



UNIONE  
SINDACALE  
TERRITORIALE

**Stefano Contu**  
**Responsabile Ufficio Stampa**  
Tel 035 324 122  
Cellulare 335 273189  
E-mail: [stefano.contu@cisl.it](mailto:stefano.contu@cisl.it)

Bergamo, 1 giugno 2020

## COMUNICATO STAMPA

### Indagine di 27 autorità di tutela dei consumatori **Epidemia e offerte ingannevoli sul web:** *le piattaforme rimuovono gli annunci*

**Busi (ADICONSUM):** *“non esistono cure miracolose, tanto meno online”*

Consumatori esposti online ad affermazioni false o alla vendita di prodotti ingannevoli, vere e proprie truffe approfittano dell'empatia, della paura degli utenti di Internet. Le tecniche per ingannare i consumatori si moltiplicano e si rinnovano. Con l'arrivo del coronavirus, le offerte ingannevoli sul web con annunci pubblicitari di prodotti presentati in maniera fuorviante si sono moltiplicate, alla ricerca di una cura miracolosa che non esiste, di un prodotto in più per fronteggiare il contagio, online sono spuntati annunci pubblicitari ingannevoli, prodotti terapeutici che non potevano esserlo, beni con presunti effetti curativi, oltre a prodotti vari – mascherine, gel, integratori – venduti a prezzi esorbitanti.

Un'indagine a tappeto condotta da autorità di tutela consumatori di 27 paesi, ha alzato il velo su una situazione veramente fuori controllo, verificando le offerte su mascherine e visiere protettive, su gel igienizzanti e kit di analisi, su prodotti alimentari, integratori alimentari e altri prodotti dei quali si vantavano presunti effetti terapeutici. Accogliendo l'invito della Commissione, le piattaforme hanno rimosso o bloccato milioni di annunci pubblicitari e offerte ingannevoli sul virus:

- Google ha bloccato o eliminato oltre 80 milioni di annunci pubblicitari relativi al coronavirus (a livello mondiale).
- Ebay ha bloccato o eliminato dal suo mercato globale oltre 17 milioni di annunci che violano le norme dell'UE a tutela dei consumatori.
- Amazon segnala una diminuzione del 77% del numero settimanale di nuove offerte di prodotti con presunte proprietà connesse al coronavirus rispetto al mese di marzo.

*“Questo controllo – dice Mina Busi, presidente di ADICONSUM Bergamo - ha rivelato che gli operatori disonesti utilizzano pratiche predatorie nuove che ne rendono più difficile l'individuazione, come ad esempio affermazioni implicite riguardanti proprietà curative dei prodotti per mezzo di immagini o illustrazioni grafiche, o persino errori di ortografia intenzionali per evitare i filtri automatici basati sul testo. Come consumatori dobbiamo essere consapevoli che non esistono cure miracolose, tanto meno online. Se si scopre una truffa su internet, o si pensa di esserne stati vittime, è fondamentale segnalarlo il prima possibile. Una denuncia alle autorità competenti, come la Polizia Postale, comporterà l'apertura di un'indagine e un'azione punitiva nei confronti dei diretti interessati”.*