

# Il risultato dell'indagine



## Ipotesi "pacchetto neutro": nessuna variazione nelle abitudini di consumo

**L**o scenario che emerge dalla "fotografia" scattata da un'indagine sull'ipotesi di introduzione del pacchetto neutro, condotta dall'Ipsos, è davvero eloquente. Il pacchetto di sigarette fa parte della quotidianità dei fumatori: una volta tramutato nella sua versione "all'australiana", quindi di uno smorto verde oliva, senza alcun logo o altri segni identificativi, l'effetto per il consumatore sarebbe quello di sentirsi spiazzato, più povero e anche un po' arrabbiato. Eppure, o forse proprio in forza di un moto d'orgoglio, non cambierebbe le sue abitudini di consumo, non fumerebbe di meno, ma al massimo si sposterebbe su fasce di prezzo più basse. Lo studio è stato presentato a Roma durante una tavola rotonda sulla regolamentazione dei prodotti del tabacco, moderata dal vice direttore dell'Ansa Fabio Tamburini e a cui hanno partecipato l'amministratore delegato di Ipsos Nando Pagnoncelli, il capogruppo del Pd in Commissione Giustizia della Camera Walter Verini e il vice presidente della commissione Politiche Europee della Camera Paolo Tancredi. Dai risultati dell'indagine è emersa soprattutto l'esistenza di un rapporto molto stretto fra i consumatori di tabacco e i brand delle sigarette che preferiscono. Ecco perché, secondo Pagnoncelli, "anche davanti ad un pacchetto neutro, i fumatori continuerebbero a entrare dal tabaccaio e a chiedere subito la loro marca abituale".

### PER I FUMATORI ITALIANI, PORTASIGARETTE O ASTUCCI "CONTRO" IL PLAIN PACKAGING

A maggio è entrata in vigore la nuova direttiva europea che regola il settore dei tabacchi con l'obiettivo di armonizzare la regolamentazione tra i Paesi membri e garantire un livello di protezione della salute pubblica elevato. Il *plain packaging* non rientra nelle prescrizioni di questa nuova norma europea, ma potrebbe essere introdotto dai singoli Paesi in base alla possibilità offerta dalla direttiva di adottare misure più restrittive. Proprio sulla base di questa di-



sposizione, i governi di Francia, Regno Unito, Irlanda, Slovenia e Ungheria hanno infatti avviato un iter legislativo per introdurlo al loro interno, imitando quanto già anticipato dal governo australiano un paio d'anni or sono. In Italia, la soluzione che la maggioranza degli intervistati dall'Ipsos adotterebbe davanti ad un pacchetto neutro sarebbe quella di coprire e neutralizzare le immagini con portasigarette o astucci. Il marchio resta infatti un elemento importantissimo per i consumatori di sigarette che vedono il pacchetto neutro come una privazione punitiva, "con una forte sensazione di deprivazione che evoca desolazione e un'atmosfera da regime totalitario", ha aggiunto Pagnoncelli, sottolineando che la soluzione neutra è considerata "demagogica e ipocrita, dal momento che lo Stato ricava un introito importante dal commercio di sigarette". Anche a causa del sentimento di deprivazione causato da un pacchetto neutro, i fumatori accoglieranno più favorevolmente una soluzione ibrida e meno traumatica, "che mantiene il marchio su un terzo del pacchetto e inserisce nello spazio residuo le immagini di warning, come di fatto stabilisce la recente direttiva europea", ha spiegato Pagnoncelli. Un'iniziativa estrema come quella del pacchetto generico "tende ad abbassare la qualità, a rendere i prodotti indistinti e potrebbe dare una mano al mercato illecito, alla contraffazione e al contrabbando", ha commentato Walter Verini (Pd), sottolineando come questi siano rischi che la filiera produttiva del tabacco italiano - con più di 200 mila addetti tra coltivatori e indotto - non può permettersi di correre. Il presidente di Inarea Antonio Romano ha spiegato come la marca vada di pari passo con l'identità e con l'abitudine acquisita dal fumatore, che con il brand ha sviluppato un rapporto quasi fiduciario. La deputata del Pd Marina Berlinghieri ha affermato che è fondamentale "mettere i cittadini al corrente e in guardia rispetto ai danni del tabagismo" e che "il giusto messaggio, veicolato in modo chiaro e trasparente, risponda meglio del cosiddetto pacchetto generico a far crescere, nei consumatori, la conoscenza di pratiche dannose e ad aumentare in ciascuno la capacità di assumere comportamenti corretti a tutela della propria salute".

**L' 80% DEI RIVENDITORI BENEFICIA DEL  
TABACCO A FIDO**



**E TU ?**

**PER CONOSCERE TUTTI I VANTAGGI  
CHE OFFRE IL TABACCO A FIDO  
CONTATTA L'ECOMAP**

**Tel. 06.585205373**

**Numero Verde 800.86.47.90**



**Fax 06.58520552**

**E-mail [gestionefido@ecomap.it](mailto:gestionefido@ecomap.it)**