

**N.01
GENNAIO
FEBBRAIO
2013**

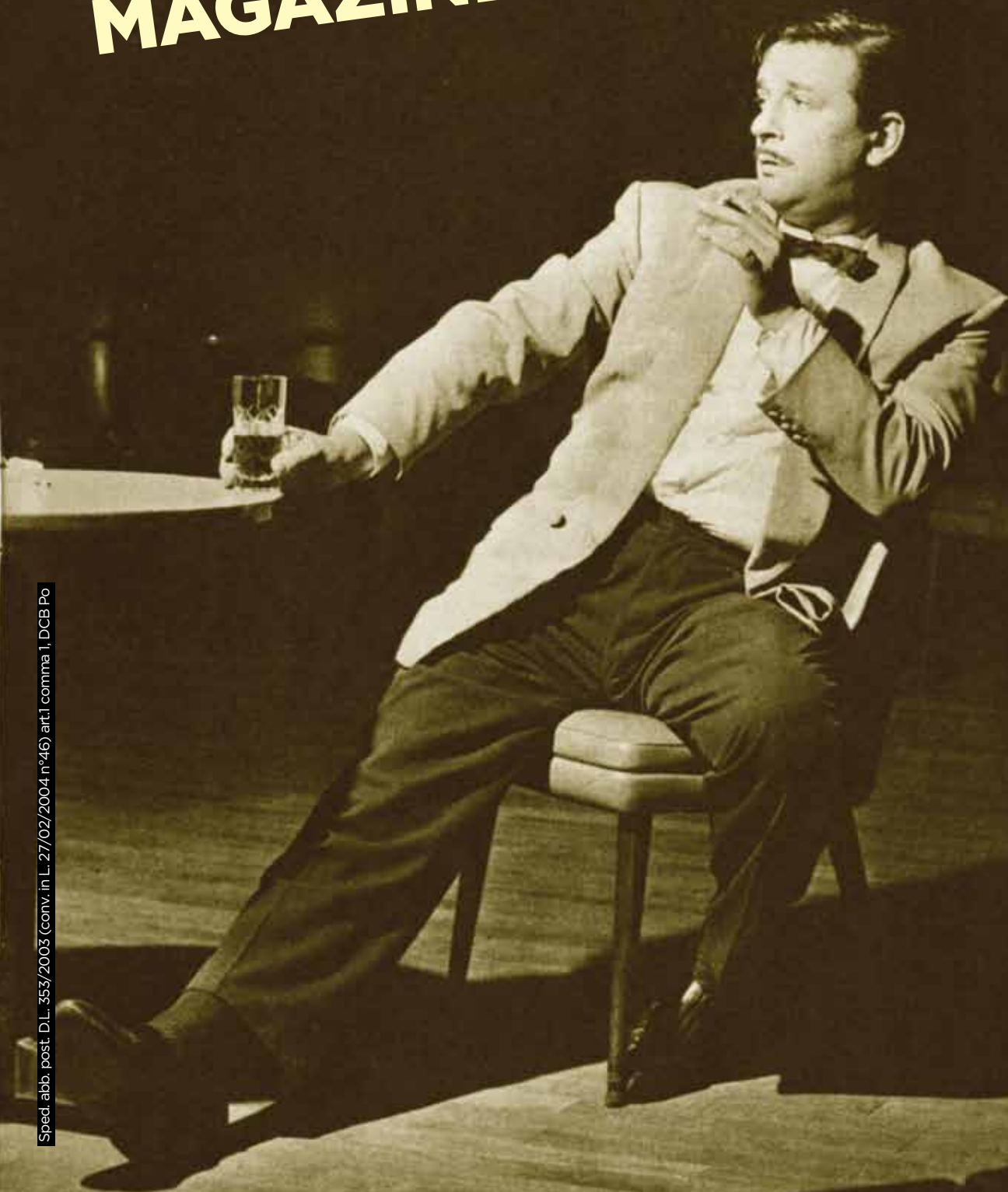
ECONFERCENTI
notizie

**SIGARETTE
ELETTRONICHE:
VENDO ANCH'IO.
NO, TU NO**

**—
APERTURE DOMENICALI:
38MILA I CONTRARI**

**—
LE NUOVE REGOLE
DEL DECRETO
BALDUZZI SUI GIOCHI**

MAGAZINE





**N.01
GENNAIO
FEBBRAIO
2013**

**COPERTINA
FRED
BUSCAGLIONE**

**DIRETTORE
RESPONSABILE
BARBARA
LISEI**

**REDAZIONE
MARILISA
RIZZITELLI**

**EDITORE
IMPRIMA SRL**
Viale V. Veneto, 80
59100 Prato (Po)

Le rubriche e le notizie sono a cura
della redazione. La riproduzione
di testi, disegni e fotografie
è consentita solo citando la fonte.

**PROGETTO
GRAFICO
MELONE
DESIGN**

**DANIELE
LATINI**

**STAMPA
RINDI**

Anno VII, n° 1

Aut. Trib. Prato n° 11/04
Poste Italiane s.p.a.
Sped. abb. post. D.L. 353/2003
(conv. in L. 27/02/2004 n°46)
art. 1 comma 1, DCB Po

Copia gratuita

A S S O

TABACCAI

 **ECONFESERCENTI**
notizie

02 SOMMARIO

— **03 L'EDITORIALE**

— **04 NEWS**

— **06 NORME
IL NUOVO DIVIETO
DI VENDITA
E SOMMINISTRAZIONE
DI ALCOLICI A MINORI**

— **08 TABACCHI
VENDO ANCH'IO.
NO, TU NO**

— **10 GIOCHI
LE NUOVE REGOLE
DEL DECRETO BALDUZZI**

— **12 ATTUALITÀ
TANTI ANNI FA...
IL FASCINO
DI UNA BIONDA**

— **APERTURE DOMENICALI:
38MILA I CONTRARI**

— **FORNASETTI
IN MOSTRA CON
SUBLIME TABACCO**

— **18 CULTURA
LA BRISCOLA IN CINQUE
MARCO MALVALDI**



03 L'EDITORIALE

Pillole di Fumo

Il must del momento si chiama sigaretta elettronica.

