

MDC LOMBARDIA

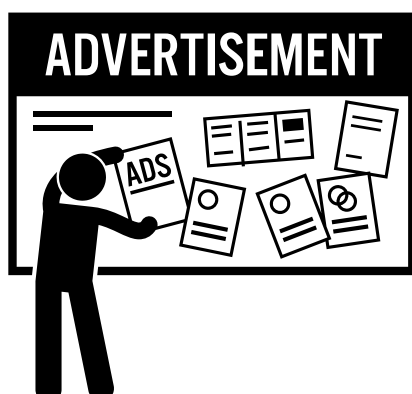
Newsletter 9
-Febbraio 2026

Marketing “parassitario” su Milano Cortina, Antitrust avvia altre due istruttorie

L'Antitrust mette sotto i riflettori alcuni supermercati con l'ipotesi di “marketing parassitario” su Milano Cortina. Avvia istruttorie verso le società titolari de Il Gigante e di MD e un'azione di moral suasion verso Famila

L'Antitrust continua a indagare sul marketing “parassitario” in occasione dei giochi olimpici Milano Cortina. E mette sotto i riflettori i gestori di alcuni supermercati avviando altre due istruttorie e un'azione di moral suasion. Dopo la conclusione del procedimento cautelare nei confronti di Harmont & Blaine, l'Autorità garante della Concorrenza e del Mercato è intervenuta nei confronti delle catene di supermercati Il Gigante, MD e Famila.

Su segnalazione e in collaborazione con il Nucleo Speciale Antitrust della Guardia di Finanza, l'Autorità ha avviato due istruttorie e una moral suasion per attività di marketing “parassitarie”. Ambush marketing, questo il nome anglosassone, indica una pubblicizzazione e commercializzazione “parassitaria” o di “imboscata” che si verifica quando un marchio o un brand sfrutta un evento mediatico o un evento pubblico, come appunto le olimpiadi, associandosi ad esso in modo non autorizzato in quanto non è sponsor ufficiale e non ha accordi di partnership. Il dubbio è dunque che le società abbiano utilizzato la simbologia dei Giochi Olimpici senza essere partner o sponsor della manifestazione.



LE IPOTESI DI MARKETING PARASSITARIO SULLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE

L'Antitrust ha dunque avviato un'istruttoria nei confronti di Rialto S.p.A., che gestisce la catena di supermercati Il Gigante, per una campagna pubblicitaria denominata “TecnOlimpiadi”, svolta dal 15 al 28 gennaio scorso, con cui la società ha effettuato una vendita promozionale di elettrodomestici e prodotti di elettronica, utilizzando i cinque cerchi olimpici e immagini dei giochi invernali.

La seconda istruttoria è stata invece avviata nei confronti di MD S.p.A., titolare della catena di supermercati MD, per la campagna pubblicitaria “Inizio dei Giochi Olimpici MD Edition” con immagini raffiguranti, tra l'altro, i cinque cerchi olimpici e la fiamma olimpica.

L'Autorità ha inoltre avviato un'azione di moral suasion verso SELEX Gruppo Commerciale S.p.A., che gestisce la catena di supermercati Famila per una campagna pubblicitaria in cui vengono evocati i simboli olimpici.