

UNA FINESTRA SULL'EUROPA



Dipartimento per le politiche europee

UNIVERSITA' IN RETE

Uno spazio per dialogare di questioni sovranazionali riservato agli studenti di Firenze, Perugia, Roma, Teramo e Macerata



CREME, LIFTING, INFORMAZIONE E "ASPETTATIVA PRESUNTA"

Pubblicità ingannevole: regole comuni per tutelarsi

OGNUNO di noi si è imbattuto, almeno una volta nella vita, in messaggi pubblicitari ingannevoli, diffusi su riviste o in televisione che, per indurre all'acquisto, forniscono indicazioni non corrette o incomplete.

Qualche anno fa, la materia è stata oggetto di un importante intervento dell'Unione europea, quando - a fronte dell'insufficienza di una direttiva data nel 1984 e dei notevoli ostacoli al mercato comune legati proprio a normative in materia alquanto divergenti fra un Paese e l'altro - è stata adottata nel 2005 una nuova direttiva, che gli Stati membri avrebbero dovuto attuare entro il 12 giugno 2007.

Duplici l'obiettivo del legislatore europeo: la tutela del consumatore da un lato e, dall'altro, l'effettiva promozione di un mercato unico anche grazie a regole comuni.

La direttiva 2005/29/CE si prefigge infatti di assicurare a tutti i consumatori dell'Ue una tutela uniforme, fissando regole non derogabili, neppure in senso più favorevole, dagli Stati membri: per raggiungere questo obiettivo, si introduce il criterio del "consumatore medio, ragionevolmente attento ed avveduto" quale unico punto di riferimento per determinare il carattere ingannevole di un messaggio pubblicitario.

Si tratta, come è evidente, di un criterio che lascia inevitabilmente un certo spazio discrezionale di valutazione. Ed ecco perché la Corte di giustizia europea ha precisato che occorre considerare "l'aspettativa presunta di un consumatore medio, normalmente informato...".

Applicando a questi principi, la Corte ha ritenuto - per esempio - che un consumatore medio è in grado di comprendere che una crema per il viso definita "lifting" non può avere gli stessi effetti garantiti da tale trattamento. Tuttavia, rimarrà comunque compito delle autorità nazionali verificare, tenendo conto di tutti gli elementi pertinenti, se nel caso concreto il consumatore medio è stato ingannato.

Nel nostro Paese l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, alla quale è affidato il compito di controllare il rispetto delle regole stabilite in attuazione della direttiva - ed anche i giudici amministrativi - hanno interpretato estensivamente il criterio del "consumatore medio", finendo così con l'ampliare la tutela riconosciuta dalla direttiva. Il criterio è stato infatti ritenuto tale da ricomprendere anche quei consumatori "distratti" che prima di acquistare un prodotto non si siano adeguatamente informati, pur essendo nelle condizioni di farlo, sulle sue reali caratteristiche. Non solo. Un atteggiamento ancora più favorevole all'utente finale si è affermato riguardo agli acquisti via internet, rispetto ai quali si ritiene che il consumatore potrebbe non avere familiarità con le procedure automatizzate d'acquisto. Anche l'acquirente più sprovveduto e disattento, insomma, è tutelato rispetto alla pubblicità ingannevole. Esistono dunque norme efficaci che richiedono, però, la collaborazione dei consumatori e delle rispettive associazioni di tutela ai quali spetta la facoltà di denunciare i messaggi eventualmente scorretti.

Giulia Vannucchi

Libia ed 'Europa

Sanzioni, competenze, il ruolo del Parlamento

PARLARE più spesso di Europa e non solo in termini economici o sulla scorta di qualche emergenza (Lampedusa e l'immigrazione, la Grecia e via dicendo...). Parlarne a trecentosessanta gradi, per spiegare, per comprenderne le competenze, per utilizzarne le opportunità. Parlarne per informare le comunità locali. Parlarne attraverso gli approfondimenti di 'redattori' davvero speciali: quali sono quelli impegnati nella realizzazione di questo inserto, tutti studenti della Facoltà di giurisprudenza dell'Università di Firenze, coordinati dalla professoressa Adelina Adinolfi, docente di diritto dell'Ue (cattedra Jean Monnet). L'iniziativa - che vede l'ateneo fiorentino e il nostro giornale partner di un progetto-pilota promosso dal Dipartimento per le politiche europee della Presidenza del Consiglio dei ministri - ospita altre due pagine (dopo l'uscita del 29 dicembre scorso) e si colloca in una 'rete' di cinque Università: Firenze, Roma, Perugia, Teramo e Macerata.

