

Il proprietario difende la sua scelta: «Vogliamo alludere solo al clima di una festa»

IL CASO

LOCANDINE MESSE SOTT'ACCUSA

Masoni: «Così si infrangono le regole sociali e norme dell'ordinamento giuridico»

«Vieni a ubriacarti», la pubblicità fa scandalo

Il Movimento consumatori fa ricorso sulla trovata di un locale venturinese

PIOMBINO. «Potrai ubriacarti con la tua birra preferita (e non solo)». No, Non è l'invito ammiccante, sussurrato in un orecchio a qualche amico con cui si prevede di dividere una serata da sbalzo. E' il mes-

saggio chiaro e tondo - "ubriacarti" è addirittura scritto di rosso - estrapolato da locandine e cartoline distribuite anche a Piombino per promuovere Los Panineros, nuovo locale venturinese. Zona terme.

Un messaggio così esplicito da apparire, lì per lì, uno scherzo. Soltanto lì per lì. Perché il materiale è del tutto autentico. E chi l'ha ideato non lo rinnega.

Questo lancio promozionale, per così dire inedito, non è piaciuto, invece, al Movimento consumatori.

Il coordinatore, Alessandro Masoni, ha appena presentato un ricorso all'Istituto di autodisciplina pubblicitaria, l'organismo che raccoglie i maggiori produttori di pubblicità.

L'Istituto si è dato regole precise finalizzate alla massima correttezza e alla trasparenza totale.

«Il contenuto, per essere trasparente, lo è fin troppo. Manca completamente, invece, la correttezza», sostiene Masoni per il quale, giudizi morali a parte, locandine e cartoline cozzano con i principi generali del nostro ordinamento giuridico e con le regole sociali. Quantomeno perché, se uno si ubriaca come è invitato a fare, può commettere atti che infrangono queste regole. Alla guida di un'automobile, ad esempio. E in tante altre situazioni.

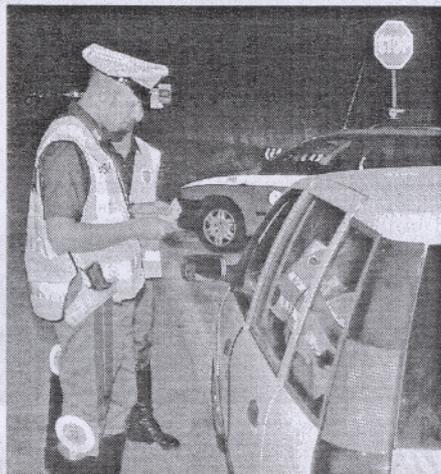
«Ma non è mica obbligatorio ubriacarsi», replica in prima battuta Leo Colucci, gestore del locale, piuttosto stupito del clamore nato intorno al suo messaggio. Ma tutto sommato soddisfatto per la pubblicità che, in qualche modo, ne deriva. «La nostra - aggiunge - voleva essere una cosa simpatica, da vedere con l'ottica giusta e non maliziosa. Semmai la frase voleva avere

A partire da Sabato 21 Ottobre

Dalle ore 17.30... per il vostro aperitivo...e fino a tarda notte per scegliere fra gli oltre 100 panini e ubriacarti con la tue birre preferite (e non solo)...!!! a presto Leo



Alessandro Masoni, il testo sotto accusa e controlli anti alcol sulle strade



I DATI

Meno alcol al volante

PIOMBINO. L'attenzione costante e intrecciata tra forze dell'ordine, istituzioni, associazioni, organi di informazione, ha portato a buoni risultati. Almeno in Val di Cornia.

Il comandante del distaccamento della Polizia stradale di Venturina, Vincenzo Cesarano, sottolinea con una buona dose di soddisfazione una percentuale: rispetto ai primi dieci mesi del 2005 è diminuita di oltre il 30% la percentuale degli automobilisti trovati alla guida in stato di ebbrezza. «Un dato confortante. Da considerare, tra l'altro, che abbiamo eseguito un numero maggiore di controlli», è il commento conclusivo di Cesarano.

