

Dir. Resp.: Andrea Cingini

Intervista alla ministra
Spot sulla natalità
Lite Lorenzin-RenziG. ROSSI e commento di CARBONIN
■ A pagina 13Fertility Day, anche Renzi attacca
Lorenzin: pensi lui alla natalità

Dietrofront del ministro. «Cambio slogan ma l'iniziativa non si tocca»

LA CAMPAGNA del ministero della Salute sul «Fertility Day» cambierà: dopo una valanga di critiche, compresa quella del premier Renzi, arriva la decisione del ministro Beatrice Lorenzin di modificare l'iniziativa che aveva difeso per oltre 24 ore. Una decisione che la stessa Lorenzin definisce «non un passo indietro ma un passo avanti». La campagna sul «Fertility Day» «non è piaciuta? ne facciamo una nuova», scrive su Twitter. «Il Fertility Day è più di due cartoline, è prevenzione, è la salute degli italiani». Il risultato non era piaciuto neanche a Matteo Renzi che aveva ammesso di non sapere niente della

campagna del Ministero che il giorno prima aveva ricevuto così tante critiche: «Non l'avevo vista, avevo problemi più importanti da seguire». E ha aggiunto: «Certo non conosco nemmeno un amico che fa un figlio perché ha visto un cartellone, se vuoi creare una società che scommette sul futuro devi creare le condizioni strutturali, gli asili nido, i servizi, creare lavoro». Le due cartoline incriminate, quelle più prese di mira dagli oppositori, sono quella dove si vede una donna con il pancione e una clessidra in mano ed un'altra con la scritta «datti una mossa». In entrambe il richiamo al tempo che passa. Un messaggio che turba e che ora sarà rivisto integralmente.

di GIOVANNI
ROSSI

■ ROMA

«DATTI una mossa, non aspettare la cicogna!». «La bellezza non ha età. La fertilità sì» (con clessidra in bella vista). La sigaretta moscia – sul punto di spezzarsi – con avviso ai tabagisti: «Non mandare gli spermatozoi in fumo». E altri ammonimenti poco teneri alla generazione che «pospone». Quarantotto ore di fuoco e fiamme sui social trasformano il lancio del Fertility Day, programmato dal ministero della Salute per il prossimo 22 settembre, in caso politico. «Mai me lo sarei aspettato», giura la ministra Beatrice Lorenzin (mamma di due gemelli a 43 anni), dopo una giornata a collezionare censure e distinguo, dal presidente del Consiglio Matteo Renzi alle parlamentari 5 Stelle, dallo scrittore Roberto Saviano all'eurodeputata forzista Elisabetta Gardini, al popolo dei social – gonfio di rabbia come nelle occasioni più mobilitanti.

Ministra Lorenzin, il lancio pubblicitario del Fertility Day è stato travolto dalle critiche. Come mai in questa epoca dominata dalla comunicazione non vi siete fatti capire?

«È stata una reazione oltre ogni attesa. La campagna è costata 28.000 euro. Se le immagini hanno urtato la suscettibilità del pubblico, faremo una campagna completamente nuova. Da domani».

Indietro tutta?

«No al contrario. Ora abbiamo davanti due sfide: far capire il valore della prevenzione e sfruttare al meglio i prossimi 21 giorni per far passare il messaggio. Visto che il lancio del tema – a modo suo – c'è stato».

L'accusa è di aver montato una campagna sessista, se non fascista...

«Nessun sessismo, per carità. Anzi, garantisco tutti sul mio profilo femminista. Fascista poi... Neanche rispondo a chi è guidato unicamente dal pregiudizio».

Dai social e da molte forze parlamentari parte una richiesta più ampia: rinviare il Fertility Day.

«No. Il Fertility Day non si tocca, ci mancherebbe. A me interessa la prevenzione. E quella faremo. In profondità. Perché il 15% della popolazione italiana in età fertile ha problemi. Quanto ai social, le do una notizia: se facessi il ministro per assestare la volontà del web, in questo Paese avremmo il metodo Stamina».

La 'vox web' le imputa un rovesciamento dei piani: si fanno meno figli – o si aspetta fino ai 40 anni – non per pigrizia esistenziale o ignoranza sul rischio di infertilità, ma per piena consapevolezza di carichi familiari ed economici difficilmente gestibili. Cosa risponde?

«Con argomenti eguali e contrari. Questa non è una campagna per la

natalità, ma per la fertilità. La prima fascia ideale di fertilità femminile è fino a 32 anni e quella maschile fino a 35. Con l'età, le possibilità di procreazione diminuiscono. I giovani non lo sanno, gli adulti non lo sanno. Occorre informare. Fertilità è la possibilità di riprodursi, non la scelta. Quella viene dopo – caso mai».

Anche Renzi, che non era «al corrente», ha preso le distanze: ha detto che nessuno dei suoi amici farebbe figli grazie a un cartellone pubblicitario. Urge chiarimento?

«Ho chiamato il suo portavoce Filippo Sensi. Gli ho spiegato il progetto, le nostre linee guida».

Il Fertility Day suonerebbe meno lunare in presenza di un welfare strutturato?

«Sicuramente. Mi auguro che molte misure di tutela e di sostegno su cui il governo si è impegnato trovino coerenti assegnazioni nella legge di stabilità. Gli esempi da imitare non mancano: Francia, Danimarca, Germania... Io però faccio il ministro della Salute e mi occupo di questo tema, il resto lo facciamo il premier – con visione da statista – e gli altri ministri. La fertilità è un problema a sé: non dipende dal numero degli asili nido».





Prevenzione
decisiva

Fertilità è la possibilità
di riprodursi, non la
scelta che semmai viene
dopo. E su questo
argomento giovani e
adulti sono poco informati

Bocciatura del fotografo Toscani «Frase e volti, tutto sbagliato»

Oliviero Toscani, fotografo e autore di
campagne importanti bocchia la [Lorenzin](#):
«Frase e volti sbagliati, se la ministra
lavorasse per me, la licenzierei»



CARTOLINA NEL MIRINO Lo slogan «Non aspettare la cicogna, datti una mossa» è stato uno dei più criticati di quelli presenti nella campagna «Fertility». Sotto: il ministro [Beatrice Lorenzin](#)

