

**SCHWEIZER PRESSERAT  
CONSEIL SUISSE DE LA PRESSE  
CONSIGLIO SVIZZERO DELLA STAMPA**

Sekretariat/Secrétariat:  
Martin Künzi, Dr. iur., Fürsprecher  
Postfach/Case 201  
3800 Interlaken  
Telefon/Téléphone: 033 823 12 62 / Fax: 033 823 11 18  
E-Mail: info@presserat.ch / Website: <http://www.presserat.ch>

**Separazione fra parte redazionale e pubblicità  
(Associazione Ticinese dei Giornalisti c. «Corriere del Ticino»)**

**Presa di posizione del Consiglio svizzero della stampa 23/2011  
del 11 maggio 2011**

**I. I fatti**

**A.** Il 24 marzo 2010 a pagina 18 del «Corriere del Ticino» (CdT) appare una pubblicità di una marca di sigarette. L'annuncio, di forma circolare e del diametro di circa 15 centimetri, è posizionato al centro della pagina e viene quindi a trovarsi a cavallo fra un articolo che parla di un programma televisivo giapponese e una serie di notizie in breve sul tema «sport bizzarri». Il taglio basso della pagina è dedicato ad uno storico programma di intrattenimento televisivo, «Giochi senza frontiere». Nessuno dei contributi è firmato e la pagina porta l'intestazione «Curiosità».

**B.** Il 31 marzo 2010 l'Associazione Ticinese dei Giornalisti (ATG) si rivolge al Consiglio della Stampa poiché il giornale avrebbe violato la Direttiva 10.1 alla «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista», che sancisce il dovere di separare la parte redazione da quella pubblicitaria.

**C.** Sollecitato per iscritto in due occasioni il direttore del CdT Giancarlo Dillena non ha ritenuto di dover prendere posizione in merito.

**D.** Il 23 giugno 2010 il Consiglio della stampa ha dichiarato chiuso lo scambio epistolare e comunicato alle parti che il caso sarebbe stato discusso dalla prima camera, di cui fanno parte Edy Salmina (presidente), Luisa Ghiringhelli Mazza, Pia Horlacher, Philip Kübler, Klaus Lange, Sonja Schmidmeister e Francesca Snider.

**E.** La prima camera ha discusso il caso nelle sue sedute del 26 agosto e 16 dicembre 2010.

**F.** Entro dieci giorni dalla ricezione del testo, due membri del Consiglio hanno fatto valere la richiesta che la Presa di posizione fosse sottoposta al Plenum,

G. Il Consiglio della stampa ha discusso la Presa di posizione che segue nella seduta plenaria dell'11 maggio e in seguito per via epistolare.

## **II. Considerandi**

1. La Direttiva 10.1 alla «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista» prescrive che la separazione tra la pubblicità e la parte redazionale (o il programma) debba essere evidente sia visivamente sia concettualmente e che il giornalista debba rispettare questa separazione. «Una netta separazione tra la parte redazionale o di programma e la pubblicità è imprescindibile per la credibilità dei mass media.» Secondo la prassi del Consiglio della Stampa riguardante il principio della separazione tra parte redazionale e pubblicità si deve verificare caso per caso se sussiste il rischio che il pubblico venga tratto in inganno a proposito del carattere pubblicitario della pubblicazione (cfr. la presa di posizione 41/2005).

2. Nella pagina pubblicata dal «Corriere del Ticino» il 24 marzo 2010 la separazione fra testo redazionale e pubblicità è tipograficamente evidente. Il lettore non può non realizzare che quella nel mezzo della pagina è una pubblicità e che non ha nulla a che vedere con le parti redazionali che la circondano. Tuttavia, ciò non basta.

Collocando l'inserzione nel bel mezzo di contributi redazionali, in una posizione non abituale, almeno in un primo momento il lettore viene tratto in inganno. Che lo voglia o no, sfogliando le pagine, l'occhio del lettore cade quasi obbligatoriamente sulla pubblicità al centro della pagina. L'inserzione nel campo del testo, che scorre intorno all'annuncio, causa uno stretto accavallamento visivo tra informazione scritta e informazione illustrata. Complessivamente la separazione visiva appare quindi non sufficientemente evidente, contrastando così con l'obbligo di separazione e rendendo necessaria un'identificazione concettuale (ad esempio la dicitura «Annuncio pubblicitario»). Tanto più che la Direttiva 10.1 sottolinea espressamente l'importanza di una chiara separazione. Per questo motivo secondo il Consiglio della Stampa la pubblicazione in questione viola la Cifra 10 della «Dichiarazione».

## **III. Conclusioni**

1. Il ricorso è accolto.

2. Pubblicando al centro di una pagina di testo redazionale una pubblicità senza una separazione evidente sia visivamente sia concettualmente il «Corriere del Ticino» ha violato la Direttiva 10.1 della «Dichiarazione dei doveri e dei diritti del giornalista».