

Publicità Regresso

La **pubblicità ingannevole** è sicuramente un indice dello scarso livello civile di uno Stato. Si potrebbe chiamare semplicemente **Publicità Regresso**.

Negli Stati più evoluti (e l'Italia è fra questi) esistono organi di controllo che vigilano sul fatto che l'ignaro consumatore possa essere danneggiato dalla pubblicità ingannevole. I più pessimisti potrebbero pensare che tali organi di controllo lavorino male o siano inefficaci, ma si sbagliano.

L'**Autorità garante della concorrenza e del mercato** funziona egregiamente nella maggioranza dei casi.

Purtroppo dove non funziona bene è nel campo dell'alimentazione, della salute e del benessere. Infatti solo una percentuale minima di tali pubblicità sono ingannevoli, limitandosi a una generica **seminformazione**. Cioè si dicono (poche) cose esatte, ma sfumate, in modo però che il consumatore sia indotto a pensare mirabilie. Prendiamo per esempio la pubblicità di prodotti:

- genuini
- fatti come li faceva la nonna
- dietetici
- light
- scientificamente testati.

Ognuno di questi aggettivi o caratteristiche in una buona parte dei casi è usato in maniera scorretta.

Non può definirsi genuino ciò che contiene in quantità significative ingredienti chimici di sintesi.

Spesso la nonna non aveva a disposizione né usava nemmeno la metà degli ingredienti con cui è stato preparato il prodotto.

Il termine dietetico è usato con il significato fuorviante di "salutare".

Molti prodotti light, non lo sono affatto, ma la dizione è usata per indicare una versione più leggera, ma comunque ipercalorica, di un prodotto con un alto contributo di calorie.

È scientificamente testato? Si gioca sulla confusione fra ricerca e scienza. Peccato che non si dica che **un terzo delle ricerche** viene smentito da altre! In parole povere, non è raro che una ricerca X ridimensioni una ricerca Y ma io, riferendomi sempre alla ricerca X, posso dire "è scientificamente testato".

Come si vede, non è facile stabilire il grado di *dolo* (inganno) di questi messaggi e due bravi avvocati potrebbero combattere per ore, sostenendo ognuno le proprie ragioni. In sostanza molte pubblicità del benessere sono “legali” anche se potenzialmente molto dubbie. Che fare?

Il sito del garante – Se vi collegate a questo sito, <http://www.agcm.it/> trovate le indicazioni per segnalare pubblicità secondo voi ingannevoli. Perché farlo, se, come abbiamo visto, il 90% è legale?

- Perché il 10% non lo è.
- Perché comunque il produttore viene avvertito delle segnalazioni e nasce un “caso” che, se ripetuto in grandi numeri, porta poi il produttore a modificare il messaggio. Insomma siamo in democrazia assoluta: Roberto Albanesi, direttore di un sito visitato, esperto di alimentazione ecc. conta (giustamente) meno di due consumatori. Per cui datevi da fare e segnalate tutto ciò che non vi va giù.

La segnalazione – Basta inviare in carta semplice la segnalazione a:

*Autorità garante della concorrenza e del mercato
Piazza G. Verdi, 6/A – 00198 ROMA*

L’importante è che la segnalazione sia compilata in termini abbastanza precisi, ma basta spendere un quarto d’ora per capire veramente tutto. In fondo all’articolo un facsimile di segnalazione.

È importante però *ragionare dal punto di vista legale, non da quello morale.*

Se un prodotto è ricco di schifezze e la pubblicità lo definisce **buonissimo**, non è ingannevole, perché il gusto prescinde dalla salubrità. Se invece la stessa pubblicità lo definisce genuino e contiene conservanti allora è ingannevole perché genuino (ved. *Dizionario Treccani*) significa “non alterato, naturale”. Così la pubblicità di un corn flakes che promette un dimagrimento è ingannevole perché non esiste nessuna ricerca scientifica che dice che mangiando corn flakes si dimagrisce!

Molto spesso il confine non è netto, ma conviene tentare se legalmente l’azione è sostenibile.

Il numero verde – L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha attivato da anni uno speciale numero verde gratuito (800.166.661) per i consumatori che volessero segnalare presunti casi di pratiche commerciali scorrette, pubblicità ingannevole e occulta.

<https://www.albanesi.it/vms/pubblicita.htm>