

Enel taglia 15 euro al mese ed è tutto compreso

Nel mese di ottobre 2012, Enel aveva diffuso uno spot, nel quale pubblicizzava l'offerta "tutto compreso", nella quale si proponeva la fornitura del gas a 15 euro mensili, purché si aderisse entro il 31 gennaio 2013. Il Comitato di Controllo aveva evidenziato che il telecomunicato taceva che il prezzo di 15 euro al mese sarebbe stato applicato solo per 12 mesi, facendo quindi rientrare la proposta tra le vendite speciali, per le quali deve essere indicato chiaramente in che cosa consiste la favorevole occasione d'acquisto, nonché la scadenza dell'offerta. Inoltre, sempre secondo il Comitato di Controllo, non veniva data corretta evidenza che all'importo sopra indicato dovevano essere sommate l'IVA e le imposte, dato che tali informazioni comparivano in un super, insieme a molte altre, le quali, scritte a caratteri ridotti, rimanevano visibili per pochi secondi, impedendo al consumatore di avere inequivoca informazione del complessivo contenuto dell'offerta. Veniva, quindi, emessa ingiunzione di desistenza, ritenendo violati gli articoli 2 (Comunicazione commerciale ingannevole) e 20 (Vendite speciali) del Codice di Autodisciplina. All'ingiunzione si opponeva Enel, precisando che non si sarebbe trattato di una vendita speciale, ma dell'applicazione un prezzo standard, rispondente alle attuali condizioni di un mercato soggetto a costanti variazioni di prezzo, per il quale appariva congruo il periodo di 12 mesi. Sotto il profilo dell'ingannevolezza, Enel ne contestava il fondamento, dato che, nello spot di 30 secondi, 8 erano occupati dalle scritte in sovrimpressione contenenti le informazioni e, di questi 8 secondi, ben quattro erano dedicati all'Iva ed alle imposte.

Il Giurì, che discuteva il caso nella seduta del 26 febbraio 2013, ha posto l'attenzione sull'architettura dello spot, che era impostato per attirare l'attenzione del consumatore, attraverso il suo impianto drammaturgico, di tal che la parte informativa veniva trascurata a favore dell'azione. Ci sarebbe stato, in sostanza, uno sbilanciamento in danno della prima. La sorta di reticenza nel percepire la parte informativa dell'annuncio sarebbe stata inoltre aggravata dall'omissione di un dato importante, quale è quello relativo alla durata del beneficio.

L'equilibrio di un telecomunicato è dato proprio dall'insieme tra la parte audiovisiva e le scritte in sovrimpressione, che devono comporre l'unicità del messaggio. Se la parte drammaturgica e quella informativa non sono in equilibrio, una delle due parti finisce per diventare sfocata agli occhi del consumatore.

Secondo il Giurì, nello spot di Enel mancava proprio questo equilibrio e le due parti si muovevano l'una indipendentemente dall'altra, con la conseguenza che il consumatore si trovava nella condizione di dover scegliere se farsi attirare dall'azione o leggere, con difficoltà, le frasi in super. Il Giurì ha, quindi, ritenuto che il telecomunicato fosse ingannevole e, quindi, in contrasto con l'art. 2 del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale e ne ha ordinato la cessazione.

In questa pronuncia il Giurì ha espresso un concetto molto importante, sull'essere lo spot percepito come un "atto sincretico", e come sia importante l'equilibrio tra aspetti audiovisivi e aspetti informativi, che, insieme, costituiscono l'*unicum* del messaggio.

Fiammetta Malagoli