

Milano, 10 dicembre 2008
Prot. Us/rc

Spettabile
NO AUTO
Via S. Crisogono, 46
00153 Milano

Alla c.a. Dott. Gerardo Marletto

Segnalazione messaggi pubblicitari relativi ad autoveicoli di diverse marche:

- 1) “Renault Koleos. 4x4 fuori, Renault dentro”(Renault Koleos), rilevato su Il Venerdì di Repubblica;***
- 2) “Il brivido di un’esperienza straordinaria” (Renge Rover Sport), rilevato su Intelligent Lifestyle;***
- 3) “Sempre avanti. Punto” (Nuova gamma Punto), rilevato su La Repubblica del 10/10/2008;***
- 4) “Cosa preferisci guidare? Una marca o un’auto?” (Infiniti), rilevato su Il Sole 24 Ore del 9/10/2008;***
- 5) “Extra Power when you need it” (Saab 93), rilevato su Il Sole 24 Ore del 23/9/2008;***
- 6) “L’auto sportiva diventa SUV” (Mazda CX-7), rilevato su Intelligent Lifestyle di settembre 2008;***
- 7) “La potenza e lo spirito”(Lancia Delta), rilevato su Il Sole 24 ore del 9 ottobre 2008***

Gentile Presidente,

con riferimento alla Vostra cortese segnalazione, desideriamo informarVi in dettaglio sull’esito delle valutazioni relative ai messaggi in oggetto, cui il Comitato di Controllo è giunto muovendo la propria analisi dagli attenti rilievi da Voi evidenziati.

In particolare, relativamente al messaggio 1), il Comitato ha ritenuto che il carattere “grintoso” vantato faccia riferimento non alla velocità raggiungibile, ma all’aspetto ed alle caratteristiche di fuoristrada dell’auto pubblicizzata, la quale è peraltro rappresentata in posizione statica in un paesaggio di montagna. Inoltre per quanto riguarda l’ “emozione” cui si riferisce il messaggio 2), il concetto di “prestazioni emozionanti” del messaggio 4), il claim “Sempre avanti” riportato nel messaggio 3) o la “sportività” vantata nel messaggio 6), ad avviso del Comitato, si tratta di concetti inseriti in contesti comunicazionali che non li collegano

direttamente alla velocità o alla potenza delle auto pubblicizzate, né creano suggestioni associabili ad una guida pericolosa. Relativamente al concetto di “*potenza*” veicolato dal messaggio 7), il Comitato ha ritenuto che la rappresentazione visiva e la *headline* suggeriscono un’idea di “equilibrio”, incompatibile con allusioni ad un uso spregiudicato del veicolo. Infine, l’organo di controllo ha valutato la rappresentazione del messaggio 5) palesemente irrealistica ed iperbolica: pur alludendo alla potenza dell’auto pubblicizzata, infatti, non appare tale da sollecitare un modello di comportamento imprudente o pericoloso.

Tutto ciò considerato il Comitato di Controllo ha ritenuto che tali comunicazioni, non contenendo descrizioni o rappresentazioni di stimolo alla velocità, in grado di indurre i destinatari ad assumere comportamenti di guida contrari alle normali regole di prudenza, non superino i limiti fissati dall’art. 12, comma 2°, del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, e ha disposto l’archiviazione dei suddetti casi.

Per quanto riguarda gli altri messaggi segnalati (messaggi *Mercedes* e *Wolkswagen*), Vi informiamo che è tuttora in corso l’istruttoria e Vi terremo sollecitamente informati sul prosieguo.

L’occasione ci è gradita per ringraziarVi per l’attenta collaborazione prestata alla nostra attività di monitoraggio della comunicazione commerciale e porgerVi i nostri migliori saluti.

I.A.P.
La Segreteria