economiesuisse

Il contrario di buono non è per forza cattivo...

Il Consiglio federale ha presentato il progetto della nuova legge sui prodotti del tabacco. Malgrado numerose opposizioni espresse nell'ambito della consultazione, esso ha manutenuto delle restrizioni pubblicitarie molto rigide, che vanno ben oltre la protezione della gioventù. Queste misure sono piene di buoni auspici ma non porteranno a nessun risultato. I divieti pubblicitari non sono uno strumento adeguato alla prevenzione perché non hanno sufficientemente influenza sulle cause reali della dipendenza. Proteggere i consumatori adulti dalla comunicazione commerciale non è nient'altro che censura politico-ideologica ed è una pura e semplice messa sotto tutela. Quale cittadino autonomo e responsabile non posso approvare simili divieti moralizzanti, tanto più che nuocciono all'economia.

Permettetemi di seguito di chiarire alcune cose: non fumo. Si potrebbe dunque supporre che le disposizioni relative alla pubblicità sui prodotti del tabacco non mi importino. Pensare questo sarebbe un errore poiché mi interessano molto. Sono fermamente convinto che la pubblicità per dei prodotti autorizzati debba essere possibile. Poco importa di quale prodotto si tratta e se ho una simpatia per un determinato settore. È una questione di principio. Oggi il tema riguarda i prodotti del tabacco ma domani i sedicenti difensori della salute pubblica potrebbero prendersela con derrate alimentari «malsane» e domandare che venga vietata la pubblicità per il cioccolato, le patatine o le bibite zuccherate. Ma lo Stato non deve prescrivere un modo di vita e pilotare il consumo di prodotti legali. Per questo combatto i dettami statali in materia di sanità.
Senza la pubblicità l'economia di mercato non funzionerebbe: i fornitori e i consumatori non potrebbero comunicare tra loro, la concorrenza non giocherebbe.
La libertà pubblicitaria – e la relativa questione se è possibile restringerla – è importante per la società e l'economia. Essa non deve essere limitata senza una valida ragione. In effetti, la comunicazione commerciale fa parte del diritto fondamentale della libertà d'opinione ed è protetta dalla Costituzione. Dunque, fa parte del motore economico.

Senza la pubblicità l'economia di mercato non funzionerebbe: i fornitori e i consumatori non potrebbero comunicare tra di loro e la concorrenza non potrebbe manifestare i suoi

effetti.

Per i produttori e i commercianti la pubblicità è uno strumento necessario per presentare i loro prodotti e servizi e smarcarsi dalla concorrenza. La pubblicità attira la mia attenzione di consumatore su nuove offerte che posso confrontare. Dal momento che lo Stato ostacola questa comunicazione tra partner attivi sul mercato attraverso delle eccessive restrizioni pubblicitarie, esso manipola e soffoca l'economia.
Per questo, quale non fumatore, mi oppongo ai divieti pubblicitari previsti nel progetto della legge sui prodotti del tabacco.