

# La regolamentazione ambigua delle sigarette elettroniche in Italia

Paolo D'Argenio, Giuseppe Gorini, Silvano Gallus

*Pubblichiamo per la prima volta un articolo tratto e adattato dal sito ufficiale di Tabacco endgame: alleanza per un'Italia senza tabacco. Questa alleanza è un movimento di pressione sul Governo, il Parlamento e le Istituzioni italiane, per spingerle ad adottare le politiche più efficaci per il contenimento, fino all'eliminazione, dell'epidemia da fumo di tabacco. Tabacco endgame è un organismo promosso e sostenuto da 4 Società scientifiche: Società Italiana di Tabaccologia (SITAB), Società Italiana di Igiene, Medicina Preventiva e Sanità Pubblica (SIItI), Società Nazionale degli Operatori della Prevenzione (SNOP), Associazione Italiana di Epidemiologia (AIE), e da due Istituti di ricerca: Istituto di Ricerche Farmacologiche "Mario Negri" (IRFMN) e Istituto per lo studio, la prevenzione e la rete oncologica (ISPRO).*

*Il gruppo promotore è composto da sette tra ricercatori, accademici e operatori di sanità pubblica in rappresentanza dei sei soggetti promotori. Il sito internet di Tabacco endgame ([www.tobaccoendgame.it](http://www.tobaccoendgame.it)) è volto a demistificare la narrazione portata avanti dall'industria del tabacco e a fornire le evidenze scientifiche disponibili per controllare il tabagismo in Italia. Dal 2021, Tabaccologia avrà una rubrica fissa su Tabacco endgame per diffondere alcuni selezionati testi, pubblicati sulla pagina [tobaccoendgame.it](http://tobaccoendgame.it), che possono essere di interesse per i lettori. Inauguriamo questa rubrica, che chiameremo **Finestra sul Tabacco endgame** su questo numero. Abbiamo pertanto selezionato una serie di testi sulla sigaretta elettronica pubblicati su [tobaccoendgame.it](http://tobaccoendgame.it) [1-3] che abbiamo rivisto e adattato nel seguente articolo.*

A partire dalla loro immissione sul mercato italiano nel 2006, le sigarette elettroniche sono state oggetto di forte interesse da parte di fumatori alla ricerca di alternative meno nocive al tabacco. Di conseguenza le vendite sono aumentate, l'offerta si è moltiplicata e si è sviluppata una diffusa rete di distribuzione che include i tabaccai e i *vape shop*. D'altra parte, a causa della novità del prodotto, della varietà delle sostanze impiegate, della scarsità di prove scientifiche e dell'azione lobbistica dei produttori pericolosamente simile a quella dell'industria del tabacco, gli interventi del Governo e del Parlamento sono stati contraddittori. È stata così prodotta una regolamentazione che, alla luce delle prove oramai acquisite sugli effetti sfavorevoli e sulla loro nocività per la salute, contiene norme inaccettabili e dannose.

Il **Box 1** presenta l'attuale normativa basata essenzialmente su due decreti legislativi [4,5].

Nel 2013, il Parlamento, nella legge di conversione del D.Lgs. 104/2013 [4], in un colpo solo, con un intervento chirurgico sul comma 5-sexies, andò a intaccare due ca-

pisaldi della politica italiana sul tabacco: il divieto di consumo nei locali aperti al pubblico e il divieto di pubblicità dei prodotti del tabacco. Per modificare il divieto di pubblicità del tabacco, che era stato introdotto in Italia nel 1965 su iniziativa parlamentare di don Luigi Sturzo, furono aggiunti tre commi grazie ai quali veniva consentita la pubblicità di marchi di liquidi o ricariche per sigarette elettroniche contenenti nicotina, purché accompagnata dall'avvertenza indicante la presenza di nicotina e il rischio di dipendenza. È significativo che questi cambiamenti furono inseriti in un provvedimento avente per titolo: "Misure urgenti in materia di istruzione, università e ricerca" e precisamente nell'articolo 4: "Tutela della salute nelle scuole". È paradossale che, per tutelare la salute dei minori, si consenta la pubblicità di un prodotto che per i minori è tossico e che, per nascondere l'inganno, lo si copra con la foglia di fico del "codice di autoregolamentazione della pubblicità", una misura del tutto inefficace e un cavallo di battaglia – o, meglio, un cavallo di Troia – da sempre impiegato dall'industria del

tabacco per aggirare la regolamentazione.

