



EUROMONITOR INTERNATIONAL COME CAMBIA IL FUMO IN ITALIA

Le abitudini di un italiano adulto su cinque in materia di fumo stanno cambiando parecchio. Torna a fare capolino il contrabbando, si impongono prodotti low cost, catturano un robusto segmento del mercato quelli più tecnologici, che risparmiano i danni derivanti dalla combustione ed evocano lo stile degli iPhone. Risorgono categorie date per morte come le sigarette elettroniche. Comunque i maschi italiani fumano meno, mentre diverso è il trend fatto registrare dalle donne. In netta ascesa l'apporto alle vendite fornito dai nostri nuovi residenti, soprattutto se provenienti dall'Europa dell'Est e dal Medio Oriente e Africa. Cominciamo dai dati, che Euromonitor International, società di consulenza e ricerca sul mondo dei consumi ha pubblicato di recente nel rapporto sul tabacco in Italia nel 2016. Lo scorso anno si è chiuso con una discesa in volume del 2,3%, che segue quella del 2,7% dell'anno precedente. Dal 2010 al 2015 il numero di fumatori è sceso di un decimo, se si guardano alle previsioni fino al 2020 ci sarà una discesa del fatturato di un 10% abbondante. Se è vero che 9,5 milioni di italiani hanno ancora il vizio del fumo è anche vero che ben 6,7 milioni sono ex fumatori. Comprano sigarette più i maschi, più al Sud, soprattutto nella fascia d'età compresa tra i 25 e 44 anni.

Le ragioni del progressivo calo si trovano tanto nella crisi economica che si trascina dal 2008 quanto nell'aumento dei prezzi; ma soprattutto perché fumare - dopo i divieti nei luoghi pubblici - è diventato un fatto meno sociale e socialmente accettato; e perché il divieto del 2016 alla vendita dei pacchetti da dieci sigarette ha alzato la soglia psicologica per l'acquisto. Poi contano naturalmente le ragioni legate alla salute. Secondo il report, la forte diffusione di alcune specifiche notizie di tipo medico hanno prodotto robusti effetti. Ma nel 2016 la decrescita è rallentata, e i motivi sono due: le condizioni meteorologiche favorevoli e il flusso migratorio dai Paesi dell'Est. Senza tanti giri di parole politicamente corretti, lo studio indica che *“molti immigrati dall'Est Europa che si sono stabiliti in Italia preferiscono prodotti di tabacco meno costosi che sono stati contrabbandati in Italia dall'Est Europa. Perciò l'effetto degli immigrati dell'Europa Orientale sulla vendita di sigarette è stato limitato”*.

L'AUMENTO DEL CONTRABBANDO

Al di là dell'immigrazione, è un fatto che il contrabbando stia aumentando, registrando il picco del fenomeno in Campania e in particolare a Napoli. Il fenomeno delle vendite illegali pesa per il 6% dei volumi. Nel 2016 l'incremento è stato del 3%, dopo una discesa del 2% l'anno precedente. Il contrabbando è invece in contrazione in Francia, Germania e Grecia, aumenta solo in Spagna dopo però un brusco calo l'anno nel 2015.

Il motivo del ricorso al contrabbando è piuttosto semplice: fumare costa sempre di più. Gli italiani hanno però cercato delle alternative legali. La più nota è quella del tabacco trinciato, quello che nel gergo delle statistiche si chiama RYO (*Roll-your-own*): nel 2010 le vendite valevano 275 milioni di euro, cinque anni dopo sfioravano il miliardo, circa un ventesimo del fatturato totale di tutti i prodotti di tabacco (19,97 miliardi di euro). Anche nel 2016 la crescita è continuata di un altro 5%. Ma il trinciato è solo uno dei trend in crescita. L'altro è quello dei *cigarillos*, o sigaretti. Ce ne sono di diversi tipi (più simili ai sigari o più alle sigarette) e diversi prezzi e c'è anche parecchio confusione sulle loro caratteristiche. Da qui deriva un piccolo balzo, nel 2016 pari al 6%. Sono anche nella versione aromatizzata. Le sigarette al mentolo sono però in declino: pesano per meno dell'1% e comunque dal 2020 la loro vendita sarà illegale, come conseguenza della Direttiva 40 UE.

IL “RISVEGLIO” DELL'E-CIG

Lo studio di Euromonitor segnala poi una tendenza da non sottovalutare: il ritorno prepotente delle sigarette elettroniche. In Italia si era creata in passato una corsa all'apertura di punti vendita specializzati subito spenta dalla confusione sorta sul regime fiscale da applicare a questi prodotti. Al picco del 2013 (730mila *vapers*, pari al 7% del totale, per 566 milioni di euro di fatturato) aveva fatto seguito un tracollo nel 2014, con una perdita secca di oltre 100mila fumatori e di 110 milioni di euro di giro d'affari. Poi, nel silenzio dei media, la corsa è ricominciata. Nel 2015 si era già tornati in volume ai livelli del 2013 e in valore a 499 milioni, segno che nel frattempo i prezzi medi si erano abbassati. Nel 2016 l'impennata: +22% in valore. La nuova categoria in ascesa è però in particolare quella dei prodotti *“beat-not-burn”*, che utilizzano del vero tabacco che viene riscaldato ma non portato al punto di combustione. Le vendite stanno andando forte: nel 2016 c'è stato un boom: +180% considerando le sole ricariche e +80% considerando anche l'hardware. *“Il peso è ancora molto limitato e l'anno prima questi prodotti si vendevano solo a Milano e, fuori dall'Italia, a Tokyo. Ma la Philip Morris si aspetta che questi prodotti raggiungano il 2-3% di quota di mercato del tabacco in cinque anni. Anche le nostre previsioni sono di crescita per tutti gli anni”*, sostiene Aureli, consulente Euromonitor. Oltre al fatto che con Iqos si ha a che fare non con essenze ma con vero tabacco, secondo Aureli è stato proprio l'hardware che caratterizza l'Iqos di Philip Morris ad avere avuto successo. *“Hanno scelto di puntare su uno stile che ricorda quello della Apple. Anche il packaging e l'unboxing ricordano quelli di un iPhone, e questa si sta davvero rivelando una scelta vincente”*.