

**Tu chiamale, se vuoi, illusioni**

**Q**ui ci vorrebbe l'Antitrust. Ma non per le aziende: per i politici. Un diritto non è un prodotto, un voto non è una prova d'acquisto, un'agevolazione fiscale non è il premio di una raccolta a punti.

Eppure il linguaggio della politica (della cattiva politica) è sempre più vicino a quello della pubblicità (della cattiva pubblicità). O forse si è spinto addirittura oltre, inaugurando una nuova frontiera del marketing: quello delle illusioni. Ma con una differenza sostanziale: se ci dicono che una merendina è genuina e noi ci crediamo, al massimo rischiamo qualche chilo di sovrappeso nel giro vita. Ma se ci tolgono un diritto dicendoci che è per il nostro bene e noi ci crediamo, siamo fritti. Siamo, in pratica, aperti a qualunque illusione. Non è importante che il biscotto sia buono, purché ci sia qualcuno che ce lo faccia credere.

È la forza della pubblicità senza scrupoli. Ed ecco che allora la class action può apparire e sparire senza fare rumore. Che cos'è la class action? Boh? E chi lo sa? La nostra redazione mobile si sposta quotidianamente fra piazze e mercati e ha intervistato la "gente", ottenendo quasi sempre la stessa risposta. Sbagliò il governo di centrosinistra, che la introdusse, a non fare comunicazione circa le potenzialità di questo strumento di difesa dei consumatori (per quanto imperfetto e migliorabile nei contenuti e nei meccanismi). Ora la class action è stata affossata dal nuovo governo, che la comunicazione la sa fare eccome. "Tranquilli - ci dicono - è solo rinviata, la stideremo meglio e la riproporranno". Forse sarà davvero così, più probabilmente sarà una fregatura, di sicuro è stata un'illusione. Bella finché è durata.

Come quella di chi ha tirato un sospiro di sollievo guardando fiducioso all'accordo tra banche e governo per alleggerire le famiglie dalle rate dei mutui. Lo slogan è stato: "rate più basse". E in calce, scritto piccolo: "e più numerose, perché il mutuo si alleggerirà". O come l'iscrizione dall'Ici in cambio di un voto (attenzione: solo per il 2008!), il cui gettito mancato dovrà essere recuperato in qualche modo. E dov'è allora la differenza rispetto alla promessa del migrante miracoloso che ci fa perdere venti chili in un mese? Lo slogan non è: "saggio all'Antitrust, che ha subito sanzionato l'azienda responsabile". E se l'Antitrust esaminate anche gli slogan di politici e governo sul mercato delle illusioni?

■ Roch

## Consumatori di nuovo disarmati

### Rinviata (forse) al 2009 l'entrata in vigore della class action

#### PUBBLICITÀ INGANNEVOLE



#### L'Antitrust contro i dimagranti

Ancora sanzioni dal Garante della concorrenza: perdere venti chili in un mese è pura illusione

A pagina 20

■ Sarebbe dovuta entrare in vigore a fine giugno ma il ministro delle Attività produttive Claudio Scajola ha bloccato tutto. È la cosiddetta "class action", la nuova arma di difesa dei consumatori. Che sarebbe andata a finire così, del resto, si sapeva fin dall'inizio, da quando la "class action" passò solo grazie all'errore di un senatore di FI, che durante la votazione azionò il pulsante sbagliato. Scajola assicura che si tratta di un semplice rinvio. L'impressione più diffusa, però, è che il nuovo governo abbia semplicemente ripartito allo "sbaglio". Con buona pace dei consumatori.

A pagina 5

#### INCHIESTE



#### Ogm, soluzione contro la fame o puro business?

La coltivazione di prodotti geneticamente modificati è un grande affare per le multinazionali. Ma sulle conseguenze per la salute e le prospettive dell'agricoltura il dibattito resta aperto

Alle pagine 8 e 9

#### L'accordo banche-governo contro il caro mutui

## Lo strano caso della coperta corta



È possibile ottenere una rata più bassa, ma i tempi di ammortamento si allungano - A pagina 4

## Luglio 2008: i saldi di InformaConsumatori

La nostra redazione contro il caro prezzi!

Se ti abboni entro luglio con soli 10 € riceverai 15 numeri

di InformaConsumatori: da settembre 2008 a dicembre 2009

#### Come?

- direttamente tramite il sito [www.informaconsumatori.it/abbonamenti](http://www.informaconsumatori.it/abbonamenti)
- versando sul c/c postale n° 38586103 intestato a Idem S.c.g.
- telefonando alla casella vocale 011 770.12.64 e lasciando nome, cognome e indirizzo: riceverai gratuitamente una copia del giornale con allegato il bollettino postale



#### Tutti in coda dove il marchio non c'è

Il fenomeno delle "pompe bianche". Comprano direttamente dalle raffinerie e offrono il carburante a prezzi più bassi

A pagina 7

#### In condominio si litiga per l'ascensore

Tra le maggiori fonti di spesa e di discussione. Dalle installazioni agli adeguamenti normativi, tutto quello che c'è da sapere per impiantare vecchi e nuovi

A pagina 16