



La «controproposta indiretta» è inefficace

Con la nuova legge sui prodotti del tabacco il Parlamento rifiuta di introdurre misure efficaci per la protezione dei giovani. Continua a essere infatti consentita proprio quella pubblicità che raggiunge in modo particolare un grande numero di giovani. Il controprogetto indiretto del Parlamento, che entrerà in vigore indipendentemente dall'iniziativa popolare, vieterà la vendita di prodotti del tabacco ai minori in tutta la Svizzera. L'iniziativa popolare chiede quindi di vietare anche la pubblicità dei prodotti del tabacco visibile dai bambini e dai giovani.

Dopo anni di discussioni, nella votazione finale del 1° ottobre 2021 il Parlamento ha approvato la nuova legge sui prodotti del tabacco, che si prevede entrerà [in vigore verso la metà del 2023](#) – indipendentemente dall'esito della votazione popolare. Con questa nuova legge, i prodotti del tabacco e le sigarette elettroniche non saranno più disciplinati dalla legge sulle derrate alimentari.

Il compromesso del Parlamento è insufficiente

La legge sui prodotti del tabacco prevede il divieto nazionale di vendere prodotti del tabacco e sigarette elettroniche ai minorenni. Si tratta indubbiamente di un passo importante nella direzione giusta. Tuttavia, come dimostra un nuovo [studio dell'Università di Basilea](#), le sole restrizioni alla vendita servono a ben poco se i prodotti del tabacco vengono pubblicizzati ai giovani. La versione originaria della legge sui prodotti del tabacco, così come era stata approvata dal Consiglio degli Stati, avrebbe esaudito le principali richieste di «Giovani senza tabacco», e gli attivisti avrebbero potuto ritirare l'iniziativa popolare. Nella [discussione finale](#), però, il Parlamento ha finito con dar maggior peso agli interessi dell'economia e dell'industria del tabacco rispetto a quelli dei giovani. Soltanto sui manifesti o nei campi sportivi e al cinema non sarà più consentito pubblicizzare i prodotti del tabacco. Queste misure, oltre a essere già in vigore in molti Cantoni, non sono sufficienti a proteggere i giovani in modo efficace.

La pubblicità per i prodotti del tabacco è consentita laddove raggiunge meglio i giovani

Con la nuova legge sui prodotti del tabacco, la pubblicità sui media su carta stampata e su Internet continuerà a essere consentita. Si rinuncia completamente a un divieto di sponsorizzazione. Inoltre, non è previsto alcun divieto anche per la distribuzione di gadget pubblicitari. Pertanto, anche in futuro l'industria del tabacco potrà fare pubblicità senza limitazioni proprio [là dove raggiunge meglio i giovani](#): sui quotidiani gratuiti, sui portali online e nei social media, nei [chioschi](#), ai [festival](#) e ai concerti.



L'iniziativa in dettaglio

Misure	Iniziativa popolare	Legge sui prodotti dei tabacco	Legge in vigore
Rimessa ai minori di 18 anni			<i>Regolamentato a livello cantonale</i>
Pubblicità che tocca i bambini e i giovani			
Pannelli pubblicitari			<i>Regolamentato a livello cantonale</i>
Spot pubblicitari nel cinema			<i>Regolamentato a livello cantonale</i>
Pubblicità cartacea			
Pubblicità su pubblicazioni gratuite			
Pubblicità su internet			
Pubblicità sui beni di consumo			
Promozione delle vendite			
Sponsorizzazione internazionale			
Sponsorizzazione nazionale			
Pubblicità sui punti vendita			
Sigarette elettroniche/Prodotti a tabacco riscaldato	Nessuna differenza rispetto alle sigarette convenzionali (e a tutti i prodotti del tabacco)		<i>Non regolamentato o regolamentato a livello cantonale</i>

Leggenda

Vietato	Limitato (ai minori di 18 anni)	Consentito	Consentito, a meno che non sia esplicitamente rivolto i minori
---------	---------------------------------	------------	--



«La legge sui prodotti del tabacco non fornisce una protezione sufficiente ai bambini e ai giovani. L'iniziativa è necessaria per garantire che i bambini e i giovani non possano essere invogliati a fumare attraverso i giornali gratuiti e Internet.»

Hans Stöckli,
Presidente "Giovani senza tabacco"

**Giovani
senza tabacco**
il 13 febbraio