L'attacco al divieto di pubblicità fu portato direttamente dal Presidente della VII Commissione della Camera dei Deputati nonché Relatore della Legge: On.le Giancarlo Galan di Forza Italia [8]. Già nel luglio del 2013, l'On.le Ignazio Abrignani, della stessa area politica di Galan, aveva presentato la Proposta di legge C. 1293 che liberalizzava la pubblicità delle sigarette elettroniche. Successivamente, nel 2014, con il recepimento della Direttiva UE 2014/40 (21 comma 10 del D.Lgs. 6/2016), fu ristabilito il divieto di pubblicità, ma intanto i produttori si erano sbizzarriti soprattutto sui *social media*, con l'utilizzo di *influencer*, anche tra i più noti e seguiti. Nel 2019, a seguito della protesta delle associazioni dei consumatori, il Tribunale di Roma, con l'Ordinanza del 5 novembre all'interno del procedimento n. 57714/2019 [6], dichiarò illegale la pubblicità diretta e indiretta inclusa quella sui *social media*. Recentemente il Ministero della Salute ha ribadito gli stessi concetti [9]. Ciononostante, basta ricercare "Sigarette elettro-

**Box 1** Descrizione della normativa italiana (aggiornata a settembre 2020) relativa alla sigaretta elettronica in base a due principali decreti legge [4,5].

<b>Controlli pre-vendita</b>	<p><b>Controllo sul prodotto:</b> fabbricanti e importatori devono notificare i loro prodotti fornendo informazioni su fabbricante, ingredienti, dati tossicologici relativi a ingredienti ed emissioni, dati su dosi e assorbimento di nicotina, descrizione del prodotto e del processo di produzione.</p> <p><b>Autorizzazione:</b> necessaria autorizzazione per aziende di produzione e depositi di liquidi.</p> <p><b>Standard per liquidi:</b> i liquidi con nicotina sono tenuti a sottostare ai seguenti standard: i) capacità dei serbatoi di sigarette elettroniche non superiore a 2 ml; ii) volume dei contenitori venduti per la ricarica di <i>e-liquid</i> non superiore a 10 ml; concentrazione di nicotina degli <i>e-liquid</i> non superiore a 20 mg/ml; prodotti con nicotina e imballaggi a prova di bambino e di manomissione.</p> <p><b>Divieto di uso di alcuni specifici additivi</b> (per esempio, vitamine, caffeina, additivi che colorano le emissioni); e divieto di uso di ingredienti dannosi per la salute – a eccezione della nicotina.</p>
<b>Publicità</b>	<p>La <b>pubblicità</b> di liquidi di ricarica e sigarette elettroniche è <b>vietata</b>.</p> <p><b>Vietata anche la pubblicità sui social media</b> [5,6]</p>
<b>Informazioni per il consumatore</b>	<p><b>Impegno alla trasparenza:</b> il Ministero della Salute e il Ministero dell’Economia rendono disponibili al pubblico le informazioni presentate dalle imprese.</p> <p><b>Obbligo d’informazione ai consumatori:</b> tramite un foglietto d’istruzioni, con divieto di fornire informazioni ingannevoli (per esempio, quelle relative a proprietà rivitalizzanti, energizzanti, curative, di ringiovanimento, naturali, biologiche oppure ad altri benefici per la salute o allo stile di vita).</p> <p><b>Avvertenza relativa alla salute:</b> «Prodotto contenente nicotina, sostanza che crea un’elevata dipendenza. Uso sconsigliato ai non fumatori».</p> <p><b>Concentrazione di nicotina nel flacone di e-liquid:</b> il Ministero della Salute ha chiesto ai produttori di sigarette elettroniche di riportare sui prodotti la concentrazione di nicotina (se presente).</p> <p><b>Protezione dei bambini:</b> il Ministero della Salute ha chiesto ai produttori di sigarette elettroniche di apporre i necessari simboli di tossicità, nonché la frase “Tenere lontano dalla portata dei bambini”.</p>
<b>Accessibilità</b>	<p><b>Divieto di vendita ai minori di 18 anni:</b> esteso ai liquidi contenenti nicotina e ai dispositivi elettronici. I liquidi senza nicotina possono essere venduti ai minori, ma solo dai tabaccai.</p> <p><b>Vendita via web dei liquidi per sigaretta elettronica:</b> consentita, purché siano previsti controlli che non permettano ai minori di poterli acquistare.</p> <p><b>Vendite a distanze transfrontaliere:</b> vietate quelle ai consumatori, consentite ai gestori di depositi di prodotti liquidi da inalazione.</p>
<b>Limitazioni al consumo nei locali pubblici (divieto di utilizzo di sigaretta elettronica)</b>	<p><b>Vietato l’uso</b> nei locali chiusi delle scuole statali e paritarie e nei centri di formazione professionale.</p> <p><b>Vietato l’uso</b> nei locali chiusi e aree all’aperto di pertinenza delle istituzioni del sistema educativo di istruzione e di formazione, comprese le scuole in comunità di recupero e gli istituti penali per i minori.</p> <p><b>Vietato l’uso</b> nei locali chiusi dei centri per l’impiego e i centri di formazione professionale.</p> <p>In mancanza di un divieto esplicito, l’esercente o il dirigente può stabilire un <b>divieto di fumo esteso anche allo svapo</b> di sigarette elettroniche.</p>
<b>Tassazione</b>	<p><b>Regime fiscale agevolato:</b> 8 cent/ml nel caso dei liquidi con nicotina e 4 cent/ml nel caso dei liquidi senza nicotina. In precedenza la tassazione, equiparata a quella sui tabacchi, era di circa 37 cent/ml per i liquidi con nicotina (decreto-legge 119/2018 GU n. 293 del 2018 [7]).</p>
<b>Monitoraggio</b>	<p><b>Vendite:</b> nessuna informazione statistica disponibile che consenta di monitorare le vendite.</p> <p><b>Sorveglianza consumatori:</b> dati auto-riferiti derivati dalle indagini dell’Istituto Superiore di Sanità: DOXA (14 anni in su), Passi (18 anni in su) e GYTS (Studenti 13, 15 e 17 anni).</p>

