



L'Italia è stata il primo paese dell'Unione Europea a recepire la direttiva sulle pratiche commerciali sleali, approvando i Decreti Legislativi del 2 agosto 2007 n. 145 e n.146,Ne abbiamo parlato negli ultimi articoli pubblicati da questa rubrica e abbiamo visto che questi due importanti decreti legislativi, (pubblicati sulla «Gazzetta Ufficiale» n. 181 del 6 settembre) in tema di pubblicità ingannevole e di pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori, sono entrati in vigore il 21 settembre 2007. Dopo aver visto nelle scorse settimane cosa sia la pubblicità ingannevole e da dove venga il concetto delle pratiche commerciali sleali, concludiamo questa serie di articoli analizzando ora il contenuto di questi due nuovi testi normativi. In particolare, il decreto legislativo n. 145 del 2 agosto 2007, attuando l'articolo 14 della direttiva europea 2005/29/CE, introduce nel nostro ordinamento le nuove disposizioni sulla tutela delle imprese dalla pubblicità ingannevole e sulle condizioni di liceità della pubblicità comparativa.Nel definire ingannevole la pubblicità che «in qualsiasi modo» è idonea a indurre in errore le persone fisiche o giuridiche alle quali è rivolta, pregiudicando il loro comportamento economico o la lealtà della concorrenza, il decreto legislativo 145, all'articolo 3, indica tra gli elementi da considerare ai fini di una valutazione della ingannevolezza della pubblicità, anche le caratteristiche dei beni o dei servizi reclamizzati e il loro prezzo, nonché le condizioni di fornitura e la categoria o le qualifiche proprie dell'operatore pubblicitario.Quanto alla pubblicità comparativa, il decreto stabilisce che questa debba sempre confrontare beni o servizi che soddisfino uguali bisogni o che si pongano gli stessi obiettivi, senza causare confusione tra i diversi concorrenti e senza denigrare o causare discredito ad altri marchi.All' Autorità garante della concorrenza e del mercato vengono attribuiti specifici compiti di verifica e controllo dell'attività pubblicitaria, nonché opportuni poteri di sospensione e sanzione nei confronti degli operatori pubblicitari che dovessero violare le norme in questione.Il secondo decreto legislativo, il n. 146 del 2 agosto 2007, si propone come attuativo della stessa direttiva europea n. 2005/29/CE già considerata, per la parte riguardante la tutela dei consumatori dalle pratiche commerciali sleali.Grazie a questo provvedimento, che sostituisce gli articoli da 18 a 27 dell'attuale Codice del consumo, viene ampliato il campo delle condotte commerciali illecite, comprendendo in tale definizione non solo i messaggi di pubblicità ingannevole o di pubblicità comparativa illecita, ma qualsiasi azione, omissione, condotta, o dichiarazione, o comunicazione commerciale contraria alla diligenza professionale, ovvero non veritiera o comunque idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio cui è rivolta.La conseguente sanzione amministrativa, quindi, si applicherà a ogni comportamento, che seppur formalmente corretto, risulti comunque tale da alterare in misura apprezzabile la capacità del consumatore di prendere una decisione consapevole,

Le pratiche commerciali sleali: quali comportamenti sono vietati nella comunicazione pubblicitaria dopo il

Di Marco Maglio

Lunedì 15 Ottobre 2007 11:52

inducendolo a fare scelte di natura commerciale che altrimenti non avrebbe fatto.