

21 giugno 2010 12:39

Crema dimagrante Somatoline. Pubblicità ingannevole? Probabilmente sì, ma ... l'azienda promette di non farlo più e l'Antitrust sospende l'istruttoria. Avanti con la prossima...

Nessun approfondimento istruttorio sulla campagna pubblicitaria di Somatoline cosmetic uomo, una crema, che avevamo denunciato all'Antitrust per la sua ingannevolezza

(http://www.aduc.it/comunicato/somatoline+cosmetic+uomo+crema+che+riduce+ciccia_17349.php): lasciava intendere un'efficacia dimagrante degna di una cura farmacologica, mentre si tratta di un mero cosmetico.

Scrive l'Antitrust (<http://www.aduc.it/generale/files/file/allegati/nonprocediamo-Antitrust.jpg>):

l'Autorità ha rilevato, sulla base delle informazioni rilasciate dal professionista, che la campagna pubblicitaria a favore del prodotto in oggetto è stata modificata e che nei nuovi messaggi le indicazioni circa i risultati derivanti dall'uso del prodotto compariranno in forma attenuata, evidenziando la natura cosmetica dello stesso.

Come dire, visto che l'azienda produttrice ha promesso che farà la brava, è inutile approfondire ed eventualmente sanzionare. Un modo di fare che moltiplicherà gli abusi, visto che stimolerà le aziende a lanciare campagne promozionali pubblicitarie ingannevoli, pronte a rimuovere le frasi e le immagini più 'compromettenti' ai primi accertamenti dell'Antitrust. Così, come è già capitato per Unicoop Firenze

(http://www.aduc.it/comunicato/unicoop+pubblicita+ingannevole+subito+ritirata+dopo_17477.php) e ora Somatoline, tutto viene interrotto, senza nemmeno correre il rischio di una sanzione.

Per capire il concetto, estremizzando: uno ammazza una persona e viene individuato. Siccome dice che non lo farà più, non gli viene comminata la pena.

Così si rende ancora meno efficace il ruolo di controllore delle condotte commerciali scorrette affidato all'Antitrust, già molto indebolito dalle risibili sanzioni comminabili

(http://www.aduc.it/comunicato/antitrust+sanzioni+fanno+solletico+alle+aziende+che_17698.php) (massimo 500 mila euro).

Pubblicità ingannevoli, avanti un'altra.