



Invio per posta elettronica

All'Amministrazione federale delle dogane, sig. Christian Bock, Direttore
All'Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria, sig. Pierre Studer
Alle amministrazioni cantonali incaricate del controllo della pubblicità
Ai delegati cantonali dell'ARPS e alla sig.ra Diana Müller, segretaria
Ai delegati cantonali della CDCD e alla sig.ra Mirjam Weber, segretaria

Berna, 18 aprile 2019

Rapporto concernente il controllo della pubblicità nei Cantoni
Sondaggio presso l'Amministrazione federale delle dogane e i Cantoni svizzeri
Da gennaio a marzo 2019

Gentili Signore e Signori,

vi informiamo sui risultati del sondaggio effettuato dalla Commissione federale per i problemi inerenti all'alcool (CFAL) concernente la messa in atto del controllo della pubblicità presso l'Amministrazione federale delle dogane (AFD) e i Cantoni svizzeri.

Il 7 gennaio 2019 è stata inviata una lettera al direttore dell'AFD, Christian Bock (v. allegato 1). La risposta è giunta alla CFAL il 4 febbraio scorso.

Il 31 gennaio 2019 è stata inviata un'e-mail ai 26 Cantoni (v. allegato 2), con un termine di risposta fissato al 22 marzo 2019. Dato che l'organizzazione amministrativa del controllo della pubblicità differisce da un Cantone all'altro, ci siamo premurati di contattare l'amministrazione di ogni Cantone, chiedendo di comunicarci il servizio competente cui avremmo potuto recapitare il nostro questionario. Una copia del sondaggio è stata inviata anche a tutti i rappresentanti della CDCD e dell'ARPS. Abbiamo ricevuto 17 risposte concernenti 20 Cantoni.

Anche l'Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria (USAV) è stato informato sul nostro modo di procedere.

Il presente rapporto riassume le risposte dell'AFD e dei Cantoni. È inviato all'AFD, all'USAV, a tutte le amministrazioni cantonali, comprese quelle che non hanno risposto al nostro sondaggio, ai delegati cantonali della CDCD e dell'ARPS nonché alle loro segreterie.

Sintesi delle risposte dell'AFD concernente il controllo della pubblicità

Domanda 1 : *Controllo della pubblicità a monte: l'AFD intende tuttora rendere a pagamento la verifica dei progetti pubblicitari a partire dal 1° gennaio 2019? Quale sarà il prezzo?*

Commissione federale per i problemi inerenti all'alcool (CFAL)

Brigitta M. Gadiant
Werkstrasse 2
7000 Coira
Tel. 079 611 04 33

Segreteria:
Ufficio federale della sanità pubblica
Schwarzenburgstrasse 157
3003 Berna
Tel. 058 463 17 58

Le richieste di verifica dei progetti pubblicitari per le bevande spiritose sono fortemente aumentate negli ultimi anni (570 nel 2013, 1801 nel 2016, 1221 nel 2018). Ciò è dovuto a uno sviluppo dinamico del mercato di queste bevande, ma anche a richieste di verifica sistematiche e non giustificate da parte di certi attori del settore. Infatti, questa verifica è considerata quasi al pari di un «marchio di qualità» per le pubblicità.

Ciò richiede parecchie risorse ai collaboratori dell'AFD, che per questo motivo non riescono a concentrare i loro sforzi sulle situazioni in cui si chiedono accertamenti più approfonditi. Pertanto, al fine di ridurre le richieste di verifica inutili, l'AFD intende rendere a pagamento queste verifiche.

Quale misura di accompagnamento, l'AFD sta elaborando una guida completa sulla pubblicità. Saranno proposte formazioni e previsti diversi supporti d'informazione per aumentare le competenze del settore in materia di pubblicità per le bevande spiritose.

Attualmente, la mozione parlamentare Hess (Mo. 17.4123 Pubblicità sugli alcolici. Mantenere il sistema attuale) è tuttora pendente in Parlamento e il progetto è sospeso. Di conseguenza le verifiche per il momento rimangono gratuite e l'emolumento potrebbe essere introdotto al più presto all'inizio del 2020.

L'emolumento andrà da 50 a 100 franchi per una richiesta standard. Per i clienti che presentano regolarmente richieste, potrà essere riscosso un forfait.

