DIPENDENZE | SVIZZERA

Arbeitsgemeinschaft Tabakprävention Schweiz
Association suisse pour la prévention du Tabagisme
Associazione svizzera per la prevenzione del Tabagismo

**Giovani e fumo** **Guida pratica 3**

**Uno strumento pedagogico per gli insegnanti delle scuole medie con proposte didattiche per strutturare le lezioni**

# La coltivazione e i prodotti del tabacco. Le strategie dell'industria del tabacco

La coltivazione del tabacco è una delle attività agricole a maggior intensità di manodopera. Negli ultimi anni questa attività è stata sempre più delocalizzata verso i paesi in via di sviluppo ed emergenti, il che comporta sì dei vantaggi per queste regioni, ma anche problemi e sfide non indifferenti.

L'industria del tabacco è un affare da miliardi. Da tempo si sa che questa industria non esita a ricorrere a trucchi e strategie per aumentare la propria cifra d'affari, ingannando i consumatori sui danni e sui rischi che corrono.

Questa guida, che si rivolge agli insegnanti delle scuole medie, contiene informazioni sugli aspetti summenzionati e va così a completare le due guide della serie «Giovani e fumo», Guida n. 1: «Il fumo nuoce alla salute» e Guida n. 2: «Fumare o non fumare? Ragioni e motivi»).

Lo scopo della guida è rendere attenti gli allievi, fornendo loro informazioni oggettive, sull'influenza dell'industria del tabacco e sulle conseguenze della coltivazione del tabacco sull'uomo e sulla natura. In tal modo, la guida intende invitare i giovani a riflettere e a decidere se fumare e quindi sostenere l'industria del tabacco o meno.

Oltre ai testi introduttivi, nella guida gli insegnanti troveranno rimandi a siti web e ad altro materiale informativo che, dopo le dovute spiegazioni, gli allievi potranno utilizzare autonomamente per approfondire l'argomento. Le schede che si trovano nella seconda parte della guida possono essere usate durante le lezioni di diverse materie.

**Contenuti**


- Il tabacco: pianta e coltivazione
- L'industria del tabacco: chi si nasconde dietro a questo enorme business?
- La nocività dei prodotti del tabacco
- L'industria del tabacco «compera» i ricercatori e falsifica le ricerche
- Disposizioni legali sulla coltivazione, sul commercio e sul consumo di tabacco
- Proposte didattiche 1 – 4
- Informazioni complementari
- Allegato: disposizioni legali

# Una coltivazione su scala mondiale

Contadino in un campo di tabacco ©Eva Lemonenko – Fotolia.com

## Il tabacco: pianta e coltivazione

La pianta del tabacco viene coltivata in tutto il mondo. Attualmente 43'000 chilometri quadrati di terreno agricolo (una superficie più grande della Svizzera[1]) coltivati a tabacco in 124 paesi fruttano annualmente 7,5 milioni di tonnellate di tabacco greggio. Anche in Svizzera si produce tabacco.

La pianta del tabacco è originaria dell'America centrale e veniva coltivata dalle popolazioni Maya già 3'000 anni or sono. Dopo la scoperta dell'America, il tabacco venne importato in Europa e consumato sotto forma di sigari, tabacco da pipa o da masticare. Le sigarette, invece, si diffusero solo all'inizio del XX secolo, quando si iniziò a produrle su scala industriale[2]. Tra i prodotti del tabacco, oggigiorno le sigarette fanno la parte del leone sul mercato mondiale.

Dal punto di vista agricolo, il tabacco è uno dei prodotti a maggior intensità di manodopera: basti pensare che per la coltivazione del grano si deve ricorrere ad un centesimo della manodopera necessaria per questa coltura. Nel corso degli ultimi decenni, si è quindi assistito ad una delocalizzazione progressiva della coltivazione verso i paesi in via di sviluppo, allo scopo di abbassare i costi di produzione. Tra il 1961 e il 2007, nei paesi industrializzati la coltivazione del tabacco è diminuita del 67%. Attualmente, oltre il 90% della superficie coltivata a tabacco si trova nei paesi in via di sviluppo ed emergenti. Inoltre, la produzione è stata delocalizzata per un altro motivo: in queste regioni i vincoli legali atti a salvaguardare l'ambiente e a tutelare la salute dei coltivatori sono molto meno severi, per non dire inesistenti.

## Le ricadute sull'ambiente e sugli abitanti dei paesi produttori

Il tabacco è una monocultura che sottrae al terreno molte sostanze nutritive, impoverendolo in pochissimo tempo. Inoltre, la pianta del tabacco è molto soggetta alle aggressioni di parassiti e funghi. Di conseguenza, i produttori utilizzano enormi quantità di pesticidi e di concimi (fino a 150 prodotti chimici diversi), alcuni dei quali proibiti da tempo in Svizzera perché mettono a repentaglio la salute dei contadini e lasciano residui nel terreno e nelle falde freatiche.

[1] www.tobaccoatlas.org/topic/growing-tobacco e www.dkfz.de
[2] 1881: negli Stati-Uniti James Bonsack brevetta la prima macchina per la produzione di sigarette

Questo sfruttamento costante del terreno porta al depauperamento del suolo nell'arco di pochi anni, per cui occorre spostare altrove la coltivazione o ricorrere ad una rotazione delle colture. Lo sfruttamento selvaggio causa spesso un'erosione del terreno. Di conseguenza, per avere nuove superfici coltivabili, non di rado si disboscano le foreste, specie quelle tropicali, di vitale importanza per l'uomo. Tuttavia, il bisogno di nuovi spazi non è l'unica causa della crescente distruzione delle foreste: l'essicazione delle foglie di tabacco necessita infatti moltissima legna. Per seccare un chilo di foglie occorrono in media 8,4 kg di legna da ardere. Le conseguenze sono pesanti: si distrugge lo spazio vitale per gli esseri umani e gli animali, la biodiversità diminuisce e il paesaggio che ne risulta ha le sembianze di un deserto.

La coltivazione del tabacco ha inoltre ripercussioni importanti anche sulle persone che vivono e lavorano in queste regioni. I prodotti chimici e i pesticidi utilizzati sono spesso cancerogeni e danneggiano il patrimonio genetico. La nicotina è un veleno da contatto, presente nelle foglie del tabacco per proteggere la pianta dagli insetti. Al momento del raccolto, attraverso il contatto con le foglie umide, la nicotina viene assorbita direttamente attraverso le mani e tutte le parti del corpo esposte, causando quella che viene chiamata la malattia del tabacco verde, i cui sintomi sono: nausea, vomito, emicrania, difficoltà respiratorie e alterazioni della frequenza cardiaca e altri ancora. La malattia potrebbe essere prevenuta indossando degli indumenti protettivi, ma molti coltivatori di tabacco sono troppo poveri per poterseli permettere o non abbastanza informati dei rischi.

A causa dell'intensità di manodopera e della povertà dei coltivatori di tabacco, nei paesi in via di sviluppo spesso anche i bambini devono dare una mano nei campi e quindi anche loro si espongono a questi rischi per la salute, toccando le foglie al momento del raccolto e manipolando concimi e pesticidi. Anche la scolarizzazione dei bambini risente parecchio della loro presenza nei campi, penalizzando in tal modo tutta la società e compromettendo, a lungo termine, la salute, l'istruzione e la formazione di interi strati sociali.