Il rumore che si sta creando intorno a questo oggetto mi ha indotto a fare delle indagini per capire cosa realmente stia accadendo oggi sul mercato e soprattutto quanto determinante possa essere la sua concorrenza nei confronti dei prodotti regolamentati dal Monopolio di Stato. Mi avventuro in un punto vendita di un brand del settore, ora abbastanza noto, e la prima domanda che mi viene rivolta è: "Lei vuole smettere di fumare?" Rispondo con sicurezza: "No, vorrei provare a fumare elettronico".

A mio parere la sigaretta elettronica non serve infatti per smettere di fumare, quanto per poter fumare nei luoghi chiusi. Questa è l'unica utilità che sono convinta abbia questo oggetto.

È molto importante esserne consapevoli perché, comunque, anche con la sigaretta elettronica si continua a fumare e ad assorbire nicotina. È vero, si ovvia all'effetto della combustione, ma si assumono nicotina ed altre sostanze. Quali?

Osservando bene la confezione del prodotto e dei flaconcini in dotazione con il kit di vendita, non c'è nessuna informazione a riguardo. Non c'è alcuna notizia neppure sulla tracciabilità del prodotto. Da dove viene questa roba? Chi la produce? Da che cosa è composta?

Possibile non porsi queste domande?

L'Italia, Paese dove il "fumo" si vende benissimo, continua a dare prova della sua disattenzione, noncurante di una normativa che dovrebbe difendere il consumatore e la sua salute.

A tutela della categoria, noi continuiamo a sostenere l'applicazione della norma che prevede, per qualsiasi prodotto contenente o mescolato a nicotina, l'obbligo ad essere venduto nel circuito del Monopolio di Stato.

[Francesca Bianconi](#)

AMPLIAMENTO DELLA RETE DI RACCOLTA DEL GIOCO DEL LOTTO

Lo scorso mese di dicembre è stato pubblicato il Decreto Direttoriale che ridetermina in € 224.911,82 l'incasso medio annuo su base comunale per il rilascio di ulteriori ricevitorie nei comuni in cui siano già attivi punti di raccolta. Modificate dal decreto anche le distanze per le aperture di nuove ricevitorie nei comuni con più di 10mila abitanti, qualora l'incasso medio annuo non raggiunga i livelli previsti, che scendono a 400 metri su "proposta degli Uffici regionali ed acquisito il parere di apposita commissione costituita da rappresentanti dell'Agenzia e delle organizzazioni sindacali maggiormente rappresentative sul piano nazionale, reso anche in base ai criteri di redditività che saranno stabiliti dalla commissione stessa". L'attribuzione delle nuove concessioni "è effettuata istituendo prioritariamente un punto di raccolta del gioco del lotto nei comuni che ne sono sprovvisti con popolazione fino a 2.500 abitanti, ovvero due punti di raccolta nei comuni che ne sono sprovvisti con popolazione superiore a 2.500 abitanti". Nei comuni con più di 2.500 abitanti, in cui operi una sola ricevitoria, verrà aperta una seconda rivendita anche quando l'incasso medio sia inferiore al limite previsto". Quando, invece, nello stesso comune siano attive più ricevitorie, l'apertura di un nuovo esercizio verrà autorizzata solo nel caso in cui "l'incasso medio a ricevitoria sia superiore a euro 224.911,82". Il numero di nuovi punti da autorizzare sarà sempre calcolato in base ad un criterio matematico.

PRESENTE IN FATTURA L'AGGIO DEL TABACCO

Dallo scorso gennaio l'aggio del tabacco maturato mensilmente da ciascuna rivendita viene visualizzato sulle fatture emesse da Logista Italia spa. Grazie all'aggiornamento dei sistemi informativi, la Società ha difatti attivato una nuova funzionalità che permette di evidenziare periodicamente ed in fattura la rendicontazione dell'aggio maturato dal tabaccaio. Il periodo a cui si riferisce l'aggio accumulato è quello del mese antecedente il periodo di rendicontazione in fattura. Se nel primo mese dell'anno è stata riportata la rendicontazione dell'aggio di tutto il 2012, dal mese di febbraio l'aggio, azzerandosi, ripartirà con l'importo del solo mese di gennaio 2013.

POLIZIA, CARABINIERI E GUARDIA FINANZA CONTRO L'ILLEGALITÀ

Rafforzare i controlli per tutelare i minori e prevenire il gioco compulsivo. Ma anche intensificare le attività di verifica sulla rete del gioco legale e focalizzare l'attenzione investigativa sulle frange di illegalità ancora presenti, in modo più accentuato, in alcune aree del Paese. È quanto ha deciso nella prima riunione d'anno il Comitato di Alta Vigilanza per la repressione del gioco illegale e per la sicurezza del gioco e dei minori presieduto dal vertice dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli e composto dai responsabili del governo delle funzioni operative della Polizia di Stato, dell'Arma dei Carabinieri e della Guardia Finanza. Il Comitato ha considerato l'impatto delle recenti disposizioni contenute nel "decreto Balduzzi" in tema di tutela dei minori e prevenzione del gioco compulsivo (ludopatia) e stabilito l'attuazione di una serie di piani congiunti di intervento che riguarderanno tutto il territorio nazionale e migliaia di operatori, in modo da garantire un numero di controlli anche superiore ai 10mila previsti dal decreto stesso. L'attività di controllo già avviata a fine 2012, ha consentito di far emergere 58 casi di gioco minorile negli oltre 2.600 esercizi controllati, contestare ai gestori 353 violazioni e sequestrare 161 apparecchi illegali.

LA WORLD LOTTERY ASSOCIATION PREMIA LOTTOMATICA

L'associazione leader nel mercato globale del gioco rinnova a Lottomatica Group la certificazione per il massimo livello del WLA Framework di gioco responsabile. Con 150 membri associati che rappresentano le lotterie di 74 Paesi, la WLA focalizza l'attenzione sulla ricerca continua dell'eccellenza e sulla condivisione di miglior pratica tramite la pubblicazione di standard e linee guida in aree chiave del settore quali il gioco responsabile, la sicurezza ed il marketing responsabile. La validità del programma adottato da Lottomatica, finalizzato alla tutela del giocatore ed alla promozione di un modello per il gioco responsabile in conformità a quanto previsto dagli standard, testimonia l'impegno del Gruppo nei confronti dei giocatori in termini di affidabilità, integrità e tutela. Con la conferma della certificazione di quarto livello dalla World Lottery Association, Lottomatica Group mantiene il primato italiano nel settore per il rispetto dei modelli internazionali di certificazione adottati dai principali operatori europei e mondiali.

