

9 dicembre 2013 16:19

ITALIA: Pillole 'miracolose'. Multa Antitrust per oltre un milione di euro

Oltre un milione di euro di sanzioni è stato inflitto dall'Antitrust a una rete di società che pubblicizzava e vendeva prodotti dalle proprietà inesistenti: dimagranti che avrebbero fatto perdere 7 chili in 7 giorni, pillole, cerotti e creme in grado di curare cancro e Alzheimer e di garantire la giovinezza. Il procedimento ha coinvolto sei operatori di varie nazionalità che insieme gestivano la pubblicità e la vendita di circa 40 prodotti e 13 siti internet. Dalle informazioni raccolte dai funzionari Antitrust, risulta la totale invenzione ad opera dei soggetti coinvolti, dei contenuti informativi dei messaggi pubblicitari relativi a tutti i prodotti dimagranti e terapeutici. I testi, le immagini scelte nonché le fantasiose testimonianze erano, in realtà, il frutto di un semplice collage di informazioni appositamente concepito per indurre i consumatori all'acquisto dei prodotti. Privi di fondamenti scientifici anche i risultati promessi e le indicazioni utilizzate per i prodotti terapeutici che appaiono particolarmente gravi perché rivolti a soggetti che, affetti da patologie anche serie, risultano essere più vulnerabili e sensibili al messaggio pubblicitario. A dimostrazione della capacità della pratica di indurre in errore i consumatori c'è il notevole numero di confezioni di prodotto spedite, circa 270.000 prodotti nell'arco degli ultimi due anni.

L'istruttoria - informa una nota dell'Antitrust - ha permesso di svelare uno schema complesso che coinvolgeva sei società, una di diritto inglese, due svizzere, una sanmarinese e due italiane, all'interno di una strategia unitaria finalizzata a ingannare i consumatori sulle proprietà dei prodotti venduti. La strategia è stata artatamente concepita e parcellizzata per ricondurla a un unico professionista estero, la società Xenalis di diritto inglese, occultando così l'operato di altri soggetti, anche italiani, con lo scopo di rendere oggettivamente difficile per il consumatore individuare chi fosse l'effettivo responsabile della vendita. Al centro della "rete" la società Xenalis LTD, attiva, tra l'altro, proprio nel settore della vendita diretta a privati consumatori di prodotti dimagranti, servizi per la salute della persona e per la cura del corpo. La società italiana Cento Srl si occupa del commercio al dettaglio per corrispondenza, anche tramite il sito internet www.centoshop.eu. L'italiana New Service Media Srl (NSM) è attiva nella prestazione di servizi tecnici informatici e gestisce e fornisce il supporto tecnico a Xenalis e Cento per la registrazione dei diversi siti internet. Quadratum SA, di diritto svizzero, fornisce servizi tecnici informatici mentre la connazionale Royal Marketing Management SA (RMM) si occupa di analisi, contabilità, marketing, licensing di marchi, gestione di siti internet e software. Infine la Centum spa, di diritto sammarinese, attiva nella vendita a distanza di integratori, prodotti per la cura del corpo e del benessere.

Il meccanismo ruota intorno a Xenalis che per mezzo dei siti mono prodotto si presenta, in prima battuta, come soggetto che offre e promuove i prodotti. Cento e NSM hanno invece in concreto confezionato i messaggi e effettuato con contenuti ingannevoli ed omissivi attività di call center e di invio di newsletter. Centum si occupa della spedizione dei prodotti al domicilio dei consumatori e rappresenta il punto di riferimento dei consumatori, in qualità di mittente dei prodotti stessi, rappresentando dunque il fulcro delle pratiche compiute a danno dei consumatori. Infine Quadratum e RMM si occupano dei prodotti da promuovere nel mercato italiano, della gestione dei recessi e delle giacenze di magazzino nonché della gestione delle procedure e della previsione di linee guida generali. Tutte le società coinvolte risultano legate da rapporti contrattuali che provano la strategia coordinata: l'attività di promozione verso i consumatori italiani dei prodotti ad opera di Xenalis, Cento, Centum e NSM rientra peraltro in una organizzazione più estesa per la commercializzazione in tutto il mercato europeo. L'Autorità aveva immediatamente sospeso l'attività di tali operatori con provvedimento del giugno 2013, compresi i siti internet e i call center delle società coinvolte, ritenendo l'esistenza di un danno grave e irreparabile per i consumatori. Le sanzioni comminate ai singoli operatori sono così distribuite: Centum Spa: sanzione di 300.000 (trecentomila) euro ciascuno; Xenalis Ltd: sanzione di 150.000 (centocinquantamila) euro; New Service Media Srl: sanzione di 150.000 (centocinquantamila) euro; Quadratum Sa: sanzione di 150.000 (centocinquantamila) euro; Royal Marketing Management Sa: sanzione di 150.000 (centocinquantamila) euro; Cento Srl: sanzione di 120.000 (centoventimila) euro.