

Comunicato stampa

Losanna, 14.06.2017

## Bambini e adolescenti subiscono pesantemente la pubblicità dei tabacchi

Un'indagine condotta dall'Institut du Management et des systèmes d'information (IMSI) della HEG Arc, su incarico di CIPRET-Vaud ha utilizzato una tecnica per rilevare i movimenti oculari (Eye-Tracking), al fine di analizzare gli effetti della pubblicità dei tabacchi su bambini e adolescenti dai 10 ai 17 anni. I risultati parlano chiaro. La pubblicità dei tabacchi raggiunge il 100 per cento di bambini e adolescenti che entrano in un chiosco. Durante una permanenza di 5 minuti lo sguardo di bambini e adolescenti si rivolge in media 22 volte agli espositori di pubblicità di tabacchi, il più delle volte in modo inconsapevole.

La ricerca dell'[Institut du Management et des systèmes d'information de la HEG Arc](#) affidata svolta su incarico di [CIPRET-Vaud](#) consisteva nel dotare 34 bambini e adolescenti di età compresa fra i 10 e i 17 anni di occhiali speciali che coglievano il comportamento dello sguardo (Eye-Tracking) e nell'inviarli in chioschi del Canton Vaud. La tecnica Eye-Tracking rendeva possibile analizzare i movimenti degli occhi, i punti di fissazione e la durata di fissazione oculare di bambini e adolescenti nel corso di un compito abituale (acquisto di una bibita, di uno snack, di un giornale ecc.).

I risultati dimostrano che tutti i partecipanti erano esposti alla pressione pubblicitaria esercitata dall'industria del tabacco in un punto vendita. E ciò in modo massiccio, dato che ogni bambino e ogni adolescente durante una permanenza di 5 minuti aveva fissato in media 22 volte i prodotti di tabacco o le pubblicità dei tabacchi. Ciononostante, quando infine sono stati interrogati su cosa ricordavano di aver visto nel chiosco, solo 3 partecipanti (9%) nominavano spontaneamente le sigarette. **L'esposizione di bambini e adolescenti al marketing dei tabacchi è non solo inevitabile, ma anche pesante e perlopiù inconsapevole.** Eppure è dimostrato che esposizioni brevi, ripetute e inconsapevoli a stimoli pubblicitari agiscono positivamente sulle valutazioni e le intenzioni di acquisto.

I chioschi sono luoghi strategici nei quali si investe la maggior parte delle spese per il marketing dei prodotti del tabacco. [L'osservatorio per le strategie di marketing per i prodotti del tabacco](#), in un'altra indagine condotta da CIPRET-Vaud nel 2013-14, aveva registrato fino a 27 sollecitazioni [pubblicitarie nel medesimo punto di vendita](#).

Entrambi gli studi combinati assieme dimostrano che i bambini e gli adolescenti sono esposti a insistenti stimoli pro-tabacco ogni volta che entrano in un punto vendita. Ora è anche dimostrato che la promozione del tabacco nei punti vendita alza notevolmente la probabilità che bambini e adolescenti comincino a fumare.

La legislazione svizzera in vigore non permette di proteggere i giovani dall'influenza massiccia e inconsapevole della pubblicità dei tabacchi. Il divieto di ogni forma di pubblicità, promozione e sponsorizzazione dei prodotti del tabacco rappresenterebbe un mezzo efficace per ridurre il consumo di tabacchi e proteggere bambini e adolescenti dalla possibilità di iniziare a consumare questo prodotto. Una misura di questo tipo, consigliata

dall'OMS e [adottata dalla maggior parte dei Paesi europei](#), è [caldeggiata dalla maggior parte della popolazione svizzera](#). Il Parlamento svizzero, senza tenere conto di ciò, ha recentemente respinto la proposta della Legge federale sui prodotti del tabacco, che prevedeva di limitare la pubblicità per questi prodotti.

## CIPRET-Vaud

Il [CIPRET-Vaud](#) è il Centro cantonale di informazione per la prevenzione del tabagismo. Il suo compito è sviluppare progetti e competenze specialistiche per garantire l'informazione nell'ambito della prevenzione del tabagismo nei riguardi della popolazione, degli enti pubblici, degli imprenditori e degli specialisti in ambito sanitario, sociale e della formazione del Canton Vaud.

CIPRET-Vaud è incaricato su mandato del servizio sanitario cantonale per la realizzazione del programma cantonale di prevenzione del tabagismo. Esso opera assieme ai partner di questo settore a livello cantonale, regionale e nazionale.

## Contatti per i media

- **Karin Zürcher** (francese), responsabile, CIPRET-Vaud  
078 690 30 54, [karin.zuercher@fvls.vd.ch](mailto:karin.zuercher@fvls.vd.ch)
- **Dott. Julien Intartaglia** (francese, tedesco) professore per marketing e pubblicità, HEG-arc  
078 913 14 81, [julien.intartaglia@he-arc.ch](mailto:julien.intartaglia@he-arc.ch)
- **Verena El Fehri** (tedesco e italiano) direttrice AT  
031 599 10 20, [verena.elfehri@at-schweiz.ch](mailto:verena.elfehri@at-schweiz.ch)

## Allegati

- [Presentazione dei risultati « L'impact de la publicité pour les produits du tabac dans les points de vente en Suisse auprès de jeunes ». HEG Arc](#)
- Foto dell'indagine disponibili su richiesta