

Attuare la volontà del popolo, non urtare il Parlamento

30.11.2022

A colpo d'occhio

La nuova legge sui prodotti del tabacco adottata lo scorso anno dal Parlamento richiede già una revisione parziale dopo l'accettazione dell'iniziativa popolare "Sì alla protezione dei fanciulli e degli adolescenti dalla pubblicità per il tabacco". L'adozione proposta oggi è però sproporzionata ed eccessiva. Essa dev'essere riveduta in maniera sostanziale e ridotta al campo della votazione popolare. La base è la legge sui prodotti del tabacco adottata dal Parlamento nel 2021.

Il 13 febbraio 2022, gli elettori svizzeri hanno accettato alle urne l'iniziativa popolare "Sì alla protezione dei fanciulli e degli adolescenti dalla pubblicità per il tabacco (fanciulli e giovani senza pubblicità per il tabacco)". Per quanto concerne l'accesso dei giovani alla pubblicità per il tabacco, l'iniziativa si spinge più lontano della legge sui prodotti del tabacco adottata dal Parlamento nel 2021. Si trattava dunque di proporre degli adattamenti concreti nell'ambito dell'attuazione di questa iniziativa popolare.

L'avamprogetto suscita dubbi sul rispetto delle decisioni del popolo e del Parlamento

L'avamprogetto di revisione parziale della legge sui prodotti del tabacco va ben oltre la portata della votazione popolare. Esso affronta e riprende temi per i quali il Parlamento ha già discusso e deciso e che non hanno nulla a che vedere con la votazione popolare. L'avamprogetto va così al di là del mandato legato alla votazione popolare e rimette in discussione, senza apparente ragione, l'autorità del legislativo e la separazione dei poteri.

Nel 2021, il Parlamento ha ad esempio esplicitamente deciso di non iscrivere nella legge l'obbligo di dichiarare le spese pubblicitarie alle autorità pubbliche. Non si capisce perché questa disposizione, che non ha nulla a che vedere con l'iniziativa popolare, debba ora far parte della sua messa in atto.

Se le autorità non accettano le decisioni del Parlamento e le rimettono semplicemente in discussione fintanto che queste siano modificate nel loro senso, questo non porta soltanto ad un inutile ritardo dei progetti, ma indebolisce anche fortemente la competenza dell'Assemblea federale a legiferare. Un simile approccio delle autorità dev'essere chiaramente rimesso in discussione.

Uno strano concetto di tecnologia

Il rapporto esplicativo afferma che un divieto totale nel settore online è necessario poiché non esistono misure appropriate per garantire che la pubblicità nei giornali e riviste sia consultata solo dagli adulti.

Questo atteggiamento superato e refrattario alla tecnologia da parte dell'amministrazione federale è incomprensibile. Esso ignora le possibilità tecniche d'identificazione su Internet già esistenti e soprattutto quelle che sono previste, come l'E-ID. Esso contraddice inoltre l'atteggiamento del Consiglio

federale in altri settori, dove riconosce però espressamente l'esistenza di tali possibilità. Un divieto totale della pubblicità nel settore online è dunque sbagliato ed eccessivo.

L'estensione del progetto: una procedura discutibile

L'avamprogetto dà l'impressione che si voglia semplicemente annullare le decisioni del Parlamento su alcuni punti importanti. Una cosa è chiara: la decisione del popolo dev'essere attuata in modo appropriato. Tuttavia, anche in questo caso l'avamprogetto è eccessivo e sono necessari ulteriori adattamenti. Al di là dell'attuazione dell'iniziativa popolare, l'amministrazione non ha ottenuto il mandato di proporre altre modifiche di legge, che è stata discussa in Parlamento solo l'anno scorso. Il progetto deve dunque essere fondamentalmente riveduto sulla base della legge adottata dal Parlamento, nel senso di un equilibrio il più rispettoso possibile dei vari interessi costituzionali e dei diritti fondamentali.



Erich Herzog

Responsabile del Dipartimento concorrenza e regolamentazione, General Counsel, membro della direzione allargata