niche” su YouTube per avere accesso a una moltitudine di video che pubblicizzano questo prodotto, alcuni chiaramente diretti a un target di ragazzini.

Far rispettare il divieto di pubblicità per lo svapo in Italia è una lotta continua.

L’industria del tabacco e quella delle sigarette elettroniche considerano la pubblicità una attività vitale, per cui cercano modi sempre più subdoli o ingegnosi, a seconda dei punti di vista, per aggirare i divieti di legge. L’attuale divieto, nella sua sostanza, è continuamente sfidato dai produttori di sigarette elettroniche, dai *vape shop* e dai vendi-

tori online, con una serie infinita di stratagemmi. Per esempio, costoro sostengono che il divieto di pubblicità stabilito dal D.Lgs. 6/2016 riguarda solo i “prodotti”, cioè i liquidi con nicotina, ragion per cui sarebbe lecito fare pubblicità a tutto ciò che non è “prodotto”, per esempio i *vape shop* o le aziende del *vaping*.

Secondo *Sigmagazine*, il giornale online delle sigarette elettroniche, “pubblicizzare il brand o l’insegna o, meglio ancora, la ragione sociale (di un esercizio o di una azienda di *vaping*) è un’attività del tutto legittima”. [10] Queste prese in giro devono essere impedito.

L’aerosol espirato da chi consuma una sigaretta elettronica non è aria di montagna, ma contiene nicotina e diverse sostanze tossiche. Per questa ragione, lo Stato ha il dovere di proteggere dagli aerosol delle sigarette elettroniche la salute delle persone che frequentano i luoghi pubblici. Inoltre, bisogna considerare l’aspetto comunicativo e diseducativo dello svapo nei luoghi pubblici; pensiamo a un ospedale oncologico, dove si mostrebbe cedevolezza a una dipendenza tossica, dannosa per il singolo e per la collettività.

Nel nostro ordinamento il divieto di svapo è esistito a partire dal 2003,

grazie alla legge Sirchia per la tutela della salute dei non fumatori che estendeva il divieto di uso nei luoghi pubblici anche ai prodotti succedanei dei prodotti del tabacco, tra i quali vengono classificate le sigarette elettroniche.

