

N.05
SETTEMBRE
OTTOBRE
2013

ECONFERCENTI
notizie

**DIVIETO DI PUBBLICITA'
E PROMOZIONE DEI
PRODOTTI DA FUMO**

— **DIRETTIVA EUROPEA
SUL TABACCO ALLA
TAPPA FINALE**

— **NON BUTTARE LA CICCIA,
SPEDISCILA!**

MAGAZINE

PAGINA PUBBLICITARIA



**N.05
SETTEMBRE
OTTOBRE
2013**

**COPERTINA
DA "ELLE"
FRANCIA, 1958**

**DIRETTORE
RESPONSABILE
BARBARA
LISEI**

**REDAZIONE
MARILISA
RIZZITELLI**

**EDITORE
MEDIA SRL**
Via Lombarda, 72
59015 Comeana (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° 5

Aut. Trib. Prato n° 11/04
Poste Italiane S.p.A.
Sped. abb. post. - 70%
Gipa/C/Fl/27/2013 del 19/07/2013

Copia gratuita

A S S O

TABACCAI

 **ECONFESERCENTI**
notizie

03 SOMMARIO

05 NEWS

06 NORME IL DIVIETO DI PUBBLICITA' E PROMOZIONE DEI PRODOTTI DA FUMO

09 TABACCHI DIRETTIVA EUROPEA SUL TABACCO ALLA TAPPA FINALE

PLOOM, IL TABACCO VAPORIZZATO

13 GIOCHI DAL NEGRO, UN'ALTRA CARTA NEL MAZZO

14 SERVIZI A PROPOSITO DI PAGAMENTI ELETTRONICI...

17 ATTUALITA' NON BUTTARE LA CICCA, SPEDISCILA!

18 CULTURA MIELE IAN MC EWAN



Un mondo
di servizi

Facile

Veloce

Economico

Sicuro e Certificato

BOLLETTINI

Pagamento
bollettini

VISURE

Richiesta
visure*

RICARICHE

Ricariche
telefoniche
e pay TV*

Scopri subito il mondo



Affiliarsi è facile!

scrivi a

press@paytippernetnetwork.com

www.paytippernetnetwork.com

Tel. +39 0587 420884 fax +39 0587 274002

* servizi in prossima attivazione

05 NEWS

NUOVA COMPAGINE SOCIETARIA

Il sodalizio tra PayTipper S.p.a e la giovane società Quiservice, si è definitivamente consolidato. Dallo scorso mese di luglio, l'istituto di pagamento autorizzato all'operatività dalla Banca d'Italia è entrato a far parte, con una quota del 24%, della compagine societaria di Quiservice determinando il cambiamento di ragione sociale in PayTipper Network s.r.l. A testimoniare il legame e la comunità di intenti delle due aziende sui progetti da offrire alla clientela di imprenditori affiliati, il POS di ultima generazione denominato "Terminale A.D.A.", un nuovo strumento che dà la possibilità di accettare pagamenti tramite carta di credito e di debito dei circuiti Visa e Mastercard.

CONTROLLO SU TABACCO E GIOCO: LE ARMI DI AAMS

Individuare azioni di controllo sulle diverse macro-tipologie di soggetti che operano nel comparto del tabacco ed in quello del gioco e di conseguenza predisporre metodologie di intervento differenziate sulle peculiarità locali.

Questo è il metodo strategico che intende perseguire l'Agenzia fiscale con le Linee Guida per le attività di controllo di competenza dell'Area monopoli, pubblicate sul sito www.aams.it i primi giorni di settembre. Con la formazione a livello centrale di due Direzioni, una per l' Accertamento e la Riscossione "con funzioni di governance in tema di controlli, accertamento e riscossione" sia per i Tabacchi che per il Gioco ed una di Coordinamento delle Direzioni Territoriali "con il compito di pianificare e monitorare le attività svolte a livello locale", prende avvio una riorganizzazione che coinvolgerà a breve anche le strutture locali. Per il settore giochi, i Monopoli si serviranno dell'"avanzata professionalità degli Uffici Antifrode" delle Dogane, per individuare "nuove e più efficaci metodologie di valutazione dei rischi di illecito". Nello specifico, si stanno delineando con la maggiore precisione possibile le filiere, sia orizzontali che verticali, degli operatori dei vari comparti, e il relativo peso specifico nel settore di attività. Determinanti, poi, le sinergie operative con le Forze di Polizia, in particolare con la Guardia di finanza e con le articolazioni territoriali della Siae.

