

# OFFERTE INGANNEVOLI



## PIÙ INFORMATI PIÙ PROTETTI



## PER INFORMAZIONI

Settore Sanzioni e Regolazione del mercato della Camera di commercio di Torino • Via San Francesco da Paola 24  
Tel. +39 011 5716970 • [tutela.consum@to.camcom.it](mailto:tutela.consum@to.camcom.it)  
[www.to.camcom.it/guidadiritti](http://www.to.camcom.it/guidadiritti)

# OFFERTE INGANNEVOLI



# -50%

## COSA SONO E A COSA SERVONO LE STRATEGIE DI PREZZO?

Se vi è già capitato di iniziare la procedura per acquistare un viaggio on line (ad es. voli per Londra a soli xxx euro) e di accorgervi che il prezzo finale è decisamente superiore a quello di partenza o approfittare di un'offerta 3x2 per poi rendervi conto di aver comprato quantitativi esagerati di alcuni prodotti, allora siete stati vittima di strategie di prezzo ingannevoli.

Chi le mette in pratica sa che esse si rivelano efficaci perché i consumatori, come confermano psicologi ed economisti, spesso non scelgono sulla base di criteri razionali, ma:

- si concentrano solo su alcuni elementi della comunicazione, trascurandone altri
- ripetono automaticamente scelte già compiute
- si lasciano guidare dall'emotività.

Le strategie di prezzo sono, dunque, vere e proprie "armi" di marketing che alcuni produttori e distributori mettono in atto per incentivare i consumi e aumentare le vendite a loro vantaggio.

## COME EVITARE SCELTE NON OTTIMALI?

Per evitare soluzioni non desiderate i consumatori possono:

- riflettere su cosa stanno facendo in tutti i momenti delle loro scelte d'acquisto
- fare tesoro delle esperienze passate
- diffidare delle offerte difficili da comprendere.

## QUALI SONO LE STRATEGIE DI PREZZO PIÙ USATE DALLE IMPRESE?

Alcune ricerche hanno dimostrato che tra le strategie di prezzo utilizzate dalle imprese ve ne sono alcune che più di altre possono indurre i consumatori in errore:

- i prezzi esca che attirano l'attenzione e inducono il bisogno del bene: come nelle offerte valide fino ad esaurimento scorte, o di servizi disponibili in quantità limitata
- le tattiche di "ripartizione dei prezzi", nelle quali viene enfatizzato il solo elemento del prezzo, mentre altri sono presentati solo durante l'acquisto (quando, ad esempio, il prezzo di un biglietto aereo è promosso senza conteggiare tasse aeroportuali, bagaglio e altro)
- offerte limitate nel tempo (possono stimolare urgenza nel consumo: "l'offerta è valida fino al ...").

## CHI TUTELA I CONSUMATORI?

Quando le strategie delle imprese sono volte a indurre in errore i consumatori, il nostro ordinamento prevede la possibilità di intervento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, che tutela indirettamente i

consumatori rispetto alle pratiche commerciali e di presentazione dei prezzi che possono trarre in inganno (le cosiddette pratiche ingannevoli). Nei casi più eclatanti, l'Autorità può vietare le pratiche scorrette e multare chi le ha poste in essere.

Consumatori e Associazioni di consumatori possono segnalare all'Autorità le pratiche commerciali scorrette chiamando l'apposito Numero Verde (800 166 661), oppure scrivendo alla Direzione per la tutela del Consumatore o recandosi direttamente presso la sua sede a Roma, in Piazza G. Verdi 6/a.

Tale segnalazione fornirà la base per un'autonoma azione dell'Autorità.

