5 “BUONE PRATICHE” DI INFLUENZA DELL’INDUSTRIA DEL TABACCO IN SVIZZERA

L'industria del tabacco impiega molte strategie influenti per frenare le misure di prevenzione e quindi proteggere i propri interessi a scapito di quelli della salute pubblica.

Lo scopo di queste tattiche è influenzare i politici, i media, i consumatori e il pubblico in generale.

1
Il lobbying politico

2
Uso dell'argomento economico

3
Intrusione nella ricerca e disinformazione

4
Sponsorizzazione di festival musicali

5
Attività "socialmente responsabili"

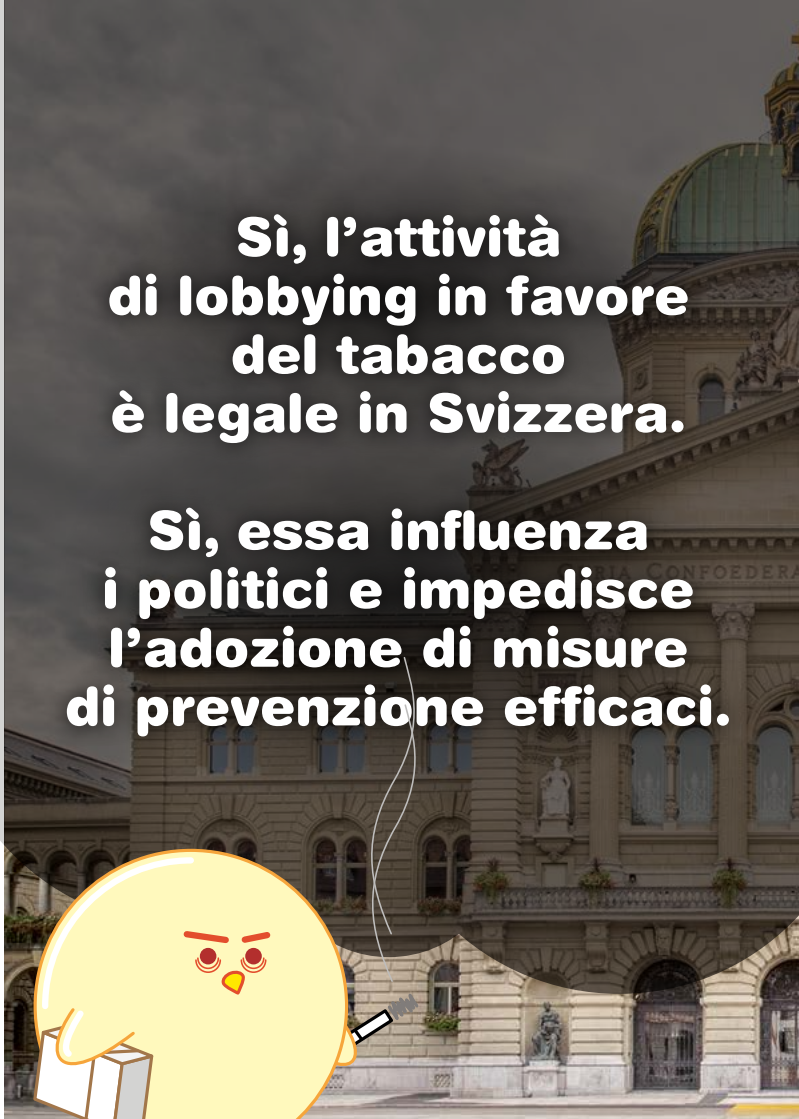
Il lobbying politico

Il lobbying (strategia attuata da un'azienda o da un gruppo di pressione allo scopo di difendere i propri interessi presso i responsabili politici) è un elemento indispensabile del gioco democratico, a condizione che sia trasparente, onesto e leale. Un lobbying non regolamentato porta a decisioni politiche che rispondono più a particolari interessi privati che all'interesse pubblico.

