

«Birra Moretti da Comun Nuovo all'Expo», esposto all'Antitrust per pubblicità ingannevole

written by Redazione
23 Aprile 2015



Il Codacons ha presentato un esposto all'Antitrust relativamente alla pubblicità della Birra Moretti apparsa in questi giorni sui principali quotidiani italiani, il cui messaggio recita: "A Expo andiamo a Km 0 (...) perché viene dalla birreria di Comun Nuovo, situata a meno di 70 Km da Expo".

Tale affermazione, tuttavia - stando all'azione di Codacons - appare «generica e

potenzialmente fuorviante per il consumatore medio dal momento che, come specificato nella [pagina web della Birra Moretti dedicata ad Expo](#), il magazzino di 2.200 mq coperti è riservato allo stoccaggio, preparazione delle consegne ed al carico, e non alla produzione».

L'associazione dei consumatori rileva inoltre che la birra non è un prodotto agricolo fresco né tantomeno stagionale «ed il claim "Km 0" non rappresenta una indicazione generica ma esprime un impegno che le imprese alimentari assumono nei confronti dei consumatori, suggerendo, al contempo, un ridotto impatto ambientale del prodotto offerto. Per fregiarsi del titolo "prodotto italiano" o "made in Italy", poi, è necessario che la produzione della materia prima ed il luogo di trasformazione debbano eseguirsi nel territorio italiano», per questo il Codacons si chiede «se, nel caso specifico, gli ingredienti che compongono la materia (tra cui il luppolo, i lieviti ed il malto) siano di origine italiana».

«Il messaggio pubblicitario quindi - prosegue l'associazione - non avendo semplice contenuto informativo, è in grado di influenzare in modo diretto il comportamento economico degli utenti, a discapito di altre aziende che commercializzano gli stessi generi merceologici, ed è idoneo a restringere l'ambito del mercato della libera concorrenza. Per tali motivi il Codacons ha chiesto all'Antitrust di aprire una indagine nei confronti della pubblicità della Birra Moretti volta ad accertare l'eventuale ingannevolezza del messaggio rivolto ai consumatori».

L'associazione inoltre verificherà da qui in avanti tutti messaggi pubblicitari dei prodotti alimentari legati ad Expo, denunciando le aziende che promuoveranno senza averne titolo l'italianità della propria merce.