

Losanna, 28 maggio 2026

COMUNICATO STAMPA

Sì, l'Università di Ginevra ha effettivamente condotto ricerche sui bambini per conto di Philip Morris

La multinazionale del tabacco Philip Morris ha sempre affermato di non condurre studi di marketing sui bambini. Eppure, ne ha effettivamente condotti, in particolare all'Università di Ginevra. Negli anni '90, Philip Morris ha finanziato con 190'000 CHF ricerche in questa università condotti su centinaia di bambini e adolescenti a partire dai 9 anni. Questi risultati hanno contribuito a sviluppare strategie di marketing i cui effetti si fanno sentire ancora oggi, con un consumo di tabacco e nicotina tra i giovani che rimane elevato.

È quanto rivela oggi [una nuova inchiesta dell'iniziativa *Transparency and Truth*](#), basata su documenti interni dell'industria del tabacco.

Condotte tra il 1994 e il 1997 dalla professoressa di psicologia clinica Elsa Schmid-Kitsikis e dalla sua assistente Helga Kilcher, queste ricerche miravano a comprendere meglio il rapporto dei giovani con il tabagismo: **percezione del rischio, influenza dei genitori fumatori, immagine sociale della sigaretta o ancora meccanismi di iniziazione al tabacco.**

I documenti analizzati da OxySuisse rivelano per la prima volta le vere poste in gioco di queste ricerche: **l'interesse strategico di Philip Morris per i comportamenti dei giovani, la sua volontà di ottenere dati «utilizzabili» per l'azienda, nonché il ruolo attivo svolto dagli accademici nella collaborazione e nell'accesso ai bambini nelle scuole di Neuchâtel.**

I risultati di queste ricerche hanno permesso alla multinazionale di comprendere meglio il rapporto dei bambini con il rischio e di bersagliarli più efficacemente nelle proprie campagne di marketing. Oggi ne osserviamo ancora le conseguenze: il consumo di prodotti del tabacco e della nicotina tra i giovani rimane elevato e non mostra segni di diminuzione¹.

Le rivelazioni di OxySuisse contraddicono quindi direttamente le dichiarazioni di Philip Morris dell'epoca, che affermava di non aver mai condotto ricerche di marketing sui minori.

PHILIP MORRIS VOLEVA «SUPERARE GLI ATTEGGIAMENTI ANTITABACCO»

L'indagine mette inoltre in luce la strategia di Philip Morris volta a utilizzare le collaborazioni universitarie per **rafforzare la propria credibilità scientifica e la propria influenza politica.**

All'epoca, il dipartimento «Science & Technology» del produttore di sigarette aveva in particolare il compito di: «*superare gli atteggiamenti antitabacco*» e «*accedere al circuito interno*» degli ambienti scientifici e politici.

¹ Notari, L., Amos, J. & Delgrande Jordan, M. (2026). Produits du tabac et de la nicotine – Résultats de l'Enquête Santé et Lifestyle 2025 et évolutions récentes (Rapport de Recherche N°188). Lausanne: Addiction Suisse.

https://www.bag.admin.ch/dam/fr/sd-web/W59dHy26pafk/Schlussbericht%20Tabak%20Nikotin%20final_30.4.2026.pdf

Per OxySuisse, questa vicenda illustra ancora una volta l'interesse dell'azienda a comprendere la psicologia dei bambini per poterli colpire più efficacemente nelle proprie campagne di marketing e incentivarne il consumo.

LA METÀ DELLE UNIVERSITÀ CONTINUA A COLLABORARE CON L'INDUSTRIA DEL TABACCO

Il caso riaccende il dibattito sui legami tra le università e l'industria del tabacco in Svizzera.

[Un'indagine](#) pubblicata nel febbraio 2026 da *Transparency and Truth*, ha rivelato che più della metà delle istituzioni universitarie svizzere ha intrattenuto, tra il 2019 e il 2024, collaborazioni, spesso problematiche, con l'industria del tabacco.

Per OxySuisse, queste rivelazioni dimostrano che, nonostante i numerosi scandali di manipolazione scientifica che coinvolgono un'industria responsabile di 26 decessi al giorno, in Svizzera il mondo accademico svizzero continua a sottovalutare i rischi che tali collaborazioni comportano per l'integrità scientifica e la reputazione delle istituzioni.

CITAZIONE

«La cosa più scioccante in questa vicenda è che un produttore di sigarette abbia potuto sfruttare il prestigio di un'università svizzera (e forse l'ingenuità di alcune ricercatrici) per studiare bambini e adolescenti al fine di spingerli maggiormente al consumo.

Non facciamoci illusioni: dietro queste ricerche c'era la volontà di rivolgersi in modo più mirato ai giovani, proprio mentre l'industria del tabacco nega da decenni di essere interessata a loro.»

Michela Canevascini, direttrice di OxySuisse

Trovate l'inchiesta completa «Quando l'Università di Ginevra studiava i bambini per Philip Morris» su: <https://transparencyandtruth.ch/it/ressource/philip-morris-universita-ginevra-bambini/>

Contatto stampa: **Michela Canevascini**, direttrice d'OxySuisse
michela.canevascini@oxysuisse.ch
+41 76 679 84 87

OxySuisse & Transparency and Truth

[OxySuisse](#) è un'organizzazione svizzera indipendente con sede a Losanna, impegnata dal 2004 per una società libera dalla dipendenza dal tabacco e dalla nicotina e dalle sue conseguenze nefaste, nonché dalle pratiche dell'industria che la diffonde.

OxySuisse porta avanti l'iniziativa [Transparency and Truth](#), che documenta le strategie di influenza dell'industria del tabacco per sensibilizzare l'opinione pubblica e contribuire alla denormalizzazione di un settore responsabile di circa 9'500 decessi all'anno in Svizzera. L'iniziativa è finanziata dal [Fondo per la prevenzione del tabagismo FPT](#) e si inserisce nella strategia nazionale 2025-2028 del Fondo.