Scritto da MediNapoli
Domenica 20 Marzo 2011 21:59

"… riduce la circonferenza in 4 settimane* mentre dormi. *Test clinici condotti su 36 soggetti. L'efficacia del prodotto è stata valutata strumentalmente".
Parola di **Somatoline Cosmetic Uomo**, una crema. Promessa per stimolare il consumo e le illusioni di chi ha problemi di ciccia sulle pagine pubblicitarie dei quotidiani. A nostro avviso

in modo ingannevole, pertanto abbiamo denunciato la campagna all'Antitrust, partendo proprio dalla promessa perentoria fatta… r*iduce la circonferenza in 4 settimane** mentre dormi.

Promessa smorzata da un asterisco, che rimanda ad una nota, dove viene 'spiegato':
**Test clinici condotti su 36 soggetti. L'efficacia del prodotto è stata valutata strumentalmente comparando i risultati ottenuti dopo quattro settimane di trattamento con i valori iniziali*. Il numero dei soggetti coinvolti e la genericità descrittiva dei 'test clinici', lasciano un serio dubbio: le analisi sono state condotte per verificare la reale efficacia del prodotto? Oppure per 'creare' la classica foglia di fico per giustificare uno slogan pubblicitario?

La pubblicità, inoltre, evidenzia che la crema è un cosmetico, ma non mancano frasi e immagini che rimandano al mondo dei farmaci (a cominciare dal canale di vendita pubblicizzato: In Farmacia e Parafarmacia).
Questa dualità si fa pronunciata nella spiegazione.Che riportiamo integralmente:
La riduzione della circonferenza consiste in un'azione cosmetica di rimodellamento che non comporta perdita di peso. Somatoline Cosmetic Uomo Trattamento Pancia e Addome Intensivo Notte e' una crema cosmetica di facile assorbimento, studiata per contrastare le adiposità specifiche dell'uomo: pancia e maniglie dell'amore, con una solo applicazione a sera. Grazie al MenRedux-complex svolge un'azione cosmetica crio-termica che sfrutta le ore notturne per un'azione intensiva e rapida di riduzione della circonferenza.

Una spiegazione che seppur non contenente la quantificazioni in termini percentuali o assoluti dei benefici ottenibili, mantiene l'ambiguita' presente nelle pubblicità già sanzionate dall'Antitrust in altre occasioni. In particolare quando fa riferimento all'adiposità. Al vasto pubblico il termine richiama il grasso in eccesso, e la frase contrastare le adiposità specifiche dell'uomo, è naturalmente intesa come 'scomparsa' di pancia e maniglie. Il fatto che sia lasciata indefinita la promessa di riduzione della circonferenza, non elimina l'ingannevolezza del messaggio.

Fonte: Aduc