In Parlamento, l'attacco alla legge Sirchia avvenne nel 2013, nel corso dei lavori della VII Commissione della Camera dei Deputati per la conversione in legge del D.L. n. 104/2013 "Misure urgenti in materia di istruzione, università e ricerca" e precisamente nell'articolo 4: "Tutela della salute nelle scuole" [4]. Due deputati del Partito Democratico, On.le Sabrina Capozzolo di Agropoli (SA) e On.le Fabio Lavagno di Casale Monferrato (AL), presentarono l'emendamento 4.5 per cancellare le poche parole che estendevano il divieto anche ai prodotti succedanei del tabacco. Proteggere i minori dal rischio di diventare dipendenti dalla nicotina. Un aspetto da sottolineare del colpo di mano compiuto nel 2013, nell'ambito dei lavori della VII Commissione Cultura, Istruzione e Ricerca della Camera fu la paternità bipartisan: l'attacco al divieto di pubblicità provenne dall'area del centro-destra del Parlamento e quello al divieto di svapo nei luoghi pubblici dall'area di centro-sinistra.

Oggi, lo svapo in luoghi pubblici è vietato per legge solo nelle istituzioni scolastiche, mentre in altri luoghi può essere vietato dal responsabile (dirigente/esercente), come avviene sui treni. Nei luoghi in cui non è affisso un cartello di divieto di svapo, la salute degli astanti è nelle mani di chi usa le sigarette elettroniche.

Le sigarette elettroniche sono molto pericolose per i minori e per tutti i non fumatori che possono diventare dipendenti dalla nicotina. L'attuale regolamentazione è insufficiente perché il divieto è facilmente aggirabile: consente ai tabaccai (ma non ai *vape shop*) di vendere anche ai minori sigarette e liquidi purché siano senza nicotina. In secondo luogo, i minori possono acquistare dispositivi e liquidi online sui siti nazionali o esteri. Questo perché, a partire dal 1 gennaio 2019, è permessa la vendita via web dei liquidi per sigaretta elettronica, pre-

vio controllo dell'età dell'acquirente, in modo da non consentire la vendita ai minori. Solo che i venditori online controllano la raggiunta maggiore età basandosi su una auto-dichiarazione, per cui il minore può semplicemente dichiarare il falso oppure assumere una falsa identità, o infine effettuare l'acquisto su un sito estero.

Nel 2018, la nuova maggioranza Lega e Movimento 5 Stelle, le due forze uscite vincenti dalle elezioni svoltesi nel mese di marzo, si insediò alla guida dell'Italia e, passati pochi mesi, fece un bel regalo ai produttori di sigarette elettroniche: un condono e un regime fiscale agevolato [7]. Il condono consisteva in un'agevolazione nel pagamento dei debiti per tasse di consumo non versate fino al 31 dicembre 2018, versando solo il 5 per cento della somma. Il condono valeva oltre 170 milioni di euro per le imprese del settore.

La tassazione ridotta, rispetto al tabacco, riduceva l'aliquota gravante sui liquidi dai circa 37 cent/ml a 8 cent/ml (4 cent/ml nel caso dei liquidi senza nicotina). Come conseguenza, c'è ora un notevole vantaggio economico per chi usa sigarette elettroniche rispetto a chi fuma. Per farsi un'idea: un fumatore di 20 Marlboro al giorno spende in un anno 2.000-2.150 euro, mentre una persona che svapa con la sigaretta elettronica una quantità di liquido che fornisce una quantità equivalente di nicotina spende circa 1.350 euro all'anno, con un risparmio del 35%.

C'è un vuoto informativo sulle sigarette elettroniche in Italia. Sono necessari dati più tempestivi e affidabili sull'uso delle sigarette elettroniche tra gli adolescenti e tra gli adulti. Il Ministero della Salute deve assumere la responsabilità di sostenere la sorveglianza per il governo di questi prodotti.

Attualmente i fondamentali dati sulla diffusione della sigaretta elettronica tra i ragazzini 13-15enni vengono raccolti ogni 4 anni, grazie alla sorveglianza Global Youth Tobacco Survey (GYTS), portata avanti dall'Istituto Superiore di Sanità (ISS). I dati più recenti in Italia sono quelli relativi al 2018, un ritardo troppo grande: in 4 anni gli utilizzatori di

sigaretta elettronica tra gli adolescenti italiani sono più che raddoppiati dal 2014 al 2018, passando da 8% a 18%, e gli adolescenti che usano sigaretta elettronica e non fumano sono passati dal 3% all'8% [11].