IL MONDO DEGLI OPERATORI DEI GIOCHI CHIEDE REGOLE CHIARE

Padiglioni gremiti al quartiere capitolino per la 41esima edizione di Enada, la rassegna internazionale degli apparecchi da intrattenimento e da gioco. Promossa da Sapar, l'associazione più rappresentativa del settore automatico da divertimento, ed organizzata da Rimini Fiera, la Manifestazione ha rinnovato il suo ruolo di ineludibile punto di riferimento per gli operatori italiani ed esteri della filiera del gioco, oltre che occasione di dialogo e confronto sui temi d'interesse attuale. Compattezza tra gli operatori e chiarezza d'obiettivi sono le caratteristiche del settore emerse durante le tre giornate di lavoro, durante le quali è stata rappresentata alle istituzioni l'assenza di regole precise ed uniformi sul territorio necessarie a favorire gli investimenti delle imprese.

COME COMBATTERE CONTRAFFAZIONE E CONTRABBANDO

Nonostante il nostro Paese sia all'avanguardia nella lotta alla contraffazione ed al contrabbando, il mercato illecito delle sigarette sfiora l'8,5% procurando un danno, alle casse dell'erario, quantificabile intorno al miliardo di euro. Questi alcuni dati emersi nel corso del seminario 'Contraffazione e tracciabilità. Il mercato illecito del tabacco in Italia e possibili azioni di contrasto', promosso da The European House-Ambrosetti e tenutosi a Roma nel mese di ottobre. Con un'incidenza sul mercato europeo passata dall'8,4% del 2007 all'11,1% del 2012, i numeri descrivono un fenomeno in crescita, che mette in pericolo la salute dei consumatori per l'assenza di un processo di qualità strutturata atto a garantire la produzione di sigarette. Una proposta elaborata durante l'appuntamento romano è quella di sfruttare il semestre di presidenza italiano dell'Ue per mettere in campo, a livello internazionale, le migliori soluzioni realizzate in Italia e per costituire un Osservatorio permanente sui temi dell'illegalità e dell'illecito. I canali di vendita dei prodotti contraffatti stanno ora cambiando e, dimenticati i banchetti abusivi, le sigarette illegali si vendono anche attraverso il circuito ufficiale delle tabaccherie, anche se molto spesso ciò non accade con la connivenza dei tabaccaia.

06 NORME

IL DIVIETO DI PUBBLICITÀ E PROMOZIONE DEI PRODOTTI DA FUMO

GIUSEPPE DELL'AQUILA

responsabile area legale Confesercenti

Per quanto concerne il divieto di pubblicizzare e promuovere i prodotti da fumo, occorre distinguere tra norme di legge e disposizioni presenti nel Capitolato d'oneri.

La legge 10 aprile 1962, n. 165, vieta la propaganda pubblicitaria di qualsiasi prodotto da fumo, nazionale od estero. Chi trasgredisce al divieto è soggetto alla sanzione amministrativa da 2.500 a 25.000 euro.

Il Dm 30 novembre 1991, n. 425, vieta la pubblicità televisiva delle sigarette e di ogni altro prodotto del tabacco, anche se effettuata in forma indiretta mediante utilizzo di nomi, marchi, simboli o altri elementi caratteristici di prodotti

del tabacco o di aziende la cui attività principale consiste nella produzione o nella vendita di tali prodotti, quando per forme, modalità e mezzi impiegati ovvero in base a qualsiasi altro univoco elemento tale utilizzazione sia idonea a perseguire una finalità pubblicitaria dei prodotti stessi.

