

Davvero snellisce ciò che fa apparire più snelli?

Il Giurì di Autodisciplina si è occupato del messaggio diffuso da Inticom per il suo prodotto Yamamay Slim, capi underwear pubblicizzati come in grado di “snellire la figura”, “contrastare la ritenzione idrica” (quelli rivolti al pubblico femminile) e “tonificare la massa corporea”, per il prodotto rivolto agli uomini. Tutto ciò avverrebbe grazie alla fibra innovativa con la quale sono stati fabbricati i capi, che, si afferma, “ridefinisce la silhouette”. Sarebbe, quindi il tessuto a rideterminare la morfologia della figura.

La “fibra microincapsulata di Nurel, ricca di principi attivi naturali, quali caffeina retinolo, acidi grassi, aloe e vitamina E” utilizzata per il “tessuto Revolutionary ® Slim” sarebbe quindi l’ artefice, secondo l’ annuncio, dell’ effetto snellente. L’ invito rivolto al pubblico era quello di provare per vedere i risultati.

Secondo il Comitato di Controllo, il claim usato, “Riduci i centimetri, ritrova la forma” unitamente all’ impianto del messaggio avrebbe trasmesso suggestivamente la promessa di snellimento e tonificazione.

Dagli studi prodotti, si è evidenziava una diminuzione in termini di centimetri, che ha comportato una riduzione media di 0,97 cm nella coscia e di 1,2 cm nei fianchi, dopo 56 giorni di utilizzo.

Il Giurì di Autodisciplina, tuttavia, ha ritenuto tali risultati “deludenti” sotto il profilo dell’ “effetto linea”, sia per essere le riduzioni effettive insignificanti, sia in considerazione del fatto che il peso corporeo rimane invariato, la diminuzione della circonferenza di fianchi, anche e cosce è esigua dopo 28 giorni di uso quotidiano (0,2 cm di media), le inclusioni di grasso nel derma diminuiscono mediamente, nello stesso periodo, solo del 3%.

Ma i risultati sarebbero “deludenti”, secondo il giudicante, non tanto di per sé, quanto in associazione alle immagini associate, dove la figura femminile è circondata da un metro a nastro, che cinge i fianchi, sublimando un’ idea di snellezza, mentre la figura maschile (l’ atleta Massimiliano Rosolino) vede ancor più evidenziate le già invidiabili silhouette e tonicità muscolare da un tratteggio che segue la linea del torace e dell’ addome (naturalmente perfetti). Lo sfondo (specialmente quello dell’ annuncio rivolto alle signore) non fa che porre l’ accento ulteriore sui concetti già sviluppati, con un contorno del corpo più ampio dell’ effettiva figura della modella.

Il Giurì ha, poi, portato l’ attenzione sul significato di “snellire”, che non significa “far apparire più snello”, ma “rendere snello”. Questo è il concetto che fa breccia nel cuore del pubblico perennemente preoccupato della propria linea e sensibile a promesse che essa possa diventare perfetta.

L’ annuncio, nei due soggetti proposti, è stato giudicato ingannevole e, pertanto, in contrasto con l’ art. 2 del Codice di autodisciplina della comunicazione commerciale, e ne è stata ordinata la cessazione.

Certamente, dalla lettura del messaggio, così come è accompagnato dalle inequivoche immagini, la percezione è quella di ottenere una ridefinizione del proprio corpo. Ci si domanda, tuttavia, quale consumatore possa credere in un effetto taumaturgico di un filato e del relativo tessuto e non pensi, invece, alle proprietà contenitive di tale tessuto. Insomma, pare più facile credere, per un consumatore medio, che i fianchi colpiti dalla cellulite o i muscoli rilassati vengano irreggimentati all’ interno di una guaina che li contiene piuttosto che pensare che l’ effetto dei principi attivi agisca eliminando definitivamente i centimetri di troppo o il rilassamento dei muscoli.

Se l’ ottica del consumatore fosse questa (e la sua consapevolezza del risultato circoscritta al centimetro di diametro complessivo perduto) la decettività sarebbe molto ridotta.

Per altro, quale consumatore medio potrebbe pensare che Massimiliano Rosolino abbia bisogno di un underwear per tonificare la massa corporea e snellire la figura? Anche la più anonima modella ritratta sembra perfetta così come è.

Fiammetta Malagoli