PASSIONE PER IL LAVORO DEDIZIONE PER LE RIVENDITE

LOGISTA ITALIA

Logista Italia pone un'attenzione sempre maggiore verso i propri clienti con l'erogazione di servizi ad alto valore aggiunto, focalizzando la sua forza sull'innovazione, sull'affidabilità e sull'efficienza.



Scopri tutti i servizi dedicati alle rivendite:



Siamo sempre con te!
Per maggiori informazioni o supporto chiama gratuitamente:



800-188800

**SERVIZIO
CLIENTI**

Servizio attivo dal Lunedì al Venerdì dalle ore 9 alle ore 19

06 NORME

IL NUOVO DIVIETO DI VENDITA E SOMMINISTRAZIONE DI ALCOLICI A MINORI

GIUSEPPE DELL'AQUILA

responsabile area legale Confesercenti

La somministrazione di bevande alcoliche, se eseguita nei confronti di minori di età compresa tra sedici e diciotto anni, è sanzionata con una pena pecuniaria da 250 a 1000 euro

Lo ha affermato, con una nota del 30 gennaio scorso, il Ministero dell'Interno, Dipartimento della Pubblica Sicurezza, rispondendo ad un quesito del Ministero dello Sviluppo Economico, interrogato dal Comune di Pavia sul fatto se il divieto - previsto dal recente DL n. 158/2012 ("decreto salute") - di vendere bevande alcoliche ai minori di anni 18 debba intendersi applicabile anche alla somministrazione.

L'Ufficio per gli Affari della Polizia Amministrativa e Sociale del Dipartimento di P.S. ha osservato in merito che, ove il termine vendita venisse inteso in senso restrittivo,

con esclusione cioè delle attività di somministrazione dal campo di operatività del nuovo divieto, "si avrebbe la paradossale conclusione che sarebbe in ogni caso vietato vendere bevande alcoliche per asporto ai minori di anni diciotto, mentre sarebbe consentito venderle loro per il consumo sul posto, salvo che ai minori di sedici anni, per i quali vige il divieto di somministrazione di cui all'art. 689 del codice penale".

Un'interpretazione simile, ad avviso dell'Ufficio, "sarebbe del tutto illogica ed in palese contrasto con la ratio stessa del DL n. 158, dichiaratamente inteso a promuovere

più alti livelli di tutela anche attraverso il contrasto di taluni specifici fattori di rischio per la popolazione giovanile, tra i quali l'assunzione di alcool".

Già il Ministero dello Sviluppo Economico, con la nota dell'11 gennaio 2013 con cui poneva il quesito al Ministero dell'Interno, aveva interpretato che il legislatore, con il termine "vende" non può che aver voluto intendere la vendita come l'atto di fornire le bevande alcoliche ad un soggetto minore di diciotto anni, senza distinguere tra vendita, somministrazione o consumazione. La somministrazione, evidenzia il MISE, è tra l'altro definita all'art. 1 della legge n. 287/91 come "la vendita per il consumo sul posto, che comprende tutti i casi in cui gli acquirenti consumano i prodotti nei locali

dell'esercizio o in una superficie aperta al pubblico, all'uopo attrezzati"; anche gli esercizi di somministrazione, pertanto, ad avviso del Ministero, effettuano attività di vendita, anche se l'ambito della loro attività è limitato agli alimenti ed alle bevande.

E, d'altra parte, come fa osservare nella stessa nota il MISE, il Ministero dell'Interno, con un parere del 2009 alla Prefettura di Milano, aveva affermato che, nonostante l'art. 689 c.p. faccia riferimento alla sola somministrazione e non anche alla vendita di alcolici, "non può esserci differenza alcuna tra il mettere a disposizione del cliente, minore di anni sedici, la bevande alcolica in un bar o in un negozio", equiparando pertanto la vendita di alcolici alla somministrazione degli stessi.



Pertanto, in conclusione, secondo i due Dicasteri, in coerenza con lo spirito delle nuove disposizioni, la somministrazione di bevande alcoliche è sanzionata ai sensi dell'art. 689 c.p. se eseguita nei confronti di minori di anni sedici, ed ai sensi dell'art. 14-ter della legge n. 125/2001, inserito dal DL n. 158/2012, se eseguita nei confronti di minori di età compresa tra sedici e diciotto anni.

Occorre ricordare che, nella seconda fattispecie, se il fatto è commesso più di una volta, si applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 500 a 2000 euro, con la sospensione dell'attività per tre mesi. Inoltre, chiunque venda bevande alcoliche ha l'obbligo di chiedere all'acquirente, all'atto dell'acquisto, l'esibizione di un documento di identità, tranne che nei casi in cui la maggiore età dell'acquirente sia manifesta.

IL LEGISLATORE, CON IL TERMINE “VENDE” NON PUO' CHE AVER VOLUTO INTENDERE LA VENDITA COME L'ATTO DI FORNIRE LE BEVANDE ALCOLICHE

L'art. 7 del DL n. 158 ha altresì modificato i contenuti dell'art. 689 c.p., inserendo, dopo il primo comma (che stabilisce il divieto di somministrazione di alcolici a minori di anni sedici, per la cui violazione è prevista l'ammenda da euro 516 a 2.582 o la pena della permanenza domiciliare da quindici a quarantacinque giorni, ovvero la pena del lavoro di pubblica utilità da venti giorni a sei mesi), ulteriori due commi che prevedono: qualora il fatto sia commesso più di una volta, l'applicazione anche della sanzione pecuniaria da 1.000 a 25.000 euro con la

sospensione dell'attività per tre mesi e che la stessa pena di cui al primo comma, si applica a chi pone in essere la violazione del divieto attraverso distributori automatici che non consentano la rilevazione dei dati anagrafici dell'utilizzatore mediante sistemi di lettura ottica dei documenti, tranne il caso in cui sia presente sul posto personale incaricato di effettuare il controllo dei dati anagrafici.

08 TABACCHI

— VENDO ANCH'IO. NO, TU NO

Aprono in controtendenza rispetto alla crisi, spuntano come funghi.