Per alcuni paesi, il passaggio dalla coltivazione del tabacco a un'agricoltura alimentare e più sana potrebbe rivelarsi difficile e complesso. Per riuscire a spezzare il circolo vizioso della povertà e proporre alternative e programmi di riconversione, sono necessari aiuti internazionali e governativi.

## Letture su questo argomento

### Coltivazione del tabacco:

- **www.at-svizzera.ch**: L'impatto sociale del tabacco www.at-svizzera.ch/fileadmin/Daten/Merkblaetter/2015/mb_it_soziale_auswirkungen_lehrpersonen_okt15.pdf
- **www.unfairtobacco.org** (in tedesco)
- **www.feelok.ch** > Konsum Sucht> Thema Rauchen > Umwelt, Menschen (in tedesco)
- **www.tabaction.ch** > Modulo 2 – Aspetti economici e politici del consumo di tabacco (in tedesco e francese)

### Lavoro minorile

- SRF 1: **emissione Kassensturz** sul tema del lavoro minorile nelle piantagioni di tabacco (in tedesco) > www.youtube.com/watch?v=vdYHd-WQSmc
- **RTS ABE** (A bon entendeur, in francese) > www.rts.ch/emissions/abe/1923095-conditions-de-travail-dans-les-plantations-de-tabac-au-bresil.html

# L'industria del tabacco: chi si nasconde dietro a questo enorme business?

Produzione di sigarette ©kiri – Fotolia.com

In Svizzera, la vendita di sigarette è un affare da miliardi. Nel 2014 nel nostro paese sono state vendute oltre 10,2 miliardi di sigarette, di cui 1,1 miliardi di sigarette importate (Swiss Cigarette 2015). Si calcola che ogni anno nel nostro paese vengano spesi circa 4,4 miliardi di franchi per acquistare prodotti del tabacco.

Sono tre i giganti che si dividono il mercato svizzero: Phillip Morris, British American Tobacco e Japan Tobacco. Questi gruppi industriali sono anche i leader del settore a livello mondiale. Basti pensare che Phillip Morris, che tra l'altro produce le marche Marlboro, Chesterfield e Phillip Morris, nel 2014 ha realizzato un utile di 30 milioni di dollari.[3]

Il 61% del prezzo di un pacchetto di sigarette è costituito da imposte (stato al 1° settembre 2015). In altre parole, se un pacchetto costa 8 franchi e 40, la quota che va allo Stato è di 5,15 franchi, di cui 4,50 vengono versati nelle casse dell'AVS e dell'AI, mentre il resto viene suddiviso tra IVA e sostegno alla coltivazione autoctona di tabacco e del fondo per la prevenzione del tabagismo.[4]

Nel 2014 questa quota allo stato (accise) rappresentava 2,3 miliardi di franchi, importo che sembra molto alto, ma che va relativizzato se si tiene conto delle spese causate dalle conseguenze del tabagismo sulla salute pubblica che incidono enormemente sull'economia nazionale. Si tratta da un lato dei costi diretti delle malattie legate al consumo di tabacco, e dall'altro di quelli indiretti, come le assenze dal lavoro per malattia, l'invalidità e la mortalità precoce.

Globalmente, si stima che in Svizzera i costi diretti e indiretti del consumo di tabacco si situino a 5,5 miliardi di franchi all'anno (il calcolo si basa sulle cifre relative al 2000 e non sono compresi i costi umani, vale a dire l'abbassamento della qualità della vita, stimata a 5,2 miliardi). Le imposte che i fumatori versano acquistando un pacchetto di sigarette coprono quindi solo in parte i costi causati dal fumo.

Spesso la lobby del tabacco presenta sotto una luce positiva il fatto che i fumatori finanzino l'AVS e l'AI. Ciò, tuttavia, non dovrebbe indurre a saltare troppo presto alla conclusione che, se dovesse calare il numero dei fumatori, non si riuscirebbe più a finanziare le assicurazioni sociali. Nel 2013, infatti, l'imposta sul tabacco rappresenta solo il 6% delle entrate dell'AVS/AI. Per questa assicurazione sociale occorrerà trovare, a lungo termine, nuove fonti di finanziamento, indipendentemente dal fatto che il numero dei fumatori diminuisca o meno.

[3] Su www.unfairtobacco.org e www.addictionsuisse.ch sono disponibili altre cifre sui giganti dell'industria del tabacco.
[4] Cfr. inoltre www.at-svizzera.ch > Facts

# La nocività dei prodotti del tabacco

## Il ruolo dell'industria del tabacco

A partire dagli anni Cinquanta, l'opinione pubblica comincia a prendere coscienza dei rischi del fumo. Con lo scopo di conservare le proprie quote di mercato, i fabbricanti di tabacco fanno parecchi sforzi per modificare le sigarette e per presentare nuovi prodotti apparentemente meno dannosi per la salute, nella speranza di migliorare la propria immagine un po' appannata.[5] Vennero quindi lanciate sul mercato sigarette definite «light» e «mild», denominazioni nel frattempo vietate – in molti paesi – dotate di nuovi filtri, che dovevano dare al consumatore l'illusione di correre meno rischi per la propria salute. Sostenute da ampie campagne pubblicitarie, queste nuove sigarette con un contenuto più basso di catrame e nicotina, ebbero però un effetto minimo sulla riduzione dei pericoli per la salute. Convinti che fossero meno nocive, furono tuttavia ben presto adottate dai fumatori. Inizialmente le autorità sanitarie non si resero conto che, di queste nuove sigarette, i fumatori ne fumavano di più o che inalavano più profondamente il fumo, e quindi in pratica correvano lo stesso pericolo (se non un rischio maggiore) che fumando le loro sigarette abituali. Di conseguenza, questi nuovi prodotti hanno piuttosto contribuito ad affossare gli sforzi mirati alla prevenzione del consumo di tabacco e alla promozione dell'astinenza dal fumo. Siccome i fumatori erano convinti che fossero meno dannose, probabilmente queste nuove sigarette hanno addirittura contribuito ad aumentare il tasso di mortalità.

Negli ultimi anni sono stati introdotti sul mercato (o sono in procinto di esserlo) alcuni prodotti denominati «prodotti a rischio ridotto» o sigarette elettroniche.

## La composizione del fumo di sigaretta

Una sigaretta contiene oltre 7000 (!) sostanze chimiche, di cui almeno 70 cancerogene.
Dopo essere stati inalati attraverso le vie respiratorie, questi veleni nella circolazione sanguigna e si diffondono in tutto il corpo, lasciando tracce e provocando malattie.6
Tra le sostanze cancerogene presenti nel fumo di sigaretta ricordiamo: l'arsenico, il butano, il cadmio, il piombo e il nichel.
Tra le altre sostanze chimiche tossiche sprigionate dalle sigarette troviamo: l'ammoniaca, l'acido solforico, lo zinco, l'acetone ecc.

