



Associazione per una mobilità urbana alternativa

LE NOSTRE PROPOSTE:

1. LA REGOLAZIONE DELLA PUBBLICITÀ DELLE AUTOMOBILI

L'automobile è da tempo sotto accusa per i danni sanitari, ambientali ed economici che genera.

Semplici considerazioni di buon senso porterebbero a dedicare maggiore attenzione alla pubblicità delle automobili. Lo stesso buon senso che ha condotto al divieto della pubblicità delle sigarette e alla regolazione delle bevande alcoliche.

Ovviamente non si tratta di vietare ogni forma di pubblicità dell'automobile, ma di sottoporla ad alcuni semplici criteri di regolazione.

Ad esempio vietando le pubblicità di automobili:

- che propongono un messaggio aggressivo, a partire dalla pubblicizzazione di velocità di punta superiori a quelle possibili sulla rete stradale e autostradale (quindi non più di 130 Km/h)
- che implicitamente o esplicitamente presentano come normali e accettabili comportamenti di guida vietati o comunque pericolosi
- che presentano veicoli che superano del 50% i livelli massimi di consumo energetico indicati dalla Commissione europea (misurati in grammi di anidride carbonica per chilometro percorso)

Questi limitati divieti potrebbero essere affiancati da una norma generale che obblighi ad affiancare, ad ogni pubblicità di automobili, alcune informazioni sulle forme meno dannose di mobilità. Ad esempio:

- “riduci il tuo consumo di energia e di ambiente, usa l'auto meno che puoi”
- “la vita sedentaria fa male alla tua salute, per gli spostamenti brevi usa i tuoi piedi o la bicicletta”
- “non contribuire al traffico e alla congestione, usa il trasporto collettivo ogni volta che puoi”
- e così via

Resta infine da verificare, con specifiche segnalazioni all'antitrust, se vi siano elementi per considerare una forma di pubblicità ingannevole eventuali spot in cui si associno gli attributi “verde”, “pulito” e “non dannoso per l'ambiente” alle auto, oppure in cui l'automobile venga pubblicizzata in contesti (ambienti naturali, normalmente deserti) che non corrispondono al suo uso prevalente.

La proposta non ha intenti punitivi nei confronti di settori economici importanti, come quelli legati alla produzione delle automobili e alla produzione delle pubblicità. In particolare non vuole esserlo nei confronti dei mezzi di comunicazione e di informazione, per i quali la pubblicità delle automobili è una fonte rilevante di ricavi.

Semplicemente ha lo scopo di ricondurre la pubblicità delle automobili all'interno di norme di comportamento rispettose dell'interesse collettivo e di tutelare importanti beni comuni, come la sicurezza, la salute, l'ambiente, le città.