

N. 1861

DISEGNO DI LEGGE

**d’iniziativa dei senatori FUMAGALLI CARULLI, MINARDO,
BRIENZA, CIRAMI, TAROLLI e NAVA**

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 13 DICEMBRE 1996

Limitazioni alla pubblicità ed al commercio degli alcolici
e superalcolici

ONOREVOLI SENATORI. - Ormai da anni varie associazioni di volontariato si stanno occupando, con lodevole spirito di servizio, del recupero degli alcolisti. La loro esperienza ci fa toccare con mano da una parte la possibilità di ritorno alla vita di coloro che l'alcool aveva ormai portato alle soglie della morte, dall'altra l'assoluta inadeguatezza degli attuali apparati legislativi ed operativi a far fronte alla vera e propria ecatombe provocata dall'alcool (circa 30.000 morti all'anno nel nostro Paese), non dissimile, per entità ed ampiezza, dall'altro inquietante fenomeno della nostra società che è rappresentato dai molti morti per droga.

Ciò che viene chiesto dalle medesime associazioni è che si informino le grandi masse sui pericoli che si nascondono dietro l'alcool. E, per poter fare una seria informazione, è anzitutto importante sgombrare prima il campo dalla pubblicità che inevitabilmente tende a presentare l'alcool come qualcosa di desiderabile, se non indispensabile, per raggiungere la felicità.

Il presente disegno di legge non ha la pretesa di risolvere il problema in ogni suo aspetto, ma si limita ad abolire perlomeno le forme di pubblicità più pericolose e devastanti per i più giovani e meno dotati di senso critico.

DISEGNO DI LEGGE

Art. 1.

1. Ai fini della presente legge per «bevande alcoliche» si intendono tutti i prodotti alimentari che contengono più di 1,2 gradi di alcool.

Art. 2.

1. È vietata la pubblicità diretta e indiretta, attraverso il mezzo cinematografico, radiofonico e televisivo e tutte le relative forme di riproduzione, delle bevande alcoliche.

2. Le forme di pubblicità diverse da quelle di cui al comma 1 devono contenere l'indicazione della gradazione alcolica del prodotto.

Art. 3.

1. È vietata ogni forma di pubblicità diretta e indiretta delle bevande alcoliche che venga effettuata in luoghi frequentati prevalentemente da minori di diciotto anni.

2. È vietata ogni forma di pubblicità diretta e indiretta delle bevande alcoliche attraverso la stampa destinata prevalentemente ai minori di diciotto anni.

3. È vietata ogni forma di pubblicità diretta e indiretta delle bevande alcoliche negli stadi, nei palazzi dello sport, negli autodromi ed in genere nei luoghi destinati allo sport, nonché sulle autostrade e nei relativi punti di ristoro.

4. È vietata ogni forma di promozione attraverso qualsiasi tipo di premio delle bevande alcoliche.

5. È vietata ogni forma di sponsorizzazione diretta e indiretta delle bevande alcoliche attraverso il mezzo cinematografico, ra-

diofonico e televisivo e tutte le relative forme di riproduzione delle bevande alcoliche.

6. È vietata ogni forma di sponsorizzazione diretta e indiretta delle bevande alcoliche attraverso lo sport.

Art. 4.

1. Ferme restando le limitazioni previste da altre disposizioni di legge, sono vietate la vendita e la somministrazione di alcolici nei luoghi destinati alle occupazioni od agli svaghi dei minori di diciotto anni, nonché negli stadi e sulle autostrade e nei relativi punti di ristoro.

Art. 5.

1. Il committente della pubblicità vietata, il responsabile della diffusione della stessa e dell'agenzia pubblicitaria e chiunque concorra nella violazione delle disposizioni previste dalla presente legge sono puniti con l'ammenda non inferiore a lire 2 milioni. La condanna comporta la pubblicazione della sentenza su un giornale quotidiano ed un periodico settimanale entrambi a diffusione nazionale. L'agenzia pubblicitaria e l'emittente radiotelevisiva che abbiano dato corso al reato, in seguito alla condanna, sono altresì sospese dall'attività per un periodo non inferiore a tre giorni.

2. L'oblazione può essere subordinata alla emissione di spazi pubblicitari destinati alla evidenziare i danni causati dall'alcool, visionati ed approvati preventivamente dal giudice.