

Comunicato Stampa
da distribuire immediatamente:
Giovedì, 22 giugno 2006

PER MAGGIORI INFORMAZIONI:
Jeff Cronin: 202-777-8370

BUTTIAMO FUORI LA BUD DALLA COPPA DEL MONDO, SOSTENGONO I GRUPPI

**La Risoluzione Globale esorta la FIFA
ad eliminare la Promozione degli Alcolici
dagli Eventi della Coppa del Mondo**

Washington – Autorevoli organizzazioni mediche e gruppi popolari di ogni parte del mondo hanno chiesto oggi alla FIFA, ente organizzatore della Coppa del Mondo, di eliminare la promozione degli alcolici dagli eventi collegati alla Coppa del Mondo e dalle trasmissioni radiotelevisive degli incontri. Oltre 260 gruppi diversi che si occupano di salute, di giovani, di sport e di religione, provenienti da 43 Paesi, hanno sottoscritto una risoluzione globale esortando gli organizzatori della Coppa del Mondo a cessar di minare i valori positivi dello sport ponendo pubblicità di birre davanti a tantissimi giovani tifosi di ogni parte del mondo.

Anheuser-Busch, il più grande birraio del mondo e produttore della Budweiser, è uno dei 15 partner ufficiali della Coppa del Mondo FIFA del 2006 ed ha una forte visibilità durante gli eventi della Coppa del Mondo. Esso sponsorizza il premio “Il Migliore in Campo” (“The Man of the Match”) di ogni singolo incontro, vende la sua birra durante gli incontri e fa un’ampia pubblicità nelle trasmissioni radiotelevisive degli incontri. A detta dei dirigenti dell’Anheuser-Busch, le sue attività di marketing nello sport mirano a far apparire la Bud come “parte della struttura del gioco” (part of the fabric of the game).

“E’ giunta l’ora d’interrompere il legame fra il marketing degli alcolici e gli eventi sportivi di alto profilo”, ha detto George A. Hacker, Direttore delle Politiche sull’Alcol del “CSPI/Center for Science in the Public Interest” (Centro per la scienza a difesa dell’interesse pubblico) con sede a Washington, e membro del comitato direttivo della “Global Alcohol Policy Alliance” (Alleanza globale per la politica dell’alcol). Il CSPI ha organizzato il lavoro per giungere alla risoluzione. “La FIFA è ora avvisata che esiste un’ampia opposizione al dirottamento da parte della Budweiser dei valori dello sport verso la promozione del bere, promozione rivolta a centinaia di milioni di tifosi, inclusi i bambini, nel mondo intero”.

Secondo la FIFA, nel 2002 un’audience complessiva di oltre 28,8 miliardi di spettatori ha guardato più di 41.000 ore di programmi TV durante i 25 giorni dedicati agli incontri della Coppa del Mondo - e 1,1 miliardo di persone ha guardato l’incontro finale in TV.

La risoluzione chiede alla FIFA di esaminare il ruolo svolto dal marketing degli alcolici durante la Coppa del Mondo per verificarne “la coerenza con i valori dello sport, della salute e della correttezza rappresentati dalle competizioni sportive internazionali”.

Il 4% delle malattie ed il 3,2% di tutte le morti nel mondo sono da attribuire all’alcol, e l’alcol è il primo fattore di rischio per la salute nei Paesi a bassa mortalità ed il terzo nei Paesi industrializzati, secondo quanto afferma “The World Health Report 2002” (Il Rapporto sulla Salute nel Mondo – 2002). “The 58th World Health Assembly” (la 58a Assemblea Mondiale sulla Salute) ha stabilito che il bere eccessivo è fra le prime cause sottostanti: malattie, lesioni, violenza domestica contro le donne e i bambini, invalidità, problemi sociali e morti premature; esso è associato a malattie mentali; ha un forte impatto sul benessere degli individui, delle famiglie, delle comunità e della società nel suo insieme, e contribuisce alle disuguaglianze nel campo della salute.

