



Berna, martedì 20 marzo 2018

*Comunicato stampa*

Le organizzazioni della sanità lanciano un'iniziativa popolare federale

## **«Sì alla protezione dei fanciulli e degli adolescenti dalla pubblicità per il tabacco»**

**Il Consiglio federale e il Parlamento fanno troppo poco nel settore della prevenzione del tabagismo. A causa di una legislazione insufficiente, l'industria del tabacco può rivolgersi miratamente ai giovani per acquisirli come nuovi clienti. Per cambiare questa situazione, diverse organizzazioni sanitarie di spicco lanciano l'iniziativa popolare federale «Sì alla protezione dei fanciulli e degli adolescenti dalla pubblicità per il tabacco». L'iniziativa popolare mira ad una maggiore limitazione di pubblicità, sponsorizzazioni e promozioni per i prodotti del tabacco, in modo da impedire che i bambini e gli adolescenti ne siano raggiunti. La raccolta delle firme inizia il 20 marzo 2018.**

### **L'industria del tabacco svolge con successo il lavoro di lobbying a Palazzo federale**

Nel novembre 2015 il Consiglio federale pubblicò il messaggio sull'avamprogetto di legge federale sui prodotti del tabacco. L'avamprogetto fu criticato dagli specialisti della sanità e delle prevenzione perché non conteneva misure efficaci sulla riduzione del consumo di tabacco. Viceversa, considerando troppo restrittivo anche questo innocuo avamprogetto, l'industria del tabacco intraprese un vincente lavoro di lobbying contro di esso. In giugno e dicembre 2016, prima il Consiglio degli Stati poi il Consiglio Nazionale hanno rinviato l'avamprogetto al Consiglio federale senza entrare nel merito del contenuto. I retroscena di questo tiro alla fune sono stati ampiamente illustrati, tra l'altro, nell'articolo della NZZ «Rauch im Bundeshaus: So funktioniert die Tabak-Lobby» (Fumo a Palazzo federale: ecco come funziona la lobby del tabacco) del 28.11.2016.

Queste manovre intorno all'avamprogetto della nuova legge federale sui prodotti del tabacco dimostrano che il Parlamento non è intenzionato ad intraprendere misure efficaci per la prevenzione del tabagismo e per la protezione dei giovani. Organizzazioni sanitarie di spicco lanciano dunque l'iniziativa popolare federale «Sì alla protezione dei fanciulli e degli adolescenti dalla pubblicità per il tabacco». Hans Stöckli, Presidente dell'associazione afferma a proposito: «Per tutte le persone e le organizzazioni impegnate in campo sanitario, la protezione e la prevenzione presso i giovani ha la priorità assoluta. Non accettiamo che la politica si barcameni in questo settore e pertanto ci attiviamo noi. E siamo convinti che la popolazione svizzera possa comprendere i nostri argomenti e che ci sosterrà».



### **Obiettivo: proteggere i bambini e i ragazzi dalla pubblicità del tabacco**

L'iniziativa chiede che bambini e adolescenti vengano protetti completamente dalla pubblicità del tabacco. Ciò va raggiunto tramite il divieto di pubblicità, sponsoring e misure di promozione delle vendite che raggiungono i più giovani. «La grande maggioranza dei fumatori inizia da minorenni. Pertanto, come pediatra non capisco proprio come, nonostante il divieto, si faccia di fatto ancora la pubblicità mirata per i giovani», afferma Heidi Zinggeler Fuhrer, pediatra di Coira.

### **Solo una regolamentazione complessiva è efficace**

Già nel 2011, nello studio «Marketing et publicité pour les produits du tabac - Nouveaux éléments», la Commissione federale per la prevenzione del tabagismo aveva dimostrato che solo con un divieto di tutte le forme di pubblicità, promozione e sponsorizzazione si ottiene una diminuzione significativa del consumo di tabacco. Al contrario, i divieti parziali – come quello delle inserzioni sulla stampa rivolta prevalentemente ai minorenni – hanno un effetto estremamente limitato. In conseguenza dei divieti di pubblicità in determinati settori, l'industria del tabacco sposta i mezzi pubblicitari in settori in cui la pubblicità, lo sponsoring e la promozione continuano ad essere ammessi. Pertanto l'iniziativa popolare «Sì alla protezione dei fanciulli e degli adolescenti dalla pubblicità per il tabacco» chiede una protezione generalizzata dei giovani dalla pubblicità del tabacco.

- Nessuna pubblicità dei prodotti del tabacco sulla stampa, in Internet compresi i social media, su manifesti, al cinema e nei luoghi di vendita.
- Nessuna promozione diretta tramite la distribuzione gratuita di prodotti del tabacco, per esempio da parte di hostess nei locali pubblici.
- Nessuna promozione indiretta delle vendite tramite prodotti come indumenti o scarpe aventi il logo o il nome di una marca di sigarette.
- Nessuna promozione delle vendite tramite sconti su prodotti del tabacco.
- Nessuna promozione tramite concorsi o giochi pubblicitari incentrati sui prodotti del tabacco.
- Nessuna sponsorizzazione di eventi pubblici o privati da parte dell'industria del tabacco.

