

► **La pubblicità  
dei tabacchi  
punta soprattutto  
sugli adolescenti**



# ► La pubblicità dei tabacchi punta soprattutto sugli adolescenti

Le multinazionali del tabacco rivolgono la pubblicità per le sigarette in prima linea a te. Infatti molte fumatrici e molti fumatori adulti hanno iniziato a fumare durante l'adolescenza. Per questo le multinazionali del tabacco cercano di assoggettare al fumo adolescenti come te. Come lo facciamo, lo ha mostrato ora per la prima volta in Svizzera un progetto di ricerca condotto nella Svizzera romanda.

## ► Punti vendita perfetti per la pubblicità del tabacco

Per le multinazionali dei tabacchi, ai fini della pubblicità, diventano sempre più importanti i luoghi in cui si vendono tabacchi. Spesso la pubblicità dei tabacchi è collocata all'altezza degli occhi dei bambini oppure vicino a caramelle, gomme da masticare e dolci. Ciò dimostra che la pubblicità dei tabacchi è direttamente indirizzata a bambini e adolescenti. Com'è noto, negli adulti a 1 metro e 20 di altezza c'è l'ombelico.

### Publicità dei tabacchi nei punti vendita

Luogo di vendita	Publicità del tabacco	All'altezza dei bambini (m. 1,20)	Vicino a caramelle, gomme da masticare e dolci
Chioschi	78 per cento	40 per cento	55 per cento
Punti vendita in stazioni di rifornimento	89 per cento	41 per cento	48 per cento
Negozi di alimentari	27 per cento	21 per cento	26 per cento

### Strategie di marketing per i prodotti del tabacco

Tutte le cifre di questa scheda informativa provengono dal Progetto di osservazione delle strategie di marketing in materia di prodotti del tabacco. Il progetto di ricerca è stato condotto nella Svizzera romanda fra il maggio 2013 e il giugno 2014. Ente responsabile è CIPRET-Vaud assieme a Dipendenze Svizzera e CIPRET Friburgo. Il progetto è stato finanziato dal Fondo di prevenzione del tabagismo.

## ► Pubblicità dei tabacchi nel tragitto fra casa e scuola

Quante volte nel percorso casa-scuola vedi pubblicità dei tabacchi? Non si tratta solo di manifesti, possono essere portacenere e ombrelloni col logo di marche di sigarette, distributori automatici di sigarette o volantini del concorso di una ditta di tabacchi. In molti casi inoltre la pubblicità dei tabacchi nei punti vendita è visibile anche dalla strada.

Il progetto ha sondato in diverse città della Svizzera occidentale le seguenti domande: con che frequenza i 18-24enni nel tragitto verso il posto di lavoro o di istruzione, nel fine settimana o quando escono la sera si imbattono in stimoli al consumo di tabacchi?

**La pubblicità** per un prodotto o un servizio vuole informare e convincere. Per la pubblicità dei tabacchi, l'informazione è nettamente a senso unico, mancano tutte le informazioni su malattie e morti dovute al fumo.

**La promozione all'acquisto** vuole incentivare la vendita di un prodotto attraverso iniziative a termine. Un esempio sono i pacchetti di sigarette a prezzo scontato.

**La sponsorizzazione** vuole attirare l'attenzione sulla propria azienda e porla in buona luce appoggiando finanziariamente, ad esempio, festival musicali.

### ► I festival musicali presentano ditte del tabacco

I festival Open-Air sono estremamente attraenti per le multinazionali dei tabacchi. Qui possono reclutare nuovi clienti, soprattutto anche fra gli adolescenti. A seconda delle dimensioni del festival, le multinazionali del tabacco intervengono con finanziamenti da 5'000 a 400'000 franchi. Sorprende quanto raramente le ditte dei tabacchi vengano nominate nei siti ufficiali e nei

#### Stimoli al consumo di tabacchi...

...nel percorso verso il  
luogo di lavoro: 15 stimoli

...nel percorso verso il luogo di studio  
24 stimoli

...in giro nel fine settimana:  
41 stimoli

...in giro uscendo la sera:  
27 stimoli

manifesti di un festival. Spesso non compaiono affatto nell'elenco degli sponsor. E sorprende in compenso quanto più posto abbiano nell'area del festival. Negli stand e sulle piattaforme delle ditte del tabacco anche gli adolescenti possono partecipare a gioiose attività pubblicitarie. In questo modo le ditte presentano il fumo come una cosa del tutto normale.