Il D. Lgs. 16 dicembre 2004, n. 300, vieta la pubblicità dei prodotti del tabacco a mezzo stampa e mediante altre pubblicazioni stampate, con l'eccezione delle pubblicazioni destinate esclusivamente ai professionisti del commercio del tabacco e delle pubblicazioni stampate ed editate in Paesi non appartenenti alla Comunità europea,

che non siano principalmente destinate al mercato comunitario.

È inoltre vietata la pubblicità radiofonica a favore dei prodotti del tabacco ed i programmi radiofonici non possono essere sponsorizzati da persone fisiche o giuridiche la cui principale attività consista nella fabbricazione o vendita di prodotti del tabacco. Infine, sono vietati la sponsorizzazione (da parte di produttori di prodotti del tabacco) di eventi che coinvolgano più Stati membri, nonché la distribuzione gratuita di prodotti del tabacco nel contesto della sponsorizzazione di tali eventi, che abbia lo scopo o l'effetto diretto od indiretto di promuovere i predetti prodotti.

Per quanto riguarda **le norme di settore**, quelle cioè che vincolano il titolare della rivendita ad un determinato comportamento, va anzitutto evidenziato che, secondo il generale principio della "neutralità dell'offerta", espresso dall'art. 81 del DPR n. 1074/58, "è obbligo dei rivenditori di mantenere una adeguata mostra dei generi di monopolio sia nell'interno della rivendita sia nelle vetrine esterne, quando il locale ne sia provvisto", ma detto principio va reinterpretato, con riferimento alla pubblicità dei prodotti, alla luce di quanto stabilito dal Capitolato d'oneri. Questo, all'art. 17, prevede che al rivenditore è espressamente vietato associare o condizionare



la vendita dei tabacchi alla consegna all'acquirente di **gadget** e omaggi, consentire che all'interno della rivendita siano svolte, personalmente o da soggetti terzi, attività promozionali, esporre oggetti e materiali di qualsiasi genere che, anche in modo indiretto, costituiscano richiamo a qualsiasi marchio di prodotto da fumo. Dette norme valgono anche in caso di vendita tramite distributori automatici.

Fermo restando il divieto di svolgere attività promozionali e pubblicitarie, l'art. 18 del Capitolato d'onori

consente invece che, esclusivamente all'interno della rivendita, siano realizzate attività informative specifiche sulle caratteristiche dei prodotti da fumo, utilizzando esclusivamente materiali informativi consultabili all'interno della rivendita, da non portare all'esterno dei locali di vendita e non cedibili al pubblico, contenuti in un numero limitato di pagine di formato non superiore ad un foglio A4, e riportanti su ciascuna di esse il messaggio, nero su bianco, che "il fumo nuoce gravemente alla salute".

Le attività informative all'interno della rivendita possono essere effettuate, su autorizzazione del rivenditore, solo da personale di fiducia incaricato, per un tempo non superiore a 30 giorni, previa comunicazione da parte del singolo produttore all'Amministrazione, con indicazione del materiale informativo utilizzato.

Gestionale **Logista**

Ordini Tabacco

GESTIONALE LOGISTA

Il servizio creato
su misura per te!

Gestionale
Logista
Ordini Tabacco

GESTIONALE LOGISTA

Grazie al Gestionale Logista, installato gratuitamente sul terminale FIT hai la possibilità di gestire il tabacco, dall'approvvigionamento alla vendita di tutti gli articoli commercializzati da Logista Italia.

