

L'ha avuta vinta Pirelli. Il mese scorso l'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria si è infatti pronunciato relativamente a due casi di comunicazione commerciale segnalati da Pirelli Tyre e ne ha chiesto la cessazione. Si tratta delle campagne Continental e Michelin e dei messaggi che l'una, via stampa e radio, e l'altra, via televisione, stampa e internet, avevano lanciato per promuovere i pneumatici invernali.

Secondo il Giurì della pubblicità Michelin Italiana ha peccato di comunicazione commerciale ingannevole con il messaggio: "Fermati fino a 3 metri prima con pneumatici Michelin - I pneumatici Michelin Energy Saver si fermano fino a tre metri prima".

Continental Italia invece, dichiarando i propri pneumatici "I migliori in inverno" e affiancando questa affermazione ad altre più tecniche, come "'già a sette gradi lo spazio di frenata con i pneumatici estivi può raddoppiare", ha creato una comparazione di cui avrebbe dovuto fornire i dati e le prove, violando così l'art. 15 "Comparazione" del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale.