

LA **RIDUZIONE** **DEL DANNO** AL SERVIZIO DELL'AUMENTO DEI PROFITTI

Analisi della narrativa fuorviante dell'industria del tabacco

LIBRETTO

GIUGNO 2026



INDICE

CONTESTO	3
LA NARRATIVA DELL'INDUSTRIA A CONFRONTO CON I FATTI	4
ABBANDONARE LE SIGARETTE CONVENZIONALI?	5
L'INDUSTRIA DEL TABACCO AL SERVIZIO DELLA SALUTE PUBBLICA?	8
UN APPROCCIO BASATO SULLA SCIENZA?	10
UN MARKETING LIMITATO AI FUMATORI ADULTI?	13
PRODOTTI INNOVATIVI?	15
3 CONCLUSIONE	18
4 BIBLIOGRAFIA	20

PUNTI CHIAVE

- L'industria del tabacco e della nicotina si è costruita un'immagine di attore responsabile basata sulla trasformazione della propria attività commerciale e sui nuovi prodotti a «rischio ridotto».
- Secondo documenti interni, questo posizionamento deriva da una strategia commerciale incentrata sulla crescita del numero di consumatori e sulla massimizzazione dei profitti.
- Le bustine di nicotina e le sigarette elettroniche possono rappresentare modalità di consumo di nicotina a minor rischio per gli adulti fumatori. Tuttavia, l'«effetto caramella» di questi prodotti e le strategie di marketing che li accompagnano favoriscono l'emergere di una nuova generazione di giovani dipendenti dalla nicotina, aumentando al contempo il rischio di un successivo passaggio al consumo di sigarette convenzionali.
- Il concetto di riduzione del rischio nel settore del tabacco non deve essere lasciato all'industria, poiché esiste un conflitto di fondo e inconciliabile tra i suoi interessi e la salute pubblica. Con la pretesa di offrire un'alternativa alle sigarette, essa mira innanzitutto a mantenere il maggior numero possibile di consumatori nella dipendenza.
- Le sigarette rimangono al centro del suo modello economico. L'industria continua a investire nella progettazione, nella produzione e nella promozione delle sigarette. Il calo globale del consumo di sigarette ha subito un rallentamento dal 2020.

Secondo le stime di Philip Morris, i suoi «nuovi prodotti» generano un margine di guadagno netto 2,6 volte superiore a quello delle sigarette convenzionali.



CONTESTO

Da una ventina di anni, le multinazionali del tabacco sviluppano un discorso incentrato sulla loro «trasformazione»¹⁻³. British American Tobacco (BAT), Japan Tobacco International (JTI) e Philip Morris International (PMI) promuovono prodotti «a rischio ridotto», mentre Imperial Brands (Imperial) mette in primo piano una «nuova generazione di prodotti»⁴. Questa offerta comprende essenzialmente le sigarette elettroniche, il tabacco riscaldato e le bustine di nicotina. In Svizzera, questa gamma di prodotti ha iniziato ad essere commercializzata dall'industria nel 2015 con il tabacco riscaldato IQOS di PMI⁵, seguito dalla sigaretta elettronica Vuse di BAT^{1,6} e dalle bustine di nicotina con il marchio Nordic Spirit di JTI dal 2019⁷, marchio oggi ritirato dal mercato svizzero⁸. Nel 2026, PMI e BAT commercializzano entrambe questi tre tipi di prodotti in Svizzera⁹.

Questo riposizionamento è accompagnato da promesse ambiziose: un «futuro senza fumo» (PMI)¹⁰, un «domani migliore» in un «mondo senza fumo» (BAT)¹¹, un «futuro migliore» (JTI)¹² o ancora un «futuro più sano» (Imperial)^{11,13} legati al declino della sigaretta. L'industria afferma così di impegnarsi a favore della «riduzione del danno»^{11,14} causato dal tabacco.

Bisogna fidarsi dell'industria del tabacco quando afferma di voltare le spalle alle sigarette convenzionali? E bisogna concludere che stia mobilitando tutti i mezzi disponibili affinché tutti gli adulti che fumano e che non riescono o non vogliono smettere di fumare, e solo loro, passino a questi «nuovi prodotti»¹⁴ presentati come meno nocivi?

Esaminiamo il divario tra la narrativa dell'industria e i fatti.



LA NARRATIVA DELL'INDUSTRIA A CONFRONTO CON I FATTI

Abbiamo suddiviso la narrativa della «riduzione del danno» dell'industria del tabacco in cinque promesse. Per ogni impegno, mettiamo a confronto la versione dell'industria con i fatti che la sfumano e la contraddicono.



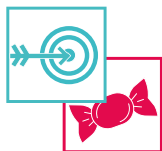
L'ABBANDONO DELLA VENDITA DI SIGARETTE



L'IMPEGNO A FAVORE DELLA SALUTE PUBBLICA



LA TRASPARENZA SCIENTIFICA



IL MARKETING RESPONSABILE



L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA AL SERVIZIO DEL PROGRESSO SANITARIO



ABBANDONARE LE SIGARETTE CONVENZIONALI?

IL RACCONTO DELL'INDUSTRIA

L'industria promette una trasformazione grazie ai «nuovi prodotti»

Considerando la nocività delle sigarette convenzionali, le multinazionali del tabacco mettono in primo piano i «nuovi prodotti» presentati come meno nocivi. Descrivono questa evoluzione come una rottura con

il loro modello storico e manifestano impegni che arrivano fino a promettere la cessazione totale della vendita di sigarette convenzionali, misura che motivano invocando il loro impatto deleterio sulla salute¹⁵.

« Possiamo raggiungere più rapidamente una tappa significativa per la salute globale: un mondo senza sigarette. Chi non vorrebbe contribuire a costruire un futuro del genere? »^{V,16}

PMI

« Noi di BAT ci siamo prefissati l'obiettivo di costruire un mondo senza fumo incoraggiando attivamente i fumatori a passare dalle sigarette ai prodotti senza fumo. »^{VII,17}

BAT

« Per noi, un futuro migliore inizia riducendo i rischi per la salute legati al fumo, offrendo ai consumatori adulti prodotti sostitutivi con un potenziale di rischio ridotto. »^{VI,12}


JTI

« Imperial Brands si impegna a contribuire in modo significativo alla strategia di salute pubblica della riduzione del danno causato dal tabacco, attraverso i propri prodotti di nuova generazione. »^{VIII,13}

Imperial



Le sigarette restano al centro del modello economico

Le sigarette convenzionali continuano a rappresentare la quota predominante del portafoglio globale dell'industria del tabacco e nulla lascia prevedere un cambiamento nel breve termine. I produttori di sigarette controllano l'intera catena del valore del tabacco e non hanno alcun interesse commerciale a ridurre le vendite o ad abbandonare completamente questi prodotti¹⁹. Essi sostengono attivamente la produzione di tabacco, in particolare attraverso organizzazioni come l'Associazione internazionale dei produttori di tabacco^{IX}, un gruppo di facciata che promuove la coltivazione del tabacco e si oppone alle politiche di salute pubblica²⁰⁻²⁴  **Figura 1**.

→ Dal 2020, le vendite di sigarette di PMI diminuiscono in media solo dello 0,7% all'anno. A questo ritmo, la multinazionale venderebbe ancora più di 100 miliardi di sigarette all'anno tra 250 anni.

→ JTI, dal canto suo, registra un aumento costante delle vendite di sigarette dal 2021.

Le multinazionali del tabacco non vogliono la fine delle sigarette

Di fronte agli investitori, l'industria mette in evidenza la solidità e la redditività del commercio delle sigarette convenzionali²⁶, presentate come un «motore di crescita»²⁷ e un prodotto «resiliente»^{28,29}. Si congratula per la crescita di alcuni marchi: nel 2025, JTI

sottolinea le performance di Camel (+4,3%) e Winston (+5%)³⁰, mentre Marlboro (PMI) raggiunge una quota di mercato record dell'11%²⁸. Rimanere «leader» nel mercato delle sigarette rimane un obiettivo strategico (JTI 2025^{X,31}, PMI 2019^{XI,32} e 2021^{XII,32}, BAT 2021³²). Infatti, PMI giustifica il mantenimento del proprio coinvolgimento nel commercio di sigarette con la necessità di una «leadership responsabile» in questo settore³³. Fino al 2020, l'aggettivo «etico» accompagnava il termine «responsabile» nella formula standardizzata presente nella relazione annuale di PMI alla «Securities and Exchange Commission» statunitense; da allora non è più così. I produttori di sigarette continuano a sottolineare il potenziale di «crescita futura» delle sigarette²⁷ e mettono in guardia contro la loro «cannibalizzazione» da parte dei prodotti «senza fumo»³⁴. Nella sua relazione annuale del 2025, PMI identifica esplicitamente il calo del consumo di sigarette come un rischio che potrebbe ridurre i suoi ricavi e compromettere la sua «trasformazione senza fumo»^{XIII,35}. L'azienda menziona inoltre gli «effetti negativi delle tasse» sulle vendite di sigarette^{XIV}. Questi elementi dimostrano che, dietro la promessa di trasformazione, l'industria intende preservare e rallentare il declino delle vendite di sigarette convenzionali.

L'industria investe nello sviluppo della produzione di sigarette

L'industria continua a investire massicciamente nello sviluppo della produzione di sigarette. PMI ha investito 250 milioni di CHF per modernizzare il proprio stabilimento di Krasnodar in Russia (2015-2018)³⁶. BAT ha aperto un nuovo stabilimento in Giordania nel


Prodotti	Evoluzione annuale 2014–2019: -4%		Evoluzione annuale 2020–2025: -0,7%	
	2014	2019	2020	2025
Sigarette	856	707	629	607
Gamma «senza fumo»	0	60	76	179
Volumi totali	856	767	705	786

Figura 1 – Andamento delle vendite di sigarette e dei «nuovi prodotti» di PMI, in miliardi di unità²⁵. Il calo delle vendite di sigarette, annunciato da PMI, ha subito un forte rallentamento negli ultimi cinque anni¹⁴. Parallelamente, i volumi dei prodotti senza fumo aumentano a un ritmo più sostenuto rispetto al calo delle vendite di sigarette. Cronologia: 2014: lancio del tabacco riscaldato IQOS. 2020: lancio del marchio di sigarette elettroniche Veev. 2022: acquisizione del marchio di bustine di nicotina Zyn.



2019³⁷ e JTI ha avviato, nel marzo 2026, la costruzione di un nuovo stabilimento da 300 milioni di euro in Romania³⁸. Parallelamente, i produttori di sigarette stanno ampliando la loro offerta: PMI ha lanciato più di 450 nuovi tipi di sigarette tra il 2016 e il 2020³² e nel 2026 in Svizzera sono stati introdotti nuovi formati di pacchetti contenenti 25 e 30 sigarette^{39,40}. Questi investimenti testimoniano una strategia a lungo termine in contraddizione con un progressivo ritiro dal mercato delle sigarette.

L'industria continua a promuovere le sigarette

Nonostante il loro discorso di trasformazione, i produttori di sigarette continuano a promuovere attivamente le sigarette. In Svizzera, la pubblicità delle sigarette rimane presente nei punti vendita e sulla stampa⁴¹. Online, l'accesso è particolarmente facile: offerte promozionali (come lotti di 10 pacchetti a prezzo ridotto) sono visibili senza verifica dell'età sul sito della catena di supermercati Denner³⁰. Anche i siti del distributore Coop³¹ e della catena di negozi kiosk³² mostrano numerose offerte, con pochi o nessun controllo effettivo (basta un semplice clic). Questa visibilità e accessibilità favoriscono l'iniziazione al fumo e frenano il calo del consumo⁴²  **Figura 2**.



The advertisement features a QR code and the text "AILLEURS EN UN CLIC" above an illustration of a beach chair and umbrella. Below the QR code, the text reads "Teste la CLOPE QUI CLIC". Two cigarette packs are shown, each with a yellow warning label containing the text: "Rauchen ist tödlich – hören Sie jetzt auf. Fumer tue – Arrêtez maintenant. Il fumo uccide – smetti subito." At the bottom, a banner repeats this warning in four languages: "Rauchen ist tödlich – hören Sie jetzt auf. Fumer tue – Arrêtez maintenant. Il fumo uccide – smetti subito." The background is a colorful, abstract design with a Swiss flag logo in the top right corner.

Figura 2. Pubblicità per il marchio Parisienne (BAT) sul quotidiano 24 Heures di sabato 4 aprile 2026, con un linguaggio rivolto ai giovani. La Svizzera è uno dei pochi paesi europei in cui gli aromi, particolarmente attraenti per i giovani, sono autorizzati nelle sigarette. L'Unione europea li ha infatti vietati nel 2014⁴³.