Mancanza di trasparenza

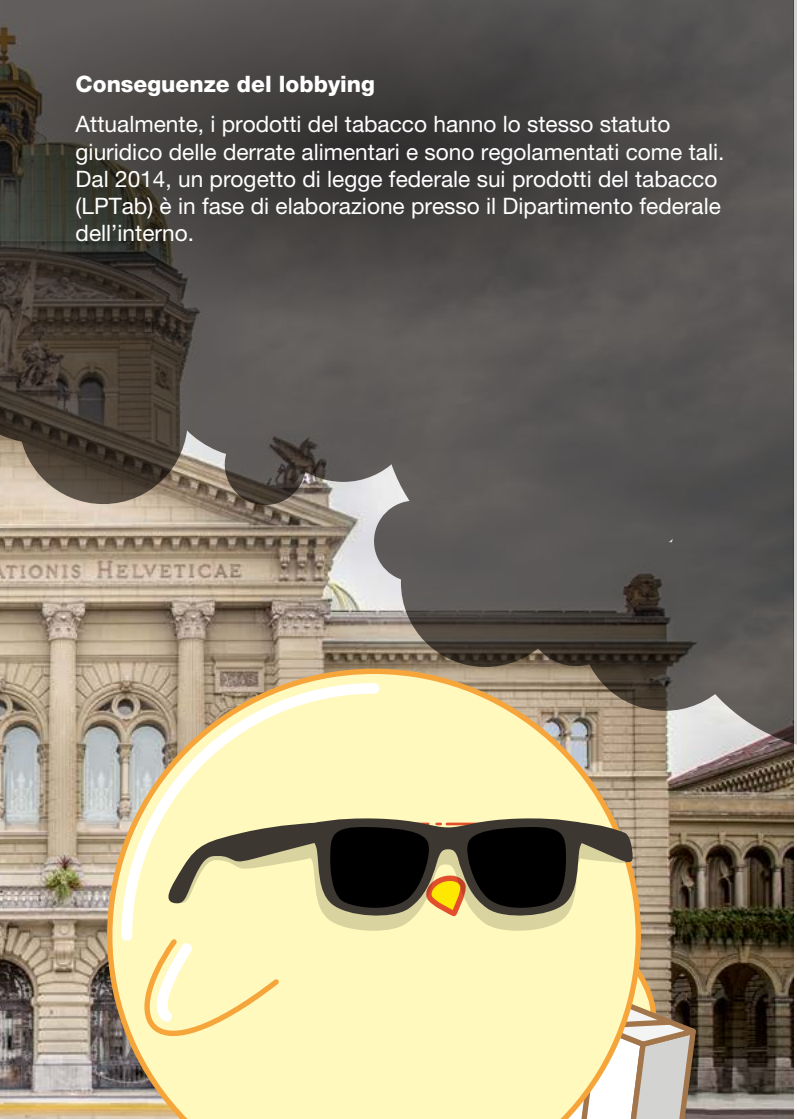
Le aziende produttrici di tabacco lavorano a stretto contatto con i lobbisti per difendere i propri interessi nel Parlamento federale. Tuttavia, questi legami non sono sempre trasparenti. Infatti, nonostante l'esistenza di un elenco (incompleto) di persone accreditate (in possesso di un badge di accesso a Palazzo federale), il mandato principale e il vincolo di interesse non sono specificati. Spesso è indicata un'agenzia di pubbliche relazioni: le aziende produttrici di tabacco per le quali i lobbisti lavorano non sono quindi identificate. Inoltre, altri lobbisti possono accedere al Parlamento federale con inviti della durata di un solo giorno senza che venga comunicata la loro affiliazione.

In conclusione, il lobbying dell'industria del tabacco è estremamente potente e dispone di enormi risorse finanziarie. L'attività di lobbying in favore della salute pubblica non può competere.



Conseguenze del lobbying

Attualmente, i prodotti del tabacco hanno lo stesso statuto giuridico delle derrate alimentari e sono regolamentati come tali. Dal 2014, un progetto di legge federale sui prodotti del tabacco (LPTab) è in fase di elaborazione presso il Dipartimento federale dell'interno.