CHIAMARSI fuori dalla missione in Libia: l'ultimatum lanciato dai leader della Lega Nord al raduno di Pontida di metà giugno ha gettato altra benzina sul fuoco di un dibattito di politica interna che, sul punto, ha fatto registrare sin dall'inizio forti contrasti tra gli Stati membri dell'Unione e, sul piano interno italiano, fra gli alleati di governo. Intanto, sulla sponda opposta del Mediterraneo, l'azione militare si avvita in una continua escalation dagli esiti sempre molto incerti. Sullo sfondo, prosegue l'azione di 'indiretto accerchiamento' nei confronti del Colonnello esercitata dall'Unione europea, in coerenza con le proprie competenze, attraverso limiti al commercio con la Libia e misure restrittive contro coloro che ne appoggiano

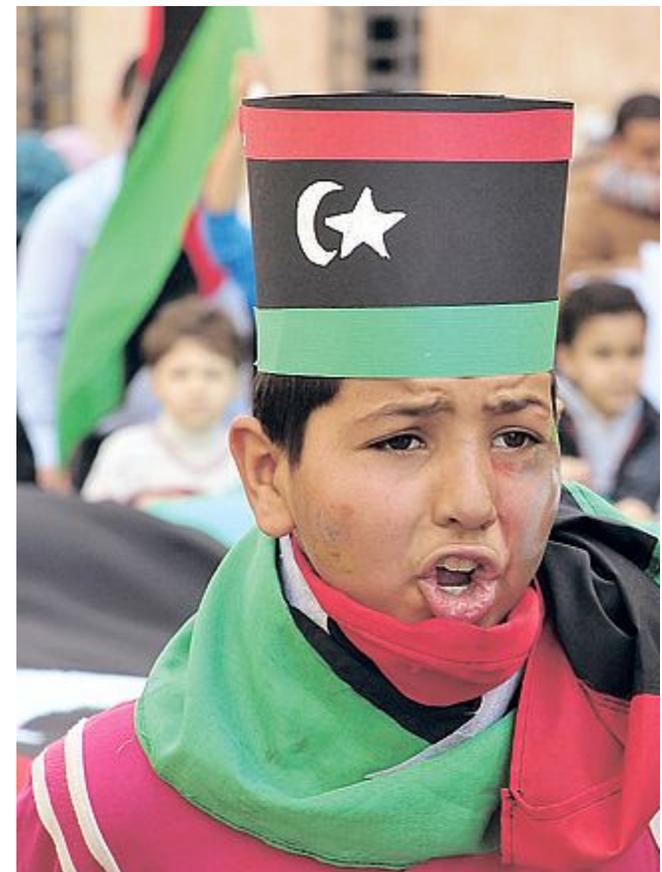
I poteri

L'Europarlamento viene semplicemente informato delle sanzioni adottate dalle istituzioni dell'Ue direttamente espressione dei governi nazionali

il regime.

Ma quali sono, in materia, le effettive 'aree di sovranità' dell'Ue? E attraverso quali meccanismi le istituzioni europee sono arrivate ad assumere le loro decisioni?

L'INPUT ONU - Febbraio 2011: la rapida evoluzione degli eventi in Libia chiama in causa il potere dell'Unione di adottare sanzioni economiche nei confronti di Stati non-membri. L'input, piuttosto che dall'interno, arriva in verità dal Consiglio di Sicurezza dell'Onu: che, con la risoluzione n.1970 adottata il 26 del mese, condanna l'uso della forza



ISTRUTTORIA DELLA COMMISSIONE SULLA "DIRETTIVA-SMA"

Tv europea: il tempo è scaduto

IL TERMINE è appena scaduto. Ma non sappiamo ancora se ci sia stata - e di quale tenore sia - una risposta italiana alla richiesta che la Commissione europea ha avanzato il 29 marzo (al nostro Paese e ad altri quindici Stati membri) per ottenere informazioni entro dieci settimane sull'attuazione della cosiddetta "direttiva SMA" (servizi media audiovisivi) che, nel 2010, ha innovato l'intera regolamentazione di settore sostituendosi ad una precedente direttiva del 1989 (nota come "televisione senza frontiere").

Una richiesta di chiarimento che la Commissione ha inviato ai paesi membri attraverso sedici lettere (ad un anno di distanza dall'adozione della nuova disciplina) per verificare l'applicazio-

ne concreta della nuova normativa. In particolare, a fronte di uno sviluppo tecnologico che ormai consente da tempo la trasmissione transfrontaliera dei programmi tv, la Commissione vuole ve-



dere chiaro sullo stato di attuazione di quelle norme comuni in materia di pubblicità, di pluralismo, di tutela dei minori, di diritto di rettifica, di lotta all'odio razziale o religioso e di "promozione delle opere europee", che sono state fissate proprio con la "direttiva-SMA".

Un tema cruciale in considerazione del fatto che al centro dell'attuale sistema ridisegnato nel 2010 su scala europea, c'è proprio quel "principio del Paese di origine" in base al quale è sufficiente, per assicurare la libera circolazione delle trasmissioni, che queste siano conformi alla normativa dello Stato dal quale provengono, senza che si possa procedere, salvo alcuni casi eccezionali, a controlli e limitazioni nel Paese membro di ricezione.

Tessa Paci Innocenti