

DISEGNO DI LEGGE

d'iniziativa dei senatori **FABBRI, SPINELLI, FERRALASCO, BARSACCHI, DE ZAN, PITTELLA, FINESSI, MARAVALLE, TALAMONA, MAZZOLI, ZAVATTINI, MALAGODI, GUALTIERI, SPADOLINI e SCHIETROMA**

COMUNICATO ALLA PRESIDENZA IL 22 GENNAIO 1980

Divieto della propaganda pubblicitaria dei prodotti da fumo e prescrizioni per le confezioni di sigarette e di tabacco

ONOREVOLI SENATORI. — Sono sufficienti alcune osservazioni per illustrare le ragioni che ci inducono a proporre una nuova normativa in tema di pubblicità dei prodotti da fumo, con la contestuale precisazione di alcune indicazioni obbligatorie nelle confezioni con cui tali prodotti vengono posti in vendita.

Il fumo fa male: è sicuramente nocivo alla salute. Questa verità è inoppugnabile da alcuni anni sulla base di una documentazione medico-scientifica assolutamente univoca e travolgente. È inutile fingere di dimenticarlo o minimizzare.

Non si vuole qui patrocinare un impensabile proibizionismo.

Ma se è vero che è dimostrato il nesso eziologico fra cancro del polmone e consumo di sigarette, se è vero che il fumo è causa o concausa di altre innumerevoli malattie (compreso l'infarto del miocardio), non si capisce come mai lo Stato — già in conflitto con i suoi fini come produttore di sigarette — debba, di fatto, consentire la

istigazione di massa al fumo, cioè le campagne pubblicitarie in favore delle sigarette e dei prodotti da fumo.

Circa le conseguenze — spesso letali — del fumo, basterà richiamare le risultanze delle ultime ricerche, compiute soprattutto all'estero.

Vi è un florilegio di saggi e di indagini statistiche che giungono ad una unica conclusione: il fumo è molto spesso causa di morte; c'è un rapporto indissolubile fra incremento del fumo ed aumento del tasso di mortalità. Negli USA la relazione fra fumo e cancro è stata confermata da uno studio epidemiologico che ha assunto come campione un milione di uomini e donne, seguiti per un periodo di circa 6 anni.

I risultati di questa indagine sono così riassunti da E. Cuyler Hammond, nel capitolo dedicato al tabacco del volume di Joseph F. Fraumeni dal titolo *Persons at high risk of cancer*: « il fumo di sigaretta aumenta il rischio di cancro al polmone in grado maggiore rispetto ad altre localizzazioni ». Poi

si aggiunge che « inoltre il fumo di sigaretta (tanto quanto la pipa o il sigaro) aumenta i rischi di cancro della bocca (labbro, palato e lingua) e della faringe in ragione di un fattore che varia da tre a dieci volte, a seconda del tipo e della quantità di fumo ». Non si fa del terrorismo, ma si riferisce semplicemente una verità scientifica (confermata in questo studio e in altri) quando si ricorda che il fumo aumenta notevolmente anche il rischio di cancro della laringe e dell'esofago.

È altrettanto pacifico che i guasti provocati dal fumo non si arrestano qui, ma si estendono praticamente all'intero organismo.

Di fronte a queste prove irrefutabili non si vede come si debba consentire la pubblicità del fumo. Abbiamo detto che di fatto è lecita la reclamizzazione dei prodotti da fumo, come è dimostrato dagli inserti pubblicitari che ampiamente compaiono sulla stampa quotidiana e periodica, o si ascoltano e si vedono alla radio e alla televisione.

Ciò avviene perchè le sanzioni previste dalla legge 10 aprile 1962, n. 165, a carico di chi non rispetta il divieto di propaganda pubblicitaria dei prodotti da fumo, sono irrisorie: viene infatti comminata una ammenda da lire 20.000 a lire 200.000, che — in caso di recidiva — viene elevata da lire 200.000 a lire 2.000.000.

L'incremento degli inserti pubblicitari in favore del fumo è la miglior prova dello scarso rigore nella repressione, e, per altro verso, della inadeguatezza della pena, riguardata nella sua funzione di « deterrente » in via preventiva.

Si impone dunque l'inasprimento della sanzione, sia aumentando l'entità dell'ammenda, sia comminando — non alternativamente ma cumulativamente — anche l'arresto:

ed in misura particolarmente severa. All'articolo 3 si prevede infatti che l'ammenda debba muovere da un minimo di 5.000.000 di lire per giungere ad un massimo di 20 milioni. Essa deve, poi, essere sempre accompagnata dall'arresto da sei mesi a 2 anni.

La tesi sostenuta da taluni esperti, secondo i quali sarebbe opportuno consentire un'ampia informativa pubblicitaria circa i tipi di sigarette o di tabacco meno nocivi (per la particolarità del filtro o per il basso contenuto di nicotina) non è convincente. Se il fumo fa comunque male, è assurdo che sia consentito fare pubblicità al prodotto che fa meno male di un altro. Il problema della informazione deve essere risolto sia con autonome iniziative del Ministero della sanità, sia prescrivendo (come si prevede all'articolo 2) la indicazione, sulle confezioni dei prodotti da fumo, della quantità di ciascuna sostanza di cui è composta la « mistura » di tabacco.

Oltre alla percentuale di nicotina, di catrame e di altre sostanze estranee al tabacco (melasso, additivi, aromi, di cui il consumatore fino ad ora non conosce nè la esistenza nè la tossicità), è indispensabile che venga precisata anche la percentuale di tabacco in foglie. Infatti è invalso l'uso della industria manifatturiera di utilizzare in larga misura il « tabacco ricostituito », composto da cascami e polveri che una volta venivano bruciati.

Come da più parti suggerito, si propone infine di aggiungere l'espressione « il fumo è nocivo » come obbligatoria su ciascuna confezione.

Si raccomanda pertanto la più sollecita approvazione della normativa che segue in difesa della salute pubblica e nell'interesse della collettività.

DISEGNO DI LEGGE**Art. 1.**

La propaganda pubblicitaria di qualsiasi prodotto da fumo, nazionale ed estero, è vietata.

Art. 2.

I pacchetti di sigarette e sigari, ed ogni altra confezione di tabacco, nazionale ed estero, devono recare, in modo ben visibile, l'indicazione della percentuale di nicotina, di catrame, di altre sostanze estranee al tabacco, nonché la percentuale di tabacco in foglia. Devono altresì contenere, sempre in caratteri ben visibili, la dicitura: « il fumo è nocivo ».

Art. 3.

Chi trasgredisce al divieto previsto dall'articolo 1 e chi non ottempera agli obblighi previsti dall'articolo 2 è punito con la ammenda da lire 5 milioni a lire 20 milioni e con l'arresto da 6 mesi a 2 anni.

Art. 4.

La legge 10 aprile 1962, n. 165, è abrogata.

Art. 5.

La presente legge entra in vigore, per quanto riguarda il divieto di cui all'articolo 1 e le relative sanzioni, il giorno stesso della sua pubblicazione sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica; per quanto riguarda gli obblighi di cui all'articolo 2 e le sanzioni per i trasgressori, 8 mesi dopo la pubblicazione stessa.