



UNC
CONSUMATORI.IT

ANTITRUST: vittoria Unc, multa da 500 mila euro a Philip Morris

09 Gennaio 2019

Comunicato stampa Unione Nazionale Consumatori

Vittoria contro Iqos e a difesa del giornalismo dopo il nostro esposto nei mesi scorsi.

Roma, 8 gennaio 2019 - La Philip Morris Italia srl è stata sanzionata dall'Antitrust con una multa da 500 mila euro. Ne dà notizia l'Unione Nazionale Consumatori che aveva presentato nei mesi scorsi l'esposto.

Per l'Authority, infatti, la pubblicità di Iqos, il dispositivo che scalda il tabacco senza bruciarlo, presente su diverse riviste periodiche di Conti editore srl, all'interno di articoli nella veste di ordinari redazionali, è occulta. Si legge, infatti, nel provvedimento: *"si ritiene che i professionisti, attraverso gli articoli descritti (...) abbiano realizzato forme di pubblicità occulta a favore del dispositivo Iqos di Philip ,Morris"*.

"Una vittoria importante, sia per la tutela della salute e l'importanza di scoraggiare il consumo di tabacco, sia per il giornalismo, perché sia sempre tenuta distinta la parte informativa da quella pubblicitaria. Accolte in pieno le nostre tesi! Basta con la pubblicità occulta nell'ambito di articoli giornalistici!" afferma Massimiliano Dona, presidente dell'Unione Nazionale Consumatori.

Per l'Antitrust, *"sebbene dalle evidenze istruttorie non sia risultato un accordo esplicito tra le imprese e l'editore, gli elementi di natura indiziaria raccolti nel corso del procedimento sono idonei a suffragare l'esistenza di un chiaro intento promozionale e quindi la contestazione di pubblicità non trasparente"*. E ancora, negli articoli contestati dall'UNC. *"il richiamo al dispositivo Iqos risulta estraneo al contenuto del servizio ed enfatizzato", "la descrizione con toni enfatici delle caratteristiche del dispositivo Iqos, la prospettazione dei vantaggi derivanti dal suo utilizzo (...) corrispondono a tipiche modalità promozionali-commerciali, del tutto avulse dal contesto degli articoli"*. Non è stato *"adottato alcun accorgimento o indicazione che renda evidente ai consumatori la natura promozionale degli articoli in esame. Non risulta infatti alcuna indicazione quale "informazione pubblicitaria"*.

In conclusione, per l'Agm, vi sono gli *"estremi di una pubblicità non trasparente"*. Da qui la

sanzione amministrativa pari a 500 mila euro a Philip Morris Italia srl e di 50 mila a Conti editore srl., avendo posto in essere *“una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 22, comma 2, del Codice del Consumo”*.