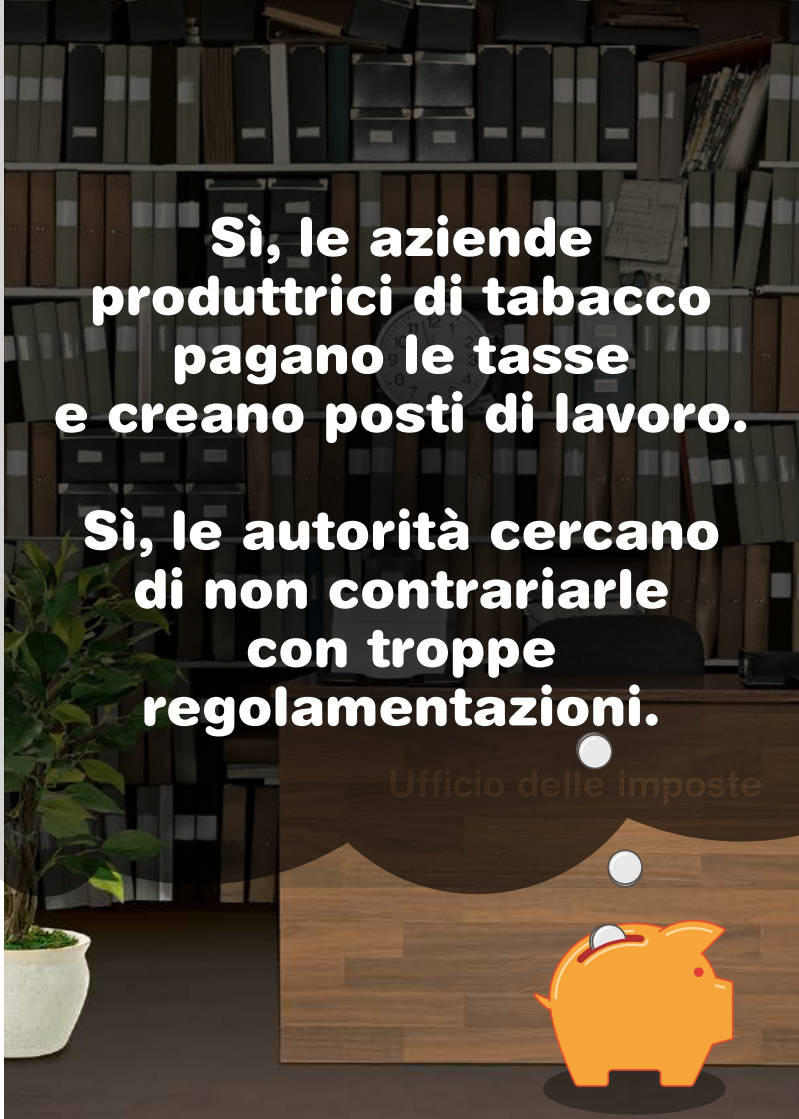
Nel 2016, il Parlamento ha respinto il progetto di legge che prevedeva, in particolare, l'adozione di restrizioni pubblicitarie.
La Svizzera è uno dei pochi paesi europei in cui la pubblicità del tabacco è ancora autorizzata.

Uso dell’argomento economico

L’industria del tabacco si basa su attori economici influenti per difendere i propri interessi e ricordare ai politici il ruolo importante che svolge sul mercato svizzero.