- Creare ed inviare l'ordine a Logista
- Registrare e monitorare le vendite effettuate
- Gestire il tuo magazzino e monitorarne le giacenze
- Avere il listino prodotti sempre aggiornato



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

09 TABACCHI

DIRETTIVA EUROPEA SUL TABACCO ALLA TAPPA FINALE

Dopo aver approvato a larghissima maggioranza il testo emendato della nuova direttiva tabacco nella sessione di ottobre, il Parlamento europeo ha dato mandato al negoziato con il consiglio dei ministri della Salute dei Governi, alla relatrice sulla direttiva, la laburista britannica Linda McAvan. La decisione finale e l'adozione definitiva potrebbero concretizzarsi entro la fine dell'anno.

Gli emendamenti passati quasi all'unanimità con 560 voti favorevoli, rivoluzionano l'aspetto dei pacchetti di sigarette che dovranno essere occupati prevalentemente da immagini e scritte che puntano a illustrare i rischi del tabacco. Polmoni anneriti nell'immagine di una tac, persone con tumori alla bocca dovranno servire come dissuasori per combattere la dipendenza. Ogni confezione, secondo i deputati, dovrà essere accompagnata da scritte e foto verranno inserite nella parte alta della confezione togliendo spazio al logo della marca. Un colpo alle multinazionali del tabacco che, con forti pressioni lobbistiche, cercano di alleggerire le misure più restrittive della direttiva.

I deputati europei si sono opposti all'uso di alcuni ingredienti aromatici. Gli additivi essenziali nella produzione, quali lo zucchero, saranno consentiti, così come altre sostanze che sono state incluse in un elenco che ne determina anche le concentrazioni specifiche. Per ottenere l'autorizzazione per un additivo, i produttori dovrebbero presentare una domanda alla Commissione.

La finalità è quella di eliminare tutti quegli aromi che potrebbero aumentare tossicità e dipendenza, che, come il mentolo, dovrà essere abolito entro 8 anni. Stop anche alla vendita di pacchetti contenenti meno di 20 sigarette. Oggi in Europa solo in due Paesi, Italia ed Inghilterra, vengono ancora prodotti e venduti anche pacchetti da 10 sigarette. Ma sulle mini confezioni non ci sarebbe spazio per le foto e gli avvertimenti voluti dalla Ue e per questo sono stati bocciati.

Uno dei punti salienti del testo approvato a Strasburgo, è stato senz'altro quello relativo alle e-cig. Bocciata l'ipotesi di rendere possibile la vendita delle sigarette elettroniche solo in farmacia, il Parlamento ha ratificato una serie di regole per la vendita: le e-cig non devono superare i 30 mg/l di nicotina, devono contenere avvertenze sanitarie, essere vietate ai minori di 18 anni e sottostare alle stesse restrizioni per la pubblicità previste per i prodotti del tabacco.

Niente da fare quindi per l'ipotesi di sottoporle alla legislazione europea sui medicinali: l'obbligo scatta solo qualora il prodotto sia presentato come avente proprietà curative o preventive. Realizzare un ragionevole bilanciamento tra il diritto fondamentale alla salute dei cittadini e gli altri interessi economici, produttivi e occupazionali del settore, è la difficoltà maggiore che si troveranno ora ad affrontare i dei ministri della Salute dei Ventotto, il prossimo 10 dicembre a Bruxelles.

AVVERTENZE INGRANDITE, AROMI VIETATI, E-CIG REGOLATE

10 TABACCHI

PLOOM, IL TABACCO VAPORIZZATO

Dai primi giorni di novembre Japan Tobacco International si affaccerà sul mercato con Ploom, una sigaretta a vapore ideata per gustare il tabacco in modo nuovo e diverso dal tradizionale.

Un vaporizzatore tascabile, dal design e dalla tecnologia avanzata, che funziona con capsule di alluminio contenenti tabacco chiamate **"Vapods"** e disponibili in miscele di diverse varietà.

Il dispositivo compie un'azione di riscaldamento del tabacco fino alla temperatura necessaria per vaporizzare gli aromi contenuti nelle Vapods e funziona attraverso una semplice batteria presente al suo interno, ricaricabile tramite cavo Usb in dotazione in un elegante kit.

