

Comunicato per i media

Berna, 8 dicembre 2017

Legge sui prodotti del tabacco 2.0: protezione dei giovani «Ultra-light»

Oggi il Consiglio federale ha presentato la revisione della proposta per la Legge sui prodotti del tabacco nella quale mancano misure efficaci per la prevenzione del tabagismo. La Coalizione per una legge efficace sui prodotti del tabacco¹ intende presentare le sue richieste nella procedura di consultazione che sta per iniziare.

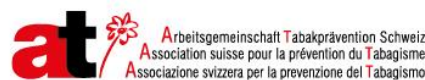
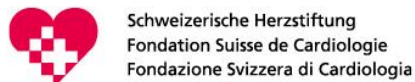
Nella proposta, il Consiglio federale rinuncia purtroppo quasi completamente a restrizioni della pubblicità e manca del tutto un divieto di sponsorizzazioni. Eppure, la pubblicità può essere fatale proprio per gli adolescenti: se gli adolescenti non cominciano a fumare prima dei 21 anni, con grande probabilità non cominceranno mai a fumare. Il 57 per cento dei fumatori inizia a consumare tabacco quando è ancora minorenne. Ciò tra l'altro fa sì che il tabacco sia il più importante fattore di rischio per malattie croniche non contagiose. In Svizzera ogni anno muoiono circa 9'500 persone a causa del fumo. Di questi un quarto prima del raggiungimento dell'età pensionabile.

Il 58 per cento della popolazione è favorevole ad un divieto generalizzato della pubblicità. Anche vietare sponsorizzazioni da parte dell'industria del tabacco di eventi culturali e sportivi incontra l'approvazione della maggioranza. Lo dimostra l'ultimo Monitoraggio svizzero delle dipendenze 2016.

La proposta del Consiglio federale sulla Legge sui prodotti del tabacco non contiene nessuna misura efficace per ridurre il consumo dei tabacchi e frena per anni progressi nella prevenzione del tabagismo. La proposta di legge in questo modo soddisfa le aspettative dell'industria del tabacco. La Coalizione per una legge efficace sui prodotti del tabacco continuerà ad impegnarsi per un divieto su larga scala di pubblicità e sponsorizzazione dei tabacchi ed a presentare le proprie richieste alla Procedura di consultazione. Le richieste principali sono:

- un divieto totale di pubblicità dei prodotti del tabacco che riguardi i media stampati, internet compresi i social media, manifesti, cinema e punti vendita
- nessun incentivo alla vendita diretta attraverso la distribuzione gratuita di tabacchi, ad esempio tramite hostess nei club o anche promozioni con sconti del tipo 3 per 2
- nessuna sponsorizzazione di eventi pubblici o privati da parte di industrie del tabacco. Le multinazionali del tabacco riducono sempre più la pubblicità in ambito pubblico, specialmente su manifesti, e rafforzano invece le iniziative pubblicitarie in ambito privato, rivolgendosi soprattutto ai giovani.

¹ La Coalizione per una legge efficace sui prodotti del tabacco è un'iniziativa di Lega svizzera contro il cancro, Lega polmonare svizzera, Fondazione svizzera di cardiologia, Dipendenze Svizzera e Associazione svizzera per la prevenzione del tabagismo. La Coalizione ha l'appoggio di più di cento organizzazioni.



È vero che il Consiglio federale prevede in questa proposta anche poche nuove misure. Queste sono però del tutto insufficienti:

- l'età minima per acquistare prodotti del tabacco è fissata uniformemente a 18 anni
- nei media che sono facilmente accessibili ai bambini (giornali gratuiti e pagine internet con libero accesso) è vietata la pubblicità di tabacchi. Nei media a pagamento e negli ambiti internet con barriere d'accesso, ad es. una registrazione, rimangono invece permesse
- nei chioschi i tabacchi non possono più venire posizionati nello scaffale direttamente vicino ai dolciumi e debbono venire collocati almeno all'altezza di 1,20 metri. In questo modo rimangono ugualmente nel campo visivo di bambini.

In più punti la proposta rimane indietro rispetto alla normativa dell'UE:

- le scritte di avvertimento rimangono più piccole che nell'UE
- le e-sigarette rimangono meno regolamentate che nell'EU
- lo snus è vietato nell'EU, ad eccezione della Svezia
- la sponsorizzazione di eventi internazionali è proibita in tutta l'UE.

Anche la Convenzione quadro per il controllo dei tabacchi dell'Organizzazione mondiale della sanità OMS prevede un divieto di pubblicità e sponsorizzazione del tabacco (WHO FCTC, articolo 13.4). La Svizzera ha firmato l'accordo il 25 giugno 2004 e manifestato in tal modo di voler attuare gli obiettivi di prevenzione dell'OMS: l'ostinata opposizione della lobby del tabacco nel Consiglio nazionale e degli Stati contro misure semplici da realizzare ed efficaci mostra il suo effetto: il Parlamento non è interessato ad attuare l'accordo. Con la proposta in esame la ratifica è già esclusa in anticipo.

Se ha domande, per favore si rivolga a:

Associazione svizzera per la prevenzione del tabagismo:
Thomas Beutler, collaboratore scientifico, 031 599 10 20, info@at-schweiz.ch,
079 709 04 60, 079 648 80 82

Lega svizzera contro il cancro:
Flavia Nicolai, responsabile del contatto con i media, 031 389 94 13, flavia.nicolai@krebsliga.ch

Lega polmonare Svizzera:
Elena Strozzi, responsabile del dipartimento politica, promozione della salute e prevenzione, 079 555 33 79,
e.strozzi@lung.ch

Dipendenze Svizzera:
Markus Meury, portavoce con i media, 079 309 13 23, mmeury@suchtschweiz.ch