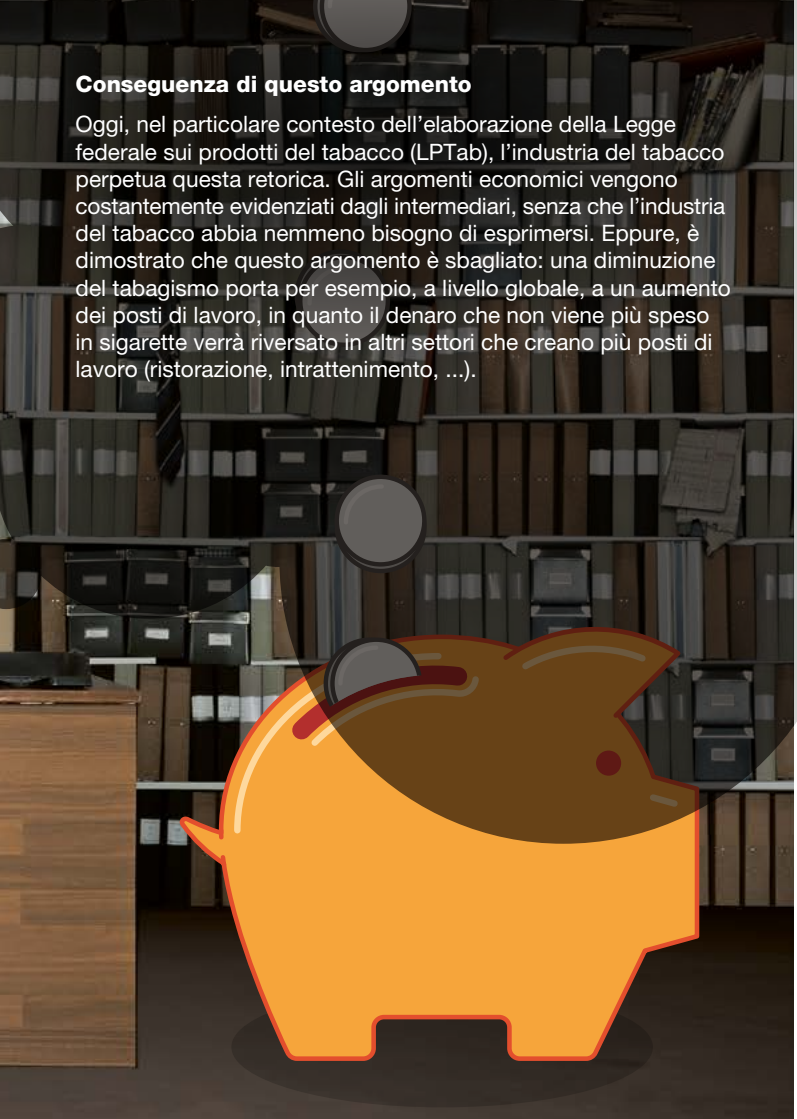
Infatti, le multinazionali del tabacco sono strettamente connesse con gli ambienti economici. L’Unione svizzera delle arti e mestieri (USAMV), economiesuisse e Comunicazione Svizzera (ex Pubblicità Svizzera), oltre ad alcuni Cantoni, sono potenti portavoce per rivendicare il peso economico di questa industria in Svizzera.

Allo stesso modo, quando un parlamentare occupa una posizione di responsabilità in un’organizzazione vicina alle aziende produttrici di tabacco, nella maggioranza dei casi è un fervente lobbista che difende gli interessi economici di questa industria e si oppone alle misure di prevenzione. Questo può verificarsi anche quando un parlamentare rappresenta un Cantone in cui l’industria del tabacco è molto influente.



Conseguenza di questo argomento

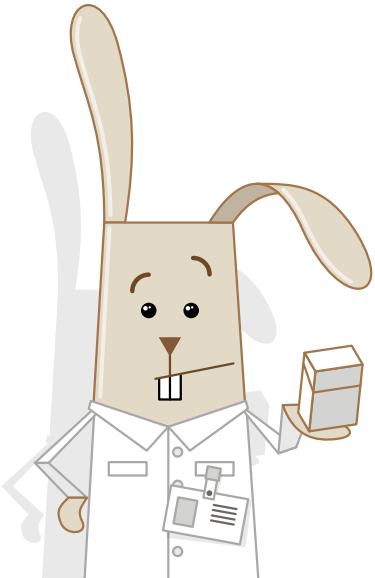
Oggi, nel particolare contesto dell'elaborazione della Legge federale sui prodotti del tabacco (LPTab), l'industria del tabacco perpetua questa retorica. Gli argomenti economici vengono costantemente evidenziati dagli intermediari, senza che l'industria del tabacco abbia nemmeno bisogno di esprimersi. Eppure, è dimostrato che questo argomento è sbagliato: una diminuzione del tabagismo porta per esempio, a livello globale, a un aumento dei posti di lavoro, in quanto il denaro che non viene più speso in sigarette verrà riversato in altri settori che creano più posti di lavoro (ristorazione, intrattenimento, ...).



La salute dell'economia viene prima di quella delle persone.

Intrusione nella ricerca e disinformazione

La scienza ha un forte potere di influenza. È per questo che l'industria del tabacco si è costantemente infiltrata nella ricerca scientifica, in particolare finanziando alcuni ricercatori.



Sì, l'industria del tabacco finanzia alcuni scienziati e organizza la propria scienza.

Sì, i risultati vengono utilizzati per negare l'efficacia della prevenzione.

