22 dicembre 2012 11:46

Spot 8x mille chiesa cattolica: il consumatore può essere preso in giro a fin di bene

di Alessandro Gallucci

Si può mentire a fin di bene? Anche se poi quel bene è per lo più il benessere di un numero ristretto di persone? Lo chiedevamo il 2 agosto scorso all'Antitrust d (http://www.aduc.it/comunicato/spot+mille+chiesa+cattolica+ingannevoli+denuncia_20598.php)enunciando l'ingannevolezza degli spot della chiesa cattolica per l'8xmille. Secondo i dati forniti dalla Cei, infatti, su circa un miliardo e mezzo di euro di soldi pubblici ricevuti dalla chiesa, solamente il 22 % è destinato a "interventi caritativi"; ciò, nonostante gli spot lascino intendere il contrario. Il resto è usato per esigenze di culto, sostentamento del clero, Sacra rota, ecc. In breve: i nostri soldi, che pensiamo servano solo per gli sfortunati ed i dimenticati, sono usati anche e soprattutto per sentire il Papa lanciar strali contro gli orientamenti sessuali di ognuno di noi.
Ebbene l'Autorità Garante della concorrenza, pilatescamente (sic!), decide di non decidere. Come c'è stato comunicato lo scorso 19 dicembre, infatti, il procedimento che avevamo chiesto fosse aperto, è stato archiviato perché – a parlare è sempre l'Antitrust – gli spot dell'8xmille non sono considerabili pubblicità commerciale. Insomma, secondo l'Agcm, il consumatore ha diritto a non essere preso in giro da un imprenditore mentre non può far nulla davanti se a raggirarlo è un ente spirituale. Amen!

Qui il nostro dossier sull'8xmille (http://avvertenze.aduc.it/info/dossieropm.php)