L'INDUSTRIA DEL TABACCO AL SERVIZIO DELLA SALUTE PUBBLICA?

IL RACCONTO DELL'INDUSTRIA

L'industria si presenta come un attore della salute pubblica

Le aziende produttrici di sigarette affermano di condividere gli obiettivi dell'OMS e si propongono come parte integrante della soluzione al tabagismo⁴⁴. PMI dichiara di voler «aiutare nel miglior modo possibile oltre un miliardo di fumatori a smettere di fumare sigarette combustibili il più rapidamente possibile»^{XV,45}. Imperial invoca una «leadership collettiva»^{XVI}, che riunisca autorità di regolamentazione, attori della salute pubblica e industria attorno alla riduzione del danno⁴⁶. BAT definisce la riduzione dei danni legati al tabacco «una delle più grandi opportunità in materia di salute pubblica di questa generazione»^{XVII,3}. In questa logica, tutti perseguirebbero un obiettivo comune: porre fine alle malattie e ai decessi legati al tabagismo^{XVIII,47}.

I «nuovi prodotti» vengono presentati come la soluzione

Secondo l'industria del tabacco, i prodotti alternativi sarebbero meno nocivi delle sigarette e faciliterebbero la cessazione del fumo. La loro diffusione su larga scala viene quindi presentata come la via più efficace per ridurre i danni, con esempi come la Svezia^{XIX,48-50}. Gli utenti che smettono di fumare grazie a questi prodotti

vengono valorizzati come «portatori di cambiamento»^{XX,4} o «de-fumatori»^{XXI,51}. Tuttavia, le aziende produttrici di sigarette devono mantenere un'ambiguità, poiché negli Stati Uniti la «Food and Drug Administration» ha vietato loro di classificare i propri prodotti come terapeutici: il codice di marketing di PMI precisa quindi che la sua gamma «senza fumo» non deve essere presentata come un aiuto per smettere di fumare⁵².

Gli attori della prevenzione del tabagismo sono descritti come ostacoli

L'industria e i suoi portavoce accusano gli attori della salute pubblica di frenare i progressi in materia di riduzione del danno perché sarebbero troppo severi con i nuovi prodotti. L'OMS è in particolare criticata per un approccio giudicato «retrogrado e dogmatico»^{XXII,53}, fondato su «finzioni»⁵⁴. Organizzazioni e think tank denunciano decisioni prese «a porte chiuse» e arrivano ad affermare che alcune politiche di regolamentazione dei «nuovi prodotti» potrebbero equivalere a una «condanna a morte per milioni di persone»^{XXIII,55}. L'industria e i suoi portavoce chiedono invece un allentamento delle normative di marketing che regolano i «nuovi prodotti», nonché una tassazione più leggera rispetto a quella delle sigarette, al fine (dicono) di renderli più accessibili e convenienti⁵⁶.

« Benché l'obiettivo di ridurre e infine eliminare il tabagismo sia lodevole, l'approccio obsoleto e dogmatico della Convenzione quadro dell'OMS per la lotta al tabagismo è diventato un ostacolo significativo al progresso della salute pubblica. Il suo ostinato rifiuto di riconoscere il potenziale delle strategie di riduzione del danno [...] non solo ha ostacolato gli sforzi per smettere di fumare, ma probabilmente è costato milioni di vite. »^{XXIV,53}

« World Vapers' Alliance »^{XXIV}

« Esperti internazionali nel campo della salute pubblica hanno avvertito oggi che i governi di tutto il mondo stanno condannando milioni di persone alla morte se continueranno a ignorare gli innegabili benefici delle politiche di riduzione del danno legato al tabacco. »^{XXVII,55}

« Smokefree Sweden »^{XXVI}



Il finto impegno dell'industria a favore della salute pubblica non è una novità

Da decenni l'industria sostiene di agire nell'interesse della salute pubblica. Già nel 1954 dichiarava: «Abbiamo sempre collaborato strettamente con coloro che hanno il compito di proteggere la salute pubblica, e continueremo a farlo»^{XXVIII, 57}.

Questa posizione è stata costantemente strumentalizzata dall'industria per rispondere alle critiche, mettendo in primo piano presunte buone intenzioni al fine di preservare la propria immagine e credibilità, pur essendo a conoscenza da tempo della grande nocività dei propri prodotti⁵⁸⁻⁶¹. Nel XXI secolo, questa posizione è stata riproposta attraverso il concetto di «riduzione del danno», concepito da BAT come una «strategia» quando affidò un mandato alla società di pubbliche relazioni *Lewin Group*^{3,62}. Ciò le garantisce l'accesso alle sfere politiche e scientifiche.

L'industria strumentalizza il concetto di riduzione del danno

Il concetto di riduzione del danno, presente nella Convenzione quadro dell'OMS per la lotta al tabagismo (FCTC), è stato strumentalizzato dall'industria. Infatti, nell'articolo 1, la FCTC raccomanda di agire sulla riduzione della domanda, dell'offerta e degli effetti nocivi legati al tabacco. Ma il trattato non specifica le misure di riduzione del danno (o dei rischi) da adottare⁶³. Questa vaghezza ha permesso all'industria di inserirsi in questo spazio. Presentandosi come pioniera in questo campo, cerca di imporsi come attore imprescindibile delle politiche di lotta al tabagismo. Chiedendo che tutti gli attori del settore siano coinvolti nella soluzione^{XXIX, 64, 65}, l'industria del tabacco intende influenzare le decisioni politiche difendendo i propri interessi commerciali. Questa strategia rientra in una «tattica di adattamento opportunistico»³. Tuttavia, l'articolo 5.3 della FCTC raccomanda di tenere l'industria lontana dall'elaborazione delle politiche di salute pubblica⁶⁶.

I «nuovi prodotti» compensano il declino delle sigarette

I cosiddetti prodotti «a rischio ridotto» sono stati introdotti principalmente in mercati in cui il consumo di sigarette era già in calo. Il loro obiettivo non è tanto quello di competere con le sigarette, quanto piuttosto di compensarne il declino⁶⁷. Alcuni studi¹⁵, così come

i dati di PMI⁶⁸, indicano addirittura che il calo globale delle vendite di sigarette ha rallentato dopo l'introduzione di questi prodotti. In Svezia, la riduzione del tabagismo è dovuta soprattutto all'attuazione di misure strutturali, molto più che alla sola disponibilità di questi prodotti⁶⁹.

Una parte significativa degli utilizzatori dei «nuovi prodotti» continua a fumare

PMI riferisce che oltre il 41% degli utilizzatori dei suoi prodotti «senza fumo» consuma contemporaneamente sigarette⁶⁸. Una revisione sistematica internazionale indica che il 68% degli utilizzatori di prodotti del tabacco riscaldati fumava anche sigarette convenzionali⁷⁰. In Svizzera, i dati indicano che il 41% degli utilizzatori dei «nuovi prodotti» continua a consumare sigarette⁷¹. Questo *consumo multiplo* annulla i potenziali benefici attesi in termini di salute⁷². Infatti, anche a volume ridotto, la sigaretta rimane molto nociva⁷³.

L'industria si oppone alle misure efficaci

PMI ha citato in giudizio o minacciato diversi Stati (come l'Uruguay, il Togo o l'Australia) per aver adottato normative efficaci volte a ridurre il consumo di sigarette, quali il pacchetto neutro o il rafforzamento delle avvertenze sanitarie, invocando in particolare accordi commerciali stipulati con la Svizzera⁷⁴⁻⁷⁷. Anziché sostenere le politiche di salute pubblica riconosciute per ridurre il consumo di sigarette, l'industria le combatte attivamente, agendo come se l'immissione sul mercato dei suoi «nuovi prodotti» costituisse l'unica risposta legittima ed efficace in materia di salute pubblica⁷⁸.

L'industria si avvale di organizzazioni che operano a favore della riduzione del danno per screditare la salute pubblica

Numerosi *think tank* e organizzazioni che promuovono prodotti a «rischio ridotto» o che criticano le politiche di salute pubblica sono finanziati, direttamente o indirettamente, dall'industria del tabacco. I legami di questi gruppi di interesse con l'industria sono per lo più nascosti. Inoltre, definire «estremisti» gli attori della prevenzione fa parte di una strategia volta a delegittimare le misure che potrebbero danneggiare i propri interessi e a dividere il campo della salute pubblica⁷⁹.



UN APPROCCIO BASATO SULLA SCIENZA?

IL RACCONTO DELL'INDUSTRIA

Una scienza «trasparente»

L'industria mette in evidenza i propri investimenti in ricerca e sviluppo per i suoi prodotti a «rischio ridotto», affermando una totale trasparenza:

«Pubblichiamo i nostri lavori scientifici in modo trasparente sul nostro sito web»^{XXX,25}

PMI

I produttori di sigarette dispongono di piattaforme dedicate ai loro lavori scientifici⁸⁰⁻⁸⁴ e valorizzano le loro infrastrutture, come il centro di ricerca di PMI a Neuchâtel, dove lavorano centinaia di scienziati e dove sono depositati numerosi brevetti⁸⁵⁻⁸⁷.

Questa strategia è accompagnata da pubblicazioni interne (come i «libri bianchi» di PMI⁸⁸) e dal finanziamento di organizzazioni presentate come indipendenti, quali la Fondazione per un mondo senza fumo^{XXXI} (oggi Azione globale per porre fine al tabagismo^{XXXII,89,90}, che si propone di finanziare la ricerca, il supporto alla cessazione del fumo e la diversificazione agricola.

Allo stesso tempo, alcuni ricercatori legati all'industria ricorrono al concetto di «junk science» (letteralmente, scienza spazzatura) per screditare politiche di salute pubblica che sono invece fondate su prove scientifiche⁹¹.

L'industria rivendica la propria legittimità scientifica

L'industria sostiene che i suoi prodotti a «rischio ridotto» si basano su solide basi scientifiche e godono del sostegno di istituzioni ed esperti indipendenti^{25,92}. Essa sostiene che l'assenza di combustione renderebbe questi prodotti nettamente meno nocivi. Per quanto riguarda il tabacco riscaldato, cita, ad esempio, una riduzione del «95%» dell'esposizione alle sostanze tossiche⁹³ e, per le sigarette elettroniche, una riduzione dei rischi del 95%⁹⁴. A sostegno di queste affermazioni, cita autorità quali la «Food and Drug Administration», «Public Health England» e figure di spicco nel campo della salute pubblica⁹³.



I fondi dell'industria orientano la ricerca

L'industria investe nella ricerca da decenni, non per ridurre i rischi, ma per influenzare la produzione, la pubblicazione e l'interpretazione delle conoscenze scientifiche⁹⁵. Tra il 1953 e il 1998, sono stati spesi oltre 300 milioni di dollari in queste attività di ricerca⁹⁶ allo scopo di influenzare le politiche pubbliche e rafforzare la propria credibilità scientifica⁹⁷. La «Fondazione per un mondo senza fumo» ha così sostenuto massicciamente iniziative allineate alla narrativa industriale della riduzione del danno a scapito di ricerche indipendenti rigorose^{98,99}. Tre quarti degli studi sul tabacco riscaldato sono finanziati dall'industria e presentano un elevato rischio di distorsione¹⁰⁰.

In Svizzera, PMI ha finanziato e influenzato uno studio dell'Università di Zurigo sull'efficacia del pacchetto neutro nel 2013, con l'obiettivo di utilizzare i risultati per opporsi a questa misura di salute pubblica¹⁰¹. Inoltre, Swiss Cigarette^{XXXIII} ha commissionato uno studio all'Università di Lucerna, i cui risultati sono stati diffusi dai media prima della votazione sull'iniziativa «Giovani senza tabacco» (2022). Mai pubblicato, questo studio conclude che vi è un beneficio complessivo per l'economia «grazie» alle morti premature dei fumatori¹⁰².

In generale, quasi tutti gli studi finanziati dall'industria che trattano argomenti i cui risultati potrebbero influire sui suoi interessi commerciali giungono a conclusioni a suo favore^{103,104}. Una revisione sistematica ha dimostrato che questi studi avevano 59 volte più probabilità di presentare i «nuovi prodotti» come a rischio ridotto, rispetto agli studi indipendenti che, invece, non giungevano a un consenso¹⁰⁵.

L'industria si oppone alla trasparenza

Contrariamente a quanto afferma, l'industria continua a influenzare la ricerca in modo poco trasparente¹⁰⁶. Un recente studio sui legami tra l'industria del tabacco e le università svizzere mostra che le ricerche condotte con o per conto di questa industria sono spesso poco trasparenti¹⁰⁷. L'industria si è opposta più volte alla pubblicazione dei contratti, nonostante gli obblighi di legge. Diversi accordi includono clausole di riservatezza che vietano ai ricercatori di rivelare l'esistenza stessa dei progetti senza il previo

consenso della multinazionale. Tali disposizioni sono in contrasto con i principi di trasparenza scientifica e con gli obblighi legali di trasparenza a cui sono soggette le istituzioni universitarie.

D'altra parte, nel 2017, PMI ha esercitato pressioni sull'Università di Losanna affinché ritirasse uno studio che analizzava i composti del tabacco riscaldato IQOS e concludeva che le sue emissioni erano effettivamente simili al fumo^{108,109}.

I riferimenti scientifici sono distorti o strumentalizzati

Le autorità e gli esperti citati dall'industria mancano di indipendenza o vengono presentati in modo parziale¹¹⁰.

Ad esempio, se è vero che negli Stati Uniti la «Food and Drug Administration» autorizza PMI ad affermare che l'IQOS, il prodotto di tabacco riscaldato di punta di PMI, «riduce l'esposizione» a determinate sostanze tossiche, l'agenzia governativa precisa anche che «non esistono prove cliniche o epidemiologiche di una riduzione dei rischi» e che «le evidenze disponibili sono insufficienti a dimostrare che il prodotto, così come viene effettivamente utilizzato dai consumatori, possa ridurre in modo significativo il danno e il rischio di malattie legate al tabacco e che apporterà benefici alla salute della popolazione»^{XXXIV,111}. Queste precisazioni vengono sistematicamente omesse da PMI.

Alcune «autorità scientifiche» messe in evidenza per difendere i prodotti «a rischio ridotto» sono legate all'industria. È il caso dell'oncologo francese David Khayat (consulente di PMI^{112,113}) o dell'ex dirigente dell'OMS Derek Yach (primo presidente della Fondazione per un mondo senza fumo¹¹⁴). Nel 2014, l'Istituto di salute globale dell'Università di Ginevra ha redatto un parere favorevole a una tassazione ridotta e all'autorizzazione della pubblicità per questi prodotti¹¹⁵. Era firmato, in particolare, da specialisti legati all'industria del tabacco, tra cui il dottor Konstantinos Farsalinos, che ha ricevuto migliaia di euro da Juul, un'azienda di sigarette elettroniche successivamente acquisita da PMI¹¹⁶, e Ricardo Polosa, consulente per BAT e proposto come collaboratore a Juul da «Health Diplomats»^{117,118}. Anche il



caso del dottor Delon Human, partner dell'industria e proprietario della società «Health Diplomats», è illuminante¹¹⁹. Attraverso questa società, così come la società «Euroswiss Health», con sede in Svizzera¹²⁰, ha guidato iniziative che promuovono la «riduzione del danno» a livello internazionale, in particolare

intorno al «modello svedese»^{121,122}. «Euroswiss Health» è all'origine dello studio che ha affermato che le sigarette elettroniche sono il 95% meno nocive delle sigarette convenzionali, una stima da allora ampiamente messa in discussione^{77,94}.

I «nuovi prodotti» presentano dei rischi

→ La nicotina è una sostanza che crea forte dipendenza, con effetti sul sistema cardiovascolare e sul cervello in fase di sviluppo dei giovani¹²³⁻¹²⁶.

→ Il tabacco riscaldato contiene ed emette numerose sostanze tossiche ed espone gli utenti a livelli significativi di composti nocivi. Sebbene possa ridurre l'esposizione ad alcune sostanze rispetto alle sigarette, la sua nocività è comprovata e i suoi effetti a lungo termine rimangono incerti^{127,128}. In Francia, la Missione interministeriale per la lotta contro le droghe e le dipendenze ha stabilito che il tabacco riscaldato non rientra nella categoria della riduzione del danno¹²⁹.

→ Le sigarette elettroniche possono aiutare a smettere di fumare^{130,131}, ma sono tutt'altro che innocue: espongono a sostanze tossiche

(tra cui alcune cancerogene) e sono associate a possibili rischi per il sistema respiratorio e cardiovascolare^{132,133}.

→ Anche le bustine di nicotina presentano dei rischi, in particolare legati al consumo eccessivo di nicotina, lesioni orali e rischio di intossicazione, specialmente tra i giovani^{123,134}.

In sintesi, per i fumatori, la sostituzione delle sigarette convenzionali con sigarette elettroniche o bustine di nicotina potrebbe comportare una diminuzione delle malattie legate al tabagismo e, di conseguenza, ridurre i rischi per la salute. Per tutte le altre persone, questi prodotti presentano rischi significativi di dipendenza e possono anche nuocere alla salute¹³⁵.



UN MARKETING LIMITATO AI FUMATORI ADULTI?

IL PUNTO DI VISTA DELL'INDUSTRIA

L'industria afferma che il marketing dei «nuovi prodotti» si rivolge esclusivamente agli adulti che già fumano

Le multinazionali del tabacco pubblicano codici di autoregolamentazione per un marketing «responsabile», assicurando che i loro «nuovi prodotti» sono destinati esclusivamente agli adulti che fumano^{52,136,137}. In Svizzera, Swiss Tobacco e Swiss Cigarette hanno

adottato nel 2018 un Codice che le impegna a commercializzare i propri prodotti «in modo responsabile»¹³⁸. In questo contesto, l'industria promuove i propri prodotti come alternative per i fumatori e insiste sulla necessità di «informarli», attraverso la pubblicità, sulle «migliori alternative». Si posiziona così come portavoce dei fumatori, che non dovrebbero essere «esclusi» dal dibattito¹⁰.

« Questi prodotti sono riservati agli adulti. Effettuiamo controlli molto rigorosi per limitare l'accesso dei giovani a questi prodotti. Sviluppiamo una comunicazione chiaramente destinata agli adulti. »^{XXXV,16}

PMI

« Sebbene siamo entusiasti del potenziale di riduzione del danno dei prodotti di nuova generazione, riconosciamo anche che è fondamentale che non risultino attraenti per i non fumatori, in particolare i giovani. Ciò rischierebbe di compromettere i progressi realizzati grazie al passaggio dei fumatori adulti a questi prodotti. »^{XXXVI,139}

Imperial

« Cerchiamo di impedire l'accesso, l'attrattiva e l'uso da parte dei minori adottando tecnologie di verifica dell'età e assicurandoci che i nostri dispositivi, gli aromi dei nostri liquidi per sigarette elettroniche, il nostro packaging e il nostro marketing siano progettati per gli adulti. »^{XXXVII,140}

BAT



Il marketing si rivolge non solo ai fumatori adulti, ma anche ai giovani

Il marketing dei cosiddetti prodotti «a rischio ridotto» si rivolge a un vasto pubblico, compresi i giovani, con campagne pensate appositamente per loro¹⁴¹⁻¹⁴⁶. Per sostenere la crescita di questi prodotti, l'industria deve infatti rinnovare la propria base di consumatori. Tuttavia, una parte significativa dei consumatori di questi prodotti non era in precedenza fumatrice, in particolare tra i giovani¹⁴⁷. In Svizzera, i giovani di età compresa tra i 15 e i 24 anni sono sovrarappresentati tra gli utilizzatori dei «nuovi prodotti», in particolare delle bustine di nicotina e delle sigarette elettroniche. Queste ultime costituiscono oggi il principale prodotto di ingresso al consumo di nicotina tra i minorenni⁷¹ e possono anche fungere da «porta d'ingresso» verso il consumo di sigarette convenzionali¹⁴⁸.

L'attrazione dei giovani per i prodotti a base di nicotina non è un caso: si può parlare di una strategia di «effetto caramella», dato che contengono aromi e dolcificanti¹⁴⁹. In Svizzera, ciò si traduce nella presenza di aromi fruttati nelle bustine di nicotina, nelle sigarette elettroniche e nel tabacco riscaldato, nonché nell'aggiunta di capsule aromatizzate (menta, frutta) in alcune sigarette.

Infine, i dispositivi di controllo dell'età rimangono largamente insufficienti: in Svizzera, i siti dei marchi dei prodotti «a rischio ridotto» sono accessibili ai minorenni, che possono accedervi semplicemente dichiarando di avere più di 18 anni con pochi clic, senza un'effettiva verifica della loro identità¹⁵⁰⁻¹⁵⁴.

La normativa sul marketing dei «nuovi prodotti» viene regolarmente violata dai produttori di sigarette

Condanne dell'industria per violazione delle leggi sono state pronunciate in Francia¹⁵⁵ e nei Paesi Bassi¹⁵⁶. In Svizzera, violazioni delle leggi cantonali sono state commesse a Losanna nel 2025¹⁵⁷ e forse a Ginevra nel 2026¹⁵⁸, dove pubblicità di tabacco riscaldato erano visibili dagli spazi pubblici. PMI ha inoltre violato la legge federale nel 2026 con la distribuzione gratuita di bustine di nicotina nei bar svizzeri¹⁵⁹. Questa sembra essere una strategia dell'industria del tabacco. Infatti, i tempi che intercorrono tra la diffusione di queste campagne e le decisioni giudiziarie possono protrarsi per diversi anni e le aziende approfittano di questa tempistica per continuare, nel frattempo, pratiche di marketing illecite e conquistare così nuovi consumatori¹⁶⁰.

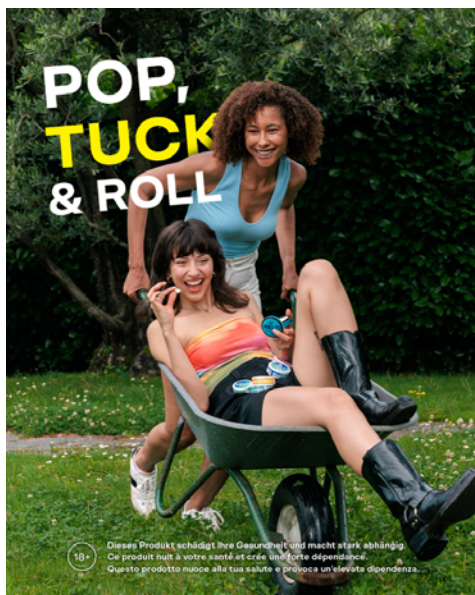


Figura 3 – Pubblicità digitale per le bustine di nicotina Velo, Svizzera, 2026.



PRODOTTI INNOVATIVI ?

IL RACCONTO DELL'INDUSTRIA

Le «innovazioni» tecnologiche vengono presentate come un progresso sanitario

L'industria del tabacco presenta i suoi «nuovi prodotti» in una luce decisamente positiva, inserendoli in un processo continuo di innovazione e miglioramento¹⁶¹. In passato, avrebbe affermato di essere stata «costretta» a mantenere sul mercato le sigarette convenzionali finché non avesse acquisito le conoscenze tecniche necessarie per sviluppare alternative presumibilmente meno rischiose⁸⁶.

Ora afferma che queste innovazioni sono destinate a sostituire progressivamente i prodotti tradizionali, come la sigaretta^{162,163}. Le presenta come «nuove tecnologie»⁹², paragonandone l'evoluzione a quella degli smartphone.

La regolamentazione viene descritta come un freno al progresso

Allo stesso tempo, l'industria critica le autorità di regolamentazione, che ritiene troppo prudenti, se non addirittura «conservatrici», nei confronti dei «nuovi prodotti». Si contrappongono così due visioni: da un lato le sue innovazioni, presentate come portatrici di progresso e in grado di «migliorare la salute pubblica su scala mondiale»^{xxxviii} e dall'altro, le politiche pubbliche descritte come fondate su «ideologie e ipotesi errate»^{xxxix,164}.

«L'innovazione procede più velocemente della regolamentazione.»^{xl.93}

PMI

«Regolamentare le alternative senza fumo è un approccio conservatore.»^{xl.93}


PMI



È la redditività a guidare la commercializzazione dei «nuovi prodotti»

Contrariamente a quanto sostiene l'industria, molti di questi prodotti esistono da tempo¹⁶⁵. Se non sono stati sviluppati e commercializzati prima, non è per ragioni tecniche, ma perché la loro potenziale redditività non era ritenuta sufficiente¹⁶⁶.

Documenti interni dell'industria dimostrano che essa ha deliberatamente evitato di promuovere alternative alla sigaretta fintanto che questa era redditizia e la sua nocività poteva essere contestata^{167,168}.

L'introduzione sul mercato di prodotti alternativi «meno nocivi» avrebbe infatti comportato il rischio di un riconoscimento implicito della pericolosità del tabacco, nonché quello di creare concorrenza al suo prodotto di punta, la sigaretta. Oggi la situazione è cambiata: i prodotti cosiddetti «a rischio ridotto» offrono una redditività eccezionale agli investitori. Presso PMI, il margine di guadagno di questi prodotti è circa 2,6 volte superiore a quello delle sigarette nel 2026²⁵. Pertanto, lungi dal sostituire il mercato esistente, questi prodotti contribuiscono alla sua espansione. Tra il 2012 e il 2023, il valore totale del mercato europeo della nicotina è aumentato del 3% raggiungendo i 159 miliardi di euro¹⁶⁹  **Figura 4**.

