# Pubblicità e minori: è una pratica commerciale scorretta la pubblicità di loghi e suonerie riservate

Data: Invalid Date | Autore: Redazione




“Si intensifica la nostra attività contro la pubblicità ingannevole, anche grazie alle segnalazioni che ci vengono inoltrate dai cittadini, sempre più attenti a individuare quello che non quadra nelle promesse interessate dei produttori. Ci sono moltissimi casi in cui la pubblicità è assai più subdola e davvero capace di spingere all'acquisto di un prodotto, presentandolo con caratteristiche diverse da quelle reali. Se questo è il caso, è da considerare ingannevole e deve essere denunciata”. [MORE]
Esordisce così il componente del Dipartimento Tematico Nazionale “Tutela del Consumatore” di Italia dei Valori, Giovanni D’AGATA, che ritiene opportuno riportare l’attenzione sulla sentenza che ha sanzionato per pratica commerciale scorretta l’azienda che pubblicizza il download di loghi e suonerie, formalmente riservato ai maggiorenni, ma il cui target di riferimento è in realtà quello degli adolescenti.
Tale principio lo ha stabilito il Tar del Lazio nella sentenza 29511 del 2 agosto 2010, respingendo il ricorso di una società contro la sanzione emessa nei suoi confronti dall’Autorità garante della concorrenza e del mercato, su segnalazione di un associazione a difesa dei consumatori. L’azienda, in collaborazione con alcune compagnie di telefonia mobile, pubblicizzava su un sito internet la possibilità di scaricare suonerie e altri contenuti multimediali sul proprio cellulare, senza evidenziare in maniera adeguata che si trattava di un servizio a pagamento a tempo indeterminato. L’attivazione

era poi formalmente riservata ai maggiori di 18 anni, ma di fatto la grafica usata nel messaggio e la tipologia dei servizi offerti si rivolgevano ai minorenni. Agli occhi dell'Autorità l'avvertenza che il servizio era limitato ai maggiorenni non bastava a eliminare la natura ingannevole, e quindi illecita, del messaggio. I giudici romani hanno dato ragione all'organo di vigilanza e confermato la sanzione, "non potendosi escludere l'ingannevolezza del messaggio dalla circostanza che il servizio si rivolga formalmente solo a soggetti maggiorenni, per cui anche i messaggi pubblicitari sarebbero indirizzati esclusivamente a questi ultimi, qualora la grafica utilizzata nel messaggio e la tipologia di servizi offerti si rivolgano ontologicamente ai minori, costituendo, inoltre, un dato di comune esperienza che i telefoni cellulari, sebbene acquistati da maggiorenni, possano poi essere dati in uso a minorenni".
Giovanni D'AGATA, componente del Dipartimento Tematico Nazionale"Tutela del Consumatore" di Italia dei Valori, invita a denunciare tutti i casi in cui ci si imbatte in una pubblicità con queste caratteristiche, rivolgendosi all'ente che ha il potere di condannare e bloccare le pubblicità ingannevoli: è l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Agcm), o Antitrust.

(notizia segnalata da **giovanni d'agata**)

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/pubblicita-e-minori-e-una-pratica-commerciale-scorretta-la-pubblicita-di-loghi-e-suonerie-riservate/4740