## Le avvertenze sui pacchetti di sigarette

Benché i produttori siano tenuti ad indicare sull'imballaggio il contenuto di catrame, di nicotina e di monossido di carbonio, è impossibile valutare qual è la dose realmente assorbita dal fumatore. Le cifre indicate sono infatti calcolate con macchine che «fumano le sigarette» e che non tengono quindi conto del comportamento del singolo fumatore (per esempio del volume medio di una boccata di fumo, del numero di boccate, della pressione esercitata dalle dita sul filtro munito di fori e così via) e quindi falsano i risultati.
Le sostanze chimiche o tossiche presenti nelle sigarette e nel tabacco non sono menzionate sul pacchetto. In poche parole, l'elenco degli ingredienti indicati su uno yogurt è molto più lungo di quello di un prodotto del tabacco, nonostante quest'ultimo sia considerato un prodotto tossico!
Altri prodotti: snus, tabacco da masticare, tabacco da fiuto ecc.
Il tabacco non nuoce alla salute solo sotto forma di sigaretta o di sigari. Anche altri prodotti del tabacco, come lo snus, il tabacco da fiuto o quello per le pipe ad acqua o la sigaretta elettronica presentano altrettanti rischi per la salute.

Per informazioni più dettagliate sui rischi per la salute dei prodotti del tabacco, come lo snus, il tabacco da masticare, da fiuto, le pipe ad acqua e le sigarette elettroniche consultare:

- **www.at-svizzera.ch** > Facts e > Shop
- **www.dipendenzasvizzera.ch**
  Fatti e cifre > Tabac (in tedesco o in francese)
  Documentazione informativa: Flyer Nargilé, Snus & Co. > www.dipendenzasvizzera.ch
- **www.ufsp.admin.ch**: Gli additivi del tabacco: un rischio per la salute > www.bag.admin.ch/bag/it/home/themen/mensch-gesundheit/sucht/tabak/gesundheitliche-folgen-rauchen/zusatzstoffe-zigaretten.html

[5,6] U.S. Department of Health and Human Services. How Tobacco Smoke. Causes Disease: The Biology and Behavioral Basis for Smoking-Attributable Disease: A Report of the Surgeon General. Atlanta, GA: U.S.
Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health, 2010 > www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/sgr/2010/index.htm

## L'industria del tabacco «compera» i ricercatori e falsifica le ricerche

A partire dagli anni Sessanta, l'industria del tabacco ha commissionato degli studi che hanno dimostrato che il fumo dà dipendenza. A tutt'oggi, però, l'industria del tabacco ha nascosto all'opinione pubblica questa verità o perlomeno ha cercato di relativizzarla. I responsabili del settore hanno «comperato» dei ricercatori per falsificare di proposito i risultati e minimizzare i rischi. Alcuni ricercatori sono stati pagati profumatamente dall'industria del tabacco per le loro consulenze, ma nei loro studi si sono guardati bene dallo svelare i loro legami con l'industria stessa. E così hanno falsificato i risultati dei loro studi a vantaggio di chi li aveva assoldati. Esistono parecchi documenti e pubblicazioni che attestano tale complicità. In seguito a procedimenti giudiziari, l'industria del tabacco è stata costretta a pubblicare i documenti che dimostrano queste connessioni.

Questi documenti possono essere consultati sul seguente sito:

- www.industrydocumentslibrary.ucsf.edu/tobacco/

### Letture su questo argomento

- **www.at-svizzera.ch** > Facts > Industria del tabacco
- **www.feelok.ch** > Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen > Verschaff dir den Durchblick > Tricks der Tabakindustrie> Wahrheit verheimlichen und verfälschen (in tedesco) www.feel-ok.ch/de_CH/jugendliche/jugendliche-konsum-sucht.cfm

### Film

«Thank you for smoking» (USA, 2005, di Jason Reitman)
«Dietro la verità» (The Insider, USA, 1999, di Michael Mann)

## Marketing e pubblicità

Fotografia che simula una pubblicità al tabacco, riprendendo temi tipici come la libertà, la bellezza, gli spazi infiniti
©olly – Fotolia.com

Secondo l'industria del tabacco, la pubblicità non servirebbe ad accaparrarsi nuovi clienti, ma unicamente a far sì che chi già fuma venga invogliato a cambiare marca di sigarette. Teoricamente, ciò significa che i produttori di tabacco sarebbero consapevoli che, prima o poi, nessuno fumerà più.

La realtà è che l'industria del tabacco ha bisogno di nuovi mercati e di nuovi consumatori per mantenere o aumentare la sua cifra d'affari. Ma che strategie adotta per raggiungere questi obiettivi?

### Convincere i giovani ad iniziare a fumare

Alcuni studi hanno evidenziato che i bambini più esposti alla pubblicità dei prodotti del tabacco corrono rischi maggiori di diventare fumatori. (Quanto più precoce è l'età in cui un adolescente inizia a fumare, tanto più elevato sarà il rischio che diventi un fumatore regolare e, di conseguenza, che sviluppi una dipendenza). In molti paesi, la pubblicità ai prodotti del tabacco destinata specificatamente per i giovani è proibita dalla legge. Ciononostante, l'industria delle sigarette ha minuziosamente elaborato una strategia di marketing che utilizza numerosi canali poco visibili al grande pubblico.

Gli esempi di marketing sono innumerevoli: i luoghi in cui le pubblicità o gli eventi promozionali si svolgono, il linguaggio, le immagini utilizzate, associate a premi o a esperienze particolarmente allettanti per i giovani, sono accuratamente mirati. I documenti[7] interni dell'industria del tabacco, resi pubblici dalla giustizia, mostrano che i produttori di tabacco hanno accuratamente studiato i comportamenti dei bambini e dei giovani. L'industria ha inoltre pagato per mostrare i suoi prodotti anche nei film.

Addirittura nei film per tutta la famiglia si vedono scene in cui i personaggi, giovani particolarmente avvenenti e «cool», fumano. In tal modo si invogliano i minorenni ad imitare questi modelli. Anche i social network vengono usati come cassa di risonanza: su Facebook, Youtube e Twitter gli spot e i messaggi pubblicitari per i prodotti del tabacco abbondano, trasformando gli internauti in veri e propri promotori del tabacco.

Anche il ricorso al «greenwashing» creando pacchetti di sigarette per così dire «ecologici» o sigarette «senza additivi», evidenziandone l'aspetto naturale, vuole far leva sulla vena ambientalista di tutto un segmento di clientela giovane, facendo loro (falsamente) credere che, fumando si fa «qualcosa di buono» per l'ambiente e per la propria salute.

### Letture su questo argomento

- **www.at-svizzera.ch** > Facts > Pubblicità
- **L'observatoire des stratégies marketing** pour les produits du tabac
  www.observatoire-marketing-tabac.ch/resultats/
  (in tedesco e francese)
- **www.feel-ok.ch** Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen > Verschaff dir den Durchblick > Tricks der Tabakindustrie > Tricks, um dich anzulocken ( in tedesco)

### Aumentare gli sbocchi commerciali nei paesi in via di sviluppo ed emergenti

Nell'Europa occidentale, in Canada e negli Stati Uniti si fuma sempre meno. Ciò è dovuto a diversi motivi, tra cui un inasprimento delle leggi in materia di protezione dal fumo passivo, un'intensificazione degli sforzi mirati alla prevenzione e una maggior consapevolezza dell'importanza della salute. L'industria del tabacco è quindi alla ricerca costante di nuovi mercati. I paesi dell'Est europeo, quelli asiatici, africani e latinoamericani rappresentano un enorme potenziale: alcuni di loro non hanno nemmeno leggi che disciplinino il consumo di tabacco e la composizione delle sigarette. Altri paesi hanno aperto i loro mercati all'industria occidentale e i produttori di sigarette ne hanno immediatamente approfittato. Va inoltre detto che la popolazione di questi paesi è poco informata sui rischi e sulle conseguenze del fumo. L'industria del tabacco approfitta di questo stato di cose e investe parecchio per ampliare la sua presenza sui mercati di questi paesi.

