

# World No Tobacco Day 2016 Cambiamo il vestito!

## Utilità delle avvertenze illustrate sui pacchetti di sigarette

Giovanni Pistone, Liborio M. Cammarata

La WHO, negli ultimi tre anni, ha rispettivamente scelto come obiettivi principali la diffusione del divieto di pubblicità, l'aumento della tassazione e la lotta al contrabbando dei prodotti di tabacco, tutte azioni la cui efficacia nella lotta al tabagismo è stata dimostrata con l'evidenza oggettiva degli studi epidemiologici. Nel 2016, l'argomento scelto è la standardizzazione del pacchetto di sigarette, ovvero la omogeneizzazione del "vestito" con il quale il prodotto del tabacco viene proposto agli utenti [1]. Più questo "vestito" è attraente, colorato, vario, più il fumatore (già afflitto dalla dipendenza) è invitato ad acquistarlo ed a collegarne il contenuto, già nell'immagine iniziale, ad un'esperienza visiva piacevole e finanche seducente.

Il pacchetto, oltre ad essere uniforme per tutti i brands senza colori, logo, slogan ed immagini persuasive, dovrà recare solo il nome del marchio ed il contenuto, con caratteri uniformati dai colori scuri e con immagini dissuasive (es. foto di soggetti malati). Inoltre, non dovrebbe più contenere informazioni sul contenuto di nicotina o di catrame, ritenute fuorvianti nei confronti dell'acquirente e, in più, dovrebbe riportare gli ammonimenti sui danni per la salute in caratteri più grandi di quelli attuali.

Tutto ciò per ottemperare alla raccomandazione contenuta negli articoli 11 e 13 delle linee guida della Framework Convention on Tobacco Control. Tale azione rientra a pieno titolo tra quelle previste per un approccio multisettoriale del controllo sul tabacco. Gli obiettivi per il 2016 sono quindi:

- Evidenziare il ruolo della omolo-

gazione del pacchetto come parte di un approccio omnicomprensivo nella lotta al tabagismo;

- Facilitare lo sviluppo di politiche governative da parte dei Paesi membri dell'Oms finalizzate a globalizzare quest'azione attraverso la diffusione di evidenze scientifiche e di informazioni sulla sua utilità;
- Incoraggiare i Membri a potenziare le misure restrittive già esistenti su sponsorships, promozione e induzione al consumo dei prodotti del tabacco, affinché l'azione sul packaging sia una parte dello stesso fronte d'onda (quello dell'"immagine" della sigaretta);
- Supportare i Paesi membri e la società civile contro l'ingerenza dell'industria del tabacco e gli ostacoli posti alle azioni politiