

# Panoramica sull'etichettatura e sulle confezioni dei prodotti del tabacco

Articles 11 and 13 of the FCTC

ISSUE EIGHT / MAY 2011

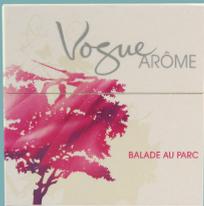


Applicazione degli articoli 11 e 13 della FCTC e  
delle loro linee guida nel quadro della revisione della  
Direttiva sui Prodotti del Tabacco (DPT) del 2001

Please check website for translations  
[www.smokefreepartnership.eu](http://www.smokefreepartnership.eu)



PACKS DESIGNED  
TO ATTRACT YOUNG  
PEOPLE AND WOMEN



**Toradh  
caithimh  
tobac – bás  
Smoking kills**

PACK FROM IRELAND



**Rauchen fügt Ihnen und  
den Menschen in Ihrer  
Umgebung erheblichen  
Schaden zu**

PACK FROM GERMANY  
FOR THE WORLD CUP



**Wer das Rauchen  
aufgibt, verringert  
das Risiko  
tödlicher Herz-  
und Lungen-  
erkrankungen**

PACK FROM GERMANY  
WITH A POEM

### Cos'è la Convenzione Quadro dell'Organizzazione mondiale della sanità per il controllo del tabacco (FCTC - Framework Convention on Tobacco Control)?

La FCTC è il primo trattato internazionale al mondo per la tutela della salute pubblica. La convenzione ha come obiettivo la tutela delle generazioni presenti e future dalle devastanti conseguenze sanitarie, ambientali e socioeconomiche derivanti dal consumo di tabacco e dall'esposizione al fumo di tabacco tramite l'adozione di politiche efficaci e obblighi legalmente vincolanti. Il trattato è stato ratificato da 172 paesi e organizzazioni, come l'Unione Europea, (le cosiddette "Parti") che hanno accettato di adottare il trattato.<sup>1</sup>

### Quali sono gli obiettivi degli articoli 11 e 13 della FCTC e delle relative linee guida?

Lo scopo dell'articolo 11 della FCTC è garantire che i consumatori siano adeguatamente informati sui pericoli dei prodotti del tabacco attraverso l'uso di adeguate comunicazioni sanitarie e che non vengano ingannati dalle strategie pubblicitarie e promozionali dell'industria del tabacco. L'articolo 13 della FCTC richiede alle Parti di adottare un divieto generale di pubblicità, promozione e sponsorizzazione dei prodotti del tabacco (PPST) entro cinque anni dalla ratifica.

### Come sono state sviluppate le linee guida degli articoli 11 e 13?

In occasione della seconda Conferenza delle Parti (COP2) della FCTC svoltasi a luglio 2007, le Parti hanno autorizzato lo sviluppo delle linee guida degli articoli 11 e 13 (avvertenze sulle confezioni e pubblicità, sponsorizzazione e promozione del tabacco). L'obiettivo delle linee guida è di fornire, alla luce delle ricerche svolte e delle esperienze internazionali, una guida pratica su come adottare in modo efficace politiche relative all'apposizione di avvertenze sulle confezioni e ai divieti di pubblicità, promozione e sponsorizzazione del tabacco. Le linee guida sono state sviluppate dalle stesse Parti e adottate all'unanimità nella terza Conferenza delle Parti (COP3) tenutasi a novembre 2008 alla quale erano presenti oltre 160 Parti.

### Qual è il contenuto delle linee guida degli articoli 11 e 13?

Le linee guida dell'articolo 11 stabiliscono che il miglior modo per informare i consumatori sia quello di apporre delle avvertenze illustrate, ossia delle immagini di grandi dimensioni, su entrambi i lati dei pacchetti nonché di adottare confezioni generiche e standardizzate che rechino anche numeri di assistenza telefonica per smettere di fumare. Le avvertenze con immagini illustrano i rischi per la salute provocati dal consumo di tabacco. Le misure riguardanti l'adozione di confezioni generiche prevedono la rimozione del logo e l'utilizzo di uno specifico carattere per il nome del marchio al fine di evitare l'effetto di attrattiva del logo e dell'immagine del marchio. Infine, le misure riguardanti le confezioni standardizzate regolano il tipo di materiale, la forma e la dimensione dei pacchetti per evitare che vengano prodotte

### LINEE GUIDA DELL'ARTICOLO 13 DELLA FCTC - PARAGRAFO 16, CONFEZIONI GENERICHE

“L'effetto della pubblicità o della promozione sulla confezione può essere eliminato imponendo l'uso di confezioni generiche: (...) due (...) colori contrastanti (...); **nient'altro che il nome del marchio**, il nome del prodotto e/o del produttore, (...) **senza loghi o altri elementi fuorché le avvertenze per la salute**, marche da bollo e altre informazioni o contrassegni imposti dal governo; **stile e dimensioni del carattere prestabiliti; e forma, dimensione e materiali standardizzati**. Non devono esserci pubblicità o promozioni attaccate alle confezioni o al loro interno, né sulle singole sigarette o su altri prodotti del tabacco.”



MOCK EU PACK WITH INSERT



confezioni dal design divertente e attraente.

Le linee guida dell'articolo 13 forniscono una definizione ampia delle modalità di pubblicità, promozione e sponsorizzazione del tabacco, che include la responsabilità sociale d'impresa e la confezione. Affermano che “la pubblicità e la promozione del tabacco (...) includono anche (...) confezioni ed elementi di design promozionali”. Raccomandano pertanto l'adozione di confezioni generiche standardizzate al fine di attuare in modo efficace il divieto generale.

### Quale dovrebbe essere un'avvertenza corretta per un prodotto letale che causa dipendenza nei bambini e che uccide se utilizzato correttamente nel modo previsto, causando milioni di morti nel mondo?

ALMENO UN'AVVERTENZA CHE DICA LA VERITA' FAC-SIMILE DI UN PACCHETTO EUROPEO CON INSERTO

### Qual è la relazione tra la revisione della Direttiva sui Prodotti del Tabacco (2001/37/CE)<sup>2</sup> e gli articoli 11 e 13?

La Direttiva sui Prodotti del Tabacco (DPT) è stata adottata nel 2001, prima che l'UE ratificasse la FCTC. Di conseguenza, l'attuale DPT non è in linea con gli articoli 11 e 13 e le relative linee guida. La DPT è infatti attualmente oggetto di revisione. Questa rappresenta per l'UE un'opportunità unica per attuare gli articoli 11 e 13 della FCTC, introducendo sia le avvertenze illustrate obbligatorie, ossia immagini di grandi dimensioni su entrambi i lati dei pacchetti, sia le confezioni generiche standardizzate. L'adozione di tali misure a livello europeo sarebbe vincolante per i 27 Stati membri e li allineerebbe ai 41 paesi e organizzazioni che hanno già definito i requisiti per le avvertenze illustrate.<sup>3</sup> Adottando confezioni generiche standardizzate, l'UE potrebbe riconquistare il suo ruolo di leader globale per il controllo del tabacco.

### Qual è la situazione in altre parti del mondo riguardo alle avvertenze illustrate e alle confezioni standardizzate?

Molti paesi in tutto il mondo stanno adottando nuovi programmi per le confezioni e l'etichettatura del tabacco.

- Il governo **australiano** ha annunciato che dal 1° luglio 2012 tutto il tabacco dovrà essere venduto in confezioni generiche e che le attuali avvertenze illustrate per la salute saranno aggiornate e ingrandite fino a coprire il 75% del fronte e il 90% del retro delle confezioni.
- In **Canada**, il primo paese a richiedere l'uso di avvertenze illustrate, le avvertenze dovranno coprire nel 2012 il 75% del fronte e del retro delle confezioni.
- L'**Uruguay** ha adottato avvertenze illustrate che coprono l'80% del fronte e del retro delle confezioni. Brasile, Messico, Paraguay e Venezuela hanno adottato avvertenze illustrate.
- In Asia, **Singapore** è stato tra i primi Stati nel mondo ad introdurre nel 2004 avvertenze illustrate per la salute sulle confezioni di sigarette, seguito da **Tailandia** (2005), **Brunei** (2008) e **Malesia** (2009).

