

Scorrettezze commerciali Una nuova responsabilità

Dall'applicazione delle norme sulle pratiche commerciali scorrette è nata una nuova forma di responsabilità oggettiva degli operatori di Tlc per i contenuti dei provider di contenuti. Francamente troppo, vista l'assoluta impossibilità di verificare moltissimi contenuti offerti. Ciò ha condizionato l'operatività delle imprese, in una congiuntura economica non facile. È quanto emerso nel corso di un incontro svoltosi su iniziativa dell'Aigi e lo Studio legale Pedersoli & Associati. Uno scenario che ad un momento iniziale di dure multe pecuniarie comminate per le pratiche commerciali scorrette (oltre 34 milioni di euro solo nel 2009), dovrebbe passare ad un maggior dialogo tra Autorità ed imprese, valorizzando l'istituto degli impegni e, in prospettiva, procedure d'intervento d'urgenza. Questo confidando nel prezioso lavoro che il Tar del Lazio (giudice d'appello dei provvedimenti dell'Antitrust) sta svolgendo nella ridefinizione dell'entità delle multe. «Nella fase iniziale si è forse ecceduto nelle sanzioni, creando disorientamento nelle imprese alle prese con necessità di comunicazione molto particolari, soprattutto in settori ad alta tecnologia», ha ricordato Fabio Missori, General Counsel di H3G. «Da sistema di tutela della concorrenza, le nuove norme hanno spostato l'attenzione sui consumatori», ha ricordato l'avv. Paolina Testa partner dello studio FTCC. Proprio questa nuova gerarchia avrebbe spinto l'Autorità ad eccedere per disorientare il mercato. Posizione di Componente ha ricor-



te dell'Autorità, il quadro che la tutela dei consumatori arrivata tardi nel nostro ordinamento, motivo per cui è stato giusto mettere subito dei paletti per definire ambiti di proteggibilità certi. Più dialogo, quindi, nel quale un ruolo importante può e deve svolgere l'Istituto di autodisciplina pubblicitaria che - ha ricordato Vincenzo Guggino, Segretario generale - ha strumenti come i pareri preventivi efficace che dovrebbe essere valorizzati.

Federico Unnia