Disponibile per il lancio in 600 tabaccherie di Roma e Milano, Ploom è un prodotto di ultima generazione, creato a San Francisco, in California, da due studenti di design dell'Università di Stanford che hanno elaborato in maniera originale le ultime tendenze in fatto di gusto olfattivo ed eleganza.

JTI, azienda che possiede tra gli altri i marchi Camel e Winston, ha da tempo siglato un accordo strategico internazionale con la società statunitense Ploom, produttrice di una nuova generazione di prodotti da fumo alternativi a base di tabacco.



Dal suo lancio negli Stati Uniti ed ora in Italia passando prima per l'Austria, lo scorso maggio, Ploom ha riscosso un notevole successo e segnato una svolta nel mercato tradizionale del tabacco.

Viene definito un prodotto "slow smoke", quasi da degustazione del tabacco, che va oltre la normale sigaretta ed anticipa le aspettative dei fumatori.

La nuova generazione di amanti del tabacco, cresciuta tra messaggi salutisti e filosofie ecologiste, sembra non trovare più molto affascinanti le grigie nuvole di fumo di un tempo ed è invece alla ricerca del piacere di un gusto particolare o di un differente modo di essere.



JTI Con Te

Il portale JTI dedicato a tutti i tabaccai



Registrati a jticonte.it, il portale JTI ricco di informazioni per supportare ogni giorno il tuo lavoro in Tabaccheria



Il fumo danneggia gravemente te e chi ti sta intorno

18+

IL GIOCO È VIETATO
AI MINORI DI 18 ANNI

Giochi
SENZA
Esagerare

IL GIOCO PUÒ CAUSARE
DIPENDENZA PATOLOGICA

È arrivato **AMBETTO**



Gtech S.p.A.
Concessione ministeriale per il Gioco del Lotto

Da oggi con Il Gioco del Lotto vinci anche se ci vai vicino.



A tutti è capitato di mancare la vittoria per un solo numero. Ma da oggi, con la nuova sorte AMBETTO, per vincere basta che venga estratto almeno uno dei numeri giocati e quello precedente o successivo ad uno degli altri. Aggiungi sempre AMBETTO alla tua giocata abituale.

Per scoprire tutte le novità vai sul sito www.giocodelotto.it oppure www.facebook.com/IlGiocodelLotto

IL GIOCO DEL



Il gioco più tuo.

Informati sulle probabilità di vincita e sul regolamento di gioco sui siti
www.aams.gov.it e www.giocodelotto.it e presso i punti vendita



13 GIOCHI

DAL NEGRO, UN'ALTRA CARTA NEL MAZZO

Uno store monomarca per celebrare produzione e qualità made in Italy. Appena fuori dal centro storico di Treviso, lì dove sorgeva la vecchia sede dello stabilimento, aprirà i primi giorni del mese di dicembre un negozio dello storico marchio Dal Negro.

Uno spazio evocativo dove il risolto puramente commerciale non prevale sul significato storico ed affettivo, un luogo della memoria in cui trovare esposti tutti i prodotti, fiore all'occhiello e simbolo della tradizione italiana.



Nel 1928 la famiglia Dal Negro acquisisce una fabbrica di carte da gioco di origini austriache, presente a Treviso sin dal 1756. Nei decenni successivi Teodomiro Dal Negro, assieme ai figli Ivone e Leonida, sviluppano la produzione di carte da gioco diventando un importante punto di riferimento nel settore, sia a livello nazionale che internazionale.

Prodotti d'eccellenza, accessori e scatole da gioco in legni e materiali pregiati escono dalle mani di esperti artigiani locali e portano il marchio italiano in tutto il mondo.

Carte napoletane, carte piacentine, carte da ramino: è questo il tris vincente che ha messo in concorrenza l'azienda Dal Negro con la triestina Modiano, altrettanto conosciuta nel settore.