### Perché la confezione è così importante?

L'industria del tabacco ha sempre usato la confezione dei prodotti del tabacco come potente strumento pubblicitario e di marketing. Da quando è stato introdotto il divieto di pubblicità

1 Situazione aggiornata al 29 ottobre 2010. OMS, Updated Status of the WHO FCTC: Ratification and Accession by country. Cf: [http://www.fctc.org/images/stories/ratification\\_lat\\_est\\_Saint%20Vincent%20and%20Grenadines.pdf](http://www.fctc.org/images/stories/ratification_lat_est_Saint%20Vincent%20and%20Grenadines.pdf)

2 Direttiva in materia di lavorazione, presentazione e vendita dei prodotti del tabacco (2001/37/CE)

3 Canadian Cancer Society, Cigarette Package Health Warnings: International Status Report - (- ottobre 2010). Nel frattempo anche l'Ucraina e le isole di Guernsey e Jersey hanno definito i requisiti.

4 Hult M. Marketing issues corporate affairs conference May 27, 1994—Manila. 27 maggio 1994. Philip Morris.

nella maggior parte dei paesi UE, l'industria del tabacco si è servita principalmente della confezione dei prodotti del tabacco per i propri scopi promozionali. Un dirigente della Philip Morris ha ammesso che "il nostro veicolo comunicativo finale con il consumatore è la confezione. In assenza di qualsiasi altro messaggio di marketing, la nostra confezione (...) è l'unico strumento per comunicare l'essenza del nostro marchio".<sup>4</sup>

#### Qual è la prova che le avvertenze illustrate obbligatorie, ossia le immagini, funzionano?

Piuttosto che essere usate come uno strumento di marketing dall'industria del tabacco, le confezioni possono essere utilizzate dai governi per comunicare i pericoli del consumo di tabacco alla popolazione in modo valido ed efficace. È dimostrato che uno dei modi migliori per sensibilizzare la popolazione nei confronti dei pericoli del tabacco è l'adozione di avvertenze illustrate obbligatorie di grandi dimensioni sul fronte e sul retro delle confezioni. Queste hanno molta più probabilità di attirare l'attenzione e consentono di veicolare più informazioni rispetto alle semplici avvertenze testuali.<sup>5</sup> I fumatori hanno inoltre più probabilità di ricordare le avvertenze grandi che quelle piccole, e tendono a mettere in relazione la dimensione delle avvertenze con la gravità dei rischi provocati dal consumo di tabacco. Un sondaggio canadese ha rivelato che le avvertenze illustrate sono particolarmente efficaci tra i giovani: più del 90% di essi concorda che le avvertenze forniscono informazioni importanti sui danni alla salute provocati dal consumo di tabacco, che sono accurate e che rendono meno attraente fumare.<sup>6-7</sup> È anche dimostrato che le immagini su entrambi i lati delle confezioni esercitano un impatto maggiore rispetto a quelle apposte su un solo lato. Per questo è fondamentale che vi siano immagini di grandi dimensioni sia sul fronte sia sul retro delle confezioni.<sup>8</sup>

#### Qual è la prova che le confezioni generiche standardizzate funzionano?

È stato dimostrato che per essere più efficaci, le avvertenze illustrate devono essere associate a confezioni generiche standardizzate. Ciò serve a garantire che i consumatori non siano distratti o confusi dalle immagini contraddittorie del marchio, accuratamente ideate dall'industria del tabacco per far apparire sicuro e attraente il prodotto. Come evidenzia il rapporto Sambrook, "è dimostrato che eliminando il



#### GLI ADOLESCENTI PERCEPISCONO L'EFFICACIA DELLE AVVERTENZE SANITARIE ILLUSTRATE PER IL TABACCO PROPOSTE IN EUROPA<sup>9</sup>

"(...) Gli adolescenti non fumatori ritengono che le avvertenze illustrate proposte dall'UE siano più efficaci nella prevenzione del fumo rispetto alle esistenti avvertenze UE senza immagini (...) anche gli adolescenti [fumatori] più giovani (...) pensano che le avvertenze illustrate siano uno strumento più efficace per dissuaderli dal fumare (...)."