Qui di seguito alcune delle strategie pubblicitarie messe in atto nei paesi africani per raggiungere i loro obiettivi.[8] Alcune marche di sigarette hanno nomi che evocano il mondo occidentale e il cosmopolitismo, come «Visa», che significa visto, o «Embassy», che vuol dire ambasciata. A scopo pubblicitario vengono inoltre distribuiti campioni gratuiti e gadget di ogni genere, sui quali figura in bella mostra il nome di una di queste marche. Inoltre, le manifestazioni culturali e sportive vengono sponsorizzate dalle ditte produttrici di tabacco.

La maggioranza delle sigarette che si fumano in questi paesi ha un contenuto di nicotina, catrame e altre sostanze chimiche nettamente superiore rispetto alle sigarette vendute in Svizzera.

A ciò si aggiunga il fatto che in Africa è molto diffusa la vendita di sigarette sfuse, il che permette anche ai più poveri di acquistarle.

Sostenuti dalla Convenzione quadro dell'OMS[9] sul tabacco, questi paesi, i loro governi o le ONG si mobilitano per tutelare la salute della loro popolazione. Il Burkina Faso, il Ciad e il Madagascar, ad esempio, hanno adottato nuove misure quali le avvertenze sanitarie illustrate, delle immagini shock sui pacchetti di sigarette.

- Osservatorio del tabacco dell'Africa francofona:
  > www.otaf.info/

7 Massachusetts Department of Public Health. Change in Nicotine Yields 1998-2004. (www.mass.gov/eohhs/docs/dph/tobacco-control/nicotine-yields-1998-2004-report.pdf)

8 Rapporto «L'Afrique s'en fume» de Jessica de Bernardini www.otaf.info/sites/default/files/documents/bernardini-l-afrique-s-enfume.pdf

9 www.who.int/fctc/text_download/en/

# Disposizioni legali sulla coltivazione, sul commercio e sul consumo di tabacco

In Svizzera, le varie disposizioni di legge che disciplinano il settore non sono unificate, ma compongono un vero e proprio mosaico di disposizioni cantonali e federali. Negli ultimi anni sono state emanate diverse disposizioni nazionali o cantonali per proteggere le persone dal fumo passivo, limitare la pubblicità per i prodotti del tabacco e vietarne la vendita ai giovani. Tuttavia, dal punto di vista della prevenzione, nei testi di legge restano ancora parecchie lacune e incoerenze.

Una nuova legge sui prodotti del tabacco dovrebbe permettere una migliore tutela dei consumatori e della salute della popolazione in generale. La legge dovrebbe contemplare il divieto di vendita ai minorenni e alcune restrizioni in ambito pubblicitario. Tale legge dovrebbe essere applicata anche alle sigarette elettroniche, che sarebbero soggette alle stesse restrizioni degli altri prodotti del tabacco.
Sul sito dell'Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP) si trova una panoramica delle varie leggi ed ordinanze del sistema giuridico svizzero riguardanti i prodotti del tabacco e il loro consumo:

- **www.ufsp.admin.ch** Temi > Alcol, tabacco, droghe > Tabacco > Cantoni > Limitazione della pubblicità

Qui di seguito riportiamo qualche esempio di disposizioni federali volte a ridurre il consumo di tabacco e i relativi danni:

- ai sensi della Legge federale del 2007 sulla radiotelevisione, è proibito pubblicizzare i prodotti del tabacco alla radio e alla televisione;
- l'Ordinanza sul tabacco, che si rifà alla Legge sulle derrate alimentari, stabilisce che a partire dal 2010 tutti i prodotti svizzeri a base di tabacco siano provvisti di avvertenze sotto forma di testo scritto e immagini;
- la Legge federale e l'Ordinanza concernenti la protezione contro il fumo passivo limitano il diritto di fumare nei luoghi pubblici e sul posto di lavoro.

Esempi di leggi cantonali:

- anche se diversi cantoni dispongono di leggi che fissano a 16 o a 18 anni l'età minima per poter acquistare i prodotti del tabacco, non esiste ancora un'unica regolamentazione federale e certi cantoni non hanno ancora introdotto un limite di età;
- in diversi cantoni è proibito affiggere cartelloni pubblicitari per i prodotti del tabacco nei luoghi pubblici. Nel Canton Berna, per esempio, questo divieto è sancito dalla legge sul commercio e sull'industria, mentre nel Canton Ginevra dalla legge sui mezzi pubblicitari. In Ticino la proibizione pubblicitaria su suolo pubblico (e sul suolo privato visibile da quello pubblico) è in vigore dal 2009 ed è ancorata nella Legge sugli impianti pubblicitari.

A livello internazionale, nel 2015 ricorre il decimo anniversario dell'entrata in vigore della Convenzione quadro dell'OMS sul tabacco. Si tratta del primo trattato negoziato sotto l'egida dell'Organizzazione Mondiale della Sanità che formula esplicitamente le misure da raccomandare per lottare in modo efficace contro l'epidemia del tabagismo a livello mondiale. La Svizzera ha sottoscritto la Convenzione il 25 giugno 2004, esprimendo in tal modo la volontà del Consiglio federale di attuare il progetto dell'OMS in Svizzera. L'obiettivo finale è la ratificazione.[10]

[10] www.bag.admin.ch/bag/it/home/themen/internationale-beziehungen/internationale-gesundheitsthemen/praevention-und-gesundheitsfoerderung-im-internationalen-kontext/

# Proposte didattiche

## Proposta didattica 1: Le conseguenze ecologiche ed economiche della coltivazione del tabacco

### Informazioni per gli insegnanti

**Tempo da prevedere**
2 lezioni

**Obiettivo**
Identificare le conseguenze ecologiche ed economiche della coltivazione del tabacco.
Prendere coscienza dell'impatto della coltivazione del tabacco sui paesi produttori.

**Svolgimento**
Gli allievi fanno delle ricerche sulle conseguenze ecologiche ed economiche della coltivazione del tabacco nei paesi produttori. A tale scopo utilizzano i testi specifici proposti sul web. Le domande vengono in seguito discusse in piccoli gruppi.

**In più**
Potete inoltre proporre ai vostri allievi la visione del film «Forêt contre fumée bleue», di Peter Heller, disponibile presso Education 21 (in francese)
www.globaleducation.ch/globaleducation_fr/pages/MA/MA_displayDetails?L=fr&Q=detail&MaterialID=1001975

### Scheda

Per rispondere alle domande rifatevi alle fonti e ai documenti seguenti:

- **www.progetto-nonfumatori.ch** > OXY > rivista n. 18, marzo 2010 e > rivista n. 21, marzo 2011
- L'impatto sociale del tabacco www.at-svizzera.ch/fileadmin/Daten/Merkblaetter/2015/mb_it_soziale_auswirkungen_lehrpersonen_okt15.pdf
- **www.feelok.ch** (in tedesco)
- **www.unfairtobacco.org** (in tedesco)

Rifacendovi ai testi e ai documenti trovati su internet, rispondete per iscritto alle seguenti domande e poi discutete le vostre risposte in piccoli gruppi.

**Domanda 1**
- In che misura la coltivazione del tabacco contribuisce a distruggere l'ambiente nei paesi produttori? (parole chiave: sfruttamento del terreno, deforestazione, rifiuti ecc.)

