di ricorrere a tali prescrizioni,

si chiede di sapere:

se la pubblicità che il dottor Vincenzo Sciacca fa del succo da mangostano riguardo alle sue grandi virtù terapeutiche, anche con l'esibizione di un *video* dove afferma di aver sperimentato gli effetti benefici del succo sui propri congiunti chiamati a fare da cavie arrivando a dimostrare analisi comparate sugli stessi congiunti dai valori migliorati e prodigiosamente rientrati nella norma, indicandone l'azienda produttrice, la XanGo LLC per l'appunto, non possa configurare una forma di comparaggio nonché di pubblicità e, in tale eventualità, quali iniziative, eventualmente anche di tipo disciplinare, i Ministri in indirizzo intendano assumere;

se la propaganda del prodotto XanGo e la relativa modalità di vendita non configurino un caso di pubblicità ingannevole e pratica commerciale scorretta poiché la procedura di offerta del prodotto assimilabile a tecniche di vendita piramidale;

se risulti al Governo che l'Autorità garante della concorrenza e del mercato abbia aperto un'indagine per pubblicità ingannevole sia sulle tecniche di vendita che sui prodotti che vengono propagandati come miracolistici se non addirittura equiparati a farmaci da assumere in dosi massicce per esclusive finalità di *business* e commerciali;

quali misure urgenti intenda adottare per salvaguardare i consumatori, invitati ad assumere il prodotto in dosi massicce per alimentare la vendita *multilevel*, compresi gli opportuni accertamenti al fine di valutare l'attendibilità e soprattutto gli effetti terapeutici del prodotto in questione.

(4-03746)