Nella sola Torino se ne contano 41, mentre sono già un migliaio sul territorio nazionale. Marche diverse per un unico prodotto, la moda del momento: sono le sigarette elettroniche, meglio conosciute come e-cig. In barba alla legge Sirchia, che quest'anno festeggia il suo primo decennale, ed alle avvertenze sanitarie imposte su pubblicità e pacchetti di "bionde", il mercato delle e-cig è in forte crescita grazie al vuoto normativo di cui gode.

Una confusione che sta contribuendo da un lato alla diffusione dei più disparati dispositivi e, dall'altro, all'insorgere di situazioni potenzialmente dannose per i consumatori, fumatori e non. Le strategie utilizzate dalle aziende produttrici e distributrici del prodotto hanno inizialmente fatto passare il messaggio che con la sigaretta elettronica si può smettere di fumare e che usandola si possono avere addirittura benefici per la salute; "più benessere, più fiato", recitava lo slogan di una nota marca, mentre nulla di tutto ciò è ancora stato dimostrato in maniera certa.

Ora, considerato il business mondiale in vertiginosa espansione, le e-cig vengono vendute come sigarette vere e proprie, visto il vantaggio di ricadere in una sorta di "area grigia" quanto a disciplina.

Si punta sul fatto che l'apparecchio possa essere usato in qualunque posto, perché non brucia, non produce fumo né cattivi odori, ma si dimentica che, mantenendo il prodotto lo stesso aspetto di una sigaretta tradizionale e considerato che nella sua gestualità richiama l'uso di una normale sigaretta, c'è il rischio di farlo diventare un incentivo al fumo nei confronti dei giovani under 16.

Al momento, l'unica raccomandazione riportata sulle avvertenze è di utilizzare le sigarette elettroniche lontano dai bambini, mentre le etichettature lasciano molto a desiderare.

Nonostante nel febbraio 2010 il Ministero della Sanità, con apposita nota, abbia chiesto a tutti i produttori di sigarette elettroniche di evidenziare sui prodotti la concentrazione di nicotina ed, in caso di sua presenza, di apporre i necessari simboli di tossicità, la regolamentazione scarsamente uniformata a livello mondiale sull'argomento ha permesso il crearsi di un vero far west di mercato.



IL MERCATO DELLE SIGARETTE ELETTRONICHE GODE DI UN VUOTO NORMATIVO

Recenti notizie di cronaca parlano di e-cig difettose, scoppiate in mano od in bocca ai fumatori, tanto che il procuratore della Repubblica di Torino, Raffaele Guariniello, ha aperto una nuova inchiesta sulla sicurezza delle e-cig per stabilire anche la loro eventuale pericolosità per la salute, in particolar modo per ciò che concerne il consumo di nicotina e per accertare quali rischi corrano i fumatori passivi.

Alcuni locali pubblici hanno timidamente da poco vietato l'uso dei congegni elettronici, mentre solo uno degli ottomila sindaci italiani ha avuto il coraggio di firmare un'ordinanza proibendo l'uso della e-cig all'interno degli uffici e locali pubblici.

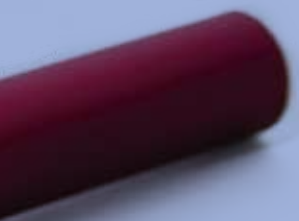
Ora, mentre si è in attesa che l'Unione Europea prepari una direttiva per imporre regole a un mercato che è proliferato senza controlli, sembra per trasformare i vaporizzatori di nicotina con capacità superiore a due milligrammi (il 90% del mercato) in dispositivi medici, si è caduti nella assurda situazione che ai tabaccaia, unici soggetti titolati alla vendita di prodotti da fumo, non è permessa la vendita dell'e-cig. Ma, se nel capitolato d'oneri firmato all'atto della concessione della rivendita, fra l'altro, tra i divieti speciali è espressamente menzionato quello di vendita di prodotti o sostanze atti a surrogare i tabacchi, tra gli obblighi troviamo che la rivendita deve essere costantemente rifornita di prodotti derivati del tabacco.

In quale delle due definizioni ricade la sigaretta elettronica?

Dal momento che la nicotina è il principale principio attivo del tabacco, si potrebbe ragionevolmente sostenere che, commercializzando sigarette elettroniche con filtri contenenti nicotina nelle rivendite di generi di monopolio e lasciando quelli aromatizzati alle farmacie, si possa cominciare a mettere ordine e garanzie sul prodotto tanto conteso. Un emendamento alla Legge di Stabilità già prevedeva di equiparare la vendita delle e-cig a quelle tradizionali, ma è stato cassato. Chissà che il nuovo Governo non ci torni su.

Le cifre del fenomeno

La sigaretta elettronica fa il suo debutto in Cina nel 2003, per poi diffondersi velocemente via internet. Attualmente in Italia si stimano 400mila fumatori elettronici, un milione entro fine 2013. In Germania gli amanti della sigaretta elettronica, "svapatori" in gergo, sono già 2milioni, 3,5 in America. L'Anafe, associazione nazionale fumo elettronico, stima la rete italiana in costante crescita: 8 aziende di produzione, mille negozi, 5.000 addetti tra produzione e commercializzazione. Un mercato nazionale da 350 milioni di euro, 2 miliardi di dollari il giro d'affari mondiale.



10 GIOCHI

LE NUOVE REGOLE DEL DECRETO BALDUZZI

LE AVVERTENZE CONTRO IL GAP (GIOCO D'AZZARDO PATOLOGICO), MESSE A PUNTO DAL DIPARTIMENTO POLITICHE ANTIDROGA, SONO STATE INVIATE A TUTTE LE AZIENDE SANITARIE ITALIANE

La dipendenza dal gioco d'azzardo non viene più presa sottogamba. Dal primo gennaio 2013 è infatti scattato l'obbligo di esporre «formule di avvertimento» sul rischio di dipendenza dalla pratica del gioco d'azzardo, dai rischi connessi alle ludopatie (malattie legate al gioco) con particolare riferimento alla tutela dei minori.

