

Losanna,

Embargo fino a martedì 23 giugno alle ore 09:00

COMUNICATO STAMPA

Nuova indagine: come l'industria del tabacco strumentalizza la riduzione del danno per attirare i giovani

Sigarette elettroniche, bustine di nicotina, tabacco riscaldato: l'industria del tabacco presenta questi prodotti come una rivoluzione sanitaria destinata a sostituire la sigaretta. Una nuova indagine pubblicata da *Transparency and Truth* dimostra tuttavia che questa strategia serve soprattutto a mantenere la dipendenza dalla nicotina, ad attirare nuovi consumatori, in particolare i giovani, e ad aumentare i profitti delle multinazionali del tabacco.

Basato su documenti interni dell'industria e sulla letteratura scientifica più recente, questo nuovo dossier analizza la narrativa della «riduzione del danno» sviluppata dai produttori di sigarette e ne mette in luce le contraddizioni.

I «nuovi prodotti» prendono di mira anche bambini e giovani

Mentre l'industria afferma di riservare questi nuovi prodotti ai fumatori adulti, le sue campagne pubblicitarie raccontano un'altra storia. Aromi accattivanti, design colorato, presenza ai festival, influenza sui social network: tutto è pensato per sedurre nuovi consumatori, in particolare i giovani.

L'obiettivo è duplice:

- **Mantenere le persone dipendenti al consumo di nicotina**, proponendo loro questi prodotti come alternativa alla cessazione.
- **Reclutare una nuova generazione di consumatori.** Secondo l'indagine «Santé&Lifestyle 2025», i giovani iniziano principalmente a consumare nicotina o tabacco con questi nuovi prodotti aromatizzati.¹

Il jackpot: si tratta di prodotti estremamente redditizi

In Svizzera, le bustine di nicotina, le sigarette elettroniche e i prodotti a tabacco riscaldato beneficiano di una fiscalità particolarmente vantaggiosa. L'industria approfitta di questa situazione per aumentare notevolmente il proprio margine. Secondo le stime di Philip Morris, i

¹ [Indagine Salute & Lifestyle](#)

«nuovi prodotti» generano un margine netto 2,6 volte superiore a quello delle sigarette tradizionali.

A livello mondiale, le sigarette rimangono al centro del modello economico

Nonostante il suo discorso sulla trasformazione, l'industria continua a investire massicciamente nella progettazione, nella produzione e nella commercializzazione delle sigarette combustibili. Il calo globale del consumo di sigarette ha inoltre subito un rallentamento dal 2020. E Philip Morris ha appena lanciato una campagna di marketing globale "I AM Marlboro" per promuovere il proprio marchio di sigarette². Non è quindi la salute a guidare le scelte dell'industria, ma il profitto³. Altrimenti, smetterebbe di vendere sigarette o, in ogni caso, di promuoverle.

Riduzione del danno: conflitto di interessi

Per OxySuisse, il concetto di riduzione del danno nel settore del tabacco non può essere lasciato nelle mani dell'industria, a causa di un conflitto fondamentale tra i suoi interessi commerciali e gli obiettivi di salute pubblica. Questa cautela è tanto più giustificata in quanto l'industria, in passato, ha presentato alcuni prodotti come meno nocivi (ad es. le sigarette light), mentre si trattava di un inganno. Inoltre, il reale potenziale di riduzione del danno dei «nuovi prodotti» non è ancora stato sufficientemente dimostrato.

CITAZIONI

«L'industria del tabacco si presenta oggi come una soluzione al problema che essa stessa ha creato. Con il pretesto della "riduzione del danno", cerca soprattutto di mantenere e diffondere la dipendenza dalla nicotina al fine di preservare i propri profitti.»

Hugo Molineaux, collaboratore scientifico, OxySuisse

Trovate i documenti del dossier «La riduzione del danno al servizio dell'aumento dei profitti. Il racconto ingannevole dell'industria del tabacco» [sul nostro sito internet](#).

- [Il libretto](#)
- [L'infografica](#)
- [Il video](#)

² <https://www.generationsanstabac.org/fr/actualites/philip-morris-relance-une-campagne-mondiale-pour-marlboro/>

³ Il 10 giugno, Philip Morris è stata condannata in Italia a una multa di 7 milioni di euro per pratica commerciale scorretta nella sua pubblicità.



Contatto stampa:

Michela Canevascini, michela.canevascini@oxysuisse.ch, +41 76 679 84 87

Hugo Molineaux, hugo.molineaux@oxysuisse.ch +41 77 412 70 74

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 manovre 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 9'200 decessi all'anno in Svizzera. L'iniziativa è finanziata dal **Fondo per la prevenzione del tabagismo** e si inserisce nella strategia nazionale 2025-2028 del Fondo.