



L'UE CHIEDE MISURE PIÙ SEVERE PER LA PUBBLICITÀ SU INTERNET



Il Parlamento Europeo ha iniziato a indagare sul tema della pubblicità ingannevole, e pubblicherà presto un rapporto.

Almeno una volta capita di prendere qualche clamorosa fregatura: biglietti che sembrano regalati e poi si rivelano salatissimi, "offerte speciali" che costano la metà altrove, montagne di premi vinti e mai recapitati... Farmaci che promettono miracoli e si rivelano inefficaci, promozioni stile "liquidazione - cessione - fino ad esaurimento scorte", mai poi il negozio resta al suo posto, premi indesiderati, batterie di pentole rifilate senza il nostro accordo, insistenti venditori di enciclopedie...

Tutto questo non succede solo in Italia, ma in tutta Europa, e anche nel commercio transfrontaliero. Per questo l'UE ha approvato una direttiva sulle pratiche commerciali sleali, ed ha aperto un sito dove i consumatori possono chiedere aiuto e consultare le regole UE.

Il Parlamento Europeo vuole andare ancora più a fondo.

Il francese Philippe Juvin ha presentato alla commissione Mercato interno del Parlamento la sua relazione sull'impatto della pubblicità sul comportamento dei consumatori. La relazione analizza l'applicazione e l'efficacia della direttiva europea sulle pratiche commerciali sleali, e evidenzia che - su internet - sono nate nuove forme di pubblicità ingannevole, come gli annunci nascosti nei blog, sui forum o sui social network, e la pubblicità mirata. Può capitare che le informazioni messe a disposizione dall'utente su un sito vengono estrapolate per fini pubblicitari, senza il suo esplicito accordo.

Secondo Juvin, la cui relazione verrà approvata dal Parlamento a fine novembre, i consumatori devono sviluppare "un atteggiamento critico riguardo alla qualità dei contenuti online", e chiede alla Commissione europea di lanciare una campagna di informazione, per spiegare ai cittadini come proteggere la loro privacy su internet. Il rapporto suggerisce anche di inserire la dicitura "informazione pubblicitaria" negli spot su internet, come già accade per la televisione. Il parlamentare francese è anche preoccupato della pubblicità aggressiva nei confronti dei bambini, e chiede un'analisi di impatto per valutare se sia opportuno proibire certe *réclame*.

Il sito speciale della Commissione offre aiuto in caso di pratiche commerciali scorrette.

Nella "lista nera" sono inclusi 31 casi di abuso, come le informazioni fuorvianti sul prezzo, la vendita di prodotti illegali camuffati, le false reclame, le finte vendite promozionali... Nel sito potete verificare se il vostro caso è coperto dalla legge europea. Troverete gli indirizzi delle associazioni di consumatori nazionali, e della rete dei Centri Europei dei Consumatori, che potete consultare.

Se l'associazione o la rete CEC conferma che il reclamo è giustificato, dovete rivolgervi all'autorità nazionale dei consumatori, che avvierà la procedura presso il tribunale e potrà eventualmente interrompere la pratica scorretta.

TRICOLORE

Direttore Responsabile: Dr. Riccardo Poli - Redazione: v. Stezzano n. 7/a - 24052 Azzano S.P. (BG)

E-mail: tricoloreasscult@tiscali.it

www.tricolore-italia.com