Antitrust: multa all'Oréal per la pubblicità Dercos, "- 72% caduta capelli"

Data: Invalid Date | Autore: Redazione



Lecce 17 aprile 2012 -Per il Garante è ingannevole, ingenera “nei consumatori falsi affidamenti circa l’efficacia del prodotto”. Si tratta di "destinatari particolarmente vulnerabili in conseguenza dello stato patologico in cui si trovano, ragion per cui si richiede una valutazione rigorosa circa la veridicita', trasparenza e correttezza dei messaggi pubblicitari veicolati dagli operatori del settore".

L’Antitrust multa L'Oréal Italia per 200mila euro per pratiche commerciali scorrette relativamente a un prodotto a marchio Dercos contro la caduta dei capelli. Un prodotto che si presentava rivoluzionario, in grado di fermare la caduta dei capelli con una percentuale di successo elevatissima (-72%).[MORE]

Spiega infatti l’Autorità Antitrust: “Dalle evidenze istruttorie e, in particolare, dalla documentazione e dalle informazioni rese dallo stesso professionista, è emerso invece il contesto limitato e specifico all’interno del quale il prodotto appare produrre effetti, vale a dire che si tratta di un prodotto con una valenza meramente cosmetica e, quindi, efficace solo sulla caduta dei capelli di tipo temporaneo e di entità lieve o moderata. In particolare, in risposta all’onere della prova il professionista ha depositato uno studio condotto soltanto su soggetti affetti da una caduta di capelli

“lieve o moderata” e non con riferimento a casi di manifestazioni patologiche di alopecia e/o di diradamento abbondante o grave”.

Sempre secondo l’Antitrust, sottolinea Giovanni D’Agata, componente del Dipartimento Tematico Nazionale “Tutela del Consumatore” di Italia dei Valori e fondatore dello “Sportello dei Diritti”,

“le comunicazioni pubblicitarie in contestazione appaiono ingannevoli in quanto idonee ad indurre nei destinatari la convinzione erronea che il prodotto Dercos Aminexil Pro sia efficace per risolvere tutte le problematiche legate alla calvizie. I messaggi diffusi tramite gli spot televisivi, la stampa ed internet, per il loro contenuto e per le loro modalità di presentazione, lasciano infatti intendere ai destinatari che il prodotto reclamizzato, presentato come rivoluzionario e atto ad intervenire efficacemente e nell’arco di tre mesi sul processo di diradamento dei capelli, qualunque ne sia la causa e l’entità, possa, da un lato, arrestarne la caduta e, dall’altro, indurne la ricrescita”.

Questa è una delle motivazioni che hanno portato l’Antitrust a decidere di irrogare la sanzione e la diffida a proseguire nella campagna pubblicitaria. Per il Garante si tratta di "destinatari particolarmente vulnerabili in conseguenza dello stato patologico in cui si trovano, ragion per cui si richiede una valutazione rigorosa circa la veridicita', trasparenza e correttezza dei messaggi pubblicitari veicolati dagli operatori del settore".

giovanni d'agata (ovazioni segnalata da

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/antitrust-multa-alloreal-per-la-pubblicita-dercos-72-caduta-capelli/26786