

Repubblica e Cantone
Ticino

Il Consiglio di Stato

Signor
Marco Chiesa
e cofirmatari
per il Gruppo UDC
Deputati al Gran Consiglio

Interrogazione 9 novembre 2009 no. 301.09 Sciacallaggio alla frontiera e su internet

Signori deputati,

analogamente ad altri atti parlamentari, la vostra interrogazione si riferisce a provvedimenti e comportamenti ritenuti deplorabili messi in atto oltre frontiera durante il periodo del terzo scudo fiscale.

Al riguardo, è opportuno innanzitutto ribadire che, in virtù della propria sovranità, ogni Stato è sostanzialmente autonomo nella scelta di provvedimenti di controllo e vigilanza all'interno dei propri confini. Ne discende che dal profilo strettamente giuridico il Cantone e la Confederazione non hanno potuto né possono di per sé opporsi a misure quali appostamenti di pattuglie della Guardia di finanza nelle immediate vicinanze dei valichi doganali o impieghi degli apparecchi fiscoveloxy, fintanto che tali misure non violano la sovranità territoriale elvetica (cfr. anche, p. es., la risposta del 13 ottobre 2009 all'interrogazione 265.09). Ciò non toglie che sul piano politico, il Consiglio di Stato si è adoperato senza riserve per cercare di arginare le conseguenze negative dello scudo fiscale per la piazza finanziaria e l'economia ticinesi, prestando la massima attenzione anche alla strategia operativa e di controllo praticata dalle autorità italiane per favorire il successo dell'operazione di regolarizzazione tributaria.

Tuttavia, se le possibilità legali di intervento sono già di per sé inesistenti nei confronti di provvedimenti adottati dalle autorità estere, ben si può comprendere che per il Consiglio di Stato è ancor meno possibile impedire iniziative di carattere privato come la forma di volantaggio a fini commerciali segnalata nella vostra interrogazione.

Il volantino contestato è stato distribuito da una società di consulenza finanziaria milanese che se n'è servita nell'intento di acquisire nuovi clienti tra i cittadini italiani interessati a far capo allo scudo fiscale. Per propagandare la propria attività e offrire i propri servizi, tale società ha impiegato anche un camper, stazionato per diverso tempo sul lato italiano del piazzale doganale di Brogeda.

Il volantino ed il sito internet a cui esso rinvia non muovono rimproveri ad operatori finanziari ben determinati, bensì in maniera generalizzata a tutti i professionisti del settore e non criticano peraltro solo le banche e i consulenti finanziari attivi in territorio ticinese, ma anche istituti e professionisti italiani concorrenti. Menzionano infatti sia "l'interlocutore estero" sia "consulenti di vario genere e natura" e consigliano di diffidare dall'intero sistema, da cui si distanzerebbe (ovviamente) un unico interlocutore serio ed affidabile.

I documenti in questione non incitano invero nemmeno a ricorrere allo scudo fiscale, ma si rivolgono di per sé a persone che già si sono decise ad operare questa scelta.

In Svizzera, la facoltà per un'azienda di pubblicizzare i propri prodotti e servizi è garantita in quanto emanazione dei diritti fondamentali della libertà d'opinione e soprattutto, visto lo scopo commerciale, della libertà economica.

Come ogni diritto costituzionale, tali libertà possono essere limitate solo per ragioni di interesse pubblico e nel rispetto del principio di proporzionalità. Restrizioni possono segnatamente imporsi se il tenore della pubblicità comporta responsabilità di natura civile o penale o configura un atto di concorrenza sleale. Quest'ultima ipotesi risulta tra l'altro adempiuta se la pubblicità denigra altri, i suoi prodotti o le sue prestazioni con affermazioni inesatte, fallaci o inutilmente lesive oppure se paragona in modo inesatto, fallace, inutilmente lesivo o plagiante le proprie merci o prestazioni e i loro prezzi con quelli d'altri (art. 3 lett. a e lett. e della legge federale sulla concorrenza sleale [LCSI]).

La giurisprudenza riconosce un diritto condizionato all'utilizzo del suolo pubblico per l'esercizio delle libertà fondamentali, e quindi anche per la distribuzione di volantini e manifesti. Tale attività rappresenta un uso accresciuto del suolo pubblico e può essere sottoposta a preventiva autorizzazione. La relativa procedura non può però servire ad esercitare un controllo sul contenuto del volantino, ma solo a coordinare differenti, ed eventualmente divergenti, esigenze di utilizzazione del suolo pubblico.

La valutazione dell'esistenza di una lesione della personalità, di un delitto contro l'onore o di un atto di concorrenza sleale compete alle istanze giudiziarie, le quali dovrebbero peraltro venir adite dalle parti interessate direttamente lese e non dall'autorità politica cantonale.

