

» news

Pubblicità ingannevole: Consumers' Forum, necessaria azione preventiva

Lunedì Maggio 24th, 2010



(ASCA) - Roma, 24 mag - Creme anti-rughe, yogurt anti-infarto, tariffe anti-crisi. Gli spot passano, fanno leva sulle fragilità umane e i consumatori illusi abboccano. E' la pubblicità ingannevole e Internet si è confermato il principale veicolo di questi messaggi, con 84 procedimenti avviati dall'Antitrust su messaggi diffusi nel 2009, contro i 76 del 2008. Seguono gli spot televisivi con 30 procedimenti (18 nel 2008) e quelli veicolati attraverso stampati, che passano

da 50 a 63. Questi sono solo alcuni dei dati dell'Antitrust che confermano un'evoluzione della scelta dei mezzi di comunicazione pubblicitaria in linea con lo sviluppo dei nuovi media. Ma la pubblicità è cambiata anche nel contenuto dei messaggi, che sempre meno si riferiscono al prodotto per far leva invece sull'emozione. Come possono le aziende difendersi dai danni causati da operatori che agiscono con pratiche ingannevoli e aggressive? A tutela dei consumatori da un lato l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) nel 2009 ha impedito la diffusione di messaggi scorretti con ben 931 casi di controllo preventivo su pubblicità non ancora diffuse, dall'altro l'Antitrust, accogliendo le denunce di cittadini, associazioni dei consumatori e istituzioni pubbliche, ha riscontrato 239 violazioni e comminato sanzioni per 35 milioni di euro. Tuttavia, nonostante i deterrenti, i messaggi ingannevoli continuano a



Invia commento

...

Inserisci il titolo
dell'articolo

Nome

Email

Commento:

Riscrivi il codice che
compare a lato *Consenso al trattamento
dei dati ☐ Sì
☐ No

...

...

I commenti inviati vengono pubblicati solo dopo esser stati approvati dalla redazione

Condividi questa pagina con altri lettori

Share |

Copyright © 2008 - 2010 Infosannio.com - Infosannio.com, è un portale indipendente di informazione e discussione politica, una rassegna di notizie locali, regionali e nazionali senza scopi di lucro. Pur essendo normalmente aggiornato più volte quotidianamente, infosannio.com non ha una periodicità predefinita e non può quindi considerarsi un prodotto editoriale ai sensi della legge n.62 del 7.03.2001. Infosannio.com non ha alcuna responsabilità per quanto riguarda qualità e correttezza dei contenuti inseriti da terze persone. Infosannio.com si riserva, tuttavia, la facoltà di rimuovere quanto ritenuto offensivo, lesivo o contrario al buon costume. Le immagini e foto pubblicate possono provenire da Internet, e quindi essere state valutate di pubblico dominio.