#### Trachtenberg (rivista Forbes, 1987)<sup>12</sup>

"(...) quando abbiamo offerto loro delle sigarette Marlboro a metà prezzo – in confezioni generiche di colore marrone – solo il 21% si è dichiarato interessato, nonostante avessimo loro garantito che ogni pacchetto fosse (...) identico (salvo per la confezione) a quello da loro normalmente acquistato nelle tabaccherie locali (...). Come si giustifica la differenza? Semplice. I fumatori prendono e ripongono i pacchetti di sigarette dalle tasche tra le 20 e 25 volte al giorno. La confezione comunica qualcosa. Il consumatore esprime come vuole essere visto dagli altri."

colore, l'immagine del marchio e i loghi dai pacchetti si diminuisce l'attrattiva e il richiamo delle confezioni e si migliora invece la capacità di comunicare le avvertenze sanitarie ai consumatori.<sup>10</sup> Anche la società multinazionale di servizi finanziari Citigroup ha riconosciuto che le confezioni standardizzate sono "la maggiore minaccia per l'industria, poiché la confezione è il principale strumento con cui le industrie del tabacco possono comunicare con il consumatore e differenziare i propri prodotti".<sup>11</sup>

#### L'opinione pubblica appoggia l'introduzione delle avvertenze illustrate, ossia delle immagini? Sì.

Secondo l'Eurobarometro pubblicato a maggio del 2010, il 75% degli europei è a favore delle immagini obbligatorie e il 54% è a favore delle confezioni generiche.<sup>13</sup>

#### Chi si oppone a queste misure?

L'industria del tabacco è il principale oppositore. Gli sforzi compiuti dall'industria del tabacco per opporsi a tali misure sono enormi, e includono il finanziamento e il ricorso ad associazioni di dettaglianti per condurre campagne di protesta. L'industria del tabacco sta anche esercitando incessanti pressioni a livello nazionale ed europeo sui legislatori fornendo loro argomenti legali ed economici falsi e fuorvianti.

#### Quali sono gli argomenti e le tattiche principali dell'industria?

Uno degli argomenti principali dell'industria del tabacco è che le confezioni generiche standardizzate aumenterebbero il commercio illegale, provocando perdite finanziarie e occupazionali nel settore della vendita al dettaglio. Ricorrono anche alla minaccia di potenziali azioni legali, qualora fossero adottate le confezioni generiche standardizzate. Nessuno dei loro argomenti trova riscontri reali.

Una delle loro tattiche consiste nel ritardare il processo di revisione della Direttiva sui Prodotti del Tabacco in modo che le misure non passino alla procedura di co-decisione prima delle elezioni del nuovo Parlamento europeo previste per la metà del 2014.

#### Le confezioni generiche standardizzate potrebbero favorire il traffico illecito? No.

L'industria del tabacco sostiene che le confezioni standardizzate aumenterebbero la contraffazione di sigarette.<sup>14</sup> Le confezioni standardizzate saranno però sempre accompagnate da avvertenze illustrate. Non vi è alcuna prova che le avvertenze illustrate di grandi dimensioni e le confezioni standardizzate possano favorire la contraffazione. Dato il bassissimo prezzo di produzione per confezione di alcuni tipi di sigarette illegali (in alcuni casi vendute ai contrabbandieri a 14 centesimi di euro al pacchetto<sup>15</sup>), è difficile sostenere che le confezioni generiche possano ulteriormente abbassare il prezzo di tali prodotti<sup>16</sup>. Inoltre, alcuni studi hanno dimostrato che la confezione non ha alcun influsso sulla decisione di acquistare tabacco illegale, essendo questa esclusivamente motivata dalla disponibilità e dal prezzo di tali prodotti<sup>17</sup>.

#### L'adozione di tali misure potrà causare perdite nel settore della vendita al dettaglio? No.

Poiché il settore della vendita al dettaglio è diverso in tutta

Codice seriale 2504015017/5042, <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/jga42e00>.

5 V. White, B. Webster, M. Wakefield, Do graphic health warning labels have an impact on adolescents' smoking related beliefs and behaviours? *Addiction* Abingdon, 2008; D. Hammond, G. Fong, P. McDonald, K. Brown, R. Cameron, Showing leads to doing: graphic cigarette warning labels are an effective public health policy, *European Journal of Public Health* (2006).

6 International Union Against Tuberculosis and Lung Disease, *Tobacco Packaging and Labeling, Technical Guide*, p.8, 2008.