Con più di mille prodotti in catalogo, 32 agenti in tutto il mondo e circa 60 dipendenti, oggi l'azienda sita a Carbonera, nella provincia trevigiana, esporta nel mondo servendo anche clienti particolari e confezionando mazzi per aziende conosciute come Jaguar, Agfa, Philips, Continental, Algida, Casinò di Venezia.



Inaugurare un negozio dov'era la storica sede operativa da dove ha avuto inizio un successo tutto italiano è senz'altro un omaggio ed una testimonianza di un percorso imprenditoriale di indiscusso valore.
www.dalnegro.com

CARTE NAPOLETANE, PIACENTINE E DA RAMINO; ECCO IL TRIS VINCENTE

Una forte attenzione per la ricerca tecnologica, l'innovazione nei processi di produzione e la qualità come punto fermo, alla tradizione delle carte da gioco ed agli articoli artigianali, dal Negro negli ultimi anni ha affiancato una selezione di giochi per bambini e ragazzi ed è oggi licenziataria Walt Disney, oltre a distribuire per Mattel, Lego, Hasbro, Polistil, NewRay.

14 SERVIZI

A PROPOSITO DI PAGAMENTI ELETTRONICI...

Il mercato dei pagamenti elettronici è in continua evoluzione spinto soprattutto dall'innovazione tecnologica e dalla diffusione di strumenti di nuova generazione. Eppure in Italia l'uso del contante continua a regnare sovrano, nonostante nel secondo trimestre del 2013 le transazioni con moneta elettronica siano aumentate del 14% rispetto allo stesso periodo del 2012, con un incremento del 4,5% sul totale transato.

Anche se i pagamenti con bancomat hanno fatto registrare un incremento del 12%, per quanto riguarda il numero di operazioni (da 227 a 254 milioni) e del 2% per quel che concerne l'ammontare (da 15,7 a 16 miliardi di euro), il nostro Paese resta sempre fanalino di coda in Europa.

E questo in parte lo si deve all'incidenza dell'economia sommersa ed allo scarso utilizzo delle transazioni internet, ma anche al fatto che l'atto del pagare è una procedura sociale che impegna l'intera popolazione e quindi ogni cambiamento di metodo ha una lenta diffusione.

A ciò vanno aggiunti poi i ritardi culturali, il fatto che la popolazione italiana è anziana e poco alfabetizzata digitalmente e che un'innovazione di sistema coinvolge diversi soggetti economici.

In questo quadro il Cnel, con il seminario dal titolo "Il sistema Italia alla sfida dei pagamenti elettronici", ha voluto dare un contributo all'ampia consultazione che Unione Europea, Parlamento e Governo italiano stanno attivando in sede di revisione della Direttiva europea sui pagamenti elettronici.

Pur essendo considerata una misura utile per combattere l'evasione fiscale ed il riciclaggio del denaro illegale, la diffusione generalizzata della moneta elettronica incontra ancora molte diffidenze e pone non facili interrogativi.

ITALIA ULTIMA IN EUROPA NELL'ECONOMIA DIGITALE

Istituzioni, operatori, associazioni, parti sociali ed esperti del settore, hanno riflettuto all'interno di tre sessioni di lavoro orientate ad offrire un panorama del quadro normativo che si va definendo e del ruolo delle istituzioni; dello scenario del mercato e dei vecchi e nuovi operatori del settore; dei costi e dei benefici per i diversi soggetti del sistema.



CONDIVIDI IL DENARO SEMPLICEMENTE

DIVENTA ANCHE TU PUNTO TRASCASH !

OFFRI AI TUOI CLIENTI

UNO STRUMENTO SICURO DI PAGAMENTO



ZERO CANONI MENSILI

ZERO CONTI BANCARI

ZERO COSTI DI ATTIVAZIONE

ZERO PENSIERI PER LA SICUREZZA IN INTERNET

ZERO ESCLUSIONI DAL SISTEMA

ZERO TEMPI DI ATTESA

COMPILA IL COUPON ed UNISCITI AI TABACCAI CHE HANNO GIA' ADERITO AL PROGETTO
ENTRA NEL MONDO DEGLI STRUMENTI DI PAGAMENTO SICURI

NOME

COGNOME

RAGIONE
SOCIALE

P.IVA/C.F.

