



impatto su grandi numeri. Una segnalazione merita l'iniziativa dello Street's Art, gare di graffiti su tela o su carta con l'assistenza di un artista nel campo, e quella dei "consigli", dove giovani di tutta Europa, intervistati dai media di ogni nazione, forniscono consigli molto personali e talvolta fantasiosi, per smettere di fumare. In totale, 1400 eventi organizzati in scuole e aziende.

L'impressione che si ricava da tutto questo è quella di una sicura capacità di comunicazione attraverso la multimedialità. Insomma, tutto ciò che poteva essere tecnicamente sfruttato è stato sfruttato e Ligaris merita un "bravo" per avere saputo bene orchestrare. Il problema è che si è trattato di una orchestra da camera con violino e violoncello, non era la filarmonica di Vienna. Ammettendo anche che lo fosse stato, per la varietà e l'articolazione dei pro-

grammi, la musica se la ricordano in pochi. Anzi, l'hanno già dimenticata. Perché quello che serve è l'impatto su determinati comportamenti opportunamente identificati. Per esempio il flusso di contatti alle Quit-Line o ai centri per la cura del tabagismo.

La cosa che è mancata a questa seconda campagna rispetto alla prima (2001-2004, *Feel Free To Say No*) è stato il networking con i professionisti e le reti nazionali, con possibilità di supporto a progettualità delle singole nazioni. Vale a dire che in ogni nazione si sarebbero lanciate iniziative territoriali, con il coinvolgimento di scuole e movimenti giovanili, collegate alla campagna europea.

Inoltre il numero dei passaggi televisivi degli spot dovrebbero essere almeno triplicati, meglio se alla stregua di quelli di un gestore telefonico. Ci vogliono Belén, Fiorello e Aldo, Gio-

vanni e Giacomo a far rimanere una traccia indelebile del loro passaggio. Ma il vero problema è proprio questo, che un gestore telefonico se lo può permettere, mentre una campagna contro la piaga del tabagismo no. Le risorse sono talmente esigue che alla fine i veri beneficiari della campagna sono quelli che l'hanno prodotta e costruita. Nel 2004 Sirchia fece investire dal governo oltre 18 milioni di euro per una campagna tabagismo articolata in tre anni, l'unica che sia mai stata realizzata in Italia. L'Europa ne vuol fare una, mediatica, multimediale, paneuropea, pluriennale, con un eguale investimento. Le multinazionali del tabacco ringraziano. Perché ogni insuccesso della prevenzione è un "lavoriamo per voi", un ricostituente per le loro finanze. ■

(Giacomo Mangiaracina)

España 2011: prohibido fumar

Finalmente anche la Spagna, dove, secondo stime del Comitato Nazionale di Prevenzione del Tabagismo, le patologie legate al fumo di tabacco uccidono 56.000 persone all'anno di cui 3.000 per fumo passivo, ha cominciato a fare sul serio. Dal 2 gennaio è entrata in vigore la nuova legge antifumo per la prevenzione

del tabagismo nei minori e la protezione dei non fumatori dal fumo passivo in tutti i trasporti pubblici o collettivi, in tutti i luoghi chiusi, pubblici e privati, aperti al pubblico ("*todo lugar accesible al público o de uso colectivo, con independencia de su titularidad pública o privada*"), con qualche eccezione, come i club privati.

La legge proibisce anche ai massmedia, Internet compreso, la presenza di fumatori, siano essi ospiti o presentatori, e di mostrare in maniera diretta o indiretta la marca di prodotti di tabacco. La nuova

legge stabilisce altresì che le pubbliche amministrazioni devono incentivare la nascita di nuovi Centri Antifumo e agevolare in tutti i modi i fumatori verso questo percorso.

In effetti la precedente legge antifumo spagnola entrata in funzione nel gennaio 2006 (Legge 28/2005), a causa degli eccessivi localismi regionali veniva applicata a macchia di leopar-

do ovvero con eccessiva tolleranza contravvenendo all'art. 8 della Framework Convention on Tobacco Control (FCTC) che obbliga le nazioni firmatarie a garantire che tutti i luoghi pubblici e privati aperti al pubblico siano totalmente smoke free e a non essere accondiscendenti con le industrie del tabacco (Muggli ME et al, 2010). Per il rispetto della legge appena entrata in vigore sono stati dispiegati più di 2000 ispettori che già nei primi giorni hanno elevato più di 800 denunce.

Buona sembra sia stata l'accettazione da parte dell'opinione pubblica... molto meno da parte delle industrie di tabacco che attraverso le associazioni degli esercenti di locali pubblici e di alberghi hanno annunciato ricorso ai Tribunali spagnoli nel tentativo di paralizzare se non annullare la legge antifumo.

È ora quindi che inizia per gli spagnoli la vera partita, oltre che sul piano legale anche e soprattutto sul piano della civiltà, fra una minoranza di fumatori ed una maggioranza di non fumatori. Pertanto anche da parte di Tabaccologia diciamo ai cugini spagnoli: bienvenidos in Europa... nell'Europa che ha rispetto del non fumatore, cioè della salute degli altri! (V.Z.)

Fonti: • <http://www.jano.es>
• <http://www.elpais.com>
• www.elperiodico.com
• L'Independant.com
• Muggli ME et al. Legislating tolerance: Spanish's national public smoking law. *Tob Control* 2010; 19: 24-30.