7 Health Canada, *The health effects of tobacco and health warning messages on cigarette packages - survey of adults and adult smokers. Wave 9 surveys*. Redatto da Envrionics Research Group, gennaio, 2005.

8 Sambrook Research International, A review of the science base to support the development of health warnings for tobacco packages, maggio 2009, p. 46.

9 Studio condotto in Grecia su 574 adolescenti, C. I Vardavas, G. Connolly, K. Karamanolis, A. Kafatos *Adolescents perceived effectiveness of the proposed European graphic tobacco warning labels*. *European Journal of Public Health* (2009) Volume: 19, Numero:2, pp. 212-217.

10 Sambrook Research International, A review of the science base to support the development of health warnings for tobacco packages, maggio 2009, pp. 147-148.

11 Citigroup – Tobacco-Australia Plans to Introduce Generic Packaging, – Pan-Europe Tobacco (Citi), 28 aprile 2010.

12 Trachtenberg, J. A. Here's one tough cowboy. *Forbes Magazine* (9 febbraio 1987).

13 [http://ec.europa.eu/health/tobacco/docs/ebs332\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/health/tobacco/docs/ebs332_en.pdf), p.96.

14 È importante sottolineare come esistano diversi tipi di traffico illecito e come la contraffazione non ne è la principale causa in Europa e nel mondo. Il traffico illecito include il contrabbando organizzato su larga scala, il contrabbando su piccola scala (o pirateria) e la produzione illegale (o contraffazione).

15 Shleynov R, Candea S, Campbell D, et al. Made to be Smuggled. *Russian Contraband Cigarettes: Flooding EU*. Washington: Center of Public Integrity, 2008, disponibile online: <http://www.publicintegrity.org/investigations/tobacco/articles/entry/763/> (19 gennaio 2011, data di ultima consultazione).

16 C. Moodie, G. Hastings, L. Joossens. Young adult smokers' perceptions of illicit tobacco and the possible impact of plain packaging on purchase behaviour, *European Journal of Public Health*, 26 marzo 2011, p.1.

17 Id.

18 D. Buck, M. Raw, C. Godfrey, M. Sutton, Tobacco and Jobs: the impact of reducing consumption on employment in the UK, Working Paper, Center for Health Economics, Università di York (1995).

19 McGrady B. TRIPS and Trademarks: the Case of Tobacco, *World Trade Review* (2004).

20 Katz J, Dearden R. Plain Packaging and International Health Treaties, in: Luik J, ed. *Plain packaging and the marketing of Cigarettes*. Oxfordshire: Admap Publications 1998.

21 Cfr. articoli 8.1 e 20 dell'Accordo relativo agli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio dell'Organizzazione mondiale del commercio.

22 McGrady B. TRIPS and Trademarks -the Case of Tobacco, *World Trade Review* (2004), p. 69.

23 Case C-491-01; R. (on the application of British American Tobacco (Investments) Ltd) v. Secretary of State for Health, 10 dicembre 2002.

24 Articolo 4, Dichiarazione di Punta Del Este, sull'attuazione della FCTC dell'OMS, 19 novembre 2010.

25 Cfr. art. XX(b) GATT c/Thailand – Restrictions on Importation of and Internal Taxes on Cigarettes, Rapporto del panel adottato il 7 novembre 1990 (BISD 37S/2000) ai par. 21-35.

Europa, è difficile giustificare questo tipo di affermazione. La maggior parte dei dettaglianti non vende solo prodotti del tabacco; inoltre, negli ultimi decenni, il numero dei fumatori è costantemente diminuito nella maggior parte dei paesi europei e i negozi si sono adeguati a questa tendenza. Infine, alcuni studi hanno dimostrato che quando le persone spendono meno per fumare, usano il denaro per acquistare altri prodotti.<sup>18</sup>

#### **Le avvertenze illustrate di grandi dimensioni e le confezioni generiche standardizzate violano la legge internazionale sulla proprietà intellettuale? No.**