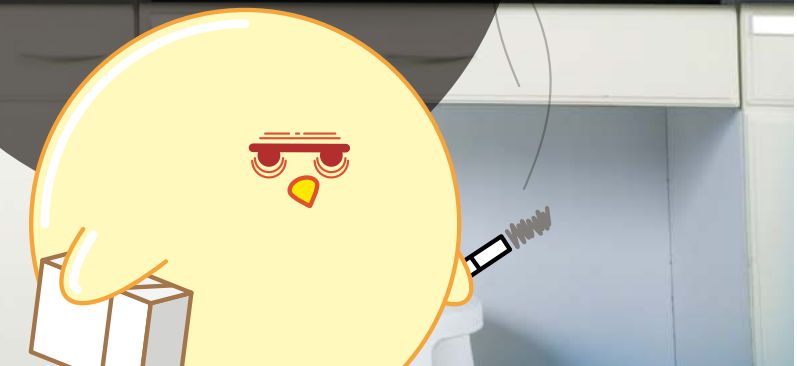
Due esempi in Svizzera

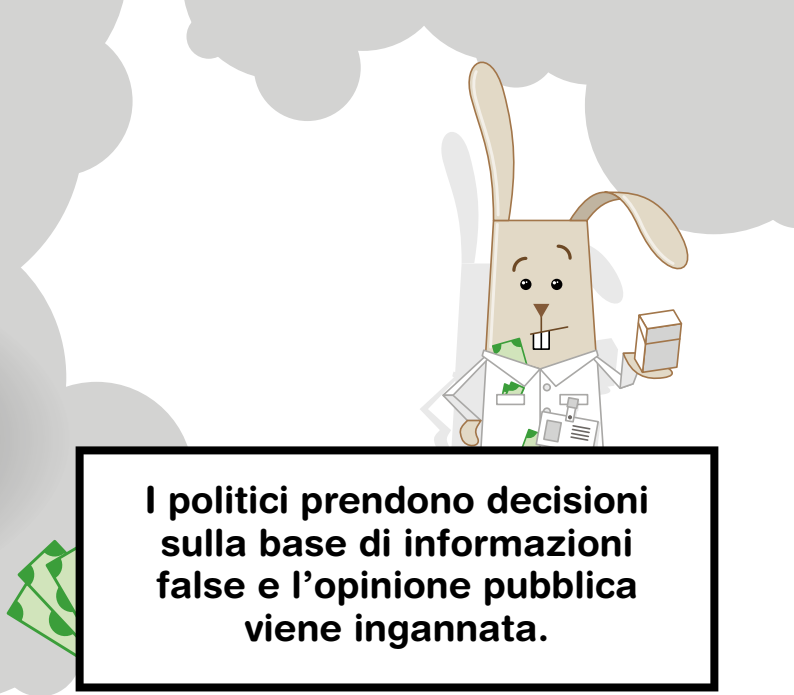
Il caso Rylander – Università di Ginevra: Ragnar Rylander, un professore sotto contratto segreto con Philip Morris sin dal 1972, ha diretto simposi e prodotto ricerche volte a negare gli effetti nocivi del fumo di tabacco. Nel 2003, il Prof. R. Rylander è stato riconosciuto colpevole di "frode scientifica senza precedenti nel campo del tabagismo passivo" dalla Corte di giustizia di Ginevra.

Il caso Philip Morris – Università di Zurigo: L'istituzione ha pubblicato nel 2014 due studi secondo i quali il pacchetto di sigarette standardizzato neutro in Australia non ha ridotto il numero dei fumatori. Questi lavori, firmati in particolare dal Professor Michael Wolf dell'Università di Zurigo, sono tuttavia stati commissionati e finanziati da Philip Morris International.

Conseguenze di queste intrusioni

I risultati, la cui erroneità è stata dimostrata da esperti del ramo della sanità pubblica, sono stati ampiamente utilizzati dalle aziende del tabacco per minimizzare la nocività dei loro prodotti e impedire l'adozione di misure di prevenzione.