Il cosiddetto Decreto Sanità (meglio noto come Decreto Balduzzi) convertito nella legge 189/2012, è intervenuto con nuove regole anche in tema di giochi nei pubblici esercizi. I locali

autorizzati all'offerta di gioco al pubblico hanno ora qualche responsabilità in più: gli esercenti che gestiscono giochi nel proprio locale, per non incorrere in sanzioni devono mettere in atto alcune "buone pratiche" per essere in regola con la legge. All'ingresso ed all'interno dei locali deve essere esposto il materiale informativo predisposto dalle Asl, diretto a evidenziare i rischi collegati al gioco ed a segnalare la presenza dei servizi di assistenza dedicati alla cura ed al reinserimento sociale delle persone affette da gioco d'azzardo

patologico. Le formule di avvertimento vanno anche esposte sugli apparecchi ed apposite targhe devono essere collocate nelle aree ovvero nelle sale in cui sono installati videoterminali. Per l'inosservanza di queste norme, le multe possono arrivare fino a 50mila euro e potranno essere comminate al concessionario, ma anche "al solo soggetto titolare della sala o del punto di raccolta dei giochi".

Viene inoltre rafforzato il divieto di utilizzo da parte dei consumatori, all'interno del punto di gioco, di "totem" e di apparecchiature che "attraverso la connessione telematica, consentano di giocare sulle piattaforme di gioco messe a disposizione dai concessionari on line" o da chiunque altro.

Nel Decreto Balduzzi, un capitolo a parte è riservato all'argomento sul controllo sui minori che, oltre al divieto di gioco se minori di 18 anni, devono essere identificati anche "mediante richiesta di esibizione di un documento di identità, tranne nei casi in cui la maggiore età sia manifesta". Disposizioni precise sono dettate anche per le campagne di comunicazione che devono rispondere a dei requisiti di "base": il gioco con vincita in denaro non può più essere pubblicizzato in spazi televisivi, radiofonici, teatrali e cinematografici dedicati ai più giovani.

Tutte le campagne, comprese quelle su stampa e su internet, non possono incitare al gioco e devono contenere "formule di avvertimento sul rischio di dipendenza dalla pratica del gioco", indicando tra l'altro la possibilità di consultare

note informative sulle "probabilità di vincita pubblicate sui siti istituzionali dell'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato" nonché dei singoli concessionari e dei punti di raccolta dei giochi.

Il provvedimento prevede poi per quest'anno, 10mila controlli sul territorio, effettuati da Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, Siae, Polizia di Stato, Carabinieri, Guardia di Finanza e Polizia locale.

PRESIDENZA DEL CONSIGLIO DEI MINISTRI
 Ministro per la Cooperazione Internazionale e l'Integrazione
 Dipartimento Politiche Antidroga

Progetto GAP

AVVERTENZE PER I GIOCATORI

In applicazione della Legge 8 novembre 2012, n. 189, art 7 – comma 5

Il gioco d'azzardo può creare dipendenza patologica

Le ricerche scientifiche hanno dimostrato che varie persone che giocano d'azzardo, sono particolarmente vulnerabili a sviluppare dipendenza patologica. Tutti i giochi con vincite in denaro possono essere molto attrattivi fino a far sviluppare una dipendenza patologica, che è una vera e propria malattia. Essa si manifesta principalmente con comportamenti di gioco ripetuti, non controllabili con la propria volontà. Questo comportamento può provocare rischi per la salute della persona, la sua socialità, la sua famiglia, e perdita di ingenti somme di denaro.

I principali segnali che il tuo comportamento di gioco sta diventando un problema o una patologia sono:

1. Spendere sempre più denaro e dedicare sempre più tempo a giocare
2. Sentire un forte desiderio di giocare e diventare nervosi se non si gioca
3. Pensare di poter recuperare le perdite continuando a giocare sperando in supervincite
4. Pensare di poter controllare o influenzare la propria fortuna a volte anche con riti scaramantici
5. Cominciare a mentire a familiari ed amici
6. Iniziare a fare debiti o commettere illegalità per procurarsi il denaro

Il giocatore problematico può facilmente evolvere in giocatore patologico se continua a giocare. I possibili rischi correlati al gioco d'azzardo sono:

sviluppo di dipendenza patologica	stress psicofisico
depressione e altri disturbi psicologici e psichiatrici	perdita della credibilità personale
conflitti familiari	insuccessi personali, sociali, lavorativi
indebitamento	problemi legali

Il gioco d'azzardo patologico è spesso associato anche ad altre patologie: dipendenza da sostanze stupefacenti e/o alcool, disturbi psichiatrici e dell'umore. La reale probabilità di vincere ai giochi d'azzardo è estremamente bassa e comunque sempre molto minore della probabilità di perdere che è elevatissima. I giocatori d'azzardo patologico indebitati sono spesso preda di usurai e strozzini.

AUTOTEST:

Hai mai sentito l'impulso a giocare somme di denaro sempre più elevate? **SI NO**

Hai mai voluto nascondere l'entità di quanto giochi alle persone che ti stanno più vicino? **SI NO**

Se hai risposto positivamente almeno ad una domanda sei a rischio di sviluppare problemi con il gioco d'azzardo.

Il giocatore problematico e il giocatore patologico hanno bisogno di specifici interventi e cure immediate. Se pensi di essere a rischio o di avere già un problema con il gioco d'azzardo, non mettere a rischio la tua salute e la tua famiglia! Smetti di giocare e rivolgiti ai Dipartimenti delle Dipendenze/Ser.D. o altri centri specialistici della tua zona (indicati dalle ASL).

AMBULATORIO GAP
U.O.C. INTERDISTRETTUALE DIPENDENZE
 Sede di Monselice: Via Rovigana 5, 35043 Monselice - Tel. 0429-788398-9, Fax 0429-788588, E-mail: sert.monselice@ulss17.it
 Sede di Este: Via Settabile 29, Este - Tel. 0429-618389, Fax 0429-618527, E-mail: sert.este@ulss17.it

Fonte: Dipartimento Politiche Antidroga

12 ATTUALITÀ

TANTI ANNI FA... IL FASCINO DI UNA BIONDA

Abbiamo ritrovato nei nostri archivi diversi numeri di riviste degli anni '50 e '60, epoca gloriosa della pubblicità sul tabagismo.



Dalle pagine di Marie Claire piuttosto che di Epoca, fanno capolino fascinosi immagini di divi hollywoodiani, di politici e di cantanti immersi in nuvole di fumo ed intenti a gustarsi una “bionda”. Nell’atmosfera post-bellica della ripresa economica e dell’esplosiva diffusione dei mass media, il messaggio pubblicitario non veniva finalizzato solo alla promozione del prodotto fine a se stesso, quanto alla creazione di modelli culturali di riferimento sociale. Ecco che i magazine americani Life e Time, con testimonial d’eccezione come Jeanne Moreau e Curt Jurgens, furono il primo esempio al quale si ispirarono anche molte testate europee pubblicando immagini dove il fumo era rappresentato come un piacere per “veri uomini”, mentre al femminile la sigaretta era considerata simbolo di modernità, di classe, di emancipazione e di parità fra i sessi.

