

2 marzo 2010 11:21

Contro il carovita per sempre. La Coop ci prende in giro?



Unicoop Firenze

Ha fatto effetto la notizia della Coop di Firenze che, come recita un suo comunicato (<http://www.coopfirenze.it/informazioni/notizie/9427>): *“Contro il carovita per sempre. Una diminuzione dei prezzi di vendita fino al 20% per sempre”*.

La Coop ci prende in giro? Crediamo di sì. Cosa vuol dire uno sconto del 20% per sempre? Rispetto a cosa, quanto e quando? Sembra proprio che questo “per sempre” non sia e non possa essere vero, e infatti è già stato oggetto di condanna dell'Antitrust come pubblicità ingannevole e pratica commerciale scorretta (1): *“... termini enfatici e categorici possono essere utilizzati nella comunicazione pubblicitaria solo quando corrispondono alle reali condizioni dell'offerta che si intende promuovere e (l'Autorità: ndr) ha ritenuto la dicitura 'per sempre', così perentoria ed accattivante, idonea ad indurre in errore i consumatori sul carattere permanente delle condizioni delle offerte. In conclusione, l'espressione 'per sempre' così come riportata negli spot in contestazione, non essendo corredata da elementi idonei a circoscriverne la portata, lascia di per sé intendere che le condizioni economiche pubblicizzate rimarranno invariate nel tempo rischiando di ingenerare la convinzione in una condizione impossibile... l'espressione si traduce, piuttosto, in una rassicurazione generica ed incontrollabile circa l'invariabilità delle condizioni...”*.

Ci sembra che ci sia ampia materia e motivazioni e per questo abbiamo denunciato la Coop all'Antitrust.

(1) Bollettino Antitrust 12/2009 del 14/04/2009

([http://www.agcm.it/agcm_ita/BOLL/BOLLETT.NSF/0ef77801432afc41c1256a6f004d522a/6413c4b3cdc0ef9dc125759800336536/\\$FILE/12-09.pdf](http://www.agcm.it/agcm_ita/BOLL/BOLLETT.NSF/0ef77801432afc41c1256a6f004d522a/6413c4b3cdc0ef9dc125759800336536/$FILE/12-09.pdf)): “Chiara di Tim” pag.218, condannata con una multa di 215.000 euro: