

14 aprile 2007 0:00

GESTORI TELEFONICI 'LEADER' IN PUBBLICITA' INGANNEVOLE. L'ANTITRUST DENUNCIA MA PERCHE' NON BLOCCA SUBITO GLI SPOT MENZOGNERI COME QUELLI DI TIM?

Firenze, 14 aprile 2007. Fa bene l'Antitrust a denunciare il proliferare delle pubblicit  ingannevoli dei gestori telefonici che hanno comportato multe per 1,6 miliardi di euro, il 25% del totale. Fa bene, ma ci chiediamo: perche' continuano imperterriti a dare false informazioni al vasto pubblico, spendendo milioni di euro in spot televisivi e paginate di giornali? **Perche' i gestori telefonici continuano ad essere leader in pubblicit  ingannevole?** Perche' il guadagno che lo spot "menzognero" porta, supera di gran lunga la possibile multa. Anche perche', spesso, l'Authority interviene dopo settimane e settimane, periodo utile al gestore per accalappiare i vantaggi di questa pubblicit .

L'Antitrust, in particolare punta il dito sull'ingannevolezza dello slogan *'per sempre'*. Giusto, **ma perche' il gestore che lo ha piu' utilizzato, Wind, lo ha fatto per anni, nonostante le multe? Semplicemente perche' l'Antitrust non blocca gli spot non appena invadono tv e giornali.**

Proviamo a dare una mano all'Autorita'. La pubblicit  di Tim che pubblicizza le tariffe *'Tutto compreso'* e' ingannevole, perche' non e' assolutamente vero che e' tutto compreso. **Nello spot e' si lascia intendere che degli sms gratuiti siano compresi verso tutti** e in tutte le versioni della tariffa (30/60/90). Invece, **nelle versioni 'Tutto compreso 30' e 'Tutto compreso 60' di sms gratis neppure l'ombra.** E non parliamo di un servizio poco utilizzato dagli utenti di cellulari. Nella versione 90, dei 900 sms gratuiti al mese, ben 700 sono da inviare verso 'i tuoi amici Tim' e solo 200 verso altri gestori.

Infine una chicca. I minuti di telefonate incluse nel canone mensile sono 900 nella versione 90 e 600 nella versione 60. A questo punto uno pensa: nella versione 30 i minuti gratis saranno 300, invece no. Sono 250. *Perche' l'Antitrust non interviene immediatamente? Non le sembra che lo spot in questione violi l'articolo 19, comma 2 del Codice del consumo (D.Lgs. 206/2005): 2. La pubblicit  deve essere palese, veritiera e corretta?* **Su questo, ovviamente, abbiamo inviato una richiesta di intervento all'Autorita' per pubblicit  ingannevole.**

Domenico Murrone, consigliere Aduc

Notiziario UltimoMiglio.news - liberalizzare Internet e telefonia (<http://tlc.aduc.it>)