**Domanda 2**
- Quali sono le conseguenze della coltivazione del tabacco per la popolazione locale? (parole chiave: pesticidi, malattia del tabacco verde, lavoro minorile ecc.)

**Domanda 3**
- In che misura la coltivazione del tabacco crea una dipendenza tra i paesi produttori e i paesi industrializzati? Perché le regioni dove si coltiva il tabacco impoveriscono?

**Domanda 4**
- Quali costi genera la coltivazione del tabacco per gli stati produttori?

**Domanda 5**
- Quali sono le conseguenze per l'ambiente e gli esseri umani dei mozziconi di sigarette gettati per terra?

## Proposta didattica 2: I prodotti del tabacco e i loro additivi

### Informazioni per gli insegnanti

**Tempo da prevedere**
2 lezioni

**Obiettivo**
Imparare a conoscere vari prodotti del tabacco, la loro composizione e i loro effetti sulla salute.

**Svolgimento**
La classe si suddivide in piccoli gruppi, ciascuno dei quali sceglie uno dei prodotti seguenti per poi presentarli davanti ai compagni. Invece della presentazione in classe, si possono anche preparare tabelloni con le stesse informazioni, da commentare e poi appendere in classe o nella scuola.

**Osservazione**
Il tema dei rischi del consumo di tabacco per la salute può essere integrato con esercizi tratti dalla guida 1 Fumare nuoce alla salute.

### Scheda

Prodotti del tabacco
- Sigarette (industriali o rollate a mano)
- Pipe ad acqua (shisha)
- Tabacco da fiuto
- Tabacco da masticare/snus

Basandovi sulle seguenti domande, preparate delle informazioni per la vostra classe sul prodotto scelto:
- In che cosa consiste il prodotto?
- Quali sono le sue componenti e gli additivi?
- Quali conseguenze hanno le sostanze in esso contenute sull'organismo e sulla salute?
- Come lo si consuma?
- Quali sono i rischi del consumo?
- Dà dipendenza?

Informazioni utili:
- www.dipendenzesvizzera.ch > Documentazione informativa > Flyer Tabacco, Flyer Nargilé, Snus & Co, Flyer sigaretta elettronica, In-dipendenze – Tabacco
- www.at-svizzera.ch > Facts > Fumo e salute > Tabacco: mortale in ogni sua forma
- www.at-svizzera.ch/fileadmin/Daten/Merkblaetter/2016/exnr_it_mikroskop_lehrpersonen.pdf Fumo di tabacco al microscopio
- www.radixsvizzeraitaliana.ch > Giovani > Flyers

## Proposta didattica 3: Le strategie dell'industria del tabacco

### Ricerca di nuovi mercati e strategie di marketing

### Informazioni per gli insegnanti

**Tempo da prevedere**
2 lezioni

**Presentazione**
1 lezione (a seconda del numero di allievi).

**Obiettivo**
Identificare i metodi utilizzati dall'industria del tabacco per reclutare nuovi consumatori
Prendere coscienza delle forme di marketing utilizzate
Prendere coscienza del modo in cui reagiamo alle informazioni

### Scheda

**Compito 1**
Per mantenere il livello attuale delle vendite o per incrementarle, l'industria del tabacco ha costantemente bisogno di nuovi mercati. Negli Stati Uniti, in Australia e nell'Europa occidentale si fuma sempre meno, quindi come reclutare nuovi consumatori? Scegliete una delle tre strategie descritte qui di seguito. Ogni gruppo lavora sul tema scelto e poi presenta alla classe le informazioni raccolte.

**Primo tema**
Cercare nuovi mercati nei paesi in via di sviluppo
Raccogliete il maggior numero possibile d'informazioni su questo argomento e presentatele alla classe.
Potete trovare informazioni utili nei seguenti siti web:

- Rapporto «L'Afrique s'enfume» de Jessica de Bernardini > www.otaf.info/sites/default/files/documents/bernardini-l-afrique-s-enfume.pdf (in francese)
- http://pages.rts.ch/emissions/temps-present/sante/500729-pas-de-fumee-sans-fric.html

Nelle vostre considerazioni tenete conto delle seguenti domande:

- Perché l'industria del tabacco deve trovare nuovi sbocchi commerciali nei paesi africani, asiatici ecc.?
- Perché al momento l'industria del tabacco ha maggior margine di manovra nei paesi africani, sudamericani o asiatici che in Europa o in America del Nord?
- Cosa ne pensate?

**Secondo tema**

Marketing rivolto ai giovani

Benché in Svizzera la pubblicità ai prodotti del tabacco destinata specificatamente per i giovani sia vietata, l'industria delle sigarette trova comunque il modo di adescare questa fascia di consumatori, presentando i suoi prodotti sotto una luce positiva. Il 90% delle persone che fuma regolarmente ha iniziato prima dei vent'anni, di conseguenza i giovani sono un target privilegiato per l'industria del tabacco, anche se quest'ultima lo nega.

Raccogliete il maggior numero possibile d'informazioni su questo argomento e presentatele alla classe. Potete trovare informazioni utili nei seguenti siti web:

- **www.at-svizzera.ch** > Facts > Pubblicità > Giovani sedotti dalla pubblicità
- **www.feel-ok.ch** Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen > Verschaff dir den Durchblick> Werbung, Sponsoring
- **www.feel-ok.ch** Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen > Verschaff dir den Durchblick > Tricks der Tabakindustrie > Tricks, um dich anzulocken
- **www.feel-ok.ch** Rubrik Konsum, Sucht > Rauchen > Verschaff dir den Durchblick > Werbung, Sponsoring > Unsichtbare Werbung

Nelle vostre considerazioni tenete conto delle seguenti domande:

- Come agisce la pubblicità sui giovani?
- È stato dimostrato che esiste un nesso tra la pubblicità per i prodotti del tabacco e il comportamento nei confronti del consumo di tabacco dei giovani?
- Quali messaggi e trucchi usa la pubblicità?
- Fate degli esempi di pubblicità occulta.
- In questo contesto, che cosa significa il concetto di product placement (piazzamento di un prodotto)?

**Terzo tema**

Marketing per un prodotto altamente tossico

Sebbene si sappia ormai da decenni che il fumo nuoce alla salute, si permette all'industria del tabacco di continuare indisturbata a pubblicizzare i suoi prodotti. Certo, tale pubblicità è limitata dalla legge (per esempio dalla Legge federale sulla radiotelevisione), ma i produttori di tabacco trovano continuamente sistemi nuovi per presentare in maniera accattivante i loro prodotti, conferendo loro un'immagine positiva.

Raccogliete il maggior numero possibile d'informazioni su questo argomento e presentatele alla classe.

Potete trovare informazioni utili nel seguente sito web:

- www.at-svizzera.ch > Facts > Pubblicità

Nelle vostre considerazioni tenete conto delle seguenti domande:

- Come si pubblicizza un prodotto tossico?
- Che messaggi e che immagini usa l'industria del tabacco nelle sue pubblicità?
- Che cos'è la pubblicità? Qual è il suo scopo? Che cosa sono le sponsorizzazioni? Cosa distingue la pubblicità dalle sponsorizzazioni? Quali sono, invece, i loro punti in comune?
- Verso quale tipo di promozioni e in quali luoghi si è orientata l'industria del tabacco (indizio: festival, feste private)?

**Compito 2**

Una volta terminate le presentazioni, riflettete per conto vostro su quello che ricordate maggiormente di questi tre temi. Che cosa mi ha maggiormente colpito? Che cosa ho imparato di nuovo?

Scrivete al massimo mezza pagina sulle informazioni più importanti ai vostri occhi o su quelle che vi hanno maggiormente colpito e che finora non conoscevate. Mettete le vostre conclusioni in una busta, sulla quale scrivete il vostro nome e cognome e il vostro indirizzo. L'insegnante raccoglierà le buste, che vi spedirà a casa dopo un mese circa.

In tal modo, riceverete un piccolo promemoria di quello che avete imparato durante le lezioni sulle strategie adottate dall'industria del tabacco.

## Proposta didattica 4: Le disposizioni legali sul tabacco

### Informazioni per gli insegnanti

**Tempo da prevedere**
Da 1 a 2 lezioni.

**Obiettivo**
Familiarizzare con alcune delle basi legali volte a limitare il consumo di tabacco e i relativi danni.
Analizzare il contesto nel quale sono state emanate tali disposizioni e i loro effetti.

**Svolgimento**
La classe viene suddivisa in piccoli gruppi. Ogni gruppo elabora uno dei seguenti temi:

- la protezione dal fumo passivo;
- il divieto di pubblicizzare i prodotti del tabacco;
- le avvertenze sui pacchetti di sigarette.

I testi di legge riguardanti questi temi si trovano nell'allegato. Ogni allievo legge innanzitutto i testi da solo, poi ne discute all'interno del gruppo, affinché tutti abbiano capito bene i contenuti. In seguito gli allievi riflettono sulle domande presenti nella scheda e presentano i risultati al resto della classe. Se gli allievi omettono di citare punti importanti, l'insegnante li menziona e può proporre altre domande, per esempio:

- Che effetto dovrebbero avere le avvertenze sui pacchetti di sigarette?
- In quali casi la legge federale vieta la pubblicità per i tabacco (in particolare quella mirata per i giovani)? Quali forme di pubblicità ai prodotti del tabacco sono vietate dalle leggi cantonali?
- La legge garantisce la protezione dal fumo passivo nei luoghi pubblici; che cosa si intende esattamente? Fate qualche esempio.

---

**Scheda**
Dopo aver analizzato i testi, discutete sulle tre seguenti domande:

- Per quale motivo potrebbe essere stata emanata questa legge?
- Che scopo ha? Qual era l'intenzione del legislatore?
- In che modo questa legge serve a combattere i danni causati dal consumo di tabacco?

In seguito presentate i risultati al resto della classe, ma non in «legalese», bensì in parole semplici.

Potete trovare informazioni utili nei seguenti siti web:

- www.at-svizzera.ch > Facts
  Pubblicità
  Fumo passivo
  Industria del tabacco
- www.tabaction.ch > Modulo 2 (in tedesco e francese)

# Informazioni complementari

## Prospetti e pieghevoli sul tabacco

Della stessa serie «Giovani e tabacco»:

- **Guida pratica 1:** Il fumo nuoce alla salute
- **Guida pratica 2:** Fumare o non fumare? Ragioni e motivi

Scaricabili in formato PDF dal sito www.radixsvizzeraitaliana.ch >Pubblicazioni > Materiale pedagogico

Tutto il materiale di Dipendenze Svizzera può essere ordinato o scaricato direttamente dal nostro sito shop.dipendenzesvizzera.ch oppure Tel. 021 321 29 35

- Flyer Tabacco
- Flyer Nargilé, Snus & Co.
- In-dipendenze – Tabacco

**Presentazioni per le serate con i genitori:** Lucidi powerpoint con annotazioni e consigli a complemento dei prospetti. Destinate alle serate con i genitori, per introdurre al tema della prevenzione delle dipendenze. Scaricabili in formato PDF dal sito shop.addictionsuisse.ch/it/

www.at-svizzera.ch > Shop

- Flyer «Fumo di tabacco al microscopio»: pieghevole per i giovani con informazioni sul consumo di tabacco
- L'impatto sociale del tabacco
- Il tabacco fa male, dalla pianta fino alla sigaretta

www.radixsvizzeraitaliana.ch

- Flyer «Tabacco»: flyer per i giovani, che offre degli spunti su cui riflettere.

## Siti web

- www.feelok.ch
  Informazioni, giochi, video, test e animazioni su temi come l'alcol, il lavoro, lo sport, la canapa, l'alimentazione, la sessualità, il tabacco ecc. (in tedesco).
- www.at-svizzera.ch Proposte didattiche, materiale, articoli, spunti ecc.
- www.radixsvizzeraitaliana.ch
  www.be-freelance.net
  Programma di prevenzione delle dipendenze per il ciclo superiore e le rispettive classi di liceo con gioco sulla prevenzione e concorso per manifesti sui temi tabacco, alcol e canapa.
- www.ti.ch/infogiovani

# Allegato: disposizioni legali per la proposta didattica 4

## Testi di legge sul fumo passivo

**Legge federale concernente la protezione contro il fumo passivo** del 3 ottobre 2008 (stato 1° maggio 2010)

**Art. 1 Campo d'applicazione**

1 La presente legge disciplina la protezione contro il fumo passivo nei locali chiusi accessibili al pubblico o adibiti a luoghi di lavoro per più persone.

2 Sono luoghi accessibili al pubblico in particolare:
- a. gli edifici dell'amministrazione pubblica;
- b. gli ospedali e le altre strutture sanitarie;
- c. gli asili, le case per anziani e gli stabilimenti simili;
- d. gli stabilimenti per l'esecuzione delle pene e delle misure;
- e. gli istituti di formazione;
- f. i locali di musei, teatri e cinema;
- g. i centri sportivi;
- h. le imprese del settore alberghiero e della ristorazione (incluse quelle gestite come attività accessoria non agricola ai sensi dell'art. 24b della LF del 22 giu. 1979 sulla pianificazione del territorio) indipendentemente dalle esigenze per l'autorizzazione cantonale;
- i. gli edifici e i veicoli dei trasporti pubblici;
- j. i negozi e i centri commerciali.

3 La presente legge non si applica alle economie domestiche private.

**Art. 2 Divieto di fumare**

1 È vietato fumare nei locali di cui all'articolo 1 capoversi 1 e 2.

2 Il gerente o il responsabile dell'ordine interno può permettere di fumare in sale apposite e in cui non sono impiegati lavoratori, purché tali locali siano separati, designati come spazi per fumatori e dotati di sufficiente ventilazione (sale fumatori). Nelle sale fumatori delle imprese del settore alberghiero e della ristorazione possono essere impiegati lavoratori a titolo eccezionale e previo loro esplicito consenso. Tale consenso deve essere espresso nel contratto di lavoro.

3 Il Consiglio federale emana disposizioni speciali sul criterio qualitativo delle sale fumatori e sulle esigenze per la ventilazione. Emana pure disposizioni applicabili ai luoghi di detenzione e agli stabilimenti di soggiorno permanente o prolungato.

**Art. 3 Strutture per fumatori**

Se ne fanno richiesta, le imprese della ristorazione possono essere autorizzate in quanto locali per fumatori se:
- a. dispongono di una superficie totale accessibile al pubblico non superiore a 80 metri quadrati;
- b. dispongono di una ventilazione adeguata e sono facilmente riconoscibili dall'esterno come locali per fumatori;
- c. impiegano unicamente persone che nel contratto di lavoro hanno acconsentito ad essere impiegate in un locale per fumatori.

