



Associazione per i diritti degli utenti e consumatori

50129 Firenze, via Cavour, 68 tel. 055290606, fax 0552302452
Email: aduc@aduc.it - <http://www.aduc.it>

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

Oggetto: TELEQUIZ CHRISTMAS-GAME. INTEGRAZIONE ALLA SEGNALAZIONE TELEFONICA GIÀ EFFETTUATA AL NUMERO VERDE DELL'AUTORITÀ IN DATA 11 DICEMBRE DA DOMENICO MURRONE, CONSIGLIERE ADUC. Segnalazione di pubblicità ingannevole da parte di Media Business Maker srl con sede a PALERMO (PA) in via Resuttana Colli n.360, c.a.p. 90146, P.I. 05666920821, codice fiscale 05666920821, n° R.E.A. di Palermo 269506 del 07/12/2007, e sito Internet <http://www.christmas-game.info/regolamento.asp>

L'Aduc, con sede in 50129 Firenze, via Cavour 68 (tel. 055/290606; fax 055/2302452; email aduc@aduc.it; sito Internet www.aduc.it) in qualità di associazione per i diritti degli utenti e consumatori, denuncia l'ingannevolezza di una concorso a premi/televendita andato in onda il giorno 15 dicembre 2007 sulla rete televisiva Canale 10. Quanto descriveremo è stato riscontrato, assistendo al programma da Firenze, tra le 0.53 e le 1.00, la trasmissione era già iniziata ed è proseguita anche dopo.

Il programma pubblicitario, a cura della Media Business Maker srl, è una televendita. Lo spettatore telefona ad un numero speciale (tipologia 899) e si vede addebitati 15 euro nella bolletta telefonica in cambio di loghi e suonerie. Tale contratto è esplicitato in modo abbastanza chiaro sul regolamento presente alla pagina Internet <http://www.christmas-game.info/regolamento.asp> (la cui stampa allegiamo). Al momento della segnalazione telefonica all'autorità al numero 800 166 661 (in data 11 dicembre), pur essendo richiamato dalla grafica durante la trasmissione televisiva, il sito non era visibile.

Dei contenuti del regolamento anticipiamo solo che **può partecipare al concorso solo un soggetto ogni 11.000 telefonate.** Ciò vuol dire che **solo dopo che verranno spesi 165.000 euro in telefonate (11.000*15euro), la società dovrà procedere all'assegnazione di un premio di 10.000 euro.**

Quel che appare al telespettatore è ben altro. Per come è confezionata la trasmissione, non sembra assolutamente un'offerta di servizi al pubblico, bensì un telequiz con 10.000 euro di montepremi. Una conduttrice ripete in modo "ossessivo" l'invito a contattare uno dei tre numeri di telefono (899 677 677 - 899 677 676 -899 677 670) per risolvere un'equazione tipo: $X*9-7+14=79$.

Nel periodo in cui si è assistito al programma sono state molte le telefonate, senza che nessuno abbia fornito la pur facile soluzione. Infatti in alto a destra del teleschermo appare una scritta telefonate "dimostrative".

Una parte delle vere regole della televendita appaiono solo in piccolo e su testo scorrevole. Qui viene esplicitato che la telefonata costa 15 euro, che dà diritto a ricevere tra loghi e suonerie. Solo di tanto in tanto la conduttrice esplicita in modo frettoloso alcune delle regole della televendita, essendo più che altro impegnata ad urlare frasi tipo: *regalati 10.000 euro; sono qui per regalarti 10.000 euro; più chiami più partecipi in direttissima.* Quest'ultima frase è in netto contrasto con le previsioni del regolamento: i concorrenti estratti per poter rispondere al quiz sono chiamati dalla società organizzatrice: *"In ogni sorteggio, oltre al primo estratto, verranno estratti altri quattro concorrenti di riserva. Durante la trasmissione televisiva il partecipante verrà chiamato dal telefono della società organizzatrice per partecipare alla seconda fase del concorso".*

In tale modalità di promozione sono ravvisabili diversi elementi di ingannevolezza:

a) non riconoscibilità del messaggio come pubblicità, in quanto è mascherato il reale fine della trasmissione che è di vendere loghi e suonerie, mentre viene evidenziato il telequiz; neppure le regole del concorso a premi vengono ben dettagliate: per esempio non viene detto che ogni 11.000 telefonate viene estratto un solo concorrente e che il montepremi totale è di soli 17 mila euro;

b) il prezzo dell'acquisto appare in piccolo e viene indicato come prezzo della telefonata, e non direttamente come costo del servizio acquistato;

d) la pubblicità è chiaramente costruita per massimizzare gli effetti della credulità del telespettatore;

Per quanto sopra si richiede l'intervento da parte dell'Autorità contro la pubblicità in questione, sospendendone in via precauzionale immediatamente la messa in onda. Viste le diverse segnalazioni che ci giungono, relative a trasmissioni analoghe, invitiamo l'Autorità a valutare l'opportunità un intervento anche su altri soggetti.

Firenze, 17 dicembre 2007

Vincenzo Donvito
Presidente Aduc

Allegati: regolamento del concorso a premi, tratto da <http://www.christmas-game.info/regolamento.asp>