I 264 firmatari della risoluzione rappresentano schieramenti diversi nel campo: della salute, dei giovani, degli sport, del

controllo delle droghe e della religione, da parte di organizzazioni sparse nel mondo intero – comprendenti gruppi che vanno dalla “World Medical Association” alla “National Federation of Youth Organizations” del Bangladesh; dal “National Youth Council” dell’Irlanda al “National Drug Abuse Control Council” del Belize; dall’ “American Medical Association” all’ “Hacettepe University Faculty of Medicine” di Ankara e al “Qatar National Anti-Doping Committee” del “Qatar National Olympic Committee”. La Thailandia ha contribuito con 86 organizzazioni firmatarie, con un enorme lavoro portato avanti dallo “Stopdrink.com”, un progetto della “ThaiHealth Promotion Foundation”.

Portavoce di tutto il mondo hanno esortato la FIFA ad eliminare la promozione degli alcolici dalla Coppa del Mondo:

**spazio riservato ad un intervento diretto
dell’ “American Medical Association”
non ancora pervenuto**

Dr Franklin Alcaraz del C. del “Centro Latinoamericano de Investigaciòn Científica” (CELIN), una organizzazione di ricerca della Bolivia: “CELIN sostiene attività sportive quali alternative al consumo di droga, quindi CELIN ritiene che la Coppa del Mondo senza alcol dovrebbe essere il miglior esempio da seguire”.

Valerio Leonardo, direttore esecutivo dell’ “AMOPROC”, un gruppo di prevenzione dei problemi alcolcorrelati del Mozambico: “Gli incidenti alcolcorrelati, i crimini, gli abusi contro le donne ed i bambini riempiono le nostre stazioni di polizia ed i nostri ospedali. Troppo spesso, quel poco di denaro disponibile per l’acquisto del pane se ne va invece per l’acquisto di alcolici, portando verso l’impoverimento, la dipendenza e persino l’HIV/AIDS. La promozione della birra nella Coppa del Mondo viola i nostri principi della pace e dei diritti umani”.

Luciana Michelin, coordinatrice dei Gruppi di Solidarietà in Italia: “I bambini sono massicciamente esposti alla pubblicità e alla promozione degli alcolici. Buon senso e profondo rispetto per il futuro dei giovani, impongono che l’evento sportivo più

popolare del mondo debba porre la parola fine alla sua sponsorizzazione alcolica”.

Ahmadou Kane, coordinatore della “Association des Jeunes pour le Développement” AJD/PASTEEF in Senegal: “Noi siamo un’associazione di giovani che promuove la salute e l’educazione pubbliche, il che rende questa campagna particolarmente interessante per noi; tanto più perché i giovani sono il target di questa massiccia campagna a favore degli alcolici”.

L’ANPA” è orgogliosa che la Francia abbia bloccato la pubblicità della birra nella Coppa del Mondo di quattro anni fa, perché la legge francese (N.d.T.: “Loi Evin”) proibisce la pubblicità degli alcolici”, ha detto Claude Rivière, “European Affairs Officer” della “Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie”. “La nostra legge è stata confermata dalla Corte di Giustizia dell’Ue, la quale ha ratificato la restrizione sul commercio quale pratica utile alle autorità nazionali per proteggere la salute pubblica dalla pubblicità che tende invece ad incrementare il consumo di alcol”.

In India, il Dr S. Arul Rhaj, Vice-Presidente della “Commonwealth Medical Association”: “In un Paese in via di sviluppo, la salute è il fondamento sul quale è costruita e rafforzata la ricchezza della nazione. L’alcol è dannoso per te, per la tua famiglia e per la società. Esso danneggia la tua salute, la ricchezza, la mente e la pace”. E il Dr Hariharan dell’Indian Alcohol Policy Alliance”: “Il consumo di alcolici nell’Occidente ha raggiunto un alto livello e sarebbe molto problematico se Paesi come l’India e la Cina lo seguissero su questa strada. L’industria dell’alcol vede ambedue i Paesi come nuovi mercati promettenti per la sua crescita”.

