

## **IL PRESIDENTE DELL'ANTITRUST TESAURO ALLA IULM: "INSUFFICIENTI LE MISURE CONTRO LA PUBBLICITA' INGANNEVOLE"**

**Conferenza del presidente uscente dell'Antitrust, Giuseppe Tesauo, con gli studenti dell'Università IULM: "Le sanzioni pecuniarie servono a poco, sarebbe più efficace sospendere l'attività o la produzione della aziende condannate". E aggiunge: "Le sanzioni devono poter scattare in tempi rapidi, altrimenti arrivano quando la campagna pubblicitaria è già finita"**

Milano, 28 febbraio 2005 - "La legge contro la pubblicità ingannevole è una legge insufficiente per le misure e le sanzioni che prevede". Il giudizio senza appello arriva direttamente dal presidente uscente dell'Antitrust, Giuseppe Tesauo, nel corso di una conferenza all'Università IULM di Milano sul tema 'L'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e la pubblicità ingannevole', organizzata per incontrare gli studenti dell'ateneo nell'ambito del corso di Tutela del consumatore e diritto dell'informazione tenuto dalla professoressa IULM e giornalista Anna Bartolini.

"La legge contro la pubblicità ingannevole è una legge insufficiente" ha osservato Tesauo, "anche perché i meccanismi di tutela nei confronti dell'inserzionista riducono spesso l'utilità e l'efficacia di un provvedimento dell'Antitrust". E ha spiegato: "per una maggiore efficacia delle sanzioni dell'Antitrust servirebbero rimedi e sanzioni strutturali, più che economici. La sanzione pecuniaria, peraltro piuttosto limitata, è una misura che credo inadeguata e inefficace, perché equivale a un costo d'impresa che le aziende riescono ad assorbire agevolmente. Può essere un deterrente solo per le piccole imprese, ma per le altre pochi spiccioli di multa sono irrilevanti a fronte di guadagni milionari".

Un'ipotesi per rendere più efficaci le sanzioni contro la pubblicità ingannevole "potrebbe essere la sospensione per un certo periodo dell'attività o della produzione da parte dell'azienda o della società condannata, come già si fa in altri Paesi europei" ha sottolineato Tesauo, "ma è una misura difficile da introdurre in Italia, dato che da un punto di vista culturale la tutela del consumatore è ancora indietro e risulta inadeguata. Queste misure potrebbero senz'altro essere più dissuasive di una modesta, spesso irrilevante, pena pecuniaria, mentre in Parlamento si continua a discutere sempre e soltanto di contromisure di carattere economico".

Tesauo, nel corso di una delle sue ultime uscite pubbliche da presidente dell'Antitrust, dato che il suo mandato dopo sette anni scade il prossimo 8 marzo, ha poi rilevato che "si dovrebbe intervenire anche per ridurre i tempi per far scattare le sanzioni, allungati dai ricorsi legali delle aziende coinvolte: spesso i tempi necessari per l'applicazione delle sanzioni, in caso di pubblicità ingannevole, si aggirano attorno ai tre o quattro mesi, mentre dovrebbero esserci le condizioni per intervenire più velocemente, altrimenti una campagna pubblicitaria che dura un mese fa in tempo a concludersi del tutto prima di poter intervenire".

Per quanto riguarda la pubblicità occulta, invece, "ci siamo dovuti occupare" ha rilevato, "spesso di casi di articoli giornalistici che riportano i nomi dei marchi di certi prodotti anche quando la cosa non è assolutamente rilevante ai fini e per i contenuti dell'articolo, ma questo è un aspetto delicato dato che va a toccare la libertà di stampa". In diversi altri casi invece, "per quanto riguarda la televisione, anche sui canali delle televisioni nazionali, abbiamo avuto a che fare con programmi Tv dove compaiono in evidenza alcuni prodotti, come

### **PER INFORMAZIONI:**

Cantiere srl – Valeria Carusi Ufficio Stampa IULM  
Tel. 02/87383180  
[v.carusi@cantieredicomunicazione.com](mailto:v.carusi@cantieredicomunicazione.com)  
[www.cantieredicomunicazione.com](http://www.cantieredicomunicazione.com)

Stefano Casini – Ufficio Stampa IULM  
Tel. 340.28.18.056  
[stefano.casini@iulm.it](mailto:stefano.casini@iulm.it); [ufficio.stampa@iulm.it](mailto:ufficio.stampa@iulm.it)  
[www.iulm.it](http://www.iulm.it)

bottiglie di acqua minerale con tanto di etichetta in bella vista, oppure un certo quotidiano, piuttosto che pacchetti di sigarette. Tutte situazioni al limite della sanzione”.

E sul tema della pubblicità comparativa, e della comparazione ingannevole, Tesauro ha osservato che “la pubblicità comparativa in Italia non ha avuto finora grande successo e grande riscontro: con l’introduzione della pubblicità comparativa nel nostro Paese ci si aspettavano grandi vantaggi per la libera concorrenza e grandi sconvolgimenti, che invece non ci sono stati, e il riscontro, anche di casi irregolari, è stato minimo”.

L’Università IULM si occupa di formazione universitaria nel complesso settore della comunicazione da 35 anni e ha acquisito in questo ambito una indiscussa leadership accademica: la Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM di Milano è riconosciuta oggi come l’Ateneo della Comunicazione.

La missione dell’Università IULM è creare professionisti per l’Europa attraverso una preparazione fondata sull’approfondita conoscenza della comunicazione d’impresa e delle lingue, aperta alle esperienze e al confronto internazionale. A tal fine l’Università promuove la formazione e la ricerca scientifica in risposta agli input che riceve dal sistema economico nazionale e sovranazionale, fungendo da motore propositivo nell’ambito del processo di rinnovamento e di integrazione culturale europeo e internazionale. Attenta nel prevedere e nel rispondere alle richieste del mercato del lavoro, l’Università IULM ha in questi anni consolidato un’offerta formativa innovativa nel panorama italiano, centrata su corsi di laurea strutturati sulle esigenze e le indicazioni del mondo produttivo.

**PER INFORMAZIONI:**

Cantiere srl – Valeria Carusi Ufficio Stampa IULM  
Tel. 02/87383180  
[v.carusi@cantieredicomunicazione.com](mailto:v.carusi@cantieredicomunicazione.com)  
[www.cantieredicomunicazione.com](http://www.cantieredicomunicazione.com)

Stefano Casini – Ufficio Stampa IULM  
Tel. 340.28.18.056  
[stefano.casini@iulm.it](mailto:stefano.casini@iulm.it); [ufficio.stampa@iulm.it](mailto:ufficio.stampa@iulm.it)  
[www.iulm.it](http://www.iulm.it)