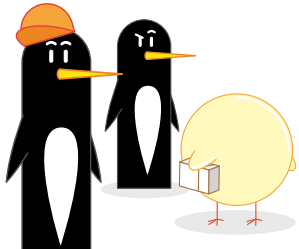




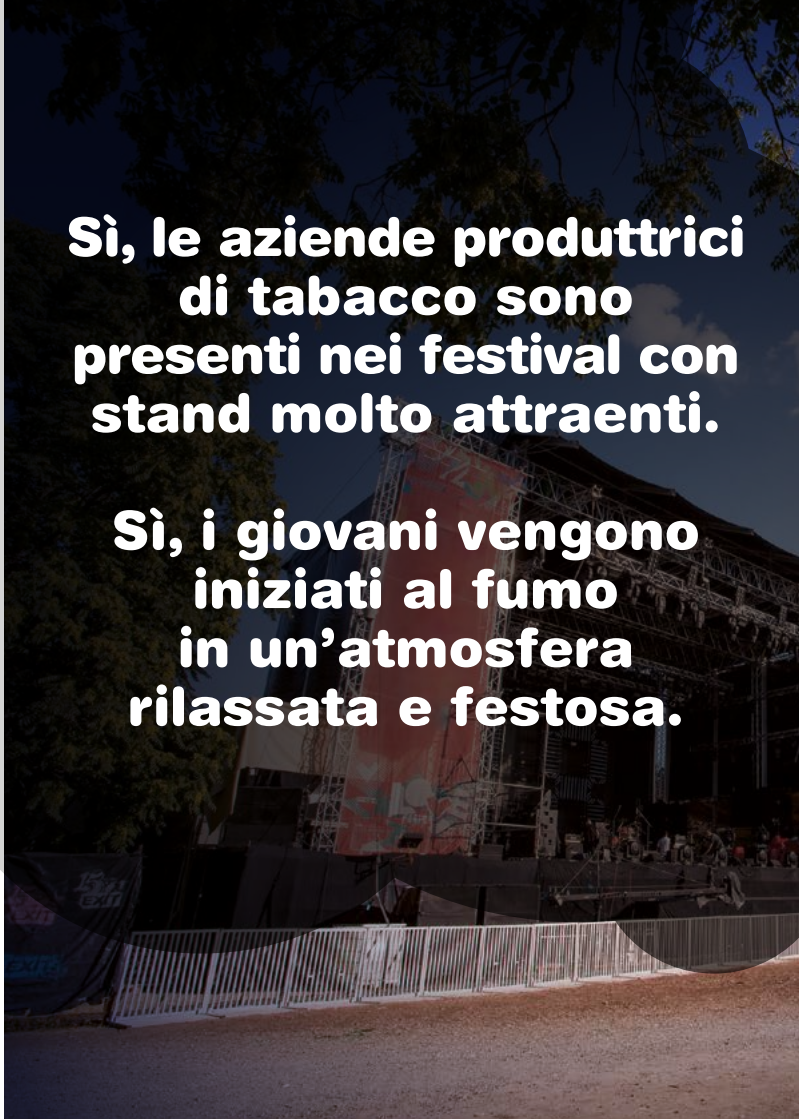
Sponsorizzazione di festival musicali

I contributi finanziari dell'industria del tabacco agli eventi sponsorizzati sono compresi tra CHF 5 000 e CHF 400 000 o più[1].

La sponsorizzazione da parte dell'industria del tabacco non si limita solo al versamento di contributi finanziari: la maggior parte delle volte, sul luogo dell'evento vengono condotte ampie attività di promozione, attraverso l'installazione di stand di vendita, piattaforme che propongono attività divertenti e attraenti, manifesti, offerte promozionali, hostess e animatori.



1 fonte: Osservatorio per le strategie di marketing dell'industria del tabacco, 2013

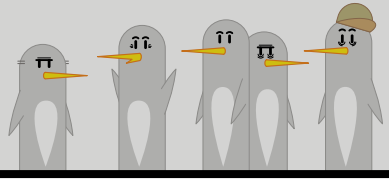


Sì, le aziende produttrici di tabacco sono presenti nei festival con stand molto attraenti.

Sì, i giovani vengono iniziati al fumo in un'atmosfera rilassata e festosa.

Conseguenza di questa presenza

L'industria del tabacco crea legami con gli organizzatori, offrendosi di sponsorizzare il loro evento. La presenza delle aziende produttrici di tabacco in questi ambienti "cool" promuove un'immagine positiva del tabagismo presso l'opinione pubblica.



Con la Bielorussia, la Svizzera è l'unico paese in Europa ad autorizzare la sponsorizzazione di festival da parte dell'industria del tabacco.

Attività "socialmente responsabili"

Negli ultimi anni, i grandi gruppi del tabacco si sono sempre più presentati al pubblico come aziende "responsabili" che hanno a cuore le problematiche sociali. Finanziano programmi d'azione o opere di aiuto che lottano ad esempio contro la povertà, il lavoro minorile, la violenza sulle donne, o che si impegnano per l'istruzione, l'arte, la cultura o la tutela dell'ambiente.

