

Traduzione a cura dei

“Gruppi di Solidarietà”

## **Risoluzione globale per porre Fine**

alla Promozione degli Alcolici

negli Eventi connessi alla

**Coppa del Mondo**

**(Calcio)**

**(Global Resolution to End Alcohol Promotion in World Cup Events)**

***Premesso che* gli sport hanno un ruolo centrale nello sviluppo della salute, della forma fisica e del lavoro di squadra, e nei valori relativi alla competizione, alla correttezza e agli scambi multiculturali per i giovani del mondo intero, e che milioni di giovani iniziano a socializzare proprio attraverso gli sport;**

***Premesso che* decine di milioni di persone nel mondo, inclusi milioni di giovani, hanno un forte interesse per le competizioni sportive internazionali, inclusa la Coppa del Mondo, le Olimpiadi ed altri eventi, e seguono i giochi da vicino di persona oppure attraverso la televisione o la radio, identificandosi con gli atleti e le squadre e idolatrando gli eroi delle loro squadre;**

***Premesso che* milioni di tifosi negli stadi guardano le gare della Coppa del Mondo, e che nel 2002 - sommando le varie audience - oltre 28 miliardi di persone in 213 Paesi hanno guardato la copertura televisiva per più di 41.000 ore, incluso l'oltre 1 miliardo di spettatori che hanno assistito alla finale;**

***Premesso che* i venditori di alcolici hanno utilizzato la competizione atletica internazionale quale mezzo per attirare i giovani verso la birra e gli alcolici, e che la sponsorizzazione della birra e la pubblicità attraverso la televisione distorcono i valori legati allo sport che sono positivi e utili per lo sviluppo dei giovani;**

***Premesso che* appare sempre più evidente nel mondo che l'esposizione alla pubblicità televisiva degli alcolici aumenta le probabilità che i bambini finiscano col bere e consumare alcolici più pesantemente;**

***Premesso che* Il Rapporto sulla Salute nel Mondo del 2002 (*The WorldHealth Report - 2002*) ha appurato che il 4% delle malattie ed il 3,2% di tutte le morti nel mondo erano da attribuire all'alcol, e che l'alcol era il primo fattore di rischio per la salute nei Paesi in via di sviluppo a bassa mortalità ed il terzo nei Paesi industrializzati;**

***Premesso che* la 58<sup>o</sup> Assemblea Mondiale sulla Salute (World Health Assembly) ha stabilito che il bere eccessivo è fra le prime cause sottostanti di: malattie, lesioni, violenza domestica contro le donne ed i bambini, invalidità, problemi sociali e morti premature; è associato con le 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;**

***Premesso chela* FIFA, organizzatrice della Coppa del Mondo, “riconosce l’importante ruolo degli sport, e specialmente del calcio, quale veicolo per trasmettere messaggi chiari e precisi diretti a sradicare il degrado che mina la società umana nel mondo intero”;**

***Premesso chela* FIFA “ha posto in essere alleanze strategiche con organizzazioni internazionali che hanno scopi fissati da tempo - come: l’UNICEF, l’Organizzazione Mondiale della Sanità (WHO), l’Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), l’Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati (UNHCR), i SOS Children’s Villages ed altri - di collegare la potenza del calcio con le esperienze e le capacità di coloro che... stanno combattendo per costruire un mondo migliore” e afferma che una migliore salute per i bambini è una delle sue priorità;**

***Premesso chela* FIFA “si è resa conto dell’ampio impatto che la promozione della salute può avere sulla vita di tutti i giorni delle persone nel mondo” e nel 1986 ha puntato all’eliminazione della pubblicità del tabacco in tutte le sue varie forme;**

***Ne consegue che* le sottoscritte organizzazioni, in rappresentanza di..... Paesi, invitano la FIFA ed i Paesi che in futuro ospiteranno la Coppa del Mondo a:**

- Esaminare il ruolo della sponsorizzazione di alcolici, l’affissionistica dei luoghi, la pubblicità televisiva degli alcolici nella Coppa del Mondo per verificarne la coerenza con i valori dello sport, della salute e della correttezza rappresentati dalle competizioni sportive internazionali; e**
- Adottare politiche chiare sulla promozione e la pubblicità degli alcolici, politiche destinate a ridurre al minimo e col tempo eliminare tali presenze dagli incontri per la Coppa del Mondo.**

**Firmato:** \_\_\_\_\_

**Invitiamo alla sottoscrizione le organizzazioni che operano in questo campo ed i funzionari statali.**

**Per favore, restituitemi la copia da voi firmata con le seguenti informazioni entro il 6 giugno:**

**Organizzazione:**

**Firmatario autorizzato:**

**Indirizzo:**

**E-mail:**

**Telefono:**

**Fax:**

**Sito Internet:**

**Rispedire via e-mail a: [jhedlund@cspinet.org](mailto:jhedlund@cspinet.org)**

**Jay Hedlund**

**Manager**

**Campaign for Alcohol-Free Sports TV**

**Center for Science in the Public Interest**

**1875 Connecticut Avenue NW # 300**

**Washington, DC 20016 USA**

**Tel.: 1-202-777-8322**

**Fax: 1-202-265-4954**