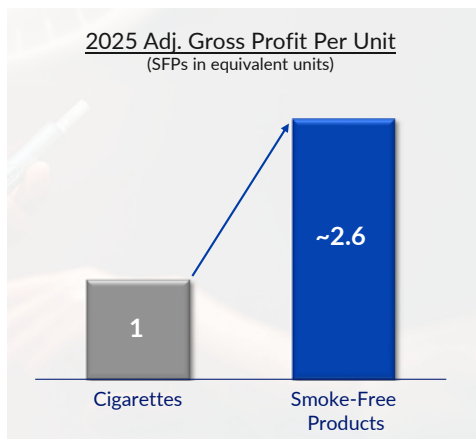


Figura 4 – Diapositiva di una presentazione di PMI ai propri azionisti nel marzo 2026. La multinazionale mette in evidenza il margine di guadagno nettamente superiore della sua gamma «senza fumo»²⁵.

I filtri e le sigarette «light» erano già presentati come innovazioni


L'argomento dell'innovazione al servizio della salute pubblica non è nuovo. Dagli anni '30 agli anni '70 del secolo scorso, i filtri e le sigarette "light" sono stati presentati come innovazioni al servizio della salute pubblica, ma si sono rivelati inefficaci, se non addirittura dannosi^{60,170-172}. Questi precedenti evidenziano una costante: l'"innovazione" serve soprattutto a mantenere l'attrattiva dei prodotti e a sostenerne il consumo. L'industria dispone delle conoscenze tecniche che le consentirebbero di intervenire chimicamente sulle sigarette, ad esempio modificandone l'acidità (pH), al fine di diminuire l'assorbimento della nicotina e ridurre così il rischio di dipendenza⁵⁸. Analogamente, alcune misure, come la riduzione del contenuto di nicotina, potrebbero ridurre efficacemente il potenziale di dipendenza, ma sono attivamente contrastate dai produttori di sigarette¹⁷³.

L'«innovazione» attira nuovi consumatori

L'innovazione riveste un ruolo centrale nella strategia di crescita del settore. Non si limita a proporre alternative, ma serve anche ad attirare nuovi consumatori. Per BAT, l'innovazione costituisce «un fattore chiave di crescita»¹⁷⁴. In ambito marketing, il lancio di nuovi prodotti si basa sul coinvolgimento degli «early adopters», ossia dei consumatori considerati più inclini a sperimentare e adottare per primi una novità. Questo segmento riveste un ruolo cruciale per determinarne il successo commerciale¹⁷⁵. Questa logica si ritrova nella promozione di prodotti come l'IQOS¹⁷⁶, presentati come «innovazioni nel settore del tabacco» e destinati a consumatori «curiosi» alla ricerca di novità¹⁷⁷. Una strategia particolarmente efficace tra i giovani¹⁷⁸.



Questa strategia di innovazione è stata pianificata più di 20 anni fa. Nel 2004, durante una riunione dedicata alla «creazione di nuovi prodotti in grado di ridurre i danni causati

dal fumo di sigaretta»^{XLI}, il diagramma  **Figura 5** seguente appariva in una presentazione interna di PMI intitolata *Health Science Research*¹⁷⁹:

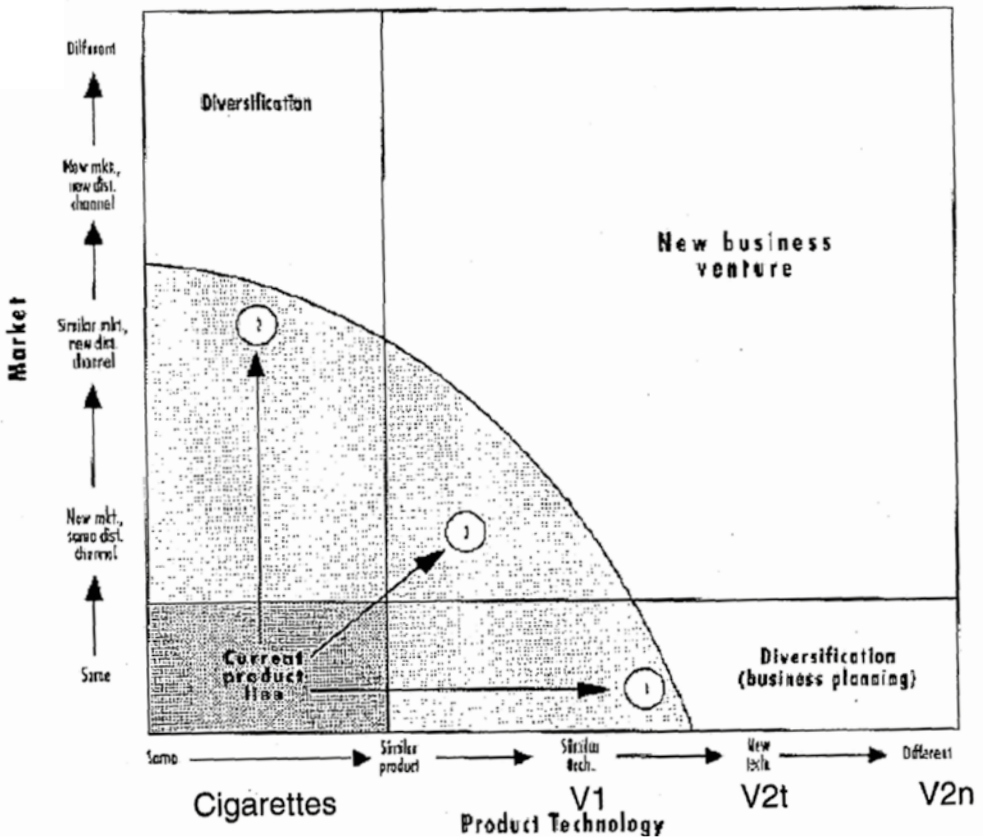


Figura 5 Diagramma tratto da una presentazione interna di PMI che mostra la relazione tra la diversificazione dei prodotti e l'espansione del mercato.

In questo diagramma, l'asse orizzontale rappresenta la diversificazione dei prodotti. Il codice V1 è utilizzato per le «sigarette a nocività ridotta», il codice V2t rappresenta i prodotti «a rischio minimo» contenenti tabacco (il futuro IQOS) e V2n i prodotti senza tabacco contenenti nicotina. L'asse verticale rappresenta la diversificazione del mercato. La diversificazione dei prodotti porta a un'espansione del mercato: i nuovi prodotti vengono inizialmente distribuiti utilizzando i canali di distribuzione esistenti per raggiungere nuovi

consumatori, e successivamente questo sviluppo viene amplificato con l'apertura di nuovi canali di distribuzione per i nuovi prodotti, di cui beneficiano anche i prodotti precedenti.

Sviluppare il mercato e aumentare il numero di consumatori: questo era il piano di PMI nel 2004. Oggi questo progetto è diventato realtà.



CONCLUSIONE

La narrativa della «riduzione del danno» permette all'industria del tabacco di appropriarsi di questo concetto di salute pubblica e di ridefinirne i contorni. Essa ne impone un'interpretazione incentrata sui propri interessi: la riduzione dei rischi passerebbe innanzitutto attraverso lo sviluppo di «nuovi prodotti» e, di conseguenza, attraverso la crescita dei propri profitti.

Con il pretesto di contribuire alla salute pubblica, l'industria opera una forma di «cattura regolatoria»^{XLII} che le permette di aumentare i propri profitti. Essa sostiene (e spesso ottiene) una regolamentazione differenziata e più flessibile in materia di fiscalità e marketing per i propri prodotti «a rischio ridotto» rispetto agli altri prodotti del tabacco. Sul piano del marketing, l'industria fa leva su un discorso incentrato sulla responsabilità individuale, omettendo il fatto che le sue strategie prendono di mira e raggiungono anche i non fumatori e i minori.

Allo stesso tempo, l'industria scredita gli approcci di salute pubblica realmente efficaci, come le misure strutturali di prevenzione e i programmi di sostegno alla cessazione del fumo, compreso l'uso dello svapo, se necessario. L'aiuto medico alla disassuefazione è presentato dall'industria come complesso, poco

efficace, se non addirittura destinato al fallimento, mentre è stata proprio l'industria a concepire i propri prodotti in modo che fossero altamente assuefacenti. Questo discorso contribuisce a rendere invisibili altre leve essenziali nella lotta al tabagismo, in particolare la riduzione della domanda e la riduzione dell'offerta. Ha anche lo scopo di dividere gli ambienti della salute pubblica, creando confusione nell'ordine delle misure prioritarie.

L'obiettivo delle multinazionali del tabacco è quello di mantenere e aumentare il numero di consumatori dei propri prodotti, qualunque essi siano, per creare un mercato di massa della dipendenza dal tabacco e dalla nicotina. La «sostenibilità» dell'azienda, garantita da questo nuovo mercato, viene presentata agli investitori come un vantaggio fondamentale, che va di pari passo con la «crescita»^{XLIII}. Esiste quindi un conflitto di fondo e inconciliabile tra l'obiettivo dell'industria del tabacco (massimizzare i propri profitti) e quello della salute pubblica in materia di tabagismo: ridurre il numero di persone che fumano o che iniziano a consumare nicotina e, per coloro che non riescono a smettere, limitarne i danni.



RACCOMADAZIONI

Tassazione

- L'industria sfrutta la bassa tassazione dei suoi «nuovi prodotti» per massimizzare i propri profitti, senza tuttavia favorire la sostituzione tra i fumatori: questi prodotti sono spesso venduti a prezzi equivalenti, se non superiori, a quelli delle sigarette.
- In conformità con le raccomandazioni delle organizzazioni sanitarie internazionali¹⁸⁰ e nazionali^{181,182}, è necessario:
 - Aumentare la tassazione delle sigarette.
 - Allineare la tassazione del tabacco riscaldato a quella delle sigarette.
 - Aumentare la tassazione di tutti gli altri prodotti contenenti nicotina.

Marketing e sponsorizzazioni

- Le strategie promozionali dei «nuovi prodotti» raggiungono anche i non fumatori, in particolare i giovani, contribuendo all'iniziazione piuttosto che alla sostituzione. È quindi essenziale attuare e far rispettare efficacemente l'iniziativa «Giovani senza tabacco»¹⁸³, al fine di proteggere i minorenni da qualsiasi esposizione al marketing dei prodotti contenenti nicotina.
- La misura più efficace sarebbe quella di vietare qualsiasi forma di pubblicità e sponsorizzazione dei prodotti del tabacco e della nicotina, come raccomandato dall'OMS¹⁸⁴ e come già avviene in una sessantina di paesi, nonché di introdurre confezioni neutre per tali prodotti.

Ricerca

- Considerata la lunga storia di manipolazione e disinformazione dell'industria del tabacco, gli studi da essa finanziati non possono essere considerati indipendenti e affidabili.
- È fondamentale prevenire la strumentalizzazione della ricerca accademica, in particolare nel contesto della narrativa sui «nuovi prodotti», poiché l'autoproclamata «trasformazione» dell'industria costituisce una leva per accedere alle istituzioni accademiche¹⁰⁷.
- Inoltre, l'immissione sul mercato di nuovi prodotti dovrebbe essere subordinata alla disponibilità di dati indipendenti, solidi e trasparenti sulla loro composizione e sul loro potenziale di nocività¹⁸⁵.

Riduzione del danno

- Il concetto di riduzione del rischio nel settore del tabacco non deve essere lasciato all'industria. Gli attori della salute pubblica devono riappropriarsene promuovendo approcci basati sulle evidenze scientifiche.
- Qualsiasi prodotto commercializzato con l'obiettivo di ridurre i rischi dovrebbe essere soggetto a una rigorosa regolamentazione. Più in generale, la riduzione del danno nell'ambito della dipendenza da nicotina deve inserirsi in un quadro strutturato che preveda un accompagnamento specialistico delle persone interessate e riconosca l'esistenza di un conflitto fondamentale e inconciliabile tra gli interessi dell'industria del tabacco e della nicotina e gli obiettivi della salute pubblica.



