

AUTO: 'NOAUTO', OCCHIO A DEFINIRVI VERDI IN PUBBLICITA', NON LO SIETE PER DEFINIZIONE

DALL'ASSOCIAZIONE 4 SEGNALAZIONI, LA PRIMA ALL'ANTITRUST
Roma, 5 nov. - (Adnkronos) - 'Noauto' lancia un avvertimento al mondo delle quattro ruote: attenzione a definirvi 'verdi' nelle pubblicità. Non lo siete per definizione! La vostra potrebbe quindi risultare pubblicità ingannevole! Noauto però non si è limitata ad inviare moniti. Ha infatti messo nero su bianco ogni aspetto critico del binomio auto-pubblicità in quattro segnalazioni.

La prima l'ha inviata all'Antitrust perchè verifichi se l'uso di termini come "verde", "rispettoso dell'ambiente", ecc... che "alludono a benefici ambientali che le automobili non possono generare" risulti ingannevole e/o scorretto. "Tutte le automobili infatti - fa notare infatti l'Associazione per una mobilità urbana alternativa - emettono inquinanti atmosferici dannosi non solo per la salute umana, ma anche per l'ambiente. Tra questi assume particolare rilevanza l'anidride carbonica (Co2) per il suo contributo a processi globali di squilibrio ecologico e di alterazione climatica, volgarmente noti come effetto serra. La Co2 è emessa dalle automobili con qualsiasi sistema di propulsione (a combustione interna o ibrida) e con qualsiasi sistema di alimentazione (benzina, gasolio, gpl, metano, idrogeno); anche le automobili elettriche emettono Co2 nel punto di produzione dell'energia elettrica".

Ecco quindi perchè Noauto ha segnalato all'Antitrust la possibilità di verificare che tali pratiche pubblicitarie costituiscano sia una pratica commerciale scorretta nei confronti dei concorrenti che non ricorrono all'uso di termini evocativi di prestazioni ambientali inesistenti, sia una forma di inganno nei confronti dei consumatori cui vengono veicolate informazioni inesatte sulle prestazioni ambientali del veicolo pubblicizzato, elemento sempre più preso in considerazione dai consumatori nel momento della scelta del prodotto da acquistare". (segue)

(Ver/Pn/Adnkronos)

NEL MIRINO LE PUBBLICITA' DI FORD FOCUS, DAIHATSU TERIOS, KIA, NUOVA MAZDA

(Adnkronos) - Noauto ha agito forte di recenti decisioni come quella assunta dall'Antitrust in materia di benzina verde con la quale è stato vietato l'uso di termini come "verde", "ecologica", ecc. se allusivi a caratteristiche ambientali che la benzina non possedeva. O come quella presa dal Garante dei consumatori norvegese che ha chiesto di non usare tali termini nelle pubblicità di automobili. Nel mirino di Noauto sono finiti in particolare 4 slogan pubblicitari. Ford Focus, "Conviene a te e rispetta l'ambiente". Daihatsu Terios, "Green Powered. Risparmi ogni volta che lo guidi...e risparmi anche l'ambiente perchè le emissioni sono ridotte al minimo...". Kia, "Risparmi denaro, risparmi l'ambiente". Nuova Mazda 2, "100% verde...".

Il destinatario della seconda segnalazione è l'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria (Iap) al quale Noauto chiede di esprimersi sulle pubblicità di automobili che contengono messaggi che potrebbero fare riferimento a comportamenti di guida non sicuri; a prestazioni dell'automobile non compatibili con comportamenti di guida sicuri; ad emozioni e sensazioni che, se associate all'uso dell'automobile, possono indurre a comportamenti di guida non sicuri. L'associazione ha sottoposto questi messaggi all'attenzione del Comitato di controllo dello Iap perchè possa valutare se siano riscontrabili violazioni alle norme in materia di sicurezza del Codice di Autodisciplina pubblicitaria. Noauto ha anche evidenziato che l'organo francese equivalente dell'Iap (Bvp, ora Arrp) ha emanato norme specifiche sull'automobile in materia di velocità, riserva di potenza e capacità di frenatura, sicurezza attiva e passiva, violazione del codice della strada, comportamenti aggressivi o pericolosi.

L'Associazione per la mobilità urbana segnala in particolare 4 pubblicità: Mercedes serie Amg, "Gli oggetti nello specchietto sono molto più lontani di quanto appaiono", "Non vi vedranno arrivare e non vi vedranno andarsene. Per questo vi noteranno", "Ammirate le strisce colorate fuori dal finestrino". Saab 93, "Extra power when you need it". Land Rover Range Rover, "Il brivido di

un'esperienza straordinaria, emoziona chi la guida. Basta metterla in moto e l'adrenalina comincia a scorrere nelle vene. Inizia un'esperienza di viaggio straordinaria che resta dentro anche dopo che sei sceso". Caso Fiat Punto, "Sempre avanti". (segue)
(Ver/Pn/Adnkronos)

CAMERA COMMERCIO ROMA DICA SE SONO STATE VIOLATE NORME INFORMAZIONI EMISSIONI CO2

(Adnkronos) - La terza segnalazione è stata recapitata alla Camera di Commercio di Roma alla quale Noauto chiede una valutazione su alcuni casi di pubblicità di automobili che omettono o riportano in modo non facilmente leggibile le informazioni sulle emissioni di Co2 delle automobili. Casi rispetto ai quali l'Associazione vuole sapere se vi siano state violazioni alle norme europee e nazionali che regolano le informazioni sulle emissioni di Co2 da fornire ai consumatori per quanto riguarda la commercializzazione di autovetture nuove (direttiva europea 1999/94/CE; D.P.R. 84/2003).

Noauto sul punto in esame ha sollecitato anche il Ministero dello Sviluppo economico richiamandolo "ad una più attiva azione di sensibilizzazione, vigilanza e sanzione di comportamenti che sembrerebbero essere largamente diffusi". Delle pubblicità segnalate una riguarda la Concessionaria Monaco Motors Bmw 318d Touring (senza informazione sulle emissioni di Co2); l'altra la Bmw Serie 3 Touring - (con informazione sulle emissioni di CO2 illeggibile); la terza la Volkswagen Golf Plus (con informazione sulle emissioni di CO2 illeggibile) e la quarta la Nissan Qashqai (con informazione sulle emissioni di CO2 illeggibile).

Noauto, infine, ha inviato una lettera aperta all'Istituto di autoregolazione pubblicitaria (estratti) nella quale si rende nota la campagna di monitoraggio delle campagne pubblicitarie delle automobili avviata dalla stessa Noauto dalla quale sono risultati diffusi e rilevanti casi che potrebbero avere un'influenza negativa sul consumatore, proprio per quanto riguarda gli aspetti legati all'impatto sanitario, all'impatto ambientale e alla sicurezza delle automobili. E si richiama "la necessità che la pubblicità delle automobili sia oggetto di norme specifiche del Codice di autodisciplina della comunicazione pubblicitaria, così come già accade per altri settori merceologici. Tali norme - evidenzia Noauto - dovrebbero riguardare in particolare gli aspetti della pubblicità di automobili che direttamente o indirettamente riguardano la sicurezza, l'ambiente e la salute dei cittadini.

(Ver/Pn/Adnkronos)