

Franca Rame: "Basta con la pubblicità ingannevole"

ROMA - La senatrice **Franca Rame** ha deciso di ingaggiare un'altra battaglia per la legalità ed il rispetto dei cittadini e stavolta procede dritta contro la pubblicità ingannevole, un problema più volte denunciato dall'associazione 'Generazione Attiva', che ha lamentato l'inadeguatezza delle "multe" previste dal Codice del Consumo (Decreto legislativo 2005/206) che ha come limite massimo di sanzione pecuniaria 100,000 euro. In altri paesi come ad esempio la Francia la sanzione va in proporzione alla somma spesa dall'azienda per la pubblicità in oggetto e questo limite invece previsto nel nostro ordinamento di fatto non c'è. Sempre in Francia, di recente, al Gruppo di grande distribuzione Carrefour sono stati richiesti diversi milioni di Euro di sanzione amministrativa per pubblicità ingannevole. In Italia, si legge in una nota di

'Generazione Attiva', nella stragrande maggioranza dei casi le sanzioni dell'Antitrust per pubblicità ingannevole non arrivano quasi mai alla cifra massima prevista di 100.000 Euro. Anche quando quest'ultima arriva al limite massimo previsto dal Codice del Consumo questo non disincentiva le aziende, che invece sono molto spesso recidive". "I vantaggi che ne traggono dalla pubblicazione del messaggio ingannevole sono, infatti- spiega 'Generazione Attiva' - maggiori rispetto al rischio di un eventuale sanzione il cui importo è sempre irrisorio rispetto al fatturato della grande azienda. Per un'azienda che fattura diversi milioni/miliardi di Euro 100,000 Euro sono poca cosa. Lo stesso Presidente dell'Antitrust, Antonio Catricalà, facendo propri i rilievi di 'Generazione Attiva', ha chiesto un intervento in tal senso al legisla-

tore". Il ddl presentato dalla sen. **Franca Rame**, dell'Italia dei Valori, intende fare proprie le preoccupazioni di 'Generazione Attiva' e dell'Autorità Antitrust e propone l'introduzione di nuove sanzioni che generino un effetto deterrente nei confronti delle campagne pubblicitarie ingannevoli ai danni del cittadino. Si propone, quindi, una modifica al D. Lgs. 6 settembre 2005, n. 206, recante il "Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della Legge 29 luglio 2003, n. 229". Le modifiche proposte vanno ad operare sull'articolo 26 - Tutela amministrativa e giurisdizionale - e intendono riportare la sanzione comminata dall'autorità al costo della campagna pubblicitaria, incrementando quindi il limite massimo della sanzione attualmente previsto e rendendo di fatto vani gli effetti di una campagna pubblicitaria ingannevole.

