



Antitrust multa gli “Unstoppable”. Sanzionata Juice Plus per vendite “segrete”: stangata da un milione di euro

Mercoledì 17 aprile 2019



Regione. L’Antitrust stoppa gli “Unstoppable” (nome con cui sono conosciuti ai più i venditori) e scatta la sanzione monstre per Juice Plus per “vendite segrete” su Facebook, una pratica commerciale ritenuta scorretta.

Il 27 marzo 2019, l’Autorità (che si è avvalsa della collaborazione del Nucleo Speciale Antitrust della Guardia di Finanza) ha concluso un procedimento istruttorio nei confronti delle società The Juice Pplus+ Company Srl, The Juice Pplus+ Company Ltd, The Juice Plus+ Company Europe GmbH, The Juice Plus+ Company Llc, “accertando che le stesse commercializzano integratori alimentari e prodotti sostitutivi dei pasti a marchio JuicePlus+ con modalità di promozione ingannevoli e non trasparenti attraverso il canale social media marketing Facebook, in violazione del Codice del Consumo”.

A tanti, anche nel savonese, sarà capitato di imbattersi almeno una volta in post e stories firmate dai tanti “Unstoppable” locali, corredati da “esperienze di consumo definite fantastiche e infallibili” ma che, a quanto pare, non sempre sono necessariamente autentiche. Così come gli “effetti miracolosi” che vengono decantanti in relazione a determinati prodotti (alcune pare curino anche malattie o patologie) e che in realtà non si rivelano poi efficaci. Il tutto, a quanto pare, senza “alcun controllo diretto dell’azienda sui propri venditori”.

“Innanzitutto, - hanno spiegato dall’Antitrust, - la strategia di vendita adottata da JuicePlus incentiva la condivisione di esperienze di consumo non necessariamente autentiche. Nello specifico, è stata esaminata una forma di marketing occulto realizzata principalmente tramite pagine e gruppi segreti Facebook, consistente nel non rendere

palese che i venditori dei prodotti JuicePlus agiscono nel quadro della propria attività commerciale, i quali, al contrario, si presentano falsamente sotto la veste di consumatori”.

L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato riferisce inoltre che “in secondo luogo, è stata accertata l’ingannevolezza delle informazioni diffuse con riguardo alle caratteristiche principali dei prodotti e dei risultati che si possono attendere dal loro utilizzo, soprattutto in termini di efficacia dimagrante e curativa, promettendo che con l’assunzione dei prodotti in esame sia possibile guarire da talune patologie o ottenere notevoli cali ponderali in poco tempo”.

Inoltre, l’Autorità ha osservato che “in un contesto virtuale, l’assenza degli elementi caratterizzanti l’interazione consumatore-venditore richiede ai professionisti di adottare tutte le misure necessarie per evitare le confusioni di ruolo e, dunque, comportamenti scorretti da parte dei venditori affiliati. Di conseguenza, JuicePlus avrebbe dovuto esercitare una specifica cautela nelle indicazioni date ai propri affiliati ed effettuare un controllo esteso del loro operato, con l’applicazione di sanzioni disincentivanti”.

Pertanto, l’Autorità ha ritenuto che “la pratica commerciale descritta risulti scorretta ai sensi degli art. 20, 21, 22 comma 2 e 23, comma 1, lett. aa) del Codice del Consumo” e ha sanzionato le società coinvolte per un milione di euro.

“L’azienda monitora in maniera costante che il materiale prodotto dai Franchise Partner, veri e propri incaricati alle vendite, rispetti le regole di condotta dell’azienda. Juice Plus+ sta valutando la decisione presa dall’Agcm e deciderà quanto prima i prossimi passi, al fine di far accertare la legittimità dell’operato dell’Azienda”, la posizione di Juice Plus+ in relazione alla multa.