Domanda 2 : *Controllo della pubblicità a valle: come si organizza l'AFD per effettuare il controllo delle pubblicità sul territorio? Chi sono e che funzione svolgono gli ispettori incaricati di questo controllo?*

Oltre ai controlli effettuati da impiegati della sezione Mercato dell'alcol e pubblicità, l'AFD riceve dalla popolazione numerose segnalazioni in merito a infrazioni pubblicitarie. Nell'industria ha preso piede una forma di autoregolamentazione: la concorrenza sorveglia attentamente la pubblicità delle bevande spiritose e segnala immediatamente le infrazioni. Segnalazioni riguardo a infrazioni giungono anche dai Cantoni.

Attualmente, in tutta la Svizzera sono impiegati controllori fiscali presso le aziende e i negozianti per compiti che concernono essenzialmente le irregolarità fiscali. L'AFD esamina la possibilità di estendere il loro mandato a compiti di controllo pubblicitario.

Domanda 3 : *Quanti ispettori (posti equivalenti a tempo pieno) erano assegnati al controllo delle pubblicità sul territorio tra il 2013 e il 2017, e quanti sono quelli operanti dal 1° gennaio 2018 presso l'AFD? Vi sono stati dei cambiamenti per quanto concerne i loro compiti?*

Prima del 2018, la Regia federale degli alcool (RFA) impiegava undici ispettori (capi settore) che eseguivano principalmente controlli fiscali presso i produttori e i negozianti di bevande spiritose, nonché nei depositi fiscali. Il controllo della pubblicità per le bevande spiritose faceva parte dei loro compiti. Non vi sono mai stati ispettori incaricati unicamente del controllo della pubblicità sul territorio. Complessivamente, le risorse assegnate al controllo della pubblicità dai capi settore corrispondevano a circa 2,5 ETP.

Quando la RFA è stata integrata nell'AFD, alcuni dei vecchi ispettori della RFA sono passati alla funzione di inquirenti doganali o di verificatori fiscali. Tuttavia il controllo della pubblicità delle bevande spiritose non rientra nei loro compiti.

Attualmente si sta studiando in che misura gli ispettori fiscali potrebbero assumere tali compiti in futuro (v. risposta alla domanda 2).

Domanda 4 : *Quanti casi penali concernenti la pubblicità per l'alcol sono stati trattati annualmente dal 2013?*

Un grafico mostra che dal 2013 al 2014 le denunce sono passate da 140 a 171. In seguito vi è stata una diminuzione significativa fino a 67 denunce nel 2017 e di nuovo un aumento a 89 denunce nel 2018. L'AFD spiega questa diminuzione con l'importante aumento delle richieste di verifica dei progetti pubblicitari.

Domanda 5 : Come agite per controllare la pubblicità su Internet?

L'AFD cita l'aumento della pubblicità per le bevande spiritose sui social media. I controlli sono effettuati dal personale dell'AFD. I mezzi utilizzati per i controlli non sono indicati, salvo le denunce presentate dalla popolazione (v. domanda 2), dagli attori del mercato e dalle autorità cantonali.

Sintesi delle risposte dei Cantoni concernenti il controllo della pubblicità

Domanda 1: *Nel vostro Cantone, quale organo assicura il controllo della pubblicità per le bevande alcoliche (vino, birra, alcopops, bevande spiritose, ...) e quante persone sono incaricate di svolgere questo compito?*

Questo compito di controllo è svolto in modo molto differenziato a seconda del Cantone. Sei Cantoni rispondono che non eseguono alcun controllo proattivo della pubblicità o che non dispongono di alcun servizio preposto a tale compito.

In cinque Cantoni sono i Comuni o i servizi annessi (servizio dell'impiego e delle migrazioni e servizio di promozione della salute) che svolgono questo compito, ma più spesso su denuncia da parte di terzi. Dato che a volte il controllo si limita all'affissione pubblica, questa mansione in un Cantone è affidata al dipartimento dei lavori pubblici, della pianificazione del territorio e dei trasporti.

Nove Cantoni riferiscono che questo compito è di competenza del chimico o del laboratorio cantonali. Sono incaricati soprattutto di controllare gli aspetti legati all'igiene e quasi solo marginalmente effettuano controlli relativi alla pubblicità. Uno di essi ha detto di non occuparsi di bevande spiritose.

Un solo Cantone dispone di ispettori formati nel settore delle restrizioni pubblicitarie.