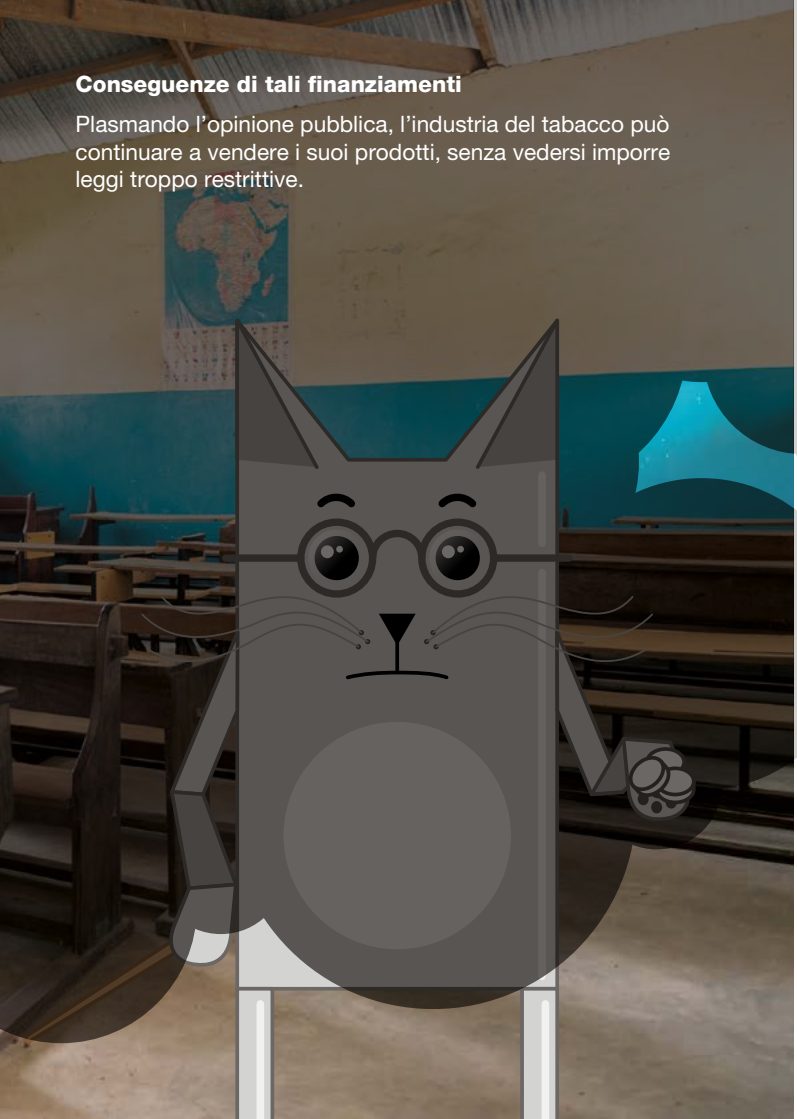
Questi contributi sono strategie ben pensate, volte a migliorare la reputazione dell'industria del tabacco.

Sì, le aziende produttrici di tabacco finanziano attività di beneficenza.

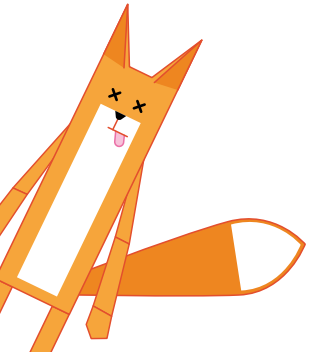
Sì, cercano di "comprarsi" una buona reputazione, attraverso una forma di "riscatto morale".

Conseguenze di tali finanziamenti

Plasmando l'opinione pubblica, l'industria del tabacco può continuare a vendere i suoi prodotti, senza vedersi imporre leggi troppo restrittive.