### ► Chi fa pubblicità per le sigarette in internet?

Le multinazionali del tabacco, per farsi pubblicità, inseriscono naturalmente anche propri siti web. Il progetto di ricerca ha analizzato 22 siti web rivolti a un pubblico svizzero. Di questi, dodici erano accessibili anche per persone al di sotto dei 18 anni.

Chi si iscrive a questi siti può partecipare a concorsi o richiedere sigarette gratuite e viene informato sulle attività organizzate o sponsorizzate dalla ditta di tabacchi. Attraverso questi siti le multinazionali del tabacco raccolgono dati privati di moltissime persone. In questo modo le multinazionali del tabacco possono inviare e-mail personalizzate e presentare ad esempio nuovi prodotti o offerte speciali del momento. Sui social-network invece, soprattutto Facebook, Twitter e YouTube, sono maggiormente le fuma-

trici e i fumatori stessi che fanno pubblicità per le sigarette. ►►

In YouTube ad esempio si vedono i cosiddetti «Smoking Reviews». In questi video le consu-

matrici e i consumatori, spesso molto giovani, fumano sigarette e ne commentano il gusto.


### Giornali gratuiti

Di grande importanza per la pubblicità dei tabacchi è il giornale gratuito «20 minuti». Nella Svizzera romanda il 41 per cento dei 14-17enni legge questo giornale gratuito. In «20 minuti» gli adolescenti sono continuamente faccia a faccia con gli stimoli del consumo di tabacchi. Da un lato le inserzioni sono incorniciate da testi giornalistici, il che serve a far apparire inoffensiva la pubblicità dei tabacchi; dall'altro le inserzioni per i tabacchi sono piazzate nelle pagine People, che sono le più lette dai ragazzi.

### ► In conclusione

Ora conosci gli espedienti e i trucchetti con cui le multinazionali del tabacco cercano di assoggettare al fumo anche te. Ma non ti possono manipolare, perché tu lo sai: la pubblicità dei tabacchi è informazione fasulla. La verità è che la nicotina è veloce a creare dipendenza. Chi è dipendente ricorre sempre nuovamente alla sigaretta, alcuni già al mattino, andando a scuola. Ciò significa fra l'altro prestazioni peggiori nello sport e rughe precoci in faccia.



**at**  **Associazione svizzera per la prevenzione del tabagismo**  
Haslerstrasse 30 | 3008 Berna

### Altre informazioni e prospetti:

031 599 10 20 | [info@at-schweiz.ch](mailto:info@at-schweiz.ch) | [www.at-svizzera.ch](http://www.at-svizzera.ch)

### ► Ulteriori informazioni:

#### **www.progetto-nonfumatori.ch**

Qui puoi scaricare volantini su altri temi alla voce «Info per giovani».

#### **www.at-svizzera.ch**

Qui trovi molte informazioni di base sulla pubblicità dei tabacchi e in genere su fumo e salute per fare autonomamente ricerche.

#### **www.beobachtung-marketing-tabak.ch**

#### **www.observatoire-marketing-tabac.ch**

In che modo le multinazionali del tabacco cercano di acchiappare i ragazzi con la pubblicità? Nel sito del progetto di osservazione delle strategie di marketing dei prodotti del tabacco si trovano tutti i risultati. Questo sito è disponibile solo in tedesco e francese.



**Assoziation non-Fumatori**

Casella postale 7 | 6963 Pregassona  
Tel. 079 240 01 01 | Fax 091 940 44 44  
[asn@swissonline](mailto:asn@swissonline) | [www.nonfumatori.ch](http://www.nonfumatori.ch)