**Art. 4 Prescrizioni cantonali**

I Cantoni possono emanare prescrizioni più severe a tutela della salute.

**Art. 5 Disposizioni penali**

1 È punito con la multa fino a 1000 franchi chiunque intenzionalmente o per negligenza:
- a. viola il divieto di fumare di cui all'articolo 2 capoverso 1;
- b. fa passare per sale fumatori locali non conformi alle condizioni dell'articolo 2 capoverso 2;
- c. gestisce un esercizio pubblico per fumatori senza autorizzazione o, in quanto titolare di un'autorizzazione, non designa l'esercizio pubblico per fumatori come tale.

2 Il perseguimento penale spetta ai Cantoni.

3 L'applicazione degli articoli 59–62 della legge sul lavoro del 13 marzo 1964 esclude quella delle disposizioni penali di cui al capoverso 1 soltanto se si tratta di punire violazioni relative alla protezione della salute dei lavoratori.

**Art. 6 Esecuzione**

1 Il Consiglio federale emana le disposizioni d'esecuzione.

2 I Cantoni eseguono la presente legge.

**Art. 7 Referendum ed entrata in vigore**

1 La presente legge sottostà a referendum facoltativo.

2 Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.

## Disposizioni legali sul divieto di pubblicizzare i prodotti del tabacco

Estratto dell'**Ordinanza del 27 ottobre 2004 sui prodotti del tabacco e gli articoli per fumatori con succedanei del tabacco**
(Ordinanza sul tabacco, OTab, stato 10 ottobre 2012)

**Art. 17 Protezione dall'inganno**

1 Le denominazioni, le indicazioni e le illustrazioni utilizzate sui pacchetti, nelle inserzioni o nella pubblicità per i prodotti del tabacco devono corrispondere ai fatti. Esse devono escludere ogni possibilità di inganno quanto alla natura, alla provenienza, alla fabbricazione, alla composizione, al modo di produzione o agli effetti.

2 Per i prodotti del tabacco è vietata la propaganda che faccia allusione alla salute.

3 Sull'imballaggio dei prodotti del tabacco non possono essere utilizzati diciture, nomi, marche, immagini ed elementi figurativi (per es. «light», «ultra-light» o «mild») suscettibili di dare l'impressione che un determinato prodotto del tabacco sia meno nocivo di altri.

**Art. 18 Pubblicità rivolta ai giovani**

La pubblicità per i prodotti del tabacco e per gli articoli per fumatori con succedanei del tabacco rivolta espressamente ai giovani di età inferiore ai 18 anni (giovani) è vietata.

Segnatamente è vietata la pubblicità:

a. nei luoghi frequentati principalmente da giovani;
b. su giornali, riviste o altre pubblicazioni destinati principalmente ai giovani;
c. su materiali scolastici (cartelle, astucci, penne stilografiche, ecc.);
d. mediante oggetti pubblicitari consegnati gratuitamente ai giovani, quali magliette, cappellini, banderuole, palloni da spiaggia;
e. su giocattoli;
f. mediante consegna gratuita di prodotti del tabacco e di articoli per fumatori con succedanei del tabacco ai giovani;
g. in occasione di manifestazioni culturali, sportive o di altro genere frequentate principalmente da giovani.

Estratto dalla **Legge federale sulla radiotelevisione (LRTV) del 24 marzo 2006**
(stato 1° febbraio 2010)

**Art. 10 Divieti in materia di pubblicità**

1 È vietata la pubblicità per:

a. i prodotti del tabacco;
b. le bevande alcoliche che soggiacciono alla legge del 21 giugno 1932 sull'alcool; il Consiglio federale dispone altre limitazioni intese a tutelare la salute e i giovani;
c. … *
d. i partiti politici, le persone che occupano cariche politiche o che si candidano a cariche politiche, nonché i temi oggetto di votazioni popolari;
e. le confessioni religiose e le istituzioni e le persone che le rappresentano.

2 Sono vietate:

a. la pubblicità per gli agenti terapeutici secondo la legge del 15 dicembre 2000 sugli agenti terapeutici;
b. le televendite per tutti gli agenti terapeutici e le cure mediche.

3 Sono vietate la pubblicità occulta e quella subliminale.

4 È vietata la pubblicità che:

a. offende le convinzioni religiose o politiche;
b. è fallace o sleale;
c. induce a un comportamento pregiudizievole per la salute, l'ambiente o la sicurezza personale.

5 A tutela della salute e della gioventù il Consiglio federale può vietare altre trasmissioni pubblicitarie.

* Abrogata dal n. I della LF del 25 set. 2009, con effetto dal 1° feb. 2010

## Panoramica sullo stato delle disposizioni legali in vigore nei cantoni

www.bag.admin.ch/bag/it/home/themen/mensch-gesundheit/sucht/tabak/tabakpolitik-kantone.html

Esempio per il Canton Ticino
**Protezione dal fumo passivo Regolamento concernente la protezione contro il fumo**
(del 24 aprile 2013)

**Art. 1**
Le disposizioni contenute nel presente capitolo si applicano ai locali chiusi accessibili al pubblico o adibiti a luogo di lavoro per più persone, ad eccezione delle imprese del settore alberghiero e della ristorazione disciplinate dalla Lear.

**Art. 2**
1 È decretato il divieto di fumare nei locali chiusi accessibili al pubblico o adibiti a luogo di lavoro per più persone.
2 Oltre ai luoghi elencati all'art. 1 cpv. 2 della legge federale, sono luoghi accessibili al pubblico in particolare:
a) i luoghi di svago e culturali;
b) gli spazi adibiti a fiere e mostre;
c) tutte le strutture dove si svolgono attività per e con i minorenni.
3 Il divieto si estende pure agli spazi pubblici accessori dei luoghi elencati all'art. 1 della legge federale e al cpv. 2 del presente regolamento quali ad esempio atrii, corridoi, foyer e servizi igienici.
4 Sono considerati spazi aperti gli spazi che presentano un'apertura direttamente verso l'esterno di almeno la metà del perimetro della struttura (l'apertura del soffitto non è presa in considerazione); tende, gazebo, vetrate, terrazze, porticati e altre strutture analoghe sono considerati spazi chiusi se non rispondono a questi requisiti.
5 Il gestore o responsabile dell'ordine interno può prevedere il permesso di fumare nei luoghi di cui all'art. 7 dell'ordinanza federale.

**Art. 3**
1 È riservata la facoltà di creare spazi o locali fisicamente separati e opportunamente ventilati adibiti ai fumatori ai sensi dell'art. 2 cpv. 2 della legge federale.
2 Agli spazi adibiti ai fumatori si applica l'art. 4 dell'ordinanza federale e, per quanto riguarda la ventilazione, per analogia l'articolo 50 lett. b del regolamento della legge sugli esercizi alberghieri e sulla ristorazione del 16 marzo 2011 (RLear).
3 La messa in funzione di locali o spazi adibiti ai fumatori deve essere preceduta dalla presentazione all'Ufficio di sanità di una dichiarazione di uno specialista di impianti di ventilazione dalla quale risulti la conformità dell'impianto a quanto stabilito dall'art. 50 lett. b RLear.
4 I locali o spazi adibiti ai fumatori non possono essere adibiti a luoghi di lavoro.

