



Chiara Ferragni prosciolta, il giudice: “Pubblicità ingannevole ma follower non sono seguaci di una setta”•

Descrizione

(Adnkronos) “A gennaio Chiara Ferragni era stata prosciolta dall’ accusa di truffa aggravata. Ora le 59 pagine di motivazioni del giudice di Milano Ilio Mannucci Pacini spiegano che il contenuto nei comunicati stampa e nei post e delle storie pubblicate sulle campagne pubblicitarie di “Pandoro Balocco Pink Christmas” (Natale 2022) e “Uova di Pasqua” sosteniamo i Bambini delle Fate” (Pasqua 2021 e 2022) “definiscono l’ utilizzo di espressioni, talvolta anche solo ambigue, altre volte più direttamente esplicative di un rapporto causale tra acquisto dei prodotti ed entità dell’ erogazione benefica, che non possono essere considerate *ictu oculi* prive di profili di decettività”•.

Inoltre i provvedimenti dell’ Agcm “delineano la sussistenza di una pubblicità ingannevole che non consente *ictu oculi* (con un colpo d’ occhio, ndr) di ritenere insussistente la natura decettiva di quei messaggi pubblicitari”•. Tanto basta al dubbio al giudice “per escludere l’ applicabilità della formula assolutoria nel merito”• per gli indagati (oltre all’ influencer anche l’ ex braccio destro Fabio Maria Damato e il presidente del cda di Cerealitalia Francesco Cannillo).

Se il giudice, si legge, “avesse ritenuto fondata la tesi di sussistenza dell’ aggravante, avrebbe assunto la conseguente decisione di responsabilità (se tutti gli elementi costitutivi della fattispecie contestata fossero risultati integrati e senza ignorare l’ intervenuta attività riparatoria da parte degli imputati)”, ma essendo esclusa la minorata difesa, “l’ accertamento di sussistenza dei reati contestati non solo non è imposto al giudice, ma non può essere oggetto del suo accertamento”•.

Per il giudice Ilio Mannucci Pacini, il quale ha escluso l’ aggravante della minorata difesa contestata dai pm di Milano Eugenio Fusco e Cristian Barilli, “non può essere condivisa l’ affermazione secondo la quale essere follower di un personaggio molto noto sui social network significhi divenire un suo seguace (alla stregua dei seguaci dei santoni delle sette religiose o spirituali), così determinando automaticamente in capo a quest’ ultimo uno stato di debolezza fisica o psichica che comporti una limitazione della propria capacità di autodeterminarsi”•.

Non solo i follower, circa 30 milioni, â??non sono necessariamente tutti destinatari dei messaggi postatiâ?•, ma neppure risulta â??che pubblicit  ingannevole o mendace attuata tramite i canali televisivi abbia determinato solo per il numero di destinatari, lâ??aggravante della minorata difesaâ?• si sottolinea nelle motivazioni.

Gli imputati, sottolinea il giudice, â??non sono stati assolti in questo processo, le condotte a loro addebitate non sono rimaste impunte, le vittime delle asserite truffe non sono state insoddisfatte delle proprie ragioni risarcitorieâ?•. Al contrario, a seguito delle contestazioni formulate â??gli imputati hanno subito a vari livelli conseguenze sul piano patrimoniale per la ritenuta natura ingannevole dei messaggi pubblicitari riguardanti le campagne qui giudicate (attraverso, innanzitutto, il procedimento attivato dallâ??Agcm)â?• e hanno risarcito.

â??

cronaca

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Aprile 13, 2026

Autore

redazione

default watermark