



UNC  
CONSUMATORI.IT

## Perché è ingannevole la pubblicità delle gomme da masticare dal dentista

02 febbraio 2017



Ricordate quelle **pubblicità delle gomme da masticare** ambientate in **studi dentistici**, con tanto di camici bianchi e specchietto per l'esame del cavo orale, oppure gli yogurt che negli spot erano assimilati a farmaci per il colesterolo. Ecco, queste sono situazioni di pubblicità

ingannevole che, con un messaggio falsato e distorto, esalta qualità che il prodotto non possiede, ingannando il consumatore.

E' successo anche nella pubblicità delle gomme da masticare che esaltano le proprietà "curative" dei confetti che tutti conosciamo: Vivident, Happydent, Daygum e Mentos.

A carico di questi spot, nel 2013, intervenne una sentenza di condanna da parte dell'Autorità Antitrust: come tradizionalmente accade in questi casi, il provvedimento fu severamente contestato dal produttore che annunciò ricorso al Tar per avere giustizia. Ma, proprio in questi giorni, la **sentenza del Tar del Lazio** ha ribadito come i profili di ingannevolezza sollevati dall'Agcm fossero del tutto in linea con quanto previsto dalla normativa europea sui *claim* salutistici e nutrizionali ed anche dall'Efsa. La sentenza arriva più di tre anni dopo il ricorso al tribunale. L'**Antitrust sanzionava la società Perfetti Van Melle** con una multa complessiva di 180 mila euro, in seguito alle campagne pubblicitarie di vari prodotti a marchio Vivident, Happydent, Daygum e Mentos realizzate dal 2011 al 2012. Aveva **ritenuto ingannevole presentare il prodotto come idoneo al mantenimento dell'igiene orale e l'accostamento delle gomme da masticare senza zucchero e con aggiunta di xilitolo con lo spazzolino da denti e le visite dal dentista.**

Secondo l'Efsa è vero che **le gomme senza zucchero riducono la placca, ma l'effetto si ottiene solo dopo 20 minuti di masticazione per tre volte al giorno dopo i pasti.** Anche l'effetto benefico dello xilitolo contro la placca è riconosciuto, ma non ci sono prove che il chewing gum senza zucchero con xilitolo svolga questa funzione.

Nel 2013, subito dopo la sentenza di censura dell'Autorità, la Perfetti aveva diffuso un comunicato in cui sottolineava come le etichette dei suoi prodotti fossero state giudicate conformi dal Ministero della Salute, ricordando che anche l'Istituto di autodisciplina pubblicitaria (IAP) non aveva ritenuto scorrette le pubblicità in oggetto. L'azienda ribadiva

come la sua comunicazione fosse basata su assunzioni scientifiche e che negli spot si ricorda sempre di utilizzare le gomme da masticare solo quando l'opzione spazzolino non è praticabile.

**Il ricorso al Tar è stato basato sulle stesse obiezioni, che però sono state respinte dai giudici.**

**Autore:** Massimiliano Dona

**Data:** 2 febbraio 2017