Antitrust: anticellulite nel mirino. Pubblicita' ingannevoli.

Data 30 gennaio 2000
Categoria dermatologia

10.12.1999
(ANSA) - ROMA - Creme anticellulite ancora una volta nel mirino dell'Antitrust. Troppo spesso le pubblicita' dei prodotti per ridurre o eliminare tali inestetismi promettono infatti risultati che in realta' non vengono raggiunti. E' per questo che il garante e' intervenuto nuovamente, giudicando ingannevoli alcuni annunci promozionali apparsi su periodici femminili e obbligando le relative case produttrici a una serie di rettifiche.

A cominciare da ''Alga Blu'', una linea di tre prodotti che - nel relativo annuncio pubblicitario - prometteva, come risultato, una diminuzione ''fino a tre centimetri'' del diametro delle cosce in una settimana. Ma le analisi ed i test commissionati dal Garante hanno dimostrato che non solo per vedere qualche risultato invece di una settimana sono necessari 60 giorni ma che la riduzione della cellulite, in termine di centimetri, e' stata assai piu' contenuta, da un minimo di 0,23 a poco piu' di un centimetro. L'Antitrust ha poi bocciato la pubblicita' di Chetocell, un altro prodotto, che prometteva di attaccare la cellulite dall'interno mentre in realta' nessuno dei componenti puo' vantare tale efficacia. E, ancora, nel mirino e' finita una pubblicita' della Sant'Angelica che promettevano tra l'altro, ''un'efficacia comprovata contro la cellulite''.

© 2004 - 2026 Pillole - Registrazione T. di Roma n. 2/06 | stampato il 16/11/2026 alle ore 12:52 | Pagina 1 di 1