V.P.

LE REAZIONI

Lo sdegno delle associazioni delle vittime della strada

Sdegno è dir poco. Le associazioni che combattono le morti sulla strada prendono nettamente le distanze dal materiale promozionale del locale venturinese. Aldo Fabbri (associazione Fede per la vita), commenta così: «L'alcol è una delle cause principali degli incidenti mortali, soprattutto tra i più giovani. Vengono compiuti tanti sforzi dalle associazioni, dalle istituzioni e dalle forze dell'ordine per debellare questa piaga. Iniziative come questa non aiutano a raggiungere l'obiettivo. Che è semplicemente quello di far tornare a casa i ragazzi».

Sandra Lunghini (Associazione dei familiari delle vittime della strada), si rivolge direttamente ai giovani: «Siate più maturi di chi vi propone di ubriacarvi. Per di più dalle 17,30 in poi, come sta scritto su questa locandina. Un invito che, visto l'orario, è rivolto ai giovanissimi. Ricordatevi che ubriacandosi non ci si

diverte di più».

Gianfranco Gilardetti, ex alcolista, impegnato da tempo nella lotta contro questa vera e propria dipendenza, con la locandina tra le mani, dice: «Siamo di fronte ad un'istigazione a bere. La collettività fa finta di non capire la vastità del problema. Ogni anno - aggiunge Gilardetti - muoiono 30 mila persone per patologie legate al bere. E' come se scomparisse una città come Piombino. Per non parlare delle altre implicazioni, delle morti sulle strade, dei reati commessi sotto l'effetto dell'alcol, dei drammi familiari, delle sofferenze».

«Io dico ai giovani: l'alcol non è il Paese delle meraviglie. E' una dipendenza bruttissima, è difficile uscirne. Più difficile che dall'eroina. Perché l'alcol lo si trova dappertutto. Per non parlare delle varie manifestazioni, come "cantine aperte", "le vie del vino" e il resto». Gilardetti sottolinea il valore della

battaglia condotta contro il tabacco: Una cosa giusta. Perché, invece, nei confronti dell'alcol si ha questo atteggiamento così diverso? Ma avete mai sentito dire, "domani operazione tabaccai aperti"? Oppure la pubblicità delle "Vie dello spinello"? Eppure, lo ripeto, la dipendenza da alcol è tremenda».

Tra gli elementi più allarmanti evidenziati da Gilardetti, ce n'è uno che riguarda l'abbassamento costante dell'età della prima sbornia. «Quando si comincia a bere da adolescenti uscirne è più difficile, la personalità cresce insieme all'alcol. E quando si beve, lentamente la personalità si annienta. Voglio dire ai ragazzi che quelle bevande "leggermente alcoliche" a cui il mercato li sta abituando, sono una trappola mortale. Con quelle, i produttori di superalcolici creano il bacino dei bevitori a cui attingere in futuro».

V.P.

l'effetto contrario. E cioè prendere le distanze da atteggiamenti sbagliati».

Ha un po' il sapore dell'arrampicarsi sugli specchi. Ecco allora che Colucci prova a chiarire cosa intende per ubriacarsi. Una versione, anche questa, inedita: «Intendo festeggiare. E' normale che in una festa si alzi un po' il gomito, è un modo per stare in allegria. Fare le cose con intelligenza fa la differenza tra l'essere felice o il devastarsi. Bisogna sapersi contenere e nel mio locale vigiliamo affinché si mantenga il rispetto delle cose, di sé stessi e degli altri. Il messaggio promozionale voleva essere questo».

L'ultimo arcano da svelare riguarda quel "non solo", con cui si conclude la frase: «In un locale così - chiude il gestore - non può essere che riferito a vini, aperitivi e superalcolici. Ma nel rispetto delle regole».

Valeria Parrini