

CAMERA DEI DEPUTATI

N. 544

PROPOSTA DI LEGGE

d'iniziativa del deputato GALLETTI

Norme in materia di pubblicità del tabacco e dei prodotti da tabacco

Presentata il 9 maggio 1996

ONOREVOLI COLLEGHI! — La presente proposta di legge prende lo spunto dai dati del « Libro bianco 1994 » realizzato dalla « Lega italiana per la lotta contro i tumori ». Sfogliando questo libro si è colti da un senso di angoscia: il tabacco è oggi responsabile del 30 per cento del totale dei morti per tumore; inoltre, i tassi di mortalità degli uomini giovani in Italia sono ormai tra i più alti registrati nei Paesi più sviluppati. Sempre dal « Libro bianco » si evince che sigarette e affini sono responsabili in Italia di 90.000 morti ogni anno: il 90 per cento del cancro ai polmoni si verifica in fumatori o ex fumatori e sono attribuibili al fumo circa 10.000 decessi per bronchite cronica ed enfisema polmonare e una quota non trascurabile di incidenti cardiovascolari. È possibile anche calcolare che un fumatore su tre morirà a causa del fumo, perdendo in media dai 10 ai 15 anni di vita e in Italia fuma ancora

circa il 38 per cento degli uomini e il 26,8 per cento delle donne. Sempre dal « Libro bianco » si scopre che cosa si fuma con una sigaretta. All'estremo che brucia vengono prodotte un gran numero di sostanze chimiche che sono sia inalate sia reimmesse nell'aria. Il fumo di tabacco contiene una varietà amplissima di composti; molti identificati, diversi quantificati. Vi sono: irritanti, asfissianti chimici, carcinogeni, composti farmacologicamente attivi, sostanze psicoattive. Di queste ultime la principale è la nicotina, un alcaloide velenoso a concentrazioni elevate, una « droga » alle dosi solitamente ottenute coi prodotti del tabacco. Il veicolo principale di diffusione dei prodotti del tabacco sono le imponenti campagne pubblicitarie dirette e indirette, campagne favorite dalla carenza normativa in questa materia. Ogni giorno, nonostante siamo consci dei danni prodotti dal tabacco, assistiamo impotenti a queste cam-

pagne pubblicitarie: quasi tutte le manifestazioni sportive vengono sponsorizzate da prodotti del tabacco, in diverse trasmissioni televisive o con *spot* vengono direttamente e indirettamente pubblicizzate marche di sigarette. Oltre a questo giornalmente veniamo letteralmente bombardati da pubblicità dannosa per la salute, come quella per prodotti alcolici e superalcolici, derivati da lavorazione del tabacco, farmaci, derivati dalla formaldeide e una infinità di prodotti per la pulizia della casa. I metodi adoperati dalle ditte produttrici e distributrici di questi prodotti sono spesso al limite della denuncia penale: esse possono agire e violare le norme, grazie all'ambiguo quadro normativo di riferimento.

Non possiamo più ignorare questa realtà, abbiamo l'obbligo di intervenire! Questa proposta di legge vuole fare chia-

rezza sul problema della pubblicità diretta e indiretta di prodotti del tabacco, altamente nocivi sia ai fumatori attivi sia a quelli passivi, vuole sgombrare, con norme certe, qualsiasi dubbio e interpretazioni di « comodo » sul fenomeno della pubblicità dei prodotti del tabacco.

L'articolo 1 vieta la pubblicità del tabacco e dei prodotti da tabacco.

L'articolo 2 vieta la pubblicità indiretta di prodotti o articoli associati al consumo del tabacco.

L'articolo 3 vieta l'offerta, la vendita e la distribuzione di prodotti quando avvengono a fini pubblicitari o di propaganda.

L'articolo 4 vieta la sponsorizzazione di manifestazioni sportive e culturali da parte di commercianti e produttori di tabacco.

L'articolo 5 determina le sanzioni per le violazioni della legge.

PROPOSTA DI LEGGE

ART. 1.

1. Ai sensi della presente legge sono prodotti del tabacco quelli destinati a essere fumati e masticati.

2. La pubblicità del tabacco e dei prodotti da tabacco, anche in forma indiretta, è vietata:

a) a mezzo stampa, televisione e radiodiffusione;

b) nelle sale da spettacolo e negli altri luoghi pubblici o aperti al pubblico;

c) nella pubblicità affissionale in genere;

d) nelle manifestazioni sportive e culturali.

ART. 2.

1. La pubblicità di tutti i prodotti ed articoli associati al consumo del tabacco recanti il nome, il marchio, il simbolo o altri elementi caratteristici di prodotti del tabacco soggiace alle medesime limitazioni di cui all'articolo 1.

2. La propaganda o la pubblicità a favore di un servizio o di un prodotto diverso dal tabacco o dai prodotti di cui al comma 1 non può, per la sua forma grafica, la sua presentazione o per l'utilizzazione dell'emblema pubblicitario, ricordare un prodotto del tabacco o di aziende la cui attività principale consiste nella produzione o nella vendita di tali prodotti, quando per forme, modalità e mezzi impiegati tale utilizzazione sia idonea a perseguire una finalità pubblicitaria dei prodotti stessi.

3. Le confezioni dei prodotti di cui al comma 1 dell'articolo 1 devono, inoltre, recare indicazioni relative alla composizione del prodotto, alla sua nocività e alla data di confezionamento e scadenza.

ART. 3.

1. È vietata l'offerta, la vendita e la distribuzione di prodotti che rechino il nome, il marchio, il simbolo o altri elementi caratteristici di prodotti del tabacco o di aziende la cui attività consiste nella produzione o nella vendita di tali prodotti, quando per forme, modalità e mezzi impiegati ovvero in base a qualsiasi altro univoco elemento tale utilizzazione sia idonea a perseguire una finalità pubblicitaria dei prodotti stessi.

2. L'offerta, la consegna e la distribuzione a titolo gratuito di tabacco sono vietate anche quando avvengono a fini pubblicitari o di propaganda.

ART. 4.

1. I venditori, i distributori e i produttori di tabacco o di prodotti che rechino il nome, il marchio, il simbolo o altri elementi caratteristici di prodotti del tabacco o di aziende la cui attività consiste nella produzione o nella vendita di tali prodotti, non possono sponsorizzare manifestazioni culturali o sportive né manifestazioni destinate ai bambini e ai minori.

ART. 5.

1. Chiunque contravviene a quanto disposto dalla presente legge è punito con l'ammenda da 50 a 500 milioni di lire.

2. In caso di infrazioni gravi o di recidiva, oltre all'ammenda, può essere interdetta la vendita del prodotto da uno a cinque anni.