



## Solo il 17 per cento dei fumatori italiani ha informazioni esaurienti sui prodotti senza fumo

11 Tabacco

**Studio di Philip Morris International: la mancanza di informazione ostacola la diffusione di prodotti alternativi al fumo**

Pianeta

**S**olo il 17% dei fumatori italiani dichiara di avere informazioni adeguate sui prodotti senza fumo, e tale mancanza di informazioni rappresenta un oggettivo ostacolo a una maggiore diffusione di prodotti alternativi al fumo. E' quanto emerge da un rapporto rilasciato da Philip Morris International dal titolo "Un-smoke: Clearing the Way for Change" basato sui risultati di uno studio internazionale condotto per l'azienda da Povaddo, istituto di ricerca indipendente. Il sondaggio, condotto in 13 paesi tra gli adulti di età compresa tra 21 e 74 anni, esplora due temi chiave: la mancanza di informazioni disponibili su prodotti senza fumo e l'impatto del fumo

sulle relazioni personali. Lo studio rivela alcune delle barriere che impediscono ai fumatori di prendere in considerazione alternative senza fumo rispetto al fumo tradizionale. "Attualmente vi è molta disinformazione sui prodotti senza fumo e questo crea confusione. Questo è uno dei maggiori ostacoli che è necessario affrontare per costruire un mondo senza fumo", come ha dichiarato Jacek Olczak, chief operating officer di PMI. "La realtà è che sono disponibili valide alternative per i fumatori adulti che non smettono di fumare. C'è un bisogno urgente di un dibattito globale - basato su ricerche e fatti scientifici - su queste alternative." Per quanto riguarda il pubblico

italiano, il rapporto fotografa innanzitutto il desiderio di un maggiore impegno per rendere le sigarette un ricordo del passato - un obiettivo condiviso da quasi nove intervistati su dieci che affermano che il Governo dovrebbe investire tempo e risorse nel cercare di ridurre l'incidenza del fumo. Tuttavia, l'88% degli italiani sono convinti che regolazione e tassazione non saranno in grado, da sole, di risolvere il problema. Se l'87% degli intervistati (più di quattro su cinque) concorda sulla necessità di maggiori e più trasparenti informazioni sui prodotti senza fumo, solo il 17% dei fumatori si ritiene "decisamente d'accordo" sull'aver tutte le informazioni necessarie. La domanda di informazione è forte: il 96% del pubblico italiano conosce la sigaretta elettronica, ma tre quarti dei fumatori (75%) affermano che pren-



derebbero più facilmente in considerazione il passaggio ad alternative tecnologiche - sigarette elettroniche o prodotti a tabacco riscaldato - se fosse più chiaro in che modo tali prodotti differiscono dalle sigarette. Centrale per una corretta informazione ai fumatori è anche la collaborazione tra aziende, istituzioni e mondo scientifico, ritenuta indispensabile dal 77% degli intervistati. Lo studio esplora anche l'attitudine verso il fumo di fumatori e non fumatori, e il ruolo che il fumo svolge in ambito personale e sociale. Ad esempio, l'87% dei non fumatori italiani ha avuto divergenze con il proprio partner a causa del vizio del fumo di quest'ultimo, mentre quasi 9 non fumatori su 10 sono infastiditi dal fumo durante i pasti. Sempre secondo lo studio, abbandonare l'utilizzo di sigarette e prodotti contenenti nicotina rimane la scelta migliore, ma rispetto al continuare a fumare, l'utilizzo di alternative senza fumo potrebbe migliorare la qualità delle relazioni personali. Infatti, gli ex-fumatori che sono passati definitivamente a prodotti senza fumo concordano sul fatto che tali prodotti hanno avuto un impatto positivo sulla loro vita: i pasti hanno un sapore migliore (84%), la loro vita sociale è migliorata (57%), e le loro relazioni con la famiglia e gli amici sono migliori (51%). "Stiamo creando un movimento - #unsmoke - per contribuire a creare un mondo senza fumo", ha dichiarato Marian Salzman, senior vice president global communications di PMI. #Unsmokeyourworld è un'iniziativa di PMI per promuovere un cambiamento nell'approccio delle politiche sul fumo. Il movimento #unsmoke ha l'obiettivo di riunire una comunità di persone in grado di accelerare questo cambiamento rafforzando il messaggio secondo cui non iniziare o smettere completamente di fumare sigarette e utilizzare qualsiasi prodotto a base nicotina sono la scelta migliore, diventando altresì ambasciatori del messaggio che, per i fumatori che altrimenti continuerebbero a fumare, ci sono valide alternative tra cui oggi è possibile scegliere.

Se le scelte migliori restano sempre non iniziare o smettere del tutto di fumare sigarette e utilizzare qualsiasi altro prodotto a base di nicotina, la realtà è che molte persone non lo fanno per mancanza di un'informazione adeguata.

# È COSÌ CHE SI DIVENTA GRANDI

Di nuovo partner di Lottomatica

Gli unici interlocutori  
per le **ricariche telefoniche** e  
**i titoli di viaggio**



06 58550304



serviziinreteperte@tabaccai.it



SERVIZI IN RETE **Te**  
per



Federazione  
Italiana  
Tabaccai

[www.serviziinreteperte.it](http://www.serviziinreteperte.it)