Ad ogni modo ci sembra che il prospetto pubblicitario sottopostoci ed il relativo sito internet non siano francamente molto diversi da altri diffusi e noti anche in Svizzera, in cui, per vantare i propri pregi, l'azienda interessata evidenzia, entro determinati limiti, anche i difetti e le lacune dei concorrenti presenti sul mercato. La libera concorrenza e la comunicazione commerciale comportano inevitabilmente, in maniera più o meno esplicita, un riferimento ed una critica dei prodotti o servizi comparabili offerti da altri. Certo, la strategia scelta dalla società milanese può apparire come una forma di pubblicità per certi versi aggressiva. Le critiche sono comunque espresse in maniera generica ed in forma sintetica nonché con toni che potrebbero ancora rientrare nei limiti di un'accettabile concorrenza commerciale. Siamo perciò dell'avviso che probabilmente nemmeno in Svizzera la distribuzione di un simile prospetto verrebbe vietata e che l'interdizione costituirebbe una restrizione eccessiva della libertà economica. Eventuali azioni legali, in Svizzera come all'estero, non potrebbero in ogni caso venir promosse da operatori economici eventualmente lesi e non dalle autorità statali.

In virtù di quanto sin qui esposto, alle vostre domande rispondiamo come segue:

1. Come intende reagire il nostro Consiglio di Stato a questo nuovo attacco, condotto da privati, nei confronti della nostra piazza finanziaria e della professionalità dei nostri operatori?

Il volantino contestato è un'iniziativa pubblicitaria di carattere privato che non è diretta in modo specifico ed esclusivo contro gli operatori finanziari ticinesi e che di per sé nemmeno incita a ricorrere allo scudo fiscale, ma è volta all'acquisizione di clientela già intenzionata a rimpatriare capitali detenuti all'estero.

Per le ragioni esposte precedentemente il Consiglio di Stato non ha replicato in maniera puntuale e diretta a questa iniziativa pubblicitaria di una società di consulenza milanese, ha invece segnalato l'accaduto quale esempio di atteggiamenti oltremodo aggressivi nei confronti del nostro Paese alle Autorità federali e ha partecipato, anche finanziariamente, a una campagna informativa in Italia per tutelare l'immagine del nostro Paese e del settore bancario e

finanziario e per arginare le conseguenze negative del terzo scudo fiscale per la piazza finanziaria ticinese.

2. È legale questa forma di sciacallaggio alla frontiera?

La distribuzione del volantino è avvenuta esclusivamente in territorio italiano e costituisce una forma pubblicitaria che a nostro giudizio anche in Svizzera potrebbe ancora rientrare nei limiti di una normale concorrenza commerciale. Ad ogni modo l'eventuale carattere illecito della pubblicità denunciata potrebbe se del caso venir sancito unicamente dalle autorità giudiziarie italiane su istanza di istituti bancari e gestori patrimoniali che si ritenessero direttamente lesi.

3. Il nostro Consiglio di Stato intende verificare se il permesso di distribuire questa ignobile comunicazione è veramente stato dato dal comando di polizia della Guardia di Finanza di Como?

La distribuzione di volantini configura un uso accresciuto del suolo pubblico ed anche in Svizzera sarebbe stata soggetta ad autorizzazione. La relativa procedura non avrebbe tuttavia potuto servire ad esercitare una sorta di censura preventiva. In altri termini, l'autorizzazione non avrebbe potuto essere negata per ragioni inerenti al contenuto del volantino pubblicitario. Nello stesso senso l'eventuale rilascio di un permesso per la distribuzione da parte delle autorità di polizia comasche non significherebbe ancora che esse abbiano in qualche modo condiviso il tenore del prospetto. Appare di conseguenza irrilevante stabilire se sia stata rilasciata un'autorizzazione.

4. Il Consiglio di Stato può perseguire gli autori di questa iniziativa e intende farlo?

Il Consiglio di Stato ritiene che in base all'ordinamento interno ben difficilmente potrebbe opporsi a titolo preventivo o di propria iniziativa ad una forma pubblicitaria di questo genere e perseguirne gli autori. Anche qualora il diritto italiano gli concedesse facoltà diverse, considera in ogni caso poco efficace agire in tal senso. Eventuali azioni concrete presso le autorità giudiziarie italiane dovrebbero semmai venir intraprese dagli operatori economici se del caso toccati dalle critiche.

Vogliate gradire, signori deputati, l'espressione della nostra stima.

PER IL CONSIGLIO DI STATO

Il Presidente:

Il Cancelliere:

L. Pedrazzini

G. Gianella