INDIRIZZO

CITTA'

PROVINCIA

CAP

TELEFONO

E-MAIL

Invia il COUPON via fax al numero: 02 30 13 32 99 o previa scannerizzazione all'indirizzo e-mail: info@transcashitalia.it
Sarai immediatamente contattato per la contrattualizzazione.

CON LIS PAGA ACCETTI ANCHE PAGAMENTI CON CARTE DI CREDITO: UN'OCCASIONE DI GUADAGNO IN PIÙ



Nel tuo punto vendita **LIS PAGA di Lottomatica Servizi** puoi finalmente accettare anche le **carte di credito e debito VISA e MasterCard** per i pagamenti di bollette, bollettini e tributi. Questa nuova modalità di pagamento si affianca quindi ai contanti, alle carte PagoBancomat e alle carte prepagate Lottomaticard.

Un'opportunità in più per i tuoi clienti per effettuare i pagamenti in tutta tranquillità e sicurezza. Ma un'opportunità anche per te, con maggiori guadagni e sicurezza, a costo zero.

LIS PAGA: comodo, conveniente e sicuro, anche senza contanti.

Per il pagamento dei bollettini sono accettate le seguenti modalità:



CARTE
PREPAGATE



CONTANTI



CARTE
PAGOBANCOMAT



CARTE
DI CREDITO E DI DEBITO



di **LOTTOMATICA**

17 ATTUALITÀ

NON BUTTARE LA CICCA, SPEDISCILA!



Che il filtro di una sigaretta abbia un tempo di smaltimento piuttosto lungo e contenga una quantità non trascurabile di sostanze tossiche quali nicotina, benzene, ammoniaca, è ormai noto.

Le campagne di promozione mirate ad un comportamento responsabile dei fumatori nel rispetto dell'ambiente e delle persone e sostenute anche dalle multinazionali del tabacco, hanno indubbiamente portato alla sensibilizzazione dei consumatori contro l'abbandono dei mozziconi di sigaretta nell'ambiente ma ora, c'è di più. TerraCycle, azienda americana famosa per il riciclaggio, si è inventata un'idea innovativa per riconvertire i filtri delle bionde: li recupera e trasforma in posacenieri, panchine, bidoni per la spazzatura, traversine ferroviarie.



TERRACYCLE

Il progetto di TerraCycle punta ad eliminare il concetto di spreco creando sistemi nazionali di riciclaggio di rifiuti non riutilizzabili o difficili da recuperare.

Per farlo, la società si appoggia ad un esercito di 20 milioni di persone affiliate, sparse per 20 Paesi. La filosofia è quella del "cash for trash", ovvero contanti in cambio di spazzatura.

Ogni gruppo di volontari si specializza nella raccolta di un'unica tipologia di rifiuto, nell'ottica di evitare lo spreco di risorse. Accanto a tappi di sughero, bottiglie di plastica, imballaggi, vecchi vinili, pacchetti di patatine, carte di caramelle, confezioni in tetrapak, tubetti di dentifricio e contenitori di ogni genere che formano attualmente i 186 i prodotti presenti nel catalogo di TerraCycle, ci sono ora anche i vituperati mozziconi come new entry tra le categorie merceologiche introdotte nel processo di raccolta.

Le strutture territoriali della "compagnia verde" chiedono ai cittadini di conservare

e raccogliere i loro mozziconi, per inviarli alla società di riciclaggio attraverso un sistema di spedizione prepagato, gestito da UPS.