BIBLIOGRAFIA

- 1 Comité national contre le tabagisme CNCT. Huub Savelkoul, architecte du récit de la transformation de Philip Morris International. 2025. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://www.generationsanstabac.org/fr/actualites/huub-savelkoul-architecte-du-recit-de-la-transformation-de-philip-morris-international/>.
- 2 Edwards R, Hoek J, Karreman N, Gilmore A. Evaluating tobacco industry 'transformation': a proposed rubric and analysis. *Tobacco Control*. 2022;31(2):313–21. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/31/2/313.full.pdf>.
- 3 Peeters S, Gilmore AB. Understanding the emergence of the tobacco industry's use of the term tobacco harm reduction in order to inform public health policy. *Tobacco Control*. 2015;24(2):182–9. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/24/2/182.full.pdf>.
- 4 Imperial Brands. Introducing Our Next Generation Products. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260213195258/https://imperialbrandscience.com/introducing-our-next-generation-products/>.
- 5 Philip Morris International Inc. IQOS: 5 ans de progrès. 2020. Accessed on: 23.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20230529063450/https://www.pmi.com/markets/switzerland/fr/qui-sommes-nous/iqos-5-ans-de-progr%C3%A8s>.
- 6 British American Tobacco. E-cigarette. 2019. Accessed on: 23.04.2026. Available from: https://web.archive.org/web/20231211110717/https://www.bat.ch/group/sites/BAT_A4K-KEC.nsf/vwPagesWebLive/DOBDYHXD?opendocument.
- 7 Japan Tobacco International JTJ. Smoke-free nicotine enjoyment from the north. 2019. Accessed on: 23.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20200823161210/https://www.jti.com/sites/default/files/local-files/ch/english/documents/news-documents/20191115-nordic-spirit-ch-media-release-en.pdf>.
- 8 Japan Tobacco International JTJ. Nordic spirit. 2026. Accessed on: 06.05.2026. Available from: <web.archive.org/web/20260309030729/https://nordicspirit.ch/>.
- 9 Association suisse pour la prévention du tabagisme. Produits. 2026. Accessed on: 07.05.2026. Available from: <https://www.at-schweiz.ch/fr/connaissances/produits/>.
- 10 Philip Morris International Inc. Achieving a smoke-free future together. 2023. Accessed on. Available from: <https://web.archive.org/web/20260119063031/https://www.pmi.com/our-progress/achieving-a-smoke-free-future-together>.
- 11 British American Tobacco. A Better Tomorrow. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260125033249/https://www.bat.ch/fr/qui-sommes-nous/a-better-tomorrow>.
- 12 Japan Tobacco International JTJ. Sustainability. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20250626155825/https://www.jti.com/en/sustainability>.
- 13 Imperial Brands. Healthier futures. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260303225416/https://www.imperialbrandspic.com/people-and-planet/healthier-futures>.
- 14 Infodrog. Réduction des risques. Lexique de la prévention. 2024. Accessed on: 04.05.2026. Available from: <https://www.infodrog.ch/fr/ressources/lexique-de-la-prevention/reduction-des-risques.html#top>.
- 15 Mehegan J, Gallagher A, Elmitwalli S, Edwards R, Gilmore A. Analysis of Philip Morris International's 'aspirational' target for its 2025 cigarette shipments. *Tobacco Control*. 2024. Available from: <https://doi.org/10.1136/tc-2023-058511>.
- 16 Philip Morris International Inc. Providing a diversity of choice for adult smokers can unlock the door to a smoke-free future. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260128074245/https://www.pmi.com/our-progress/>
- 17 British American Tobacco. BAT's commitment to responsible vaping products. 2024. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20251017142452/https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/strategy-and-purpose/responsibility/bats-commitment-to-responsible-vaping-products.pdf>.
- 18 Imperial Brands. blu vapes switch smokers away from cigarettes, new studies find. 2025. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260215013638/https://www.imperialbrandspic.com/news/Stories-and-insights/2025/blu-vapes-switch-smokers-away-from-cigarettes-new-studies-find>.
- 19 Léa Pham Van MS. Who is behind the nicotine industry in Europe? Leading players and their financiers. 13.04.2026. Accessed on: 01.05.2026. Available from: https://www.contre-feu.org/app/uploads/2026/04/Profundo-pour-Contre-Feu_Financement-du-marche-de-la-nicotine-en-Europe.pdf.
- 20 International Tobacco Grower's Association. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260219021522/https://www.tobaccoleaf.org/>.
- 21 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Tobacco farming. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/tobacco-farming/>
- 22 Nguenha N, Bialous S, Matavel J, Lencucha R. Tobacco industry presence and practices in Mozambique: a 'chaotic' but worthy market. *Tobacco Control*. 2024;33(1):86–92. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/33/1/86.full.pdf>.
- 23 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. International Tobacco Grower's Association. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/international-tobacco-growers-association/>
- 24 Lencucha RA, Vichit-Vadanan R, Patanavanich R, Ralston R. Addressing tobacco industry influence in tobacco-growing countries. *Bull World Health Organ*. 2024;102(1):58–64. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/38164327>
- 25 Philip Morris International Inc. Investor Information. March 2026. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: https://web.archive.org/web/20260331181844/https://www.pmi.com/content/dam/pmicom/global/docs/investor_relation/March_2026_PMI_Investor_Information.pdf.
- 26 Fitzpatrick I, Bertscher A, Gilmore AB. Identifying misleading corporate narratives: The application of linguistic and qualitative methods to commercial determinants of health research. *PLOS Glob Public Health*. 2022;2(11). Available from: <https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0000379>
- 27 British American Tobacco. Combustibles. Winning through Focus and sharpened execution. 2019. Accessed on: 14.04.2026. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/investors-presentations/capital-markets-day-presentations-2019/Combustibles_Winning_Through_Focus_And_Sharpened_Execution.pdf.
- 28 Philip Morris International Inc. PMI Q3 Results 2025. 2025. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=IK5SJJNjNbQ>
- 29 Philip Morris International Inc. 2026 First-Quarter Results. 2026. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260422185039/https://philipmorrisoninternational.gcs-web.com/static-files/bc9f0707-b24e-43a9-892c-60b2583e587c>.
- 30 Japan Tobacco International JTJ. 2025 Investor Meeting. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: https://web.archive.org/web/20260305195118/https://www.it.com/investors/results/forecast/pdf/2025/Full_Year/20260212_05.pdf.



- 31 Japan Tobacco International JTI. Integrated Report 2025. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: https://www.jit.com/investors/results/integrated_report/pdf/2025/integrated-d2025_E_all.pdf.
- 32 Philip Morris International Inc. Investor Day 2021. 2021. Accessed on. Available from: https://web.archive.org/web/20260325155112/https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/investor-relation/investor-day-2021/2021-pmi-virtual-investor-day-coo-slides.pdf?sfvrsn=49afa4b4_4.
- 33 Philip Morris International Inc. Annual Report Pursuant to Section 13 or 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934 for the fiscal year ended December 31, 2025. 2026. Accessed on: 04.05.2026. Available from: <https://www.sec.gov/ix?doc=/Archives/edgar/data/1413329/000162828026005939/pm-20251231.htm>.
- 34 Philip Morris International Inc. Annual Report 2022. 2022. Accessed on: 14.04.2026. Available from: https://web.archive.org/web/20240305211047/https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/investor-relation/pmi_2022_annualreport.pdf?sfvrsn=cb21d3b6_2.
- 35 Philip Morris International Inc. Annual report 2025. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260408102230/https://www.pmi.com/content/dam/pmicom/global/docs/investor-relation/pmi-2025-annual-report.pdf>.
- 36 Investnovoros. Philip Morris to carry out upgrading in Krasnodar. 2015. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://investnovoros.ru/en/news/philip-morris-to-carry-out-upgrading-in-krasnodar/>.
- 37 Alebshehy R, Silver K, Chamberlain P. A "willingness to be orchestrated": Why are UK diplomats working with tobacco companies? *Frontiers in Public Health*. 2023;Volume 11 - 2023. Available from: <https://www.frontiersin.org/journals/public-health/articles/10.3389/fpubh.2023.977713>.
- 38 2firsts. JTI Invests EUR 300 Million in New Factory in Romania to Advance Its Localized Expansion. 2firsts [Internet]. 2026 14.04.2026. Available from: <https://www.2firsts.com/news/jti-to-invest-about-300-million-euros-in-new-factory-in-romania-ilorov-county>.
- 39 Coop. Parisiennes. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260407140140/https://www.coop.ch/fr/kiosque/tabacs/cigarettes/parisienne/parisienne-blonde-cigarettes-box-cartouche/p7230299>.
- 40 Kkiosk. Marlboro big pack. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260407135637/https://tabak.kkiosk.ch/fr/collections/marlboro-big-pack>.
- 41 Faeq HA, Hiscock R, Alebshehy R. Exposing tobacco companies' retail presence and highlighting regulatory options. *Tobacco Prevention & Cessation*. 2026;12(April):1–5. Available from: <https://doi.org/10.18332/tpc/211478>.
- 42 Saad C, Cheng B, Takamizawa R, Thakur A, Lee C-W, Leung L, et al. Effectiveness of tobacco advertising, promotion and sponsorship bans on smoking prevalence, initiation and cessation: a systematic review and meta-analysis. *Tobacco Control*. 2025;tc-2024-058903. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/early/2025/01/22/tc-2024-058903.full.pdf>.
- 43 Tobacco Atlas. Starting Today, Flavored Cigarettes Can No Longer Be Sold in the EU. 2020. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://tobaccoatlas.org/starting-today-flavored-cigarettes-can-no-longer-be-sold-in-the-eu/>.
- 44 Fitzpatrick I, Dance S, Silver K, Violini M, Hird TR. Tobacco industry messaging around harm: Narrative framing in PMI and BAT press releases and annual reports 2011 to 2021. *Frontiers in Public Health*. 2022;Volume 10 - 2022. Available from: <https://www.frontiersin.org/journals/public-health/articles/10.3389/fpubh.2022.958354>.
- 45 Gilchrist M. Letter from Philip Morris International to the Tobacco Control Research Group. 02.03.2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: https://www.linkedin.com/posts/insidepmi_our-letter-to-the-university-of-bath-activity-7434522923799085056-uk1u/.
- 46 Imperial Brands. Our scientific engagement. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://imperialbrandsscience.com/our-scientific-engagement/>.
- 47 Global State of tobacco harm reduction. 2024 a situation report. 2024. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260220131729/https://gstrh.org/resources/thr-reports/the-global-state-of-tobacco-harm-reduction-2024-a-situation-report/331/en/>.
- 48 Smoke Free Sweden. Home page. 2026. Accessed on. Available from: <https://web.archive.org/web/20260502053632/https://smokefreesweden.org/>.
- 49 Quit like Sweden. Home page. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://quitlikesweden.org/>.
- 50 British American Tobacco. Reducing Harm. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://www.bat.com/strategy-and-purpose/reducing-harm>.
- 51 Philip Morris International Inc. Unsmoke your world | Philip Morris International. 2025. Accessed on. Available from: <https://web.archive.org/web/20250202224314/https://www.pmi.com/unsmoke-your-world>.
- 52 Philip Morris International. Design, marketing, and sale of smoke-free products. 2025. Accessed on: 01.04.2025. Available from: https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/pmi-sustainability/pmi-04a-c-marketing-code-non-combusted.pdf?sfvrsn=18b76fb6_6.
- 53 World Vapers' Alliance. 20 Harm-Reduction Lessons the FCTC should take note of. 2025. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260213201422/https://worldvapersalliance.com/20-harm-reduction-lessons-the-fctc-should-take-note-of/>.
- 54 Philip Morris International Inc. Fact versus fiction - World Health Organization report on tobacco | PMI - Philip Morris International. 2023. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20231205190945/https://www.pmi.com/our-science/facts-versus-fiction--world-health-organization-report-on-tobacco>.
- 55 Smoke Free Sweden. Ignoring tobacco harm reduction is a death sentence for millions, global experts tell UN. 2024. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260115050813/https://smokefreesweden.org/2024/09/25/ignoring-tobacco-harm-reduction-is-a-death-sentence-for-millions-global-experts-tell-un/>.
- 56 Philip Morris International Inc. PMI's Statement of purpose. 2023. Accessed on: 04.05.2026. Available from: <https://www.pmi.com/statement-of-purpose/>.
- 57 Burley Auction Warehouse Association. A Frank Statement to Cigarette Smokers. 1954. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/ltin0082/>.
- 58 Proctor RN. Golden Holocaust: Origins of the Cigarette Catastrophe and the Case for Abolition. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press. 2011. 738 p.
- 59 Brandt AM. The Cigarette Century: The Rise, Fall, and Deadly Persistence of the Product That Defined America. New York: Basic Books. 2007.
- 60 Olivier J. Les fabricants de cigarette face à la question tabac et santé en Suisse (1962-2003). Lausanne: Université de Lausanne; 2019. Available from: https://serval.unil.ch/fr/notice/serval-BIB_15A270E5990D.
- 61 Earley J. Cigarettes, Lies, and Videotape: Study Links Consumer Perceptions with Tobacco Industry Deceptions. 2026. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://publichealth.jhu.edu/institute-for-global-tobacco-control/2026/cigarettes-lies-and-videotape-study-links-consumer-perceptions-with-tobacco-industry-deceptions>.
- 62 Walker R. Proposal for the Development of a Harm Reduction Strategy (HRS). 2000. Accessed on: 12.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/rmjn0197/>.
- 63 World Health Organization. WHO Framework Convention on Tobacco Control. Geneva: WHO Framework Convention on Tobacco Control & World Health Organization. 2003 25 May 2003. 36 p.