Due Cantoni precisano che i controlli eseguiti fino al 2017 dalla RFA concernenti le bevande distillate (art. 42b LAIc) non sono stati assegnati ad alcun servizio.

Domanda 2: *Le infrazioni alle restrizioni della pubblicità in materia di alcol sono perseguite? Quali sono le sanzioni in caso di infrazione?*

Le sanzioni in caso di infrazione sono molto diverse. Per un Cantone non è prevista alcuna conseguenza penale.

Altri Cantoni prevedono sanzioni che vanno dall'obbligo di correggere l'errore a una denuncia presso il ministero pubblico o una denuncia penale, passando dal ritiro dell'autorizzazione d'esercizio.

L'ammontare delle multe può variare da 300 a 40 000 franchi secondo il Cantone.

Tre Cantoni non possono risponderci perché non tengono statistiche o perché tale compito rientra nelle competenze comunali.

Domanda 3: *Quante infrazioni alle restrizioni della pubblicità per l'alcol sono state conteggiate annualmente dal 2013?*

Dal 2013 nei Cantoni si registrano solo pochissime infrazioni, da zero a cinque all'anno.

Rileviamo tuttavia che per tre Cantoni l'esposizione delle età minime per la consegna (art. 42 cpv. 2 ODerr) è fortemente controllata e dà luogo a un seguito. In uno dal 2013 si contano 378 interventi per mancata esposizione delle età minime e in un altro, dal 2016, 272 denunce per lo stesso motivo.

Domanda 4: *L'organo designato esegue controlli su Internet?*

Solo tre Cantoni eseguono controlli in modo attivo su Internet e cinque solamente su denuncia. Nove affermano di non svolgere alcun controllo poiché non si sentono in grado di affrontare questa problematica. Un Cantone ci riferisce che sono i Comuni a svolgere questi controlli.

Domanda 5: Di quale sostegno avrebbe bisogno il vostro Cantone per svolgere il controllo della pubblicità?

Tre Cantoni non necessitano di alcun sostegno; uno di essi beneficia già di un livello di perizia molto elevato.

Cinque Cantoni auspicano di ricevere sostegno per quanto concerne la pubblicità su Internet in generale e soprattutto nell'ambito in cui la Svizzera è oggetto di critiche dall'estero.

Le altre domande riguardano opuscoli informativi o un servizio a livello federale, analogo alla ex RFA.

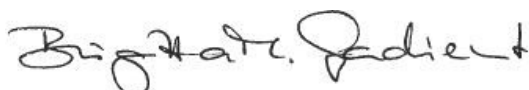
Sono stati espressi auspici anche per un miglior coordinamento e una chiarificazione del mandato.

Il presente sondaggio ci ha permesso di fare il punto sul controllo della pubblicità per l'alcol in Svizzera. Dato che le restrizioni pubblicitarie costituiscono una delle più efficaci misure strutturali di prevenzione dei problemi legati all'alcol, riteniamo che il controllo della pubblicità sia un compito importante. Peraltro, secondo le risposte fornite da numerosi Cantoni, sembra che la mancanza di mezzi o un'insufficienza organizzativa renda questi controlli piuttosto lacunosi. Alcune modifiche effettuate in questi ultimi anni nell'organizzazione delle competenze di controllo a livello federale non si sono ripercosse sui Cantoni.

Constatiamo che sarebbe necessario migliorare il coordinamento tra i diversi attori e precisare i compiti di ognuno. Inoltre ci sembra importante informare meglio. Pertanto raccomandiamo alle autorità federali, ossia all'Amministrazione federale delle dogane (AFD), competente per l'applicazione della legge sull'alcol (LAlc), e all'Ufficio federale della sicurezza alimentare e di veterinaria (USAV), competente per l'applicazione della legge sulle derrate alimentari e gli oggetti d'uso (LDerr), di adottare misure volte a coordinare meglio i controlli della pubblicità in materia di alcol e di sostenere in tal modo i Cantoni nello svolgimento dei loro compiti.

Ringraziando tutte le persone che hanno partecipato a questo sondaggio e tutti coloro che s'impegnano nella prevenzione dei problemi legati all'alcol, vi porgiamo i nostri più distinti saluti.

A nome della CFAL



Brigitta M. Gadiant
Presidente

Allegati:

- Questionario sottoposto all'Amministrazione federale delle dogane (In francese)
- Questionario sottoposto ai Cantoni (In francese)