

Contro il fumo minorile, una campagna di prevenzione

Arriva in Emilia Romagna la 3^a edizione di "Alessio e Sara in tour per la prevenzione al fumo minorile!", la campagna itinerante realizzata dal Moige - movimento genitori con il patrocinio della Sipps (Società Italiana di Pediatria Preventiva e Sociale), che già negli scorsi anni ha portato in 25 centri commerciali italiani il suo programma di sensibilizzazione e informazione per la lotta al fumo minorile.

I dati

Secondo una recente indagine realizzata su un campione di oltre 2000 minori, fumare e acquistare sigarette sono comportamenti abbastanza frequenti tra i giovanissimi: quasi 3 ragazzi su 10 nelle scuole medie e 6 su 10 nelle scuole superiori hanno dichiarato di aver fumato almeno una volta. Dai dati emerge che in media i ragazzi delle scuole medie hanno fumato la prima sigaretta a 12 anni, quelli delle scuole superiori a 13 - 14 anni. Sono le ragazze a fumare di più se si considerano le fasce di età più grandi, mentre i maschi fumano più delle ragazze alla scuola media. Allarmanti i dati sui fumatori abituali: poco presenti nelle scuole medie (2%), raggiungono percentuali ben più elevate nelle superiori: 3 ragazzi su 10 nella fascia di età 14-18 anni si definiscono fumatori abituali (29%) e 2 ragazzi su 10 (18%) dicono di fumare almeno un pacchetto di sigarette al giorno. Per ciò che concerne l'acquisto, la percentuale che dichiara di aver acquistato sigarette nell'ultimo anno aumenta con l'aumentare dell'età passando dal 10% tra gli studenti delle medie al 40% tra gli studenti delle superiori. Chi acquista sigarette lo fa soprattutto in tabaccheria (7% dei rispondenti tra 11 e 13 anni, 57% dei rispondenti tra 14 e 18 anni). Spesso nei punti vendita non vengono trovate indicazioni relative alla vendita di tabacchi ai minori e altrettanto spesso il personale di vendita non verifica l'età di chi acquista.

Le variabili che sembrano maggiormente connesse con i comportamenti di fumo e di acquisto di sigarette sono quelle

legate al rapporto con i pari. I ragazzi che fumano o acquistano sigarette sono amici solitamente di ragazzi che a loro volta mettono in atto tali comportamenti. Non sembra particolarmente rilevante, invece, avere altre persone fumatrici in famiglia, mentre è importante (soprattutto per i più grandi) l'approvazione da parte dei genitori: circa il 78% dei ragazzi delle medie e il 68% di ragazzi delle superiori ritengono che l'acquisto di sigarette verrebbe sicuramente disapprovato.

Il più importante fattore di protezione risiede nella capacità dell'adolescente di resistere alle pressioni che i pari esercitano su di lui/lei per fumare o per mettere in atto altre trasgressioni. Per una migliore azione di contrasto del comportamento di fumo, inoltre, è importante che anche i genitori dei ragazzi (soprattutto dei più piccoli) non siano eccessivamente permissivi relativamente a quanto e come i loro figli possono stare fuori casa. Infine, fumare e acquistare sigarette si associano anche alla messa in atto di altri comportamenti "trasgressivi" o vietati, in particolare al consumo di alcolici.

La campagna

Per sensibilizzare minori e genitori sul tema delle conseguenze derivanti dal fumo e cercare così di

contrastare in maniera concreta il fumo minorile, è arrivata in Emilia Romagna la campagna itinerante "Alessio e Sara in tour per la prevenzione al fumo minorile!". Il tour raggiungerà 15 centri commerciali, coinvolgendo oltre 18.000 bambini e più di 30.000 genitori, che dalla mattina fino al tardo pomeriggio potranno assistere agli spettacoli teatrali con i burattini animati da artisti professionisti. Ai piccoli spettatori sarà donato un fumetto in ricordo della campagna, mentre alle famiglie sarà fornito un pamphlet informativo con i suggerimenti degli esperti per favorire il dialogo tra genitori e figli sul tema e promuovere una corretta conoscenza dei rischi derivanti dal fumo attivo e passivo.

La tappa in Emilia Romagna più vicina a Faenza: sabato 5 e domenica 6 maggio al Centro Commerciale Punto di Ferro di Forlì.

Per ulteriori info sulla campagna www.genitori.it

