



In un mercato pet in continua evoluzione – sempre più orientato al benessere animale, alla qualità dei prodotti e alla prevenzione – la disinformazione rappresenta oggi uno dei rischi meno visibili ma più impattanti per l'intero ecosistema. Non si tratta solo di una questione culturale, ma di un fattore che incide concretamente sulle scelte dei proprietari, influenzando la domanda di servizi veterinari, prodotti nutrizionali e strumenti di prevenzione. Per questo, AISA, l'Associazione delle Imprese per la Salute Animale, che fa parte di Federchimica, interviene per riportare il dibattito su basi scientifiche.

### Informazione digitale /

Il fenomeno si inserisce in un quadro più ampio di trasformazione delle abitudini informative. Il ricorso al web per informarsi sulla salute è di fatto sempre più diffuso: secondo una recente indagine Nomisma (2024), il 42% degli italiani si rivolge a siti web specializzati e il 38% a Google per cercare informazioni su salute e benessere.

Se da un lato questo amplia l'accesso alle informazioni, dall'altro aumenta l'esposizione a contenuti non verificati. La disinformazione online, come evidenziato da AGCOM, può oscillare tra il 5% e il 30% a seconda del tema e della piattaforma, con il rischio di una rapida diffusione sui social network, influenzando scelte individuali e comportamenti sanitari: in ambito veterinario ciò si traduce spesso nell'adozione di pratiche scorrette, quindi a una riduzione dell'efficacia delle strategie preventive o terapeutiche.

### I falsi miti che impattano sul mercato /

La prima area critica riguarda le zoonosi e il ruolo degli animali domestici nella trasmissione delle malattie: si tratta di un tema rilevante per la sanità pubblica, spesso oggetto di disinformazione. La semplice convivenza con un animale domestico non costituisce di per sé un fattore di rischio significativo per la trasmissione delle malattie, soprattutto in presenza di adeguate misure preventive; tuttavia, una comunicazione non corretta contribuisce alla diffusione di timori infondati e di comportamenti penalizzanti per il rapporto tra uomo e animale.

La seconda area riguarda la prevenzione vaccinale: nonostante le evidenze scientifiche ne confermino il ruolo centrale nella riduzione dell'incidenza delle malattie in-

# Fake news e salute animale: una sfida per tutta la filiera

*Dalle vaccinazioni alle zoonosi, fino all'utilizzo di integratori e prodotti complementari, le informazioni non verificate possono influenzare le scelte dei proprietari e compromettere l'efficacia delle strategie preventive. Aisa evidenzia il ruolo della filiera nella diffusione di contenuti basati su evidenze scientifiche e rilancia la campagna "Fedeli alla Salute".*

di Luca Scotti, responsabile AISA - Federchimica



fettive, persistono ancora convinzioni errate circa la loro presunta inutilità o pericolosità. La vaccinazione rappresenta uno strumento fondamentale per il contenimento della circolazione degli agenti patogeni e per la tutela della salute collettiva, in linea con l'approccio One Health promosso dall'Organizzazione mondiale della sanità. La terza area riguarda la nutrizione e l'impiego di prodotti complementari: la crescente disponibilità di integratori per

animali, additivi e mangimi funzionali rappresenta un'importante opportunità per il miglioramento del benessere animale, ma può al contempo costituire una fonte di criticità se tali prodotti vengono utilizzati senza adeguate indicazioni veterinarie. Un impiego non appropriato può infatti comprometterne l'efficacia e, nei casi più rilevanti, determinare effetti indesiderati sulla salute dell'animale.

### Il ruolo strategico della filiera /

In questo contesto, la filiera del pet non svolge più soltanto una funzione legata alla produzione e alla distribuzione di prodotti e servizi, ma assume anche un ruolo centrale nella promozione di un'informazione corretta e scientificamente affidabile: veterinari, aziende e operatori retail diventano punti di riferimento fondamentali per i proprietari, chiamati a tradurre la complessità scientifica in indicazioni chiare, affidabili e accessibili. La comunicazione, quindi, si configura sempre più come un'estensione della prevenzione.

Proprio per rispondere a questa esigenza, AISA - Federchimica ha lanciato la campagna "Fedeli alla Salute", un progetto di divulgazione rivolto ai cittadini e agli operatori, che mira a contrastare le fake news e a promuovere una cultura basata su evidenze scientifiche. Attraverso video-pillole e contenuti digitali, la campagna affronta i principali temi della prevenzione a tutela della salute animale – dalle strategie di gestione delle malattie alla nutrizione, fino al legame con la salute pubblica – con l'obiettivo di diffondere informazioni corrette e favorire una maggiore consapevolezza.