economiesuisse

I divieti pubblicitari ostacolano la concorrenza

La pubblicità è una condizione per il buon funzionamento di un'economia di mercato. Essa permette agli operatori di sviluppare un'offerta diversificata e innovativa e di andare incontro ai clienti. La pubblicità è una condizione per una concorrenza che funziona.

Da diversi anni si osserva un'evoluzione preoccupante, verso sempre maggiori prescrizioni e divieti in materia di pubblicità. Lo Stato interviene nella libertà pubblicitaria con continue regolamentazioni inutili ed eccessive, spesso con il pretesto di proteggere la salute o altri «obiettivi prioritari». Questo si traduce in una crescente tendenza a legiferare per limitare le libertà sociali «indesiderabili». Ma la legislazione proibizionista basata sulla moralità non ottiene nulla, e mette sotto tutela i consumatori e alla fine danneggia l'economia nazionale.

Il 14 giugno, il Consiglio degli Stati esamina le divergenze rispetto al Consiglio nazionale per quanto concerne la legge sui prodotti del tabacco. Questa legge lancia un segnale importante sul regime economico e i valori del nostro paese.

Contrariamente al Consiglio nazionale, la Commissione della sanità del Consiglio degli Stati raccomanda di vietare la pubblicità per i prodotti del tabacco e i nuovi prodotti alternativi. Tuttavia, la pubblicità per questi prodotti è già severamente limitata.

La nuova legge creerebbe un precedente pericoloso. Se la pubblicità per il tabacco e i prodotti a base di nicotina fosse totalmente vietata con la motivazione che si tratta di prodotti nocivi per la salute, chi potrebbe garantire che la pubblicità per l'alcool e gli alimenti zuccherati non sarà vietata domani? Sono già stati depositati interventi parlamentari in tal senso.

Inoltre, un divieto totale della pubblicità per i prodotti del tabacco lancerebbe anche un segnale fatale ai consumatori adulti: «Noi decidiamo ciò che fa bene a voi. Non siete in grado di farlo da soli.»

È ormai noto che le sigarette sono dannose per la salute. Ma se la proposta della Commissione della sanità del Consiglio degli Stati passasse, sarebbe lo Stato a decidere se una persona deve correre questo rischio. Questo paternalismo non si adatta a una società liberale. Va anche contro il suo obiettivo dichiarato di migliorare la salute pubblica. In questi ultimi anni, i grandi gruppi del tabacco hanno investito in misura massiccia nello sviluppo di prodotti meno nocivi rispetto alle sigarette classiche.

Il potenziale di riduzione dei rischi inerenti a questi nuovi prodotti è inoltre riconosciuto dalle autorità sanitarie in Europa e negli Stati Uniti. Tuttavia, secondo la Commissione della sanità del Consiglio degli Stati, occorre anche vietare ampiamente la pubblicità a favore di questi prodotti alternativi. Numerose imprese in altri settori investono in prodotti alternativi più sani. L'obiettivo è di proporre ai clienti prodotti che rispondano alle loro aspettative elevate in termini di salute e sostenibilità.

Per promuovere queste innovazioni, gli ambienti politici dovrebbero cooperare con gli ambienti economici in un contesto appropriato invece di ostacolare nuovi sviluppi sensati con divieti insensati. Solo una tale cooperazione genera miglioramenti costanti e fa progredire la nostra società.

Questa è la strada giusta per la nostra politica sanitaria, la nostra economia e il nostro paese.

Questo articolo è apparso nella «NZZ» l'11 maggio 2021.