Attraverso volti e pose affascinanti, immersi in nuvole di fumo, Fred Buscaglione, Winston Churchill, Renata Mauro, Cole Porter, mostravano modi diversi di utilizzare le “bionde” che divennero una componente della loro gestualità e mimica del volto. Come non ricordare la sigaretta di Humphrey Bogart, tenuta all’angolo della bocca e quasi masticata, simbolo di personaggi sempre diversi? Abbiamo quindi pensato di dedicare quest’anno le copertine di TMagazine alla pubblicazione di alcune tra queste fotografie vintage recuperate, ripercorrendo la storia di un prodotto da noi ben conosciuto.

Il nostro intento non è voler pubblicizzare un prodotto ora proibito, ma condividere con voi il piacere di atmosfere particolari, fermate con tecniche fotografiche diverse, alcune in bianco e nero ed altre con un retrogusto color seppia.



**DA FRED BUSCAGLIONE
A WINSTON CHURCHILL,
PERSONALITÀ DIVERSE,
UN UNICO GESTO**

LOTTO Più

Abituati ad avere di più.



3€

Lotto Più

Sorti	Premi Lotto	Premi Lotto Più
Ambo	166,7€	180€
Terno	5.000€	5.540€

Fino a
540€
in più.

I moltiplicatori Lotto Più sono 270 per l'Ambo e 5.000 per il Terno. Per la ruota "TUTTE" l'importo dei premi deve essere diviso per 10. La giocata sulla ruota "TUTTE" non comprende la ruota Nazionale. In caso di selezione di più ruote, il costo totale delle giocate sarà pari all'importo di 3 euro per il numero di ruote indicate. I premi sono al lordo delle ritenute di legge e tengono conto delle sorti inferiori.



4€

Lotto Più

Sorti	Premi Lotto	Premi Lotto Più
Ambo	83,33€	100€
Terno	1.375€	1.800€
Quaterna	125.000€	216.600€

Fino a
91.000€
in più.

I moltiplicatori Lotto Più sono 300 per l'Ambo e 6.000 per il Terno e 210.000 per la Quaterna. Per la ruota "TUTTE" l'importo dei premi deve essere diviso per 10. La giocata sulla ruota "TUTTE" non comprende la ruota Nazionale. In caso di selezione di più ruote, il costo totale delle giocate sarà pari all'importo di 4 euro per il numero di ruote indicate. I premi sono al lordo delle ritenute di legge e tengono conto delle sorti inferiori.



5€

Lotto Più

Sorti	Premi Lotto	Premi Lotto Più
Ambo	50€	66€
Terno	825€	1.248€
Quaterna	27.000€	50.596€
Cinquina	3.127.250€	4.241.160€

Fino a
1.100.000€
in più.

I moltiplicatori Lotto Più sono 330 per l'Ambo e 7.000 per il Terno e 230.000 per la Quaterna e 8.000.000 per la Cinquina. Per la ruota "TUTTE" l'importo dei premi deve essere diviso per 10. La giocata sulla ruota "TUTTE" non comprende la ruota Nazionale. In caso di selezione di più ruote, il costo totale delle giocate sarà pari all'importo di 5 euro per il numero di ruote indicate. I premi sono al lordo delle ritenute di legge e tengono conto delle sorti inferiori.

IL GIOCO DEL
LOTTO

APERTURE DOMENICALI: 38MILA I CONTRARI

L'art. 31 del DL n. 201/2011, cosiddetto "decreto Salva Italia", dal 1° gennaio 2012 ha liberalizzato definitivamente, senza eccezioni ed in tutto il territorio nazionale, il regime degli orari degli esercizi commerciali superando il previgente principio generale dell'obbligo di chiusura domenicale e festiva e la regolamentazione degli orari giornalieri di apertura e chiusura.

Un bilancio promettente. La campagna di raccolta firme "Libera la domenica", promossa da Confesercenti con Federstrade ed il sostegno della Cei per riportare nell'ambito dei poteri delle Regioni le decisioni sulle aperture domenicali, ha superato le 38 mila firme. L'iniziativa ha ottenuto il consenso di numerose associazioni e di Regioni italiane come Piemonte, Veneto, Emilia Romagna e Toscana raggiunto con numerose iniziative in più di 200 località, attraverso la realizzazione di punti di raccolta nelle vie e nelle piazze e sui sagrati delle Chiese, come pure nelle sedi di Confesercenti e dei Comuni.

Il presidente di Confesercenti Marco Venturi e l'arcivescovo di Campobasso-Bojano Monsignor Giancarlo Bregantini, presidente della commissione Lavoro, Giustizia e Pace della Conferenza episcopale italiana, hanno recentemente fatto il punto su "Libera la domenica", nata da ragioni di valore proprie della cultura laica e religiosa che vede nella giornata festiva un momento importante per valorizzare il ruolo della famiglia, delle tradizioni religiose, degli interessi culturali e ricreativi. La scelta di una

liberalizzazione senza regole, in una fase di profonda recessione, ha acuito solo le difficoltà delle Pmi senza peraltro avere effetti significativi sui consumi delle famiglie che hanno registrato un pesante trend negativo fino ad arrivare, nel 2012, ad un calo record superiore al 4%. Gli effetti stravolgenti di questa situazione hanno inoltre ripercussioni gravi sull'occupazione e sulla desertificazione dei centri urbani. "Eravamo contrari alle aperture domenicali anche prima della crisi", ha dichiarato Marco Venturi. "Vorremmo fosse chiaro che la nostra non è una battaglia solo corporativa per difendere i nostri negozi e le nostre attività. Siamo convinti che ci siano anche altri valori, in particolare quello della famiglia e del riposo, che vanno tutelati. Una società forte e coesa si regge sui valori".

Nel 2012 il saldo negativo nel settore del commercio al dettaglio è stato di circa 20mila unità (oltre 64mila cessazioni contro poco più di 40mila aperture) con una perdita di più di 44 mila addetti.

