

Legge federale sulla radiotelevisione (LRTV) (Disposizioni in materia di pubblicità)

Progetto

Modifica del

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,

visto il rapporto della Commissione dei trasporti e delle telecomunicazioni del Consiglio degli Stati del 18 febbraio 2002¹;

visto il parere del Consiglio federale dell'8 maggio 2002²,

decreta:

I

La legge federale del 21 giugno 1991³ sulla radiotelevisione è modificata come segue:

Art. 18 Pubblicità: principi generali

¹ La pubblicità è disgiunta dai programmi e come tale chiaramente riconoscibile. I collaboratori stabili ai programmi dell'emittente non possono partecipare alle emissioni pubblicitarie. Il Consiglio federale può prevedere eccezioni per le emittenti locali e regionali.

² Il Consiglio federale stabilisce la durata massima consentita per la pubblicità. A tale scopo tiene in considerazione la missione e la posizione degli altri mezzi di comunicazione, in particolare della stampa, nonché le norme internazionali in materia di pubblicità.

³ Nella concessione l'autorità concedente può:

- a. precisare la collocazione della pubblicità all'interno del programma;
- b. proibire totalmente la pubblicità in singoli programmi.

Art. 18a (nuovo) Interruzioni pubblicitarie

¹ La SSR non può interrompere con inserti pubblicitari l'unità di un'emissione di durata inferiore ai 90 minuti. Nelle emissioni della SSR di durata superiore ai 90 minuti è ammessa un'interruzione pubblicitaria.

² Nelle emissioni televisive delle altre emittenti le interruzioni pubblicitarie sono ammesse se non compromettono l'integrità e il valore delle emissioni e se sono soddisfatte le condizioni seguenti:

¹ FF 2002 6306
² FF 2002 6320
³ RS 784.40

- a. nelle emissioni composte da parti autonome, le interruzioni pubblicitarie sono ammesse soltanto tra le parti autonome; nelle altre emissioni, tra ogni interruzione pubblicitaria deve trascorrere almeno un periodo di 20 minuti;
- b. i telegiornali, i servizi d'attualità, i documentari, le emissioni religiose ad eccezione delle cerimonie religiose e le emissioni per bambini possono essere interrotti, con un unico inserto pubblicitario, soltanto se la loro durata programmata è di almeno 30 minuti. Un'interruzione ulteriore è permessa se l'emissione dura 50 minuti, una seconda se dura 70 minuti e in seguito una per ogni periodo di 20 minuti;
- c. i lungometraggi cinematografici e i film concepiti per la televisione, ad eccezione delle serie, dei romanzi a puntate, delle emissioni di svago e dei documentari, possono essere interrotti soltanto se la loro durata programmata supera i 45 minuti. Un'interruzione ulteriore è permessa se il film dura 90 minuti, una seconda se dura 110 minuti e in seguito una per ogni periodo di 45 minuti;
- d. la diffusione di cerimonie religiose non può essere interrotta con inserti pubblicitari.

Art. 18b (nuovo) Pubblicità: divieti e restrizioni

¹ La propaganda religiosa e politica è vietata, come pure la pubblicità per il tabacco. Alla SSR è vietato inoltre diffondere pubblicità per le bevande alcoliche.

² La pubblicità per le bevande alcoliche che non sottostanno alla legge del 21 giugno 1932⁴ sull'alcool è ammessa nelle emissioni televisive e radiofoniche delle emittenti diverse dalla SSR se:

- a. non è indirizzata specificatamente ai minori; nessun minore e nessun individuo che possa essere ritenuto un minore può essere associato in una pubblicità al consumo di bevande alcoliche;
- b. non associa il consumo di bevande alcoliche a prestazioni fisiche o alla guida di veicoli;
- c. non crea l'impressione che il consumo di bevande alcoliche contribuisca al successo sociale o sessuale;
- d. non suggerisce che le bevande alcoliche siano dotate di proprietà terapeutiche o che abbiano un effetto stimolante, sedativo o possano risolvere i problemi personali;
- e. non incentiva il consumo smodato di bevande alcoliche né offre un'immagine negativa dell'astinenza o della sobrietà;
- f. non sottolinea quale fattore positivo la gradazione alcolica delle bevande.

³ La pubblicità per agenti terapeutici è ammessa conformemente alla legge del 15 dicembre 2000⁵ sugli agenti terapeutici.

⁴ RS 680

⁵ RS 812.21

⁴ Il Consiglio federale può emanare ulteriori divieti e restrizioni in materia di pubblicità a protezione dei giovani e dell'ambiente.

II

¹ La presente legge sottostà al referendum facoltativo.

² Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.