**Art. 4**
La vigilanza sul rispetto del divieto compete:
a) all'Ufficio dell'ispettorato del lavoro per quanto riguarda la protezione della salute dei lavoratori;
b) all'Ufficio di sanità per gli altri locali.

### Esercizi pubblici

#### Legge sugli esercizi pubblici

**Art. 35** (ex 57)
1 All'interno degli esercizi pubblici è vietato fumare.
2 È riservata la facoltà di creare spazi o locali fisicamente separati e opportunamente ventilati adibiti ai fumatori.
3 Il divieto non si applica alle camere degli esercizi pubblici con alloggio.

### Luoghi pubblici

Regolamento concernente i luoghi e gli spazi pubblici e di uso pubblico o collettivo ove è vietato fumare (del 27 marzo 2007, entra in vigore il 12 aprile 2007)

**Art. 1**

1 È decretato il divieto di fumare nei seguenti spazi pubblici e di uso pubblico o collettivo chiusi:

a) nelle strutture sanitarie ai sensi dell'art. 79 della legge;
b) negli spazi accessibili all'utenza degli stabili amministrativi pubblici;
c) nelle strutture scolastiche;
d) nelle strutture sportive;
e) nei mezzi di trasporto pubblici;
f) nei luoghi di svago e culturali;
g) negli spazi adibiti a fiere e mostre;
h) negli spazi commerciali accessibili al pubblico;
i) in tutte le strutture dove si svolgono attività per e con i minorenni.

**2** Il divieto si estende pure agli spazi pubblici accessori dei luoghi elencati al cpv. 1 quali ad esempio atrii, corridoi, foyer, servizi igienici.

**3** Le tende e i gazebo sono considerati chiusi se non aperti almeno al 50%.

**Art. 2**

**1** Nelle strutture di cui all'art. 1 è riservata la facoltà di creare spazi o locali fisicamente separati e opportunamente ventilati adibiti ai fumatori.

**2** Agli spazi adibiti ai fumatori si applica per analogia l'articolo 47u del Regolamento della legge sugli esercizi pubblici.

**3** La messa in funzione di locali o spazi adibiti ai fumatori deve essere preceduta dalla presentazione all'Ufficio di sanità di una dichiarazione di uno specialista di impianti di ventilazione dalla quale risulti la conformità dell'impianto a quanto stabilito dall'art. 47u cpv. 1 lett. b) del Regolamento della legge sugli esercizi pubblici.

## Disposizioni legali riguardanti l'imballaggio e le avvertenze sui prodotti del tabacco

Estratto dall'**Ordinanza sui prodotti del tabacco e gli articoli per fumatori con succedanei del tabacco** (Ordinanza sul tabacco, OTab) del 27 ottobre 2004 (stato 1° ottobre 2012)

**Art. 12 Avvertenze**

**1** Ogni pacchetto di prodotti del tabacco destinati ad essere fumati deve recare un'avvertenza generale e un'avvertenza complementare.

**2** Le avvertenze generali sono le seguenti:

a. «Il fumo uccide.»;
b. «Il fumo danneggia gravemente te e chi ti sta intorno.».

**3** Le avvertenze complementari sono le seguenti:

a. «I fumatori muoiono prima.»;
b. «Il fumo ostruisce le arterie e provoca infarti e ictus.»;
c. «Il fumo provoca cancro mortale ai polmoni.»;
d. «Fumare in gravidanza fa male al bambino.»;
e. «Proteggi i bambini – non fumare in loro presenza.»;
f. «Specialisti del settore medico possono aiutarti a smettere di fumare.»;
g. «Il fumo crea un'elevata dipendenza.»;
h. «Smettere di fumare riduce il rischio di malattie cardiovascolari e polmonari mortali.»;
i. «Il fumo provoca il cancro della cavità boccale.»;
j. «Fatti aiutare a smettere di fumare: 0848 000 181/ www.fumarefamale.ch.»;
k. «Il fumo può ridurre la circolazione sanguigna e causa impotenza.»;
l. «Il fumo invecchia la pelle.»;
m. «Il fumo può danneggiare lo sperma e diminuisce la fertilità.»;
n. «Il fumo contiene benzene, nitrosammine, formaldeide e acido cianidrico.».

**4** Le avvertenze si alternano in modo da comparire con la stessa frequenza sui pacchetti.

**5** Le avvertenze complementari devono essere combinate con fotografie a colori o con altre illustrazioni destinate a presentare e spiegare le ripercussioni del tabagismo sulla salute. Il Dipartimento federale dell'interno (DFI) stabilisce in un'ordinanza le illustrazioni e la loro combinazione con le avvertenze complementari. Può decidere l'obbligo di apporre altre indicazioni

visive (per es. logo, numeri di telefono, siti internet) destinate alla prevenzione del tabagismo.

**6** Ogni pacchetto di prodotti del tabacco senza combustione deve recare la seguente avvertenza: «Questo prodotto del tabacco può nuocere alla tua salute e provoca dipendenza.».

**7** Ogni pacchetto di articoli per fumatori con succedanei del tabacco deve recare le avvertenze di cui ai capoversi 2 e 3, tranne quella di cui al capoverso 3 lettera g «Il fumo crea un'elevata dipendenza.».

**Art. 13 Posizione, forma e lingua delle indicazioni**

**1** Le indicazioni di cui agli articoli 11 e 11a devono figurare sul pacchetto in un punto ben visibile e in caratteri facilmente leggibili e indelebili. Per i prodotti del tabacco diversi dalle sigarette esse possono figurare su adesivi inamovibili.

**2** Le indicazioni di cui agli articoli 11 lettere a–d e 11a devono essere apposte in almeno una lingua ufficiale, le indicazioni di cui all'articolo 11 lettere e ed f in tutte le lingue ufficiali, nell'ordine: tedesco, francese, italiano.

**Art. 14 Posizione e dimensioni delle indicazioni relative alle sostanze nocive**

**1** Il tenore di catrame, nicotina e monossido di carbonio delle sigarette dev'essere stampato su una delle fasce laterali del pacchetto di sigarette.

**2** Dette indicazioni devono coprire almeno il 15 per cento della corrispondente superficie.

**Art. 15 Posizione e dimensioni delle avvertenze**

**1** L'avvertenza generale e l'avvertenza di cui all'articolo 12 capoverso 6 vanno apposte:
a. sul lato più visibile del pacchetto; e
b. su ogni imballaggio esterno utilizzato per la vendita al dettaglio, esclusi i sovraimballaggi trasparenti.

**2** L'avvertenza complementare deve essere riportata sul lato posteriore del pacchetto.

**3** L'avvertenza generale deve coprire almeno il 35 per cento, l'avvertenza complementare almeno il 50 per cento della superficie di ciascun lato.

**4** Le avvertenze non devono essere apposte in un punto nel quale potrebbero venir distrutte o rimosse all'apertura del pacchetto.

**5** Se il lato più visibile di un pacchetto di prodotti del tabacco diversi dalle sigarette ha dimensioni superiori ai 75 cm2, le avvertenze devono avere una superficie minima di 26,25 cm2 su ogni lato.

**Dipendenze Svizzera**
Av. Louis-Ruchonnet 14
Casella postale 870
CH-1001 Losanna

Tel. 021 321 29 11
Fax 021 321 29 40
CP 10-261-7
www.dipendenzesvizzera.ch

educazione+ salute
Rete Svizzera

Losanna 2017