"Voglio esprimere la mia gratitudine per una battaglia partita dalla base, attraverso

la sinergia tra cultura laica e cultura religiosa", ha affermato l'arcivescovo Giancarlo Bregantini. "I valori messi in gioco da queste liberalizzazioni selvagge sono tre: quello antropologico che priva le persone del riposo settimanale; quello sociale, che priva la famiglia di uno o entrambi i genitori, costretti a lavorare anche la domenica. La famiglia in primo luogo, il cuore dell'uomo, è la sede in cui Dio trova pace se l'uomo trova pace con se stesso e con la sua famiglia e gode del suo lavoro. Ed infine quello economico, poiché un'economia senza regole e senza etica non porta benefici. Per questi tre motivi chiediamo un ripensamento della legge: non chiediamo che i negozi siano sempre chiusi, ma che vengano regolamentati. Chiediamo che la competenza torni a livello locale, in modo che la decisione sulle aperture venga presa di fronte a necessità specifiche ed in un giusto rapporto con le esigenze del territorio".

Le iniziative per la raccolta delle firme si intensificheranno nelle prossime settimane fino alla fine di aprile. Per il 17 marzo è prevista una nuova mobilitazione.



con il sostegno di:
CEI CONFERENZA
EPISCOPALE
ITALIANA

C A M P A G N A **LIBERALA DOMENICA**



GRAZIE AL "SEMPRE APERTO"???

**Non sono aumentati i consumi.
Non è aumentato il Pil.
Non è aumentata l'occupazione.**

**Solo la Grande Distribuzione ne
ha tratto un enorme vantaggio...**

**SENZA REGOLE LA "LIBERTÀ" DI CONCORRENZA
NON È IN GRADO DI TUTELARE LA CONCORRENZA STESSA.**

DOMENICA 17 MARZO 2013

Firma per cambiare la legge



16 ATTUALITÀ

FORNASETTI IN MOSTRA CON SUBLIME TABACCO

Scatole portasigarette, vasi porta tabacco, portafiammiferi e porta accenditori da tavolo, ma soprattutto posacenere dalle forme e dai decori diversi. Centinaia di minuti oggetti provenienti dall'Archivio Fornasetti sono raccolti in una mostra definita "politicamente scorretta", dal titolo evocativo Sublime Tabacco.

Dedicata agli accessori da fumo realizzati tra gli anni Cinquanta e Sessanta da Piero Fornasetti, l'esposizione si affianca alle varie attività previste per la celebrazione del centenario dalla nascita del grande maestro milanese, uno dei talenti artistici più originali del XX secolo.

Nonostante non fumasse, l'artista ha fatto degli oggetti da fumo qualcosa di unico sul quale lavorare e sbizzarrirsi apportando gustose trasformazioni. 592 varianti di posacenere a vaschetta, nella sua forma semplice, a rilievo o allungata, 244 decori per il posacenere tondo, rappresentano una passione innegabile per il mondo dei fumatori.

Piero Fornasetti non esitò neppure a realizzare una pubblicità per Dunhill, il marchio più pregiato prodotto dalla British American Tobacco, rappresentando se stesso con una sigaretta in bocca e realizzando un posacenere a mattone con la scritta ironica "Il vizio del fumo" e su un altro "Happy mortal he who knows pleasure which a pipe bestows" (Felice l'essere umano che conosce il piacere che dona una pipa).



**IL TITOLO DELLA MOSTRA È TRATTO
DA UN POSACENERE A BILANCIA SU
CUI È RIPORTATO L'INCIPIT DEL POEMA
"THE ISLAND" DI LORD BYRON**



Ingegno e creatività, oltre a spirito polemico nei confronti di un certo proibizionismo “depistatorio”, per oggetti semplici che fanno gustare il fascino del tabacco. Il suo tocco elegante, mai privo di humour, si è espresso su tessuti, vetri, metalli, lacche, porcellane, per una delle più vaste produzioni del secolo.

Apprezzatissimi anche all'estero, dove ancora oggi sono protagonisti nelle case d'asta internazionali come Christie's, gli oggetti di Fornasetti si trovano in molte collezioni italiane e straniere, come il Victoria & Albert Museum di Londra, il Mitchell Wolfson Museum di Miami, la Bischofberger Collection di Zurigo. Sublime Tabacco, organizzata dal figlio Barnaba negli spazi dell'atelier milanese di corso Matteotti, prosegue fino al 30 marzo prossimo.

www.fornasetti.com

L'artista rinascimentale

Piero Fornasetti, nato a Milano nel 1913, è stato un pittore, scultore, decoratore di interni, stampatore di libri d'arte, organizzatore di mostre ed eventi internazionali, scenografo, costumista e creatore di oltre undicimila oggetti - dai bottoni ai foulard dalle stoviglie ai mobili - frutto del desiderio di trasferire l'arte sugli oggetti di uso comune, affinché tutti potessero goderne, illuminando il grigiore del vivere quotidiano. Mente ribelle e fuori dagli schemi, Fornasetti era il rampollo di una agiata famiglia della borghesia meneghina. A 17 anni entra nell'Accademia di Brera, ma ne viene espulso due anni dopo per insubordinazione.

Passa quindi alla Scuola superiore di arti applicate all'industria, sempre a Milano, e avvia una collaborazione con Venini. Virtuoso della pittura, si ispira all'architettura antica ed all'arte di Piero della Francesca, Giotto, agli affreschi di Pompei e rinascimentali. Ma anche alla metafisica ed al surrealismo. Nel 1933 partecipa per la prima volta alla Triennale di Milano con una serie di foulard di seta stampata. Nel 1940, alla VII Triennale, incontra Giò Ponti, col quale inizia una lunga collaborazione realizzando ambienti e decorando singoli pezzi. Tra le sue opere, ci sono gli affreschi di Palazzo del Bo a Padova (1942), la decorazione degli interni del casinò di Sanremo (1950) e del transatlantico Andrea Doria (1952), la casa Lucano (1951). Nello studio-bottega di via Brera, a Milano, con una trentina di collaboratori decora un'infinità di oggetti: piatti, servizi da tavola, posacenere, vasi, portaombrelli, tavoli, sedie, bottoni, lampadari, carrozzerie di automobili, gilet, vassoi, biciclette, carte da parati, foulard, cravatte, ombrelli e paraventi, con centinaia di decorazioni diverse. Celebrato come uno dei talenti più originali e creativi del Novecento, durante la sua carriera Fornasetti ha dato vita ad un linguaggio di immagini immediatamente riconoscibile e sempre affascinante.