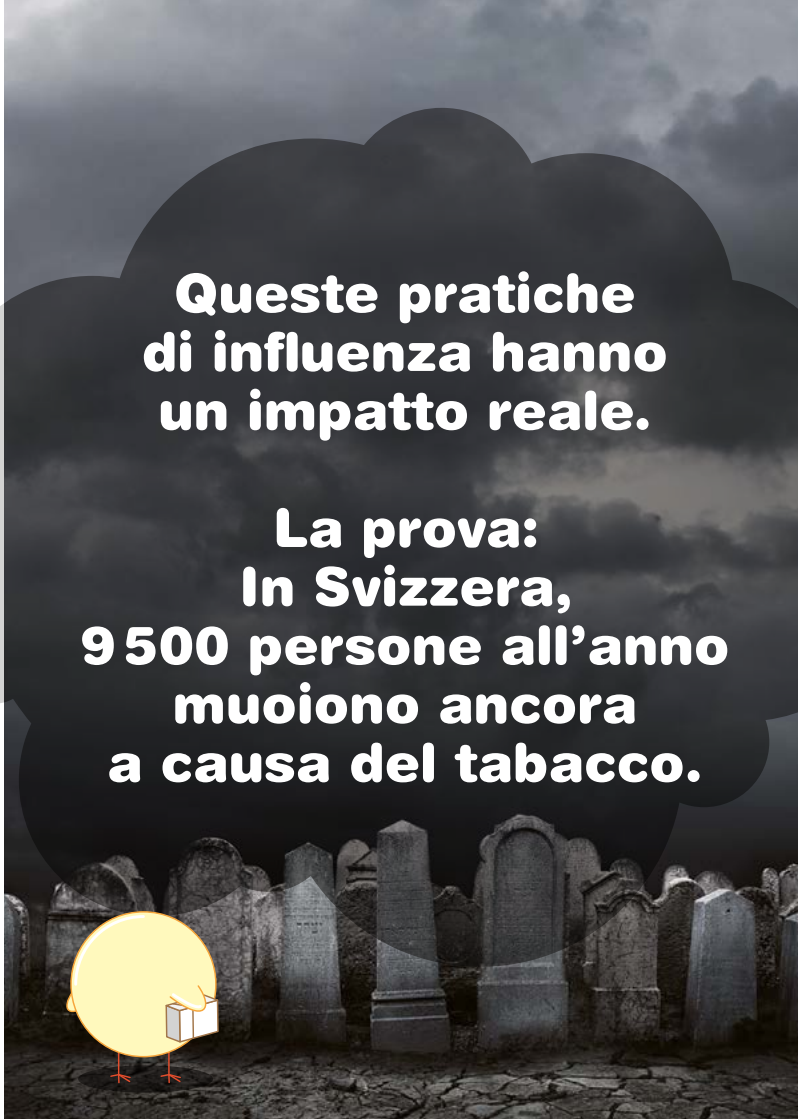


Tutto ciò è accettabile?



Queste pratiche di influenza hanno un impatto reale.

La prova:
In Svizzera,
9 500 persone all'anno muoiono ancora a causa del tabacco.



Come reagire?

In quanto responsabile politico svizzero

Rappresentare l'interesse generale del Popolo e non gli interessi privati dell'industria del tabacco.

Essere trasparente sulle proprie relazioni e legami con l'industria del tabacco.

Ratificare la Convenzione quadro dell'OMS per la lotta al tabagismo

In quanto cittadino svizzero

Mantenere uno sguardo critico e attento su ciò che si legge sente o vede.

Chiedere una maggiore trasparenza delle attività di lobbying politico.

Denunciare le irregolarità.

Interpellare i politici a livello cantonale o federale riguardo i tentativi di influenza dell'industria del tabacco.

In quanto attore della prevenzione in Svizzera

Considerare queste tattiche delle aziende produttrici di tabacco come una componente importante della prevenzione del tabagismo.

Approfondire, cercare di capire, documentare queste pratiche e renderle visibili e comprensibili all'opinione pubblica.

Ricercare altre competenze professionali (giornalistiche, etiche, giuridiche, politiche, ecc.).

Interpellare i politici a livello cantonale o federale riguardo i tentativi di influenza dell'industria del tabacco.

Contatti

Karin Zürcher, *Centro d'informazione per la prevenzione del tabagismo (CIPRET-Vaud), Promotion Santé Vaud*

Verena El Fehri, *Associazione svizzera per la prevenzione del tabagismo*

Nolvenn Gambin, *Prevenzione presso la Lega svizzera contro il cancro*

Alberto Polli, *Associazione svizzera non-fumatori*

Per maggiori informazioni visitare il sito: www.influenza-tabacco.ch

Il Fondo per la prevenzione del tabagismo (FPT) finanzia questo progetto.