

Ma il Garante chi garantisce?

Sul numero 49 di *Scienza & Paranormale* ci eravamo occupati del business legato alla cosiddetta acqua vitalizzata sottolineandone la totale inconsistenza scientifica e preannunciando una segnalazione all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. In data 2 ottobre 2003 l'Autorità Garante ci ha inviato una raccomandata in cui ci comunica la sua decisione in merito.

Riproduciamo per intero il testo della lettera:

Con riferimento alla richiesta di intervento in oggetto, si comunica che l'Autorità ha esaminato le fattispecie segnalate e ha ritenuto che non sussistano i presupposti per avviare un procedimento ai sensi del Decreto Legislativo 25 gennaio 1992, n. 74, come modificato dal Decreto Legislativo 25 febbraio 2000, n. 67.

L'Autorità, in particolare, ha ritenuto che i messaggi in esame non presentano il metodo di rivitalizzazione dell'acqua con vantì specifici relativi al fondamento scientifico di esso, ma informano il lettore medio dei risultati di una ricerca su base empirica, descrivendoli al fine di illustrare ai "profani interessati" i nessi quasi fideistici nell'approccio al trattamento dell'acqua che "risultano incomprendibili allo scienziato

dotto". Inoltre, come risulta dalla stessa richiesta di intervento e dalla documentazione in atti, il metodo e il prodotto pubblicizzati hanno ricevuto riconoscimenti ufficiali che sottolineano la concreta efficacia del prodotto in questione.

Sulla base di tali considerazioni, nella sua adunanza del 25 settembre 2003, l'Autorità ha disposto l'archiviazione della richiesta di intervento per manifesta infondatezza, ai sensi dell'art. 5, comma 4, del D.P.R. 10 ottobre 1996, n. 627, Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole.

L'Autorità ringrazia per l'attenzione riservata allo svolgimento dei propri compiti istituzionali.

A parte la fumosità del linguaggio utilizzato che richiede un non indifferente sforzo ermeneutico, appare però chiaro che l'Autorità Garante ha dato totale credito ai «riconoscimenti ufficiali che sottolineano la concreta efficacia del prodotto in questione», tanto sbandierati nella pubblicità. Possibile che l'Autorità Garante non abbia sentito la necessità di interpellare qualche consulente scientifico esperto nel settore per avere un parere tecnico? Con la stessa logica allora l'Autorità Garante darebbe evidentemente

credito a qualsiasi ciarlatano che vantì fantomatici riconoscimenti ufficiali a sostegno dei suoi strabilianti poteri.

Ricordiamo che L'Autorità Garante è tra l'altro l'organo incaricato dell'applicazione del decreto legislativo n. 74 che, dando attuazione a una direttiva della Comunità Europea, ha introdotto anche in Italia una disciplina in materia di Pubblicità Ingannevole. Come si legge nel sito della stessa Autorità Garante (www.agcm.it), «si ritiene ingannevole qualsiasi pubblicità che, in qualunque modo, compresa la sua presentazione, induca in errore o possa indurre in errore le persone fisiche e giuridiche alle quali è rivolta e che abbia la capacità di pregiudicare il comportamento economico di questi soggetti oppure possa ledere un concorrente. La nozione di pubblicità è molto ampia e si estende fino a comprendere la stessa confezione dei prodotti». Secondo l'articolo 1 del decreto citato la pubblicità deve essere «palese, veritiera e corretta».

Francamente da un'istituzione che dovrebbe garantire e tutelare le persone fisiche e giuridiche ci si aspetterebbe maggiore serietà e professionalità. □

Silvano Fusò
Giorgio Temporelli