«Mentre tutte le discussioni ruotano attorno alle riforme sanitarie, ai bambini sovrappeso e all'esplosione dei costi della salute, il fumo delle sigarette rimane la causa più frequente di decessi e disabilità che si possono evitare. Noi vogliamo cambiare questa situazione e pertanto ci impegniamo con questa iniziativa», affermano Philippe Luchsinger, presidente di mfe Medici di famiglia e dell'infanzia Svizzera e il dott. Marcel Mesnil, segretario generale



della Società svizzera dei farmacisti pharmaSuisse. Anche Jürg Schlup, presidente della FMH sostiene questa iniziativa: «Occorre ostacolare più efficacemente l'avvio del consumo di tabacco da parte di bambini e giovani».

### **La raccolta delle firme è iniziata**

A favore dell'iniziativa «Sì alla protezione dei fanciulli e degli adolescenti dalla pubblicità per il tabacco» s'impegnano le principali organizzazioni della salute in Svizzera. Oltre all'Alleanza per la sanità in Svizzera, la sostengono la Lega svizzera contro il cancro, la Società svizzera dei farmacisti pharmaSuisse, le leghe polmonari cantonali, l'associazione svizzera dei

droghieri, la FMH, gli pneumologi, mfe Medici di famiglia e dell'infanzia Svizzera e la Federazione Svizzera delle Associazioni Giovanili. La raccolta delle firme inizia oggi, 20 marzo 2018.

Ulteriori informazioni al sito: [www.fanciullisenzatabacco.ch](http://www.fanciullisenzatabacco.ch)

### **Per maggiori informazioni:**

Reto Wiesli

Segretario del comitato dell'iniziativa «Sì alla protezione dei fanciulli e degli adolescenti dalla pubblicità per il tabacco»

031 508 36 10, [reto.wiesli@hausarztenschweiz.ch](mailto:reto.wiesli@hausarztenschweiz.ch)

Sandra Hügli-Jost

Responsabile della comunicazione mfe Medici di famiglia e dell'infanzia Svizzera

078 920 24 05, [sandra.huegeli@hausarztenschweiz.ch](mailto:sandra.huegeli@hausarztenschweiz.ch)

[www.hausarztenschweiz.ch](http://www.hausarztenschweiz.ch)



### **Nel confronto europeo la Svizzera è all'ultimo posto**

Nell'indifferenza della gente, in Svizzera l'industria del tabacco continua a raggiungere a colpo sicuro il gruppo target dei giovani. Nel 2014 il CIPRET Vaud (Centre d'information pour la prévention du tabagisme) ha pubblicato in collaborazione con le Ligues de la santé, Sucht Schweiz ed il CIPRET Fribourg-Freiburg i risultati di una ricerca svolta nell'ambito di un progetto per l'osservazione delle strategie di marketing per prodotti del tabacco nella Svizzera romanda.

I risultati dello studio sono chiari: i giovani sono il principale gruppo target dell'industria del tabacco e sono oggetto di una pubblicità aggressiva. Poiché la maggior parte dei fumatori inizia a fumare prima dei 21 anni, l'industria del tabacco cerca di conquistare nuovi clienti principalmente tra i giovani attraverso pubblicità, promozioni e sponsorizzazioni. Le aziende del tabacco procedono in maniera molto raffinata. Nella pubblicità presentano oculatamente immagini che raffigurano e attirano le persone più giovani.

«Rispetto agli altri Paesi europei la Svizzera è la pecora nera in quanto a pubblicità per i prodotti del tabacco: è quasi tutto ammesso, sulla stampa, al cinema e sui manifesti. La maggior parte dei Paesi europei è invece sulla buona strada verso l'esclusione del tabacco dalla pubblicità: dobbiamo urgentemente fare altrettanto!», osserva Gilbert Zulian, presidente della Lega svizzera contro il cancro. Nel 39 per cento dei punti vendita analizzati da CIPRET, i prodotti del tabacco e/o la relativa pubblicità erano posti accanto ai dolci o alle gomme da masticare e nel 35 per cento dei casi la pubblicità si trovava all'altezza dei fanciulli (1,2 metri) o addirittura più in basso. L'industria del tabacco punta sempre di più sullo sponsoring, con cui finanzia in modo mirato eventi come concerti e party che sono frequentati da giovani. Le marche del tabacco sono presenti sul posto con piattaforme (vendita di prodotti del tabacco, concorsi, bar ecc.). Spesso è possibile comprare sigarette a prezzo speciale e con l'aggiunta di regali. La terza colonna del marketing dell'industria del tabacco rivolto ai più giovani sono le promozioni: con offerte come «tre pacchetti al prezzo di due» ci si rivolge direttamente ai giovani attenti al portafoglio.