L'industria del tabacco ha affermato che l'adozione di confezioni generiche standardizzate violerebbe la legge sulla proprietà intellettuale e comporterebbe quindi costose azioni legali. Tali misure sono tuttavia conformi alla legge internazionale sulla proprietà intellettuale (ossia all'Accordo relativo agli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale attinenti al commercio dell'Organizzazione mondiale del commercio "TRIPS") e alla legislazione UE.<sup>19</sup> Lo scopo fondamentale della legge sulla proprietà intellettuale è di evitare che un marchio registrato sia usato da qualcuno che non ne sia il proprietario.<sup>20</sup> Se si adottassero le misure riguardanti le confezioni generiche standardizzate, i proprietari dei marchi continuerebbero a possedere i propri marchi e a essere protetti contro eventuali usi illegali. Le misure riguardanti le confezioni generiche standardizzate si limitano a regolare l'uso dei loghi e dei colori per scopi di interesse comune e di sanità pubblica; entrambi sono specificatamente consentiti sia dalla legge internazionale sulla proprietà intellettuale<sup>21-22</sup> sia dalla legislazione UE.

Ciò è stato confermato dalla dichiarazione di Punta Del Este, adottata all'unanimità a novembre del 2010 in occasione della quarta Conferenza delle Parti della FCTC (COP4), la quale dichiara che "le Parti possono adottare misure per tutelare la salute pubblica, ivi inclusa la regolamentazione dell'esercizio dei diritti di proprietà intellettuale in conformità alle politiche nazionali per la salute pubblica, posto che tali misure siano coerenti con l'Accordo TRIPS"<sup>24</sup> Poiché le confezioni generiche standardizzate sarebbero conformi all'Accordo TRIPS e dato che il loro scopo è proteggere la salute pubblica, tali misure sono realizzabili dal punto di vista legale e possono essere adottate.

#### **Le avvertenze illustrate di grandi dimensioni e le confezioni generiche standardizzate violano gli accordi commerciali internazionali? No.**

Tali misure sono conformi alle normative commerciali internazionali dell'Organizzazione mondiale del commercio (OMC). Soddisfano infatti i requisiti per le eccezioni riguardanti la sanità pubblica previsti sia dall'Accordo generale sulle tariffe e sul commercio (GATT) sia dall'Accordo sugli ostacoli tecnici agli scambi (TBT) entrambi dell'OMC.<sup>25</sup>

#### **Quanto costerebbe all'UE e agli Stati membri adottare le misure riguardanti le avvertenze illustrate obbligatorie e le confezioni generiche standardizzate? Nulla.**

L'UE e gli Stati membri non dovrebbero sostenere alcun costo per attuare tali misure. Tutte le spese sarebbero a carico dell'industria del tabacco. Si tratta pertanto di misure molto economiche ed efficienti che non graverebbero sui contribuenti. Le aziende produttrici di tabacco sostengono che i costi sarebbero proibitivi, ma tale argomento non regge perché aggiornano già costantemente il design delle loro confezioni.

#### **Qual è il processo per la revisione della DPT?**

La Commissione sta attualmente lavorando a una proposta legislativa per la revisione della DPT, che sarà pubblicata all'inizio del 2012. La proposta sarà poi sottoposta alla procedura di co-decisione (Parlamento e Consiglio europeo). La DPT rivista dovrebbe essere adottata entro il 2014<sup>26</sup>

#### **Che cosa può fare la Commissione europea per garantire l'efficace attuazione degli articoli 11 e 13 e delle relative linee guida a livello europeo?**

La Commissione ha la competenza per includere le avvertenze illustrate obbligatorie, ossia le immagini, e le confezioni generiche standardizzate nella sua proposta per la revisione della DPT. Infatti, l'Unione europea è a tutti gli effetti una Parte della FCTC. Così facendo la Commissione europea garantirebbe la coerenza della proposta adottata con gli impegni dell'UE, essendo questa una delle Parti che ha ratificato la Convenzione e le sue linee guida, ponendosi all'avanguardia nell'implementazione di politiche globali per il controllo del tabacco.

#### **Che cosa può fare il Parlamento europeo per garantire l'efficace attuazione degli articoli 11 e 13 e delle relative linee guida a livello europeo?**

Come istituzione europea a elezione diretta, il Parlamento e i suoi membri dovrebbero invitare e incoraggiare i Governi nazionali a contribuire efficacemente all'adozione degli articoli 11 e 13 e delle relative linee guida dell'UE nella Direttiva sui Prodotti del Tabacco, alla luce del forte consenso pubblico per l'adozione obbligatoria delle immagini, come avvertenze, e delle confezioni dei pacchetti generiche e standardizzate. Il Parlamento svolgerà un ruolo decisivo nell'adozione di qualsiasi proposta della Commissione per la revisione della Direttiva sui Prodotti del Tabacco. È pertanto fondamentale che i membri del Parlamento europeo sostengano attivamente l'adozione di tali misure

#### **Che cosa possono fare gli Stati membri per garantire l'efficace attuazione degli articoli 11 e 13 e delle relative linee guida a livello europeo?**

Per garantire l'attuazione degli articoli 11 e 13 e delle relative linee guida a livello UE, gli Stati membri devono esprimere il proprio appoggio all'adozione delle avvertenze illustrate obbligatorie e delle confezioni generiche standardizzate a livello UE. Gli Stati membri possono anche influire sul processo, adottando le misure riguardanti le avvertenze illustrate a livello nazionale. Ciò favorisce indirettamente la loro adozione a livello europeo. A tale proposito deve essere sottolineato come Francia<sup>27</sup>, Finlandia<sup>28</sup>, Belgio<sup>29</sup> e Regno Unito<sup>30</sup> abbiano già espresso il proprio interesse per le confezioni generiche standardizzate, dando così chiaramente all'UE il messaggio che tali misure riceverebbero supporto se adottate a livello europeo.

26 Cfr. Briefing on the Revision of the TPD (Informativa sulla revisione della DPT) di Smoke Free Partnership, disponibile online: [http://www.smokefreepartnership.eu/IMG/pdf/Briefing\\_on\\_the\\_Revision\\_of\\_the\\_2001\\_Tobacco\\_Products\\_Directive.pdf](http://www.smokefreepartnership.eu/IMG/pdf/Briefing_on_the_Revision_of_the_2001_Tobacco_Products_Directive.pdf)

27 10 dicembre 2010, Proposition de Loi No.3005 Proposition de loi visant à l'instauration d'un paquet de cigarettes neutre et standardisé, (Proposta di legge per l'introduzione di confezioni di sigarette generiche e standardizzate).

28 Ministero degli Affari sociali e della Salute finlandese, "Minister Risikko conveyed a letter regarding plain packaging of tobacco products to EU Commissioner for Health" 12 ottobre 2009 (comunicato stampa) <http://www.stm.fi/en/pressreleases/webnews/view/1524699#en>.

29 Le 19 avril 2011 Proposition de loi modifiant la loi du 24 janvier 1977 relative à la protection de la santé des consommateurs en ce qui concerne les denrées alimentaires et les autres produits et visant à l'instauration d'un paquet de cigarettes neutre (19 aprile 2011 proposta di legge per la modifica della legge del 24 gennaio 1977 per la tutela della salute dei consumatori riguardo ai generi alimentari e ad altri prodotti e per l'adozione di confezioni generiche di sigarette).

30 9 marzo 2011, Healthy Lives, Healthy People: A Tobacco Control Plan for England, p.22, [http://www.dh.gov.uk/prod\\_consum\\_dh/groups/dh\\_digitalassets/documents/digitalasset/dh\\_124960.pdf](http://www.dh.gov.uk/prod_consum_dh/groups/dh_digitalassets/documents/digitalasset/dh_124960.pdf)



The **Smoke Free Partnership (SFP)** is a strategic, independent and flexible partnership between the European Respiratory Society, Cancer Research UK and the European Heart Network. It aims to promote tobacco control advocacy and policy research at EU and national levels in collaboration with other EU health organisations and EU tobacco control networks.

This document has been produced with the help of a grant from the World Lung Foundation. The contents of this document are the sole responsibility of the authors and can under no circumstances be regarded as reflecting the positions of the International Union Against Tuberculosis and Lung Disease (The Union) nor those of the Donors.

**Drafter:** Céline Brassart

**Editors:** Archie Turnbull, Jean King, Susanne Logstrup, Fiona Godfrey, Robert Cunningham, Florence Berteletti Kemp and Sam Villiers.

Smokefree Partnership  
49-51 rue du Treves, 1040 Brussels, Tel: +32 2 238 53 63  
[www.smokefreepartnership.eu](http://www.smokefreepartnership.eu)