

## **Team**

### **Febbraio 1989**

#### L'Assopedoni denuncia

E' il 20 settembre 1988. a Milano il Giurì per l'autodisciplina pubblicitaria emette una importante sentenza. Esaminati gli atti e sentite le parti, ordina la cessazione delle pubblicità della Renault 21 2 liti Turbo, della Audi 80 TD intercooler, della Kadett Cabrio GSI e della Seat Ibiza. Il Giurì ha accolta la denuncia dell'Associazione Italiana Pedoni. In quelle pubblicità c'è una istigazione a superare e di molto, i dispositivi limitatori della velocità. E non solo.

Tutto è cominciato qualche mese prima, a Napoli. La strategia d'attacco per muovere guerra alla promozione del prodotto automobilistico attraverso la mitizzazione della velocità è nata tra Piazza dei Martiri, dove ha sede l'Assopedoni, e Via Santa Lucia, nello studio dell'avvocato Marinella de Nigris Siniscalchi.

Con l'assistenza della de Nigris la denuncia dell'Assopedoni si perfeziona ed arriva sul tavolo del Comitato di controllo che disciplina forme e messaggi della pubblicità in Italia.

Basta con l'intensificarsi di reclames basate sull'equazione velocità sta a potenza come potenza sta a successo.

Basta con l'acceleratore come strumento di rivalsa e di affermazione dell'individuo. "In un richiamo pubblicitario di questo tipo - dice l'avvocato de Nigris - individuammo il concorso al dilagare dei sinistri, oltre che l'istigazione a dare sfogo ai peggiori istinti dell'automobilista. L'iniziativa legale si è calata in un contesto, che nel frattempo cresceva, di grande attenzione ai problemi della sicurezza stradale durante l'estate scorsa".

La pericolosità di inserzioni pubblicitarie che enfatizzano il mito della velocità e che riducono l'affidabilità dell'automobile all'immagine del bolide volante è ancor più evidente quando l'Aisico, associazione per la sicurezza della circolazione, in un convegno a Roma, ha segnalato che gli incidenti diminuiscono di due volte, i feriti di tre e i decessi di quattro allorché viene ridotta la velocità sulle strade.

Via quelle pubblicità dai muri, dai giornali, dalla TV, ha prescritto quindi il Giurì, inibendone la divulgazione. Mai più si dirà che "guidare rimane un piacere veloce" o di un'auto "spingetela sino a 174 km/h". Mai più ci saranno "sensazioni intense di 227 km/h" o inviti a "lasciarsi trasportare dall'emozione a 195 km/h". Da oggi in poi tutte le industrie automobilistiche saranno costrette a tenere conto della sentenza favorevole all'Assopedoni quando allestiranno le loro campagne pubblicitarie. "E' solo il caso di ricordare - aggiunge infine Marinella de Nigris - che talune pubblicità si esaurivano in trovate non originali e veramente discutibili. Mi riferisco all'accostamento tra la vettura e la "compagna che ha rivali" della Seat Ibiza, per esempio, con l'omologazione di piacere della velocità e piacere sessuale. Una trovata che anche la sentenza ha ritenuto banale e di pessimo gusto".