

Source: www.corriere.com/viewstory.php?storyid=105024
Date: 11 January 2011

Dal menù file, ordina la stampa...

Dopo le immagini il pacchetto unico

Alberto Alemanno: «Non è probabile ma è possibile che venga adottato»

Alessio Galletti

TORONTO – Con migliaia di canadesi che continuano a morire ogni anno a causa del vizio del fumo, il Canada giorni addietro ha dato il via libera definitivo a una nuova misura che colloca Ottawa tra le posizioni più avanzate al mondo. Ancora meglio si fa in Ontario, dove grazie allo Smoke Free Ontario Act è proibita anche l'esposizione dei pacchetti, ultimo strumento promozionale per le aziende in molti Paesi dell'Occidente.

Nonostante questo, il 20% degli abitanti della provincia continua a usare tabacco, e accanto a queste misure, un'altra, che già inizia a impensierire l'industria del tabacco potrebbe presto essere adottata, quella del pacchetto unico, in inglese plain packaging.

Tutte le marche sarebbero così costrette a usare una confezione identica e assolutamente neutra sulla quale verrebbero stampate solo le avvertenze e il nome – e non il logo – in caratteri standard. La misura è al vaglio in Ue e vicina all'implementazione in Australia, spiega Alberto Alemanno - professore associato alla Hec di Parigi e direttore dell'European Journal of Risk Regulation. Tanti gli occhi puntati sulla terra dei canguri, che probabilmente farà da apristrada e «permetterà agli esperti di mettere da parte dei dati sull'efficacia della misura», continua. Se in molti credono che l'idea possa funzionare, ben altra cosa è dimostrarlo dal punto di vista scientifico: «Il punto debole per il plain packaging e per quelli che lo promuovono è l'effettività: non riescono a dimostrarla, gli studi condotti fino a oggi non sono particolarmente solidi – avverte – Si tratta di studi fatti su adolescenti: ovviamente un pacchetto colorato è più attrattivo. Ma da lì sostenere che un giovane per questo non inizierà a fumare è ben più complesso».

In Ue intanto la commissione ha pubblicato un libro verde – «un modo per capire cosa ne pensano gli stakeholders» – nel quale è prevista anche questa misura, oltre alla possibilità di rendere obbligatorie le immagini nelle avvertenze, che non sono state ancora adottate da tutti in Europa – ad esempio non in Italia.

Proprio il Canada, racconta, aveva visto già anni fa una prima riflessione sul pacchetto unico, «poi uccisa dalle fortissime lobby del tabacco».

Ma quante possibilità ci sono che la norma venga adottata? «Io sono in contatto sia con i gruppi dei consumatori che con le compagnie del tabacco e secondo me siamo a 50-50 - risponde - Non è probabile ma è possibile, ed è per questo che entrambe le parti si stanno attivando».

Ma le multinazionali del tabacco sono pronte a difendere con le unghie e con i denti i loro pacchetti: «È l'ultimo strumento di marketing per parlare ai consumatori – dice Alemanno – che si è ridotto anche in conseguenza delle avvertenze che già si trovano oggi sul pacchetto. In Europa è rimasto loro il 60%. Il pacchetto si riduce e rischiano di perderlo definitivamente, in quella che viene giuridicamente definita un'espropriazione del marchio. Alla fronte della quale, ovviamente, non c'è alcun pagamento».