- 64 Ennis G. Dark PR: How Corporate Disinformation Undermines Our Health and the Environment. Wakefield: Daraja Press, 2023.
- 65 Tobacco Control Research Group. Deadly Industry: Challenging Big Tobacco. Ep 12: Why do corporations want a seat at the policy-making table? 2025. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://shows.acast.com/deadly-industry-challenging-big-tobacco/episodes/68de4d4530d4829de274739>.
- 66 WHO Framework Convention on Tobacco Control. Guidelines for implementation of Article 5.3 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control 2008 22 November 2008. 20 p.
- 67 STOP. A global Tobacco Industry Watchdog. Addiction at Any Cost: Philip Morris International Uncovered. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://exposetobacco.org/pmi-uncovered/>.
- 68 Philip Morris International Inc. Consumers Analysis Group New York Conference. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260402125046/https://philipmorrisinternational.gcs-web.com/static-files/c47c9ffe-e810-4e5c-878d-baf0cc06c07d>.
- 69 Cancerfonden. Swedish Tobacco Policy. 2024. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://www.cancerfonden.se/om-oss/about-us/swedens-road-to-reduced-tobacco-smoking>.
- 70 Scala M, Dallera G, Gorini G, Achille J, Havermans A, Neto C, et al. Patterns of Use of Heated Tobacco Products: A Comprehensive Systematic Review. *Journal of Epidemiology*. 2025;advpub. Available from: <https://doi.org/10.2188/jea.JE20240189>.
- 71 Notari L. AJDJM. Produits du tabac et de la nicotine – Résultats de l'Enquête Santé et Lifestyle 2025 et évolutions récentes. Lausanne; 2026. Available from: <https://www.addictionsuisse.ch/publication/produits-du-tabac-et-de-la-nicotine-resultats-de-lenquete-sante-et-lifestyle-2025-et-evolutions-recentes/>.
- 72 Quach NE, Pierce JP, Chen J, Dang B, Stone MD, Strong DR, et al. Daily or Nondaily Vaping and Smoking Cessation Among Smokers. *JAMA Network Open*. 2025;8(3):e250089. Available from: <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2025.0089>
- 73 Pope CA, 3rd, Burnett RT, Krewski D, Jerrett M, Shi Y, Calle EE, et al. Cardiovascular mortality and exposure to airborne fine particulate matter and cigarette smoke: shape of the exposure-response relationship. *Circulation*. 2009;120(11):941–8. Available from: <https://doi.org/10.1161/circulationaha.109.857888>.
- 74 Koessler C. L'Uruguay gagne contre Philip Morris. *Le Courrier*. 12.07.2016. Available from: <https://lecourrier.ch/2016/07/12/uruguay-gagne-contre-philip-morris/>.
- 75 Ulucanlar S, Fooks GJ, Gilmore AB. The Policy Dystopia Model: An Interpretive Analysis of Tobacco Industry Political Activity. *PLOS Medicine*. 2016;13(9):e1002125. Available from: <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1002125>.
- 76 World Health Organisation. Litigation Spotlight: Philip Morris vs. Uruguay. 2025. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://extranet.who.int/fctcapps/fctcapps/fctc/kh/ITInterference/news/litigation-spotlight-philip-morris-vs-uruguay>.
- 77 Franceinfo. Quand Philip Morris empêche le Togo de lutter contre le tabagisme. 2017. Accessed on: 16.04.2026. Available from: www.isds.bilaterals.org/?quand-philip-morris-empêche-le&lang=en.
- 78 Campaign for Tobacco-Free Kids. Major Tobacco Control Litigation Victories. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.tobaccocontrolaws.org/litigation/major-litigation-decisions>.
- 79 British American Tobacco. The CORA Strategy. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/kmnl0195/>.
- 80 Japan Tobacco International JTI. Science resource hub. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.jti.com/en/science/science-resource-hub>.
- 81 Philip Morris International Inc. PMI Science. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.pmisience.com/>.
- 82 Imperial Brands. Imperial Brands Science. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://imperialbrandsscience.com/>
- 83 British American Tobacco. BAT Science. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.bat-science.com/>.
- 84 British American Tobacco. Virtual experience. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.bat-science.com/virtualexperience/index.html>.
- 85 Philip Morris International Inc. Innovation Campus. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.innovationcampuspmi.com/#room05>.
- 86 Philip Morris International Inc. Neuchâtel. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260213104728/https://www.pmi.com/markets/switzerland/fr/qui-sommes-nous/neuchatel/>.
- 87 SRF. De la cigarette électronique aux sièges pour enfants: comment la Suisse est devenue championne des brevets. *Swissinfo*. 07.04.2026. Available from: <https://www.swissinfo.ch/fr/communique-mondial/de-la-cigarette-%C3%A9lectronique-%C3%A0-l'appareil-de-laboratoire-des-surprises-sur-les-brevets-suisse/91186737>.
- 88 Philip Morris International Inc. Public health –much harder than rocket science. 2019. Accessed on: 16.04.2026. Available from: https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/newsroom/pmi-white-paper-on-public-health-january-2019.pdf?sfvrsn=a8119eb5_2.
- 89 Global Action to End Smoking. Home page. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://globalactiontoendsmoking.org/>.
- 90 Walker J. The Foundation for a Smoke-Free World—even less independent from its tobacco company funder. 2021. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://blogs.bmj.com/bmj/2021/08/10/the-foundation-for-a-smoke-free-world-even-less-independent-from-its-tobacco-company-funder/>.
- 91 STOP. A global Tobacco Industry Watchdog. Crooked Nine. Nine ways the tobacco industry undermines health policy. 2019. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/2019/09/Crooked-9-STOP.pdf>.
- 92 Philip Morris International Inc. Voici i fatti. 2024. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20250813061140/https://www.thefacts.ch/fr/?imgTextSlide=1>.
- 93 Philip Morris International Inc. Let's talk. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://video.pmi.com/v.html/player.html?token=2f5070d679d83938c1968320fc10e708&showBrowse=0&showSharing=0&socialSharing=0&source=site&photo%5fid=118545580>.
- 94 Botsley S. Public Health England under fire for saying e-cigarettes are 95% safer. *The Guardian*. 28.08.2015. Available from: <https://www.theguardian.com/society/2015/aug/28/public-health-england-under-fire-for-saying-e-cigarettes-are-95-safer>.
- 95 Legg T, Hatchard J, Gilmore AB. The Science for Profit Model—How and why corporations influence science and the use of science in policy and practice. *PLOS One*. 2021;16(6):e0253272. Available from: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253272>.
- 96 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Tobacco Industry Research Committee. 2020. Accessed on: 24 August 2025. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/tobacco-industry-research-committee/>.
- 97 Ong EK, Glantz SA. Constructing "sound science" and "good epidemiology": tobacco, lawyers, and public relations firms. *Am J Public Health*. 2001;91(11):1749–57. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11684593>.
- 98 STOP. A global Tobacco Industry Watchdog. Global Action to End Smoking Tax Return Suggests Business as Usual, Despite New Labels. 2025. Accessed on: 16.04.2026. Available from: https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/GAES_2024_Tax_Return.pdf.
- 99 Legg T, Clift B, Gilmore AB. Document analysis of the Foundation for a Smoke-Free World's scientific outputs and activities: a case study in contemporary tobacco industry agnogenesis. *Tobacco Control*. 2024;33(4):525–34. Available from: <https://doi.org/10.1136/tc-2022-057667>.



- 100 Braznell S, Van Den Akker A, Metcalfe C, Taylor GMJ, Hartmann-Boyce J. Critical appraisal of interventional clinical trials assessing heated tobacco products: a systematic review. *Tobacco Control*. 2024;33(3):383–94. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/33/3/383.full.pdf>.
- 101 Transparency and Truth. The University of Zurich – Philip Morris case. 2024. Accessed on: 18.12.2025. Available from: <https://transparencyandtruth.ch/en/ressource/the-university-of-zurich-philip-morris-case/>.
- 102 Canevascini M, Diethelm P, Lonchamp S, Molineaux H, Heizmann T. Briefing paper: Universities under influence - How the tobacco industry infiltrates Swiss academic institutions. 2026. Accessed on: 05.05.2026. Available from: https://transparencyandtruth.ch/en/ressource/investigation_universities/.
- 103 Pisinger C, Godtfredsen N, Bender AM. A conflict of interest is strongly associated with tobacco industry-favourable results, indicating no harm of e-cigarettes. *Preventive Medicine*. 2019;119:124–31. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0091743518303864>.
- 104 Barnes DE, Bero LA. Industry-funded research and conflict of interest: an analysis of research sponsored by the tobacco industry through the Center for Indoor Air Research. *Journal of health politics, policy and law*. 1996;21 3:515–42. Available from: <https://www.semanticscholar.org/paper/Industry-funded-research-and-conflict-of-interest%3A-Barnes-Bero/b46ef54c36f65e07c28c40be64097aa1346be6e7>.
- 105 Hendlin YH, Vora M, Elias J, Ling PM. Financial Conflicts of Interest and Stance on Tobacco Harm Reduction: A Systematic Review. *Am J Public Health*. 2019;109(7):e1–e8. Available from: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6603486/>.
- 106 Braznell S, Laurence L, Fitzpatrick I, Gilmore AB. “Keep it a secret”: Leaked Documents Suggest Philip Morris International, and its Japanese Affiliate, Continue to Exploit Science for Profit. *Nicotine Tob Res*. 2025;27(5):794–804. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/38925638>.
- 107 Canevascini M, Diethelm P, Lonchamp S. Swiss universities: low-hanging fruits for the tobacco industry? : *OxySuisse*; 2026. Available from: <https://transparencyandtruth.ch/en/ressource/the-tobacco-industry-swiss-universities/>.
- 108 Radio Télévision Suisse. Temps présent. Les nouveaux pièges de l'industrie de la nicotine. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.rts.ch/emissions/temps-present/emission/whatson:4315791321812.html>.
- 109 PMI science, Maeder S, Peitsch M. Comments on the article entitled “Heat-Not-Burn Tobacco Cigarettes: Smoke by Any Other Name”. 2017. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260216213607/https://www.pmscience.com/en/research/independent-studies/comments-on-the-article-entitled-heat-not-burn-tobacco-cigarettes-smoke-by-any-other-name/>.
- 110 Jenssen BP, Walley SC, McGrath-Morrow SA. Heat-not-Burn Tobacco Products: Tobacco Industry Claims No Substitute for Science. *Pediatrics*. 2018;141(1):e20172383. Available from: <https://policylab.chop.edu/article/heat-not-burn-tobacco-products-tobacco-industry-claims-no-substitute-science>.
- 111 Food and Drug Administration. Technical Project Lead Review of Modified Risk Tobacco Products Application MRTPA(s). 2023. Accessed on: 27.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260427091838/https://www.fda.gov/media/192114/download?attachment>.
- 112 Franceinfo. Vapoteuses, L'empire de la clope contre-attaque. 2026. Accessed on: 17.04.2026. Available from: https://www.franceinfo.fr/replay-magazine/france-2/complement-d-enquete/complement-d-enquete-vapoteuses-l-empire-de-la-clope-contre-attaque_7867340.html.
- 113 Horel S. David Khayat, un oncologue star en VRP de l'industrie du tabac. *Le Monde*. 14.04.2021. Available from: https://www.lemonde.fr/societe/article/2021/04/14/david-khayat-un-monsieur-cancer-en-vrp-de-l-industrie-du-tabac_6076758_3224.html.
- 114 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Foundation for a Smoke-Free World. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/ffsw/>.
- 115 Institut de Santé Globale UNIGE. Avant-projet loi sur les produits du tabac (LPTab): procédure de consultation. 2014. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://transparencyandtruth.ch/wp-content/uploads/2026/04/ISG-UNIGE-Institut-de-Sante-Globale-Universite-de-Geneve.pdf>.
- 116 Horel S. Un influent cardiologue, spécialiste de la nicotine, a reçu des milliers d'euros de l'industrie du vapotage. *Le Monde*. 11.11.2025. Available from: https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/articles/2025/11/11/vapotage-enquete-sur-l-expert-secret-du-lobby-de-la-nicotine_6652984_4355770.html.
- 117 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Riccardo Polosa. 2023. Accessed on: 17.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/riccardo-polosa/>.
- 118 Health Diplomats. Microsoft Word - Juul background note on POLOSA - March 2019.doc. 2019. Accessed on: 12.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/hkbl0328/>.
- 119 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Delon Human. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/delon-human/>.
- 120 Health Diplomats. Disclosure. 2026. Accessed on: 17.04.2026. Available from: <https://healthdiplomats.com/disclosure/>.
- 121 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Health Diplomats. 2026. Accessed on: 17.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/health-diplomats/>.
- 122 Smoke Free Sweden. Privacy policy. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://smokefreesweden.org/privacy-policy/>.
- 123 Kent JT, Mok G, Austin E. Nicotine Toxicity From Repeat Use of Nicotine Pouches. *Nicotine Tob Res*. 2025;27(4):767–8. Available from: <https://doi.org/10.1093/ntr/ntae111>.
- 124 Henstra C, Dekkers BGJ, Olgers TJ, ter Maaten JC, Touw DJ. Managing intoxications with nicotine-containing e-liquids. *Expert Opinion on Drug Metabolism & Toxicology*. 2022;18(2):115–21. Available from: <https://doi.org/10.1080/17425255.2022.2058930>.
- 125 Yu C, Liu J, Sakurai R, Wang Y, Afrose L, Gour A, et al. Perinatal nicotine vaping exposure induces pro-myofibroblastic phenotype in rat bone marrow-derived mesenchymal stem cells. *Reprod Toxicol*. 2024;129:108673. Available from: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11377149/>.
- 126 Colyer-Patel K, Kuhns L, Weidema A, Lesscher H, Cousijn J. Age-dependent effects of tobacco smoke and nicotine on cognition and the brain: A systematic review of the human and animal literature comparing adolescents and adults. *Neurosci Biobehav Rev*. 2023;146:105038. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/36627063>.
- 127 Auer R, Concha-Lozano N, Jacot-Sadowski I, Cornuz J, Berthet A. Heat-Not-Burn Tobacco Cigarettes: Smoke by Any Other Name. *JAMA Intern Med*. 2017;177(7):1050. Available from: <http://archinte.jamanetwork.com/article.aspx?doi=10.1001/jamainternmed.2017.1419>.
- 128 Davigo M, van Schooten FJ, Opperhuizen A, Remels AHV, Talhout R. The chemical profile and toxicological impact of heated tobacco products. *Inhalation Toxicology*. 2026;38(2):77–94. Available from: <https://doi.org/10.1080/08956378.2026.2615967>.
- 129 Comité national contre le tabagisme CNCT. Le tabac chauffé ne relève pas de la réduction des risques selon la MILDECA. 2023. Accessed on: 04.05.2026. Available from: <https://www.generationsanstabac.org/fr/actualites/le-tabac-chauffe-ne-releve-pas-de-la-reduction-des-risques-selon-la-mildeca/>.