Per ogni singola spedizione di rifiuti di sigaretta da inviare allo stabilimento di Trenton, c'è una quantità minima per la quale il mittente iscritto riceve "punti TerraCycle", da riscattare per fare una donazione a un'associazione preferita o a partner di TerraCycle o convertibili in pagamento di 1 centesimo per ogni punto in opere di beneficenza a scelta del consumatore-fumatore, in modo da stimolare il senso civico. Sono accettati anche i mozziconi di sigaro, gli imballaggi plastificati all'esterno del pacchetto e all'interno, carta di rotolamento e cenere.

Ci sono voluti due anni per sviluppare il processo per riciclare i mozziconi, composti di carta, tabacco, cenere e filtro di acetato di cellulosa ed attualmente ci sono 15 Paesi europei che aderiscono al progetto.

www.terracycle.ca

TerraCycle nasce nel 2001 dall'intuizione di un giovane ungherese, Tom Szaky, che si è ispirato ai lombrichi come esempio di ciclo virtuoso nel quale la natura riutilizza e valorizza tutto, compresa la spazzatura. In poco tempo la sua impresa ha assunto dimensioni mondiali, introducendo una

a filosofia basata su gruppi di utenti chiamati brigate che vengono retribuiti per raccogliere, inscatolare e spedire i rifiuti. Ogni brigata si concentra su un'unica tipologia di rifiuto, proprio per ottimizzare il lavoro e il progetto di recupero e riutilizzo.

18 CULTURA

MIELE IAN MC EWAN



Divertente e ironico, un libro affascinate come solo McEwan sa fare. La splendida protagonista entra subito in sintonia con il lettore, una nuova voce narrante femminile dall'epoca di "Espiazione". Un romanzo grandioso in cui tutto si risolve come avrebbe dovuto.

Serena Frome, è una figlia degli anni Sessanta senza slogan né rivoluzioni, una figlia borghese cresciuta dal padre vescovo entro i confini protetti di una cattedrale, lontana dalle inquietudini politiche e sociali che sferzano la Gran Bretagna dei primi anni Settanta.

La sua iniziazione al mondo si compie attraverso un amante maturo, docente di storia e amico personale del ministro dell'Interno, che a Serena insegna ad accostare il giusto vino al giusto cibo e a temperare la baldanzosa lettura di Solzenicyn con quella approfondita di Churchill, e che, prima di sparire misteriosamente dalla sua vita, le spezza il cuore e le regala un mestiere: un incarico all'MI5.

Che cosa possono volere ai piani alti della prestigiosa agenzia d'intelligence britannica da una bionda ragazza di buona famiglia con una mediocre preparazione matematica faticosamente rimediata a Cambridge e una prodigiosa, ancorché superficiale, rapidità di lettura?

Farne una pedina nella cosiddetta "guerra fredda culturale": Serena parteciperà all'operazione "Miele", con la quale l'agenzia intende finanziare occultamente scrittori ritenuti affini alla causa dell'Occidente trasformandoli in inconsapevoli agenti della propaganda anticomunista.

Il candidato ideale è individuato in Tom Haley, promettente autore di alcuni apprezzati racconti e di qualche articolo critico nei confronti del blocco sovietico.

[Giampiera Petrucciani](#)

**UNA SPY-STORY PUBBLICATA
IN ITALIA DA EINAUDI NELLA
COLLANA SUPERCORALLI**

**Gioca
SENZA
Esagerare**

IL GIOCO PUÒ CAUSARE
DIPENDENZA PATOLOGICA

18+

IL GIOCO È VIETATO
AI MINORI DI 18 ANNI

**IN 5 MINUTI
NON POSSIAMO
CAMBIARTI LA VITA.
MA POSSIAMO
MIGLIORARTI
LA GIORNATA.**

Gtech S.p.A.
Concessione ministeriale per il Gioco del Lotto

**10^e
LOTTO**

Questo sì che è un gioco!

Informati sulle probabilità di vincita
e sul regolamento di gioco sui siti www.aams.gov.it
e www.giocodelotto.it e presso i punti vendita

aams
Agenzia delle Dogane
e dei Monopoli

gioco legale e responsabile

PAGINA PUBBLICITARIA