

28 gennaio 1999 0:00

## PUBBLICITA' TABACCHI

LO STATO, CHE HA IL MONOPOLIO DELLE VENDITE E L'OBBLIGO DI DISINCENTIVARE QUESTO CONSUMO, E' IN PRIMA FILA NEL FARE PUBBLICITA' ILLEGALE ..... CON L'USO DELL'ARROGANZA. UN ESPOSTO ALL'ANTITRUST.

Firenze, 28 Gennaio 1999. Grazie alle segnalazioni di alcuni consumatori che loro malgrado si sono visti coinvolgere in forme pubblicitarie di tabacchi, abbiamo fatto un'indagine in alcuni esercizi pubblici -tabaccherie e ristoranti: niente che abbia le caratteristiche di campione statistico, ma con risultati -tutti uguali e senza eccezioni- che fanno intendere che siamo di fronte a fatti abituali, per far rientrare dalla finestra cio' che la legge ha messo alla porta, con l'aggravante che ne e' coinvolto anche il monopolio tabacchi. Ma vediamo i fatti.

Spesso, nelle tabaccherie e nei ristoranti, si e' avvicinati da giovani che offrono una sigaretta, e invitano a provare un prodotto nuovo o in promozione, e lo fanno esplicitamente, senza negare l'attivita' che svolgono, e si tratta sempre di aziende non-italiane; questi giorni e' diffusa l'offerta di sigarette Camel: il prezzo del pacchetto e' diminuito di 1.000 lire, allineandosi ai prezzi standard della produzione italiana.

Approfondendo, siamo venuti a conoscenza anche dei metodi di promozione delle aziende non-italiane e del monopolio verso le tabaccherie. I primi invitano gli esercenti ad acquistare dal monopolio un nuovo prodotto, e, nel caso di non-venduto, si impegnano a cambiarlo con altri tradizionalmente smerciati. I secondi -il monopolio- senza avvisare e senza specifiche richieste, quando c'e' un nuovo prodotto, lo inserisce nella fornitura in corso, in quantita' proporzionale allo smercio dello specifico esercizio: nel caso -non raro- di non-venduto, non c'e' rimborso o sostituzione con altra merce.

Ma l'arroganza del monopolio non finisce qui: ispettori dello stesso obbligano i tabaccai, negli espositori, a mettere piu' in evidenza i prodotti nazionali rispetto a quelli stranieri; e non e' cosa da poco, perche' spesso i fumatori, quando non trovano le loro sigarette, allungano letteralmente il collo per sbirciare alle spalle del banconista e scegliere il pacchetto alternativo, ed e' evidente che la scelta cadra' su quelli piu' visibili.

Quello che piu' colpisce -cosi' interviene il presidente dell'Aduc, Vincenzo Donvito- e' il comportamento del monopolio tabacchi, che, usando il suo potere, viola la legge, con l'arroganza di chi sa che non puo' avere un rifiuto alle sue richieste. E non ci stupiamo piu' di tanto, se pensiamo come sono i rapporti commerciali degli esercenti con il monopolio: pagamenti anticipati e con soldi contanti o equivalenti, che fa pensare piu' all'acquisto di droghe illegali negli angoli delle strade. E, di conseguenza, non ci stupisce che le aziende straniere cerchino anche loro di galleggiare nell'illegalita', per non farsi schiacciare dalla concorrenza di chi per obbligo di legge, e' il loro unico grossista. E ci viene piu' di un dubbio sul perdurare di questo sistema di distribuzione in cui lo Stato e' contemporaneamente impegnato nel vendere un prodotto e a disincentivarlo perche', come obbligano a scrivere sui pacchetti di sigarette, "nuoce gravemente alla salute".

In attesa che il Parlamento chiarisca questa contraddizione, ci rivolgiamo all'Ufficio pubblicita' ingannevole dell'Antitrust, perche' sanzioni le azioni illegali delle aziende