- 130 Cros J, Lebon L, Jacot Sadowski I, Delgrand Jordan M, Zobel F, Zürcher K. Réduction des risques dans le domaine du tabac 2022-2023 | Unisanté.
- 131 Auer R, Schoeni A, Humair J-P, Jacot-Sadowski I, Berlin I, Stuber MJ, et al. Electronic Nicotine-Delivery Systems for Smoking Cessation. *New England Journal of Medicine*. 2024;390(7):601–10. Available from: <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMoa2308815>.
- 132 Stewart BW, Marshall H, Bonevsi B, Griffin HJ, Hopkins AM, Itchins M, et al. The carcinogenicity of e-cigarettes: a qualitative risk assessment. *Carcinogenesis*. 2026;47(1). Available from: <https://doi.org/10.1093/carcin/bgag015>.
- 133 Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation dleedt. Evaluation des risques sanitaires liés aux produits du vapotage. 2025. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.anses.fr/system/files/TABAC2023-AUTO-0223-RA.pdf>.
- 134 Clegg R. High on snus in school: The hidden nicotine pouches shredding teens' gums. 2025. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.bbc.com/news/articles/c9395wyzg73o>.
- 135 Tobacco Control Research Group. A Beginner's Guide To Newer Nicotine And Tobacco Products: Nicotine Pouches, Heated Tobacco And E-cigarettes (Vapes). 2026. Accessed on: 07.05.2026. Available from: <https://oncodaily.com/voices/nicotine-and-tobacco-products-491901>.
- 136 Japan Tobacco International JTI. MARKETING OUR PRODUCTS RESPONSIBLY. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260418081501/https://codeofconduct.jti.com/point/en/jti-code-of-conduct/component/default/130524>.
- 137 Imperial Brands. Code of Conduct. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: https://reemtsma.com/content/uploads/2024/10/Code-of-Conduct-English_Sep-2024.pdf
- 138 Communauté du commerce suisse en tabacs. Protection des mineurs. 2025. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20250714112157/https://www.swiss-tobacco.ch/codex/?lang=fr>.
- 139 Imperial Brands. Talking Tobacco Harm Reduction. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260419154752/https://imperialbrandsscience.com/talking-tobacco-harm-reduction/>.
- 140 British American Tobacco. Omni. Une vision d'avenir pour un monde essentiellement sans fumée. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.asmokelessworld.com/gb/en/download-form>.
- 141 Watts C, Burton S, Freeman B. 'The last line of marketing': Covert tobacco marketing tactics as revealed by former tobacco industry employees. *Global Public Health*. 2021;16(7):1000–13. Available from: <https://doi.org/10.1080/17441692.2020.1824005>.
- 142 Robert K. Jackler, Divya Ramamurthi, Axelrod AK, Jung JK, Louis-Ferdinand NG, Reidel JE, et al. Global Marketing of IQOS. The Philip Morris Campaign to Popularize "Heat Not Burn" Tobacco. 2020. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <http://tobacco.stanford.edu/iqosanalysis>.
- 143 STOP. A global Tobacco Industry Watchdog. Driving Addiction. A race for future generation. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/Race-For-Future-Generations.pdf>.
- 144 Davies M, Stockton B, Chapman M, Cave T. The 'Unsmoke' screen: the truth behind PMI's cigarette-free future. *The Bureau of Investigative Journalism*. 2020. Available from: <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2020-02-24/the-unsmoke-screen-the-truth-behind-pmis-cigarette-free-future>.
- 145 Lonchamp S, Canevascini M, Diethelm P, Ducry B. « For adults only » : les jeunes dans le viseur de l'industrie du tabac. Episode 1 - « Jeunesse, l'industrie du tabac vous aime! ». *OxySuisse*; 2025. Available from: <https://transparencyandtruth.ch/wp-content/uploads/2025/01/251002-TNT-EPISODE1-FR.pdf>.
- 146 Campaign for Tobacco-Free Kids. #Sponsored By BigTobacco Tobacco & Nicotine Marketing on Social Media. 2023. Accessed on: 05.05.2026. Available from: https://assets.tobaccofreekids.org/content/what_we_do/industry_watch/social-media-marketing-tactics/2023_12_08_SponsoredByBigTobacco.pdf.
- 147 Freeman B, McCool J, Hardie L, Egger S. The tobacco lobby claims vaping is displacing youth smoking – a close look at the evidence tells another story. 2025. Accessed on 21.05.2026. Available from: <https://theconversation.com/the-tobacco-lobby-claims-vaping-is-displacing-youth-smoking-a-close-look-at-the-evidence-tells-another-story-252283>
- 148 Pierce JP, Chen R, Leas EC, White MM, Kealey S, Stone MD, et al. Use of E-cigarettes and Other Tobacco Products and Progression to Daily Cigarette Smoking. *Pediatrics*. 2021;147(2). Available from: <https://doi.org/10.1542/peds.2020-025122>
- 149 Radio Télévision Suisse. «Enfumés», ou comment une journaliste a infiltré l'industrie de la vape. 2026. Accessed on: 06.05.2026. Available from: <https://www.rts.ch/info/sante/2026/article/enfumés-ou-comment-une-journaliste-a-infiltré-l-industrie-de-la-vape-29226290.html>.
- 150 Philip Morris International Inc. Veev. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260119052331/https://www.veev-vape.com/ch/en>.
- 151 British American Tobacco. Découvre de nouveaux horizons. Velo et Vuse. 2026. Accessed on: 19.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260218144813/https://www.abettertomorrow.ch/>.
- 152 Philip Morris International Inc. Iqos.ch. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260419161320/https://www.tryiqos.ch/en/>.
- 153 Philip Morris International Inc. Zyn.com. 2025. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20251010074045/https://www.zyn.com/ch/en>.
- 154 Association suisse pour la prévention du tabagisme. Des sachets de nicotine présentés comme « sans nicotine » : AT Suisse signale des violations à l'OFSP et au SECO. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.at-schweiz.ch/fr/news-media/news/des-sachets-de-nicotine-pr%C3%A9sent%C3%A9s-comme-sans-nicotine-at-suisse-si-gnale-des-violations-%C3%A0-lofsp-et-au-seco/>
- 155 Comité national contre le tabagisme CNCT. Nouvelle condamnation de Philip Morris France et première condamnation de son ancienne présidente. 20. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://cnct.fr/communiqués/nouvelle-condamnation-de-philip-morris-france-et-premiere-condamnation-de-son-ancienne-presidente/>.
- 156 NL Times. Banned claims that heated tobacco is healthier in shops supported by Philip Morris. *NL Times*. 19.03.2026. Available from: <https://nltimes.nl/2026/03/19/banned-claims-heated-tobacco-healthier-shops-supported-philip-morris>.
- 157 Ville de Lausanne. Procédés de réclame liés au tabac à la boutique «IQOS», rue de Bourg 53, à Lausanne. 2025. Accessed on: 18.04.2026. Available from: https://transparencyandtruth.ch/wp-content/uploads/2026/04/20250722_Lettre_Ville_Lausanne_biffe.pdf
- 158 Zeines S. Une pub pour cigarettes à la légalité douteuse. *Le Courrier*. 15.04.2026. Available from: <https://lecourrier.ch/2026/04/15/une-pub-pour-cigarettes-a-la-legaite-douteuse/>.
- 159 Mesot L. Zyn et douduons à paillettes: Philip Morris promène sa nicotine dans les stations de ski et, bientôt, dans les bars de Genève et Lausanne. *Le Temps*. 02.04.2026. Available from: <https://www.letemps.ch/societe/zyn-et-douduons-a-paillettes-philip-morris-promene-sa-nicotine-dans-les-stations-de-ski-et-bientot-dans-les-bars-de-geneve-et-lausanne>.
- 160 Couët Md. Enfumés. J'ai infiltré l'industrie de la vape. 2026. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.rts.ch/play/tv/documentaire/video/enfumés-jai-infiltré-l-industrie-de-la-vape?urn=urn:rts:video:63baf67c-d7bf-324a-967a-4ea9bd3de528>.
- 161 Philip Morris International Inc. Technovation. 2025. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260306172327/https://www.pmi.com/technovation2025presskit/>.



