

ecc. Pur di vendere -dichiara Primo Mastrantoni, segretario dell'Aduc- si propongono cibi o bevande dalle virtù salutari, accentuandone l'aspetto sanitario. È evidente che bere acqua fa bene, innanzitutto perchè ne abbiamo bisogno per la nostra alimentazione e perchè l'acqua aiuta ad eliminare, attraverso i reni, le scorie azotate. Quest'azione la compie qualsiasi acqua potabile, che non ha proprietà taumaturgiche ma svolge una funzione del tutto naturale. La cioccolata contiene teobromina e caffeina, due stimolanti per il nostro organismo, flavonoidi che svolgono un'azione antiossidante, magnesio che migliora la trasmissione degli impulsi nervosi, ma apporta più di 500 calorie per etto! I cereali contengono fibra che aiuta il nostro intestino? Certamente, ma la fibra può essere assunta anche con frutta e verdura, che in proporzione a taluni prodotti confezionati ha un costo notevolmente inferiore. Insomma la pubblicità gioca su alcuni effetti naturali per esaltarne le caratteristiche salutari. Noi pensiamo che una alimentazione equilibrata e un po' di movimento abbiano più effetto di tanti prodotti salutisti in commercio.

Roma, 23.4.2003

### AL CINEMA SI POSSONO PORTARE ALIMENTI PROPRI?

Nelle sale cinematografiche si possono portare alimenti propri da consumare durante lo spettacolo? Il problema si è posto per l'eccesso dei costi dei prodotti messi in vendita durante l'intervallo e negli spacci interni: possibile che una famiglia di tre persone che va al cinema e compera un gelato debba subire un salasso di 25 euro? Comprare un gelato o un sacchetto di pop-corn in un bar esterno e consumarlo in sala non ci risulta essere proibito da nessuna legge -dichiara Primo Mastrantoni, segretario dell'Aduc- a meno che non ci siano particolari motivi, a noi peraltro sconosciuti. Certamente

non si può consumare un vero e proprio pasto, primo, secondo, contorno, frutta e verdura, perchè la sala diverrebbe un ristorante, ma acquistare un gelato o una busta di pop-corn in un locale meno caro e consumarli durante lo spettacolo non viola alcuna norma igienico-sanitaria, perchè in tal caso non potrebbero essere venduti neanche i prodotti del gestore della sala. In conclusione un eventuale cartello che proibisse l'ingresso ai cittadini con alimenti di piccolo consumo sarebbe illegale, così come sarebbe illegittimo un eventuale controllo alla persona degli addetti alla sala.

Roma, 7 aprile 2003

### PUBBLICITÀ CONTO ARANCIO

Per l'antitrust non è ingannevole, come invece aveva sentenziato il Giuri... Ma allora, perchè, dopo la denuncia, questa pubblicità è cambiata ed è diventata più esplicita e trasparente? Quelli di Conto Arancio sono stati più lungimiranti dell'Antitrust? L'Autorità garante per la Concorrenza ed il Mercato, a firma del suo segretario generale, ci ha fatto sapere, rispetto ad una denuncia che avevamo inoltrata lo scorso febbraio sulla presunta ingannevolezza della pubblicità del Conto Arancio della Ing Direct, che secondo lei "non sussistono i presupposti per avviare un procedimento". "Struttura, grafica e indicazioni riportate contengono informazioni idonee a comprendere le caratteristiche del prodotto offerto". Ne prendiamo atto. Contemporaneamente non possiamo non ricordare che proprio poche settimane fa, il "Giuri per l'autodisciplina pubblicitaria" aveva emesso una sentenza che diceva il contrario dell'Antitrust e inibiva la Ing Direct dal continuare questa campagna (comunque, essendo il Giuri un organismo di autodisciplina e non un'autorità dello Stato, le sue decisioni sono limitate alla sfera privatistica di



chi decide di sottostarvi). Ma un'altra cosa -probabilmente più importante- è accaduta da quando abbiamo depositato la denuncia all'Antitrust. La stessa Ing Direct ha modificato i messaggi pubblicitari sul Conto Arancio. Paura? Scrupolo commerciale? Non ci interessa, ma sta di fatto che il messaggio pubblicitario questi giorni in circolazione è completo e chiaro, con una serie di modifiche, rispetto a quello che avevamo denunciato, che rendono intelleggibile anche ad un primo generico approccio le caratteristiche del prodotto che viene offerto. Quindi: lode alla Ing Direct, che è stata più immediata e consapevole dell'Antitrust, nonché più lungimirante per il suo business. Per concludere. Se su nostra segnalazione l'Autorità interpellata non ha rilevato l'ingannevolezza del messaggio, quantomeno siamo riusciti a far cambiare idea e politica alla Ing Direct. E i consumatori, alla fine, non possono che avere un vantaggio da un'informazione pubblicitaria depurata di alcuni elementi di scarsa trasparenza. È evidente che, se non avessimo fatto il ricorso e alimentato il dubbio anche grazie alla trasmissione radiofonica Rai "Radio a colori", oggi, con buona probabilità, avremmo ancora quella che -a nostro avviso- non era una informazione corretta e trasparente.

Firenze, 26 Marzo 2003