18 CULTURA

LA BRISCOLA IN CINQUE MARCO MALVALDI



Leggero, scorrevole, comico irriverente e pieno di cose intelligenti sparse qui e là.

La rivalsa dei pensionati. Da un cassonetto dell'immondizia in un parcheggio periferico, sporge il cadavere di una ragazza giovanissima.

Siamo in un paese della costa intorno a Livorno, l'immaginaria Pineta, "diventata località balneare di moda a tutti gli effetti, e quindi la Pro Loco sta inesorabilmente estinguendo le categorie dei vecchietti rivoltandogli contro l'architettura del paese: dove c'era il bar con le bocce hanno messo un discopub all'aperto, in pineta al posto del parco giochi per i nipoti si è materializzata una palestra da body-building all'aperto, e non si trova più una panchina, solo rastrelliere per le moto".

L'omicidio ha l'ovvio aspetto di un brutto affare tra droga e sesso, anche a causa della licenziosa condotta che teneva la vittima, viziata figlia di buona famiglia.

E i sospetti cadono su due amici della ragazzina nel giro delle discoteche.

Ma caso vuole che, per amor di maldicenza e per ammazzare il tempo, sul delitto cominci a chiacchierare, discutere, contendere, litigare e infine indagare il gruppo dei vecchietti del Bar Lume ed il suo barista. "Io so solo che devo cambiare insegna, evidentemente. Devo levare quella con scritto «Bar» e mettercene una in marmo con scritto «Commissariato»"

Suo malgrado Massimo è il vero svogliato investigatore e tra una briscola e l'altra, nonno Ampelio, Aldo dell'osteria, il Rimediotti pensionato delle poste e il Del Tacca del Comune, fanno da apparato all'indagine, la discutono, la spogliano, la raffinano, passandola a un comico setaccio di irriverenze.

La storia fa solo da sfondo, è un pretesto per situazioni e battute davvero esilaranti grazie a un linguaggio dialettale colorito e pittoresco.

"-Te sarai laureato, Massimo, però sei dimolto ignorante. A briscola in cinque non c'hai mai giocato?"

- Non hai mai giocato a briscola in cinque? O Ampelio, ma cosa gli insegnavi al nipote quand'era piccolo?"

...I quattro presero la loro seggiola e si accomodarono al tavolo...

I pantaloni venivano sistemati, le maniche tirate su e le sigarette messe con gesto sacrale sul tavolo, come a sottolineare a se stessi che ce ne sarebbe stato un gran bisogno".

Giampiera Petrucciani

MARCO MALVALDI È UN CHIMICO CHE LAVORA ALL'UNIVERSITÀ DI PISA. NEI SUOI ROMANZI I PERSONAGGI CONTANO PIÙ DELLA STORIA

AUGURA BUON VIAGGIO AI TUOI CLIENTI CHE SCELGONO LIS.

BASTANO 2 OPERAZIONI A SCELTA CON



PER VIAGGIARE SULLE FRECCE A PREZZO SCONTATO

2 operazioni: sconto di **€10** su biglietti a partire da €40
4 operazioni: sconto di **€20** su biglietti a partire da €60
6 operazioni: sconto di **€30** su biglietti a partire da €70

LISPREMIA.IT

I clienti che sceglieranno **Lottomatica Servizi** viaggeranno sulle **Frecce Trenitalia** con uno **sconto fino a €30**. Per ricevere il buono sconto basta fare almeno due operazioni a scelta tra tutti i servizi LIS in promozione. Più operazioni faranno, più sconto avranno.



Operazione a premi valida dal 3 dicembre 2012 al 3 marzo 2013. Regolamento completo disponibile su www.lispremia.it, www.lottomaticaservizi.it e su www.trenitalia.com. Gli aventi diritto visualizzeranno il buono sconto nell'area riservata del sito promozionale www.lispremia.it accedendo con le proprie credenziali. Il buono sconto ha un valore di 10, 20 oppure 30 euro, non è nominativo e può essere utilizzato per acquistare su www.trenitalia.com biglietti Trenitalia a prezzo Base intero di importo pari o superiore rispettivamente a 40€, 60€ o 70€, per viaggi da effettuarsi sui treni ad alta velocità Frecciarossa, Frecciargento e Frecciabianca entro l'08/06/2013, in 1° e 2° classe e nei livelli di servizio Standard, Premium, Business, Executive e nei salottini sui treni. Il buono sconto non è riutilizzabile: una volta utilizzato, il codice associato al buono viene annullato ed il cliente perde il diritto ad usufruire del valore dello sconto anche in caso di secondi contatti (cambi, rimborso e accesso ad altro treno); non è cumulabile: è possibile utilizzare un solo buono sconto per ciascun passeggero e per ogni treno e servizio acquistato; non è vendibile e non è convertibile in denaro. L'offerta non è cumulabile con altre riduzioni compresa quella prevista per i ragazzi.

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale.

LIS PAGA - Per le condizioni economiche consultare i fogli informativi disponibili presso i punti vendita LIS PAGA convenzionati con LIS IP SpA e sul sito www.lottomaticaservizi.it

LIS CARD - Per le condizioni economiche e contrattuali consultare i fogli informativi presso i punti vendita LIS CARD convenzionati con CARTALIS IMEL SpA e sul sito www.lottomaticard.it

Lottomaticard e Lottomaticard Easy sono carte prepagate emesse da CARTALIS IMEL SpA



di **LOTTOMATICA**



TRASPORTO
GARANTITO

SERVIZIO DI TRASPORTO GARANTITO

Esperienza e affidabilità al vostro servizio



SERVIZIO DI TRASPORTO GARANTITO

Con il servizio di Trasporto Garantito, Logista Italia si prende cura del trasporto della merce ordinata e della consegna direttamente presso la tua Rivendita, offrendoti comodità in totale sicurezza. L'assicurazione sulle merci copre qualsiasi problema possa verificarsi durante il trasporto. Logista Italia ti garantisce che ogni singola spedizione giunga a destinazione in perfette condizioni.



Siamo sempre con te!
Per maggiori informazioni o supporto chiama gratuitamente:



800-188800

**SERVIZIO
CLIENTI**

Scopri tutti i servizi dedicati alle rivendite:



Servizio attivo dal Lunedì al Venerdì dalle ore 9 alle ore 19