

Vettel testimonial del fumo "Cattivo esempio per i ragazzi"

DAL NOSTRO INVIATO

MARCO MENSURATI

QUANDO i giornalisti tedeschi hanno visto le strade di Montecarlo tappezzate dai cartelloni con le foto di Vettel e delle sigarette non hanno creduto ai loro occhi. Il campione più amato di Germania che inciampa su una Marlboro. Uno sportivo e il tabacco, pessimo abbinamento.

A PAGINA 52

Vettel con le sigarette l'autogol pubblicitario che imbarazza la Ferrari

DAL NOSTRO INVIATO
MARCO MENSURATI

QUANDO i giornalisti tedeschi hanno visto le strade di Montecarlo tappezzate dai cartelloni con le foto di Vettel e delle sigarette non hanno creduto ai loro occhi. Il campione più amato di Germania che inciampa su una Marlboro. Uno sportivo e il tabacco, pessimo abbinamento. «Sebastian, ma tu lo sapevi?» gli hanno chiesto. Ottenendo in risposta un sospiro enigmatico seguito da un eloquente, «tanto lo sanno tutti chi è il nostro sponsor». E pensare che in Germania persino la Merkel si è spesa per una campagna contro il fumo. Sui cartelloni si vede ben riconoscibile il faccione di Sebastian prigioniero di un casco con la visiera aperta, e a fianco, un pacchetto di

sigarette. Poi lo slogan quanto mai esplicito, "Red is inspiration", o le varianti "Red is passion", "Redisinnovation", "Redis action".

La notizia, dai blog tedeschi, fa rapidamente il giro del mondo. Fino ad arrivare in Italia. «Un campione come Vettel dovrebbe stare più attento a che uso viene fatto della sua immagine», tuona il professor **Umberto Tirelli**, primario dell'istituto nazionale dei tumori di Aviano e direttore del dipartimento di Oncologia medica, da sempre in prima linea sulla comunicazione e la prevenzione dei tumori. «E un'azienda come la Ferrari dovrebbe gestire con più cautela il proprio marchio. Quello che è successo a Monaco è gravissimo. E pericoloso. Facciamo tanti sforzi in comunicazione e salvaguardia della salute e poi tutto viene compromesso da scel-

te così poco responsabili».

La polemica sulla pubblicità del fumo e degli alcolici in F1 - vietata dalle leggi di tutto il mondo tranne che qui a Montecarlo, a due passi dal confine italiano - è vecchia come lo sport. Ed è particolarmente frequente in casa Ferrari dove l'ormai storica sponsorizzazione da parte della Philip Morris ha provocato nel tempo molte accuse e vere e proprie condanne da parte delle potentissime lobby dell'anti tabacco. Di anno in anno, dunque, la presenza del marchio Marlboro si è andata riducendo a bordo della Rossa, dal brand ben visibile sul cofano, si è passati al codice a barre evocativo stampato sulla pinna posteriore, fino a scomparire del tutto dopo l'ultimo assalto dei salutisti, nel 2011. In ogni caso, raramente sono rimasti coinvolti direttamente i piloti. Perché i piloti - che per prima cosa sono de-

gli atleti, o almeno di solito questo pensano di sé - non si sono quasi mai prestati a pose che li associassero direttamente al fumo.

«Immagino che sia la Ferrari sia Vettel abbiano preso tanti soldi per fare una cosa del genere - insiste Tirelli - Però non è una buona giustificazione. Atleti, sportivi, star di quella portata hanno una grande presa sui ragazzi di 12/15 anni, vale a dire i soggetti più esposti al pericolo del fumo, e al fascino, diciamo così, di una sigaretta». C'è da dire che la Ferrari è in buona compagnia. Proprio ieri "Eurocare" l'associazione europea impegnata nella lotta all'alcolismo ha definito la F1 un "cocktail micidiale". Tre team nel mirino, Williams, McLaren e Force India. «Ogni cinque secondi mostrano logo e immagini di alcolici a circa 500 milioni di spettatori in tutto il mondo».

Il pilota: "Sappiamo chi è che ci mette i soldi".
Il medico: "Cattivo esempio per i ragazzi"

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A MONTECARLO
"Red is inspiration" è uno dei cartelloni stradali a Montecarlo con Vettel accanto ad un pacchetto di sigarette. In basso, il pilota tedesco della Ferrari



Alle 14 la pole

Dopo le ultime prove della mattinata (alle 11) oggi si assegna la pole position dalle 14. Dirette su Raidue e SkyF1 e Sport1

