

Associazione Indipendente di Consumatori

Via Valassina, 22 - 20159 Milano
Tel. 02 668901 - Fax 02 66890288
www.altroconsumo.it

**Raccomandata A.R.
Anticipata via fax**

**Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
P.zza G. Verdi 6/a
00198 Roma**

Milano, 30 marzo 2007

**Oggetto: Ingannevolezza dei messaggi pubblicitari relativi alla
Playstation 3 (PS3) della Sony**

Altroconsumo, associazione indipendente di consumatori¹, con sede in Via Valassina 22, 20159 Milano, chiede all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato di valutare, ai sensi del Titolo III, Capo II, d.lgs n. 206/2005 (Codice del Consumo), la sussistenza dei presupposti di ingannevolezza nei messaggi pubblicitari della Playstation 3 (PS3) della Sony, diffusi a mezzo stampa sul depliant illustrativo per i prodotti in vendita nei negozi Trony dal 22 marzo al 15 aprile 2007 (vedi allegato n. 1) e in quello per i prodotti in vendita nei negozi Mediaworld dal 15 marzo al 7 aprile, (vedi allegato n. 2) nei quali si omette completamente di indicare la carenza di compatibilità della nuova console della Sony con molti giochi per Playstation 2 (PS2).

Allo stesso modo, non risulta alcuna adeguata indicazione circa la carenza di retrocompatibilità rispetto ai giochi per PS2 nel messaggio pubblicitario diffuso attraverso Internet sul sito di Mediaworld all'URL <http://www.mediaworld.it/promozioni/ps/index.html> rilevato il 29 marzo 2007 alle ore 17 (allegato n. 3), dove compare, tra le altre cose, lo slogan "Playstation 3 è arrivata più potente che mai!", mentre clickando sul link in calce sulla scritta "Leggi l'approfondimento completo nella Biblioteca della Tecnologia" si accede all'URL http://www.mediaworld.it/approfondimenti/console_ps3/01.html rilevato il 29 marzo 2007 alle ore 17 (allegato n. 4), dove, tra le altre cose, si legge. "In

¹ Altroconsumo, associazione di consumatori più rappresentativa del Paese, ha oltre 300.000 soci ed è unico membro italiano del BEUC (*Bureau Européen des Unions de Consommateurs*).

primis la console giungerà sugli scaffali con installato un firmware aggiornato e migliorato, ma soprattutto è il reparto giochi ad averci guadagnato notevolmente in seguito al notevole ampliamento del parco titoli disponibili al lancio. Molti sviluppatori hanno ben sfruttato i mesi a disposizione e sono riusciti a completare pezzi da novanta come Virtua Fighter 5 e MotorStorm”, lasciando così addirittura intendere al consumatore che i nuovi giochi andranno ad aggiungersi a quelli precedenti.

Per giunta anche nei messaggi pubblicitari relativi alla PS3 apparsi in tv (ne abbiamo rilevato uno su Canale 5 il 29 marzo 2007 alle ore 22,04) e pubblicati su giornali e riviste specializzate risulta una assoluta omissione circa la carenza di compatibilità della nuova console con i precedenti giochi per PS2 e se allo stato non ci è possibile allegare la relativa documentazione, sarà facile per l’Autorità comprovare quanto asserito.

Appare, pertanto, evidente che Sony vende in Europa un prodotto, la PS3, meno performante che negli Stati Uniti e in Giappone, spinge i consumatori ad acquistare nuovi giochi compatibili, non li informa che i precedenti non lo sono, diversamente da ciò che essi legittimamente si aspettano, ingenerando, dunque, nel pubblico un’erronea aspettativa sulle caratteristiche del prodotto. Aspettativa che, purtroppo, viene subito vanificata come efficacemente descritto nell’articolo apparso sul Corriere della Sera a firma Claudio Semenza (allegato n. 5), uno scenario che in questi giorni si ripeterà tale e quale in centinaia di migliaia di famiglie ingannate dalla pubblicità in oggetto.

Ora, ai fini dell’accertamento dell’ingannevolezza dei messaggi pubblicitari in esame poco importa se Sony abbia immesso nel mercato europeo PS3 non dotate, come quelle già commercializzate negli Stati Uniti e in Giappone, di un componente hardware che garantisce una buona compatibilità con i giochi per PS2, a causa di semplice negligenza o con il preciso intento di fare migrare il maggior numero possibile di utenti su PS3 o, peggio ancora, con la volontà di compartimentare artificialmente i mercati. Si tratta certo di questioni rilevanti che Altroconsumo intende approfondire in altra sede.

Per il momento una cosa è certa - se come dimostrato - nella sua campagna pubblicitaria Sony non precisa adeguatamente le limitazioni del prodotto PS3, questo è di per sé motivo di ingannevolezza, considerato peraltro che la retrocompatibilità con le migliaia di giochi per PS2, rispetto ai poco più di 20 giochi attualmente esistenti per PS3, appare essenziale per il consumatore che si appresta ad acquistare la nuova console.

In conclusione ci sembra anche opportuno rammentare a supporto della nostra richiesta di intervento che l’ingannevolezza per omessa informazione, tale da ingenerare una erronea aspettativa nei consumatori sulle caratteristiche del prodotto o del servizio, è stata più volte accertata da codesta Autorità, tra gli altri, nei seguenti casi: -1997 - provv. 5038 - PI1276 (Offerta TOP TIM); -2003 - provv.12159 - PI4129 (Carta EURONICS); -2004 -

provv.13345 - PI4407 (WIND - PRONTO 1055); -2004 - provv.13678 - PI4560 (TV DIGITALE TERRESTRE).

Per le ragioni su esposte Altroconsumo chiede che l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, verificata l'ingannevolezza del messaggio pubblicitario individuato:

- 1) ne inibisca la continuazione e;
- 2) considerata la sussistenza dei motivi d'urgenza, insiti nel fatto che la commercializzazione della PSP3 in Italia è iniziata da pochissimi giorni e che sta registrando grandi volumi di vendita, intervenga comunque cautelativamente per sospenderli provvisoriamente.

Rimaniamo a Vostra disposizione per ogni ulteriore precisazione e per eventuali audizioni o confronti in materia.

Con i migliori saluti,

Andrea Doneda
Direttore Altroconsumo