



UNC
CONSUMATORI.IT

PUBBLICITA': dopo la Ferrari, esposto anche contro la Ducati. AGGIORNAMENTO

28 Giugno 2019

Comunicato stampa Unione Nazionale Consumatori

Tabacco: esposto all'Antitrust e al ministero della Salute per il logo Mission Winnow della Philip Morris.

Roma, 4 marzo 2019 - L'Unione Nazionale Consumatori che nei giorni scorsi, per prima, aveva presentato contro la Ferrari un esposto all'Antitrust e al ministero della Salute per via della scritta Mission Winnow, un logo della Philip Morris, la multinazionale del tabacco, annuncia di aver depositato analoga segnalazione anche contro la Ducati.

“Il fatto che la Ferrari abbia deciso di chiamarsi solo Scuderia Ferrari e non più Scuderia Ferrari Mission Winnow, guarda caso prima della gara in Australia, dove le autorità stanno già indagando per accertare se via una possibile elusione del divieto di pubblicità sul tabacco, dimostra che i nostri esposti all'Antitrust e al ministero della Salute hanno fondamento” afferma Massimiliano Dona, presidente dell'Unione Nazionale Consumatori.

“Per questo chiediamo che le due autorità da noi contattate si pronuncino prima che la Formula 1 o la Moto Gp arrivino in Italia” conclude Dona.

AGGIORNAMENTO: in data 27 giugno 2019, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha archiviato la segnalazione per manifesta infondatezza. L'Autorità ha ritenuto che nella fattispecie segnalata relativa alla presenza del logo Mission Winnow, sulle carrozzerie delle due monoposto e sulle divise della scuderia Ferrari, nonché sui mezzi Ducati MotoGP, risultino assenti gli elementi di fatto idonei a giustificare ulteriori accertamenti. Il professionista in risposta ad una richiesta di informazioni ha rilevato che sotto il profilo grafico non sussiste alcun collegamento con i prodotti Marlboro posto che il logo impiegato è una freccia intesa come vettore, simbolo di innovazione continua. Inoltre la campagna comunicazionale non risulta diretta a promuovere un prodotto del tabacco o sigarette elettronica, ma piuttosto a creare coinvolgimento intorno all'innovazione, al ruolo di scienza, tecnologia e cambiamento peraltro condiviso anche dalla scuderia Ferrari.