Derek Rutherford, Presidente della “Global Alcohol Policy Alliance” (GAPA): “La forma più insidiosa di pubblicità degli alcolici è la sponsorizzazione attraverso gli sport. Essa mette in evidenza che l’autoregolamentazione praticata dall’industria è una totale mistificazione. L’industria sa bene che gli sport sono una strada a buon mercato per raggiungere i giovani in ogni parte del mondo al fine di reclutare nuovi bevitori di alcolici.

L'associazione dell'alcol con lo sport è un abbinamento sbagliato".

Dr Joe Barry, ex-Presidente della "Irish Medical Organization": "La Coppa del Mondo è strapiena di pubblicità e promozioni di marche di alcolici. E' deplorabile che quei massicci budget destinati alla promozione degli alcolici siano i benvenuti per la FIFA e che siano state abbandonate le redini da parte del Governo Irlandese dato che questo Paese ha una tale mole di problemi, noti pubblicamente e legati al nostro consumo di alcolici".

"Attraverso la televisione, gli eroi dello sport e sui loro stessi campi di gioco, i giovani in Nuova Zelanda sono bombardati da messaggi che promuovono gli alcolici e rafforzano la nostra cultura del bere eccessivo", ha affermato Ross Bell, Direttore Esecutivo della "New Zealand Drug Foundation. "Se vogliamo seriamente cercar di cambiare tale cultura, allora dobbiamo smantellare la malsana relazione fra l'alcol e gli sport".

Hermann Meyer, editore dell'"alkoholpolitik.ch": "La Svizzera e l'Austria ospiteranno la Championship europea di calcio fra due anni. La Risoluzione Globale ci offre una valida piattaforma per contrastare la sponsorizzazione ed i servizi degli alcolici durante quegli incontri. Eliminare l'alcol dagli sport ha una particolare importanza in Svizzera, dove sport, alcol e giovani sono troppo spesso e pericolosamente legati assieme".

La risoluzione rappresenta un allargamento della campagna in corso ad opera del CSPI, nota come "Campaign for Alcohol-Free Sports TV", un lavoro tendente a ridurre, nell'interno degli Stati Uniti, l'esposizione dei giovani alla pubblicità alcolica attraverso gli sport trasmessi in TV. Attualmente, il 24% delle università riunite nella "National Collegiate Athletic Association" si è impegnato a sostenere la fine di tutta la pubblicità alcolica negli sport dei college radioteletrasmessi negli Stati Uniti.

"La FIFA pubblicizza il suo operare responsabile nel promuovere la salute e sottolinea il suo aver voluto eliminare, nel 1986, la pubblicità del tabacco in tutte le sue varie forme", ha affermato Hacker. "Se la FIFA ha veramente a cuore la promozione della salute, soprattutto fra le centinaia di milioni di giovani tifosi, essa

dovrebbe eliminare, al più presto possibile, la sponsorizzazione, l'affissionistica e la pubblicità degli alcolici”.

Oltre che alla FIFA, la risoluzione sarà inviata all'”Organizzazione Mondiale della Sanità”, nonché ai ministeri della sanità e dello sport di tutto il mondo. L'”Organizzazione Mondiale della Sanità” sta attualmente esaminando a livello mondiale e facendo il punto sull'alcol, in vista di un rapporto da presentare alla “Sixtieth World Health Assembly” (Sessantesima Assemblea Mondiale sulla Salute) che si svolgerà nel maggio 2007.

Il “Center for Science in the Public Interest” (CSPI) è un'organizzazione non-profit creata per la difesa della salute e ha sede a Washington D.C.; essa si occupa soprattutto di nutrizione, di sicurezza dei cibi e di politiche a difesa della salute nel campo dell'alcol. Il CSPI è sostenuto soprattutto dai suoi 900.000 iscritti degli Stati Uniti e del Canada che ricevono la sua “Nutrition Action Healthletter” e da donazioni da parte di fondazioni.

**Traduzione a cura dei
Gruppi di Solidarietà**