L'indagine European School Survey Project on Alcohol and other Drugs - Italy (ESPAD® Italia) è una ricerca sui comportamenti d'uso di alcool, tabacco e sostanze psicotrope legali e non, da parte degli studenti 15-19enni delle scuole medie superiori italiane. L'indagine si ripete con cadenza annuale su un campione rappresentativo delle scuole superiori italiane ed è realizzata dalla Sezione di Epidemiologia e Ricerca sui Servizi Sanitari dell'Istituto di Fisiologia Clinica del CNR. Nel 2018 ESPAD® Italia registra che gli studenti 15-19enni che hanno provato almeno una volta la sigaretta elettronica sono passati dal 33% nel 2013 al 52% nel 2018, e che nel 2018 gli utilizzatori correnti di sigaretta elettronica sono il 7%, di cui oltre un terzo usa solo sigaretta elettronica senza fumare [12].

In quattro anni negli U.S.A., la sigaretta elettronica JUUL conquistò il 75% del mercato e arrivò a valere 35 miliardi di dollari (oggi è capitalizzata in 10 miliardi di dollari); sono bastati altri due anni di stretta regolatoria per mettere in crisi il suo business [13]. Abbiamo bisogno di rendere la rilevazione campionaria annuale. Tra l'altro, la GYTS non richiede ingenti risorse.

I dati sugli altri usi dannosi per la salute delle sigarette elettroniche (uso da parte di adulti mai-fumatori ed ex fumatori) e quelli sull'uso combinato di sigarette elettroniche e sigarette tradizionali sono resi attualmente disponibili dalla Sorveglianza Passi e dall'indagine annuale ISS-DOXA dedicata all'uso di tabacco [14-15]. Entrambe queste indagini sono condotte dall'ISS, ma attualmente sono in forte sofferenza per motivi legati all'emergenza COVID-19. Questi studi hanno permesso di trovare risultati molto importanti da un punto di vista di salute pubblica. Per esempio, sono riusciti a mostrare come tra i consumatori di sigarette elettroniche italiani siano di più coloro che hanno iniziato a consumare

sigarette tradizionali come conseguenza dell'uso di sigarette elettroniche (mai fumatori che hanno iniziato o ex fumatori che hanno ripreso a fumare sigarette tradizionali), rispetto a coloro che hanno smesso di fumare grazie alle sigarette elettroniche [15].

Invece, l'indagine ISTAT che fornisce annualmente i dati sul fumo non rileva anche l'uso di sigaretta elettronica.

Tenuta all'oscuro, la politica è debole e indifesa rispetto alle pressioni dei gruppi d'interesse, come quello dei produttori di sigarette elettroniche, mentre prosperano i malintenzionati senza che il Governo possa intervenire perché non ha contezza di quel che accade.

Sulla base di queste evidenze, abbiamo presentato cinque proposte

che dovrebbero essere considerate al più presto per migliorare la regolamentazione [3]:

- 1) Proteggere i minori dal rischio di diventare dipendenti dalla nicotina con le sigarette elettroniche;
- 2) Far rispettare il divieto di pubblicità delle sigarette elettroniche;
- 3) Proteggere la salute dall'aerosol delle sigarette elettroniche nei locali pubblici;
- 4) Potenziare la sorveglianza per basare le scelte su dati affidabili e tempestivi;
- 5) Trasparenza degli obiettivi, nell'uso della leva fiscale, aumentando sensibilmente le accise sulle sigarette elettroniche al fine da rendere i prezzi delle sigarette elettroniche agli stessi livelli di quelle delle sigarette tradizionali.

[Tabaccologia 2020; 3:40-43]