- 162 Philip Morris International Inc. Cube Timeline. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://cubetimeline.innovationcampuspmi.com/?lang=fr>.
- 163 Imperial Brands. How we innovate. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260331103239/https://www.imperialbrandspic.com/who-we-are/our-transformation/how-we-innovate>.
- 164 Philip Morris International Inc. Innovation under pressure. Navigating complexity to drive change. 2025. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.pmi.com/content/dam/pmicom/global/docs/progress/davos-2025/innovation-under-pressure---navigating-complexity-to-drive-change.pdf>.
- 165 Chakma JK, Allen S. Tobacco harm reduction policy: The old wine in a new bottle. *Indian J Med Res.* 2025;161(3):226–8. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/40347509>.
- 166 Martinet Y, Béguinot E, Diethelm P, Wirth N. [“Nicotine industry: risk reduction, an exclusively financial objective”]. *Rev Prat.* 2021;71(1):27–32. Available from: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34160934/>.
- 167 Glantz S, Slade J, Bero LA, Hanauer P, Barnes DE. The Cigarette papers. 1998. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft8489p25j;chunk.id=0;doc.view=print>.
- 168 Dutra LM, Grana R, Glantz SA. Philip Morris research on precursors to the modern e-cigarette since 1990. *Tob Control.* 2017;26(e2):e97–e105. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/26/e2/e97>.
- 169 Berreta E. Lutte contre le tabagisme: l'Europe distancée par l'industrie. *Le Point.* 09.04.2026. Available from: <https://www.lepoint.fr/monde/lutte-contre-le-tabagisme-leurope-distancee-par-l-industrie-363AUXRZUBDMBN4W6YJDYELIU//>
- 170 Pollay RW, Dewhirst T. The dark side of marketing seemingly “Light” cigarettes: successful images and failed fact. *Tobacco Control.* 2002;11(suppl 1):i18–i31. Available from: https://doi.org/10.1136/tc.11.suppl_1.i18.
- 171 Tobacco Tactics. Cigarette Filters. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/cigarette-filters/>.
- 172 Lebon L, Diethelm P, Cros J, Zürcher K. *Revue Médicale Suisse: Prévention du tabagisme en Suisse: 60 ans de progrès graduels (1964-2024).* *Revue Médicale Suisse.* 2025;21(925):1368–73. Available from: <https://www.revmed.ch/revue-medicale-suisse/2025/revue-medicale-suisse-925/prevention-du-tabagisme-en-suisse-60-ans-de-progres-graduels-1964-2024>.
- 173 Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de la santé et du médicament. Réduction de la teneur en nicotine dans les produits du tabac: synthèse des études internationales et faisabilité de la mesure en France. 2025. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.anses.fr/system/files/TABAC2025-AST-0038.pdf>.
- 174 British American Tobacco. Consumers & Marketing. 2017. Accessed on: 18.04.2026. Available from: https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/investors-presentations/capital-markets-day-presentations-2017/Consumers_Marketing.pdf.
- 175 Stacks DW, Salwen MB, Eichhorn KC. *An Integrated Approach to Communication Theory and Research.* New York: Routledge. 2019.
- 176 Philip Morris International Inc. 2018 First-Quarter Results. 2018. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://philipmorrisinternational.gcs-web.com/static-files/a992f191-bfd0-452a-ae73-b236f64d0b3d>.
- 177 Philip Morris International Inc. 9 reasons to switch to iqos. 2026. Accessed on: 19.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260123234250/https://ch.iqos.com/en/products/iqos/what-is>.
- 178 Owotomo O, Walley S. The youth e-cigarette epidemic: updates and review of devices, epidemiology and regulation. *Curr Probl Pediatr Adolesc Health Care.* 2022;52(6):101200. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1538544222000694>.
- 179 Unknown. SAB MTG OCT 2004 DRAFT PATSKAN.PPT. 2004. Accessed on: 12.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/ksh0218/>.
- 180 Organisation mondiale de la Santé. WHO technical manual on tobacco tax policy and administration. 2025. Accessed on: 23.04.2026. Available from: <https://www.who.int/publications/item/9789240019188>.
- 181 Association suisse pour la prévention du tabagisme. Position commune des organisations suisses de santé et de lutte contre la toxicomanie sur les cigarettes électronique. 2024. Accessed on: 04.05.2026. Available from: https://www.at-schweiz.ch/documents/969/Position_commune_2024.pdf.
- 182 Association suisse pour la prévention du tabagisme. Produits du tabac à chauffer. Position commune des organisations suisses de santé et de prévention des addictions. 2025. Accessed on: 04.05.2026. Available from: https://www.at-schweiz.ch/documents/1109/2025_09_10_Gemeinsamer_Standpunkt_HTF_F.pdf.
- 183 Organisation mondiale de la Santé. WHO Position on Tobacco Control and Harm Reduction. 2025. Accessed on: 23.04.2026. Available from: <https://cdn.who.int/media/docs/default-source/tobacco-hq/whoposition-nov12.pdf>.
- 184 Organization USNCIAWH. The Economics of Tobacco and Tobacco Control: National Cancer Institute Tobacco Control.2016.
- 185 Hird T, Gallagher A, Evans-Reeves K, Zatoński M, Dance S, Diethelm P, et al. Understanding the long-term policy influence strategies of the tobacco industry: two contemporary case studies. *Tobacco Control.* 2022;31(2):297. Available from: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35241603/>.

NOTES

- I Il mercato delle sigarette elettroniche non è dominato dalle multinazionali del tabacco, i cui prodotti devono fare i conti con la concorrenza di numerosi marchi, tra cui molte aziende cinesi. Tuttavia, le multinazionali stanno cercando di recuperare terreno e registrano una rapida crescita dei propri marchi di sigarette elettroniche (+95% per il marchio Veev di PMI nel primo trimestre del 2026 rispetto al primo trimestre del 2025). Vedi Philip Morris (2026) Risultati del primo trimestre.
- II Terminologia nella lingua originale: “Reduced Risk Products”, “Next Generation Products”, “Smoke-free future”, “A Better Tomorrow”, “A Smokeless World”, “A Better Future”, “Healthier futures”.
- III Nel campo della salute pubblica, la riduzione del danno è un concetto nato nell’ambito della prevenzione delle droghe pesanti, che mira a limitare le conseguenze negative sanitarie, sociali ed economiche del consumo di droghe proponendo prodotti e modalità di consumo meno pericolosi.
- IV Il cui carattere di «novità» è discutibile, cfr. il capitolo 2.5.
- V Citazione in lingua originale: “We can more rapidly achieve a significant milestone in global health—a world without cigarettes. Who wouldn’t want to help deliver a future like that?”
- VI Citazione in lingua originale: “For us, a better future starts with lowering the health risks associated with smoking by providing adult consumers with alternative products offering reduced-risk potential.”
- VII Citazione in lingua originale: “At BAT, we have set ourselves the aim to Build a Smokeless World by actively migrating smokers from cigarettes to smokeless products.”
- VIII Citazione in lingua originale: “Imperial Brands is committed to making a meaningful contribution to the public health concept of tobacco harm reduction through our next generation products.”
- IX Termine in lingua originale: “International Tobacco Growers Association”



X	Citazione in lingua originale: "We also hire and develop talent who will lead the Group as senior management and each business as a leader, who expand and optimize our businesses and who explore new areas where we can offer value to society."	has not only hindered smoking cessation efforts but has likely cost millions of lives."
XI	Citazione in lingua originale: "Committed to maintaining: Leadership of the cigarette category outside China and the U.S."	XXVI Smokefree Sweden è un sito web creato dalla società di servizi svizzera Health Diplomats, gestita da Delon Human, che annovera tra i propri clienti aziende produttrici di tabacco, tra cui BAT e Juul. Vedi Tobacco Tactics (2026) Health Diplomats.
XII	Citazione in lingua originale: "Leveraging Leadership in Combustibles to Continue Supporting Smoke-Free Expansion and Sustainability Efforts"	XXVII Citazione in lingua originale: "International health experts today warned that governments of the world are condemning millions to die if they continue to ignore the irrefutable benefits of tobacco harm reduction (THR) policies."
XIII	Citazione in lingua originale: "The decline in the consumption of cigarettes could have a material adverse effect on our revenues, cash flows and profitability, which in turn may have a material adverse effect on our ability to fund our smoke-free transformation."	XXVIII La "Frank Statement to Cigarette Smokers" è un breve testo di pubbliche relazioni scritto dall'industria del tabacco e pubblicato su centinaia di giornali negli Stati Uniti. Il suo scopo era rassicurare il pubblico sulla nocività delle sigarette e annunciare un ampio programma di ricerca su questa questione che, in realtà, era già stata risolta all'epoca. Citazione in lingua originale: "We always have and always will cooperate closely with those whose task it is to safeguard the public health."
XIV	Citazione in lingua originale: "In addition, increases in cigarette taxes are expected to continue to have an adverse impact on our sales of cigarettes, due to resulting lower consumption levels".	XXIX Termine nella lingua originale: "Multistakeholderism"
XV	Citazione in lingua originale: "How best to help the more than one billion people who smoke move away from combustible cigarettes as quickly as possible."	XXX Citazione in lingua originale: "We publish our science transparently on our website."
XVI	Citazione in lingua originale dal Global State of Tobacco harm reduction: "There's increasing and energising consensus that regulators, public health, and industry need to come together and demonstrate collective leadership around tobacco harm reduction (THR) on behalf of the world's billion-plus adult smokers. [...] To engender genuine change, harm reduction academics/scientists and industry must break free from their respective echo chambers to better engage with public health, regulatory bodies and consumers."	XXXI Termine nella lingua originale: "Foundation for a Smoke-Free World"
XVII	Citazione in lingua originale: "tobacco harm reduction has the potential to be one of the biggest public health opportunities of this generation".	XXXII Termine nella lingua originale: "Global Action to End Smoking"
XVIII	Citazione in lingua originale: "Everyone working in tobacco control and in tobacco harm reduction wants the same outcome: an end to smoking-related death and disease."	XXXIII L'associazione svizzera dei produttori di sigarette che riunisce PMI, JTI e BAT.
XIX	A causa del forte calo del tabagismo osservato negli ultimi anni in Svezia, questo Paese viene spesso citato dall'industria del tabacco e dai suoi alleati come prova del fatto che i prodotti a "rischio ridotto", in particolare lo snus, avrebbero efficacemente sostituito le sigarette. In realtà, il calo del tabagismo è in gran parte dovuto a politiche di salute pubblica efficaci e non alla disponibilità dei prodotti dell'industria.	XXXIV Citazione in lingua originale: "There is no direct clinical or epidemiological evidence of risk reduction, and the available evidence is insufficient to demonstrate that the product, as actually used by consumers, will significantly reduce harm and risk to individual users and benefit the health of the population as a whole."
XX	Citazione in lingua originale: "So, to help make a meaningful contribution to the public health concept of tobacco harm reduction (THR), we're committed offering them a range of satisfying, non-combustible NGP brands that fulfil their diverse range of needs and maximise their switching opportunities."	XXXV Citazione in lingua originale: "These products are for adults only. We have very strict controls in terms of limiting the access of youth to these products. We develop our communication which is clearly geared just to the adults"
XXI	Termine nella lingua originale: "Unsmoker".	XXXVI Citazione in lingua originale: "While we're excited about the harm reduction potential of NGP, we also recognise it's crucial they're not also attractive to non-smokers – including youth. This would potentially undermine any progress made through switching adult smokers."
XXII	Citazione in lingua originale della World Vapers Alliance: "While the aim to reduce and eventually eradicate smoking is laudable, the FCTC's outdated and dogmatic approach to tobacco control has become a significant obstacle to public health progress. Its stubborn refusal to acknowledge the potential of harm- reduction strategies [...] has not only hindered smoking cessation efforts but has likely cost millions of lives."	XXXVII Citazione in lingua originale: "We are striving to: • Prevent underage access, appeal and accidental use, by adopting age-gating technologies and accidental use restriction features, and ensuring device features, e-liquid flavours, packaging and marketing are designed for adults."
XXIII	Citazione in lingua originale: "International health experts today warned that governments of the world are condemning millions to die if they continue to ignore the irrefutable benefits of tobacco harm reduction (THR) policies."	XXXVIII Citazione in lingua originale: "Innovation has fundamentally transformed the businesses of Philip Morris International (PMI) and has the potential to improve public health globally"
XXIV	La «World Vapers' Alliance» è un gruppo di interesse molto critico nei confronti dell'OMS e finanziato indirettamente dall'industria del tabacco tramite il Consumer Choice Center. Vedi Tobacco Tactics (2025), World Vapers' Alliance.	XXXIX Citazione in lingua originale: "Ideology and faulty assumptions"
XXV	Citazione in lingua originale: "While the aim to reduce and eventually eradicate smoking is laudable, the FCTC's outdated and dogmatic approach to tobacco control has become a significant obstacle to public health progress. Its stubborn refusal to acknowledge the potential of harm- reduction strategies [...]"	XL Citazioni in lingua originale: "Innovation moves faster than regulation"; "regulating smoke free alternative is a conservative approach."
		XLI Citazione in lingua originale: "create new products that might reduce the harm caused by cigarette smoking".
		XLII Il termine «cattura regolatoria» indica una situazione in cui le autorità incaricate di regolamentare un settore sono influenzate dagli interessi delle industrie che dovrebbero controllare, a scapito dell'interesse pubblico.
		XLIII «Fonti di ricavi netti solide e sostenibili» ("Strong and Sustainable Net Revenue Drivers") e "Quinto anno consecutivo di crescita del volume totale" ("Fifth Consecutive Year of Total Volume Growth") sono annunciati da PMI in una presentazione intitolata «Informazioni per gli investitori» ("Investor Information") nel marzo 2026. Cfr. Philip Morris (2026), Investor Information.



IMPRESSUM

Redazione e revisione

Hugo Molineaux, Michela Canevascini, Pascal Diethelm, Sophie Lonchamp (OxySuisse)

Grafica

Plates-Bandes communication

Come citare questo documento:

Molineaux H, Canevascini M, Diethelm P, Lonchamp S,

La riduzione del danno al servizio dell'aumento dei profitti. Analisi della narrativa fuorviante dell'industria del tabacco. OxySuisse; 2026.

Disponibile su: transparencyandtruth.ch/it/ressource/riduzione-del-danno-e-nuovi-prodotti-a-base-di-tabacco-e-nicotina/.

Finanziamento:

Il progetto Transparency and Truth è finanziato dal Fondo svizzero per la prevenzione del tabagismo.



transparencyandtruth.ch/it/

OxySuisse
Rue Enning 4
CH-1003 Lausanne
info@oxysuisse.ch
oxysuisse.ch