## Bibliografia

1. Redazione Tabacco endgame. Regolamentazione delle sigarette elettroniche in Italia (1). 17 settembre 2020; disponibile online presso: <https://tobaccoendgame.it/news/regolamentazione-delle-sigarette-elettroniche-in-italia-1/>.
2. Redazione Tabacco endgame. Sigarette Elettroniche in Italia (2): ambiguità e carenze della attuale regolamentazione. 23 settembre 2020; disponibile online presso: <https://tobaccoendgame.it/uncategorized/sigarette-elettroniche-in-italia-2-ambiguita-e-carenze-della-attuale-regolamentazione/>.
3. Redazione Tabacco endgame. Sigarette elettroniche (3): cinque proposte per migliorare la regolamentazione. 14 settembre 2020; disponibile online presso: <https://tobaccoendgame.it/news/sigarette-elettroniche-3-cinque-proposte-per-migliorare-laregolamentazione/>
4. Decreto Legge 12 settembre 2013, n. 104. Misure urgenti in materia di istruzione, università e ricerca. (13G00147) (GU Serie Generale n. 214 del 12-09-2013); disponibile online presso: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2013/09/12/13G00147/sg>.
5. Decreto Legislativo 12 gennaio 2016, n. 6. Recepimento della direttiva 2014/40/UE sul ravvicinamento delle disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri relative alla lavorazione, alla presentazione e alla vendita dei prodotti del tabacco e dei prodotti correlati e che abroga la direttiva 2001/37/CE. (16G00009) (GU Serie Generale n. 13 del 18-01-2016); disponibile online presso: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2016/01/18/16G00009/sg>.
6. Tribunale di Roma. Ordinanza del 5 novembre 2019, RG n. 57714/2019; disponibile online presso: [https://dirittodiinternet.it/wp-content/uploads/2019/11/sentenza\\_tribuanle\\_Roma\\_5\\_11\\_19-1.pdf](https://dirittodiinternet.it/wp-content/uploads/2019/11/sentenza_tribuanle_Roma_5_11_19-1.pdf).
7. Redazione Tabacco endgame. Un regalo per le sigarette elettroniche e i prodotti a tabacco riscaldato. 22 gennaio 2019; disponibile online presso: <https://tobaccoendgame.it/news/grosso-regalo-per-sigarette-elettroniche-e-prodotti-a-tabacco-riscaldato-con-il-decreto-fiscale/>.

it/news/grosso-regalo-per-sigarette-elettroniche-e-prodotti-a-tabacco-riscaldato-con-il-decreto-fiscale/.

8. Atti della VII Commissione (Cultura, scienza e istruzione). 23 ottobre 2013; disponibile online presso: <http://documenti.camera.it/leg17/resoconti/commissioni/bollettini/pdf/2013/10/23/leg.17.bol0109.data20131023.com07.pdf>.

9. Redazione Tabacco endgame. Pubblicità di tabacco e svapo sui social media: la risposta del Ministero della Salute alle associazioni di consumatori. 13 gennaio 2020; disponibile online presso: <https://tobaccoendgame.it/news/pubblicita-di-tabacco-e-svapo-sui-social-media-la-risposta-del-ministero-della-salute/>.

10. Caliciuri S. La sigaretta elettronica può essere pubblicizzata? No, però... 29 marzo 2019; disponibile online presso: <https://www.sigmagazine.it/2019/03/pubblicita-3/>.

11. Gorini G, Gallus S, Carreras G, De Mei B, Masocco M, Faggiano F, et al.; MADES Working Group. Prevalence of tobacco smoking and electronic cigarette use among adolescents in Italy: Global Youth Tobacco Surveys (GYTS), 2010, 2014, 2018. *Prev Med* 2020;131:105903.

12. Cerrai S, Potente R, Gorini G, Gallus S, Molinaro S. What is the face of new nicotine users? 2012-2018 e-cigarettes and tobacco use among young students in Italy. *Int J Drug Policy* 2020;86:102941.

13. Redazione Tabacco endgame. Sigarette elettroniche: JUUL potrebbe abbandonare l'Italia. 7 settembre 2020; disponibile online presso: <https://tobaccoendgame.it/news/sigarette-elettroniche-juul-potrebbe-abbandonare-litalia/>.

14. Gallus S, Lugo A, Pacifici R, Pichini S, Colombo P, Garattini S, et al. E-cigarette awareness, use, and harm perceptions in Italy: a national representative survey. *Nicotine Tob Res* 2014;16:1541-8.

15. Liu X, Lugo A, Davoli E, Gorini G, Pacifici R, Fernández E, et al. Electronic cigarettes in Italy: a tool for harm reduction or a gateway to smoking tobacco? *Tob Control* 2020;29:148-52.

### Paolo D'Argenio

Editor [tobaccoendgame.it](http://tobaccoendgame.it)

Associazione Italiana di Epidemiologia (AIE)

### Giuseppe Gorini

Istituto per lo studio, la prevenzione e la rete oncologica (ISPRO), Firenze

### Silvano Gallus

Dipartimento di Ambiente e Salute, Istituto di Ricerche Farmacologiche "Mario Negri" IRCCS, Milano

► *Disclosure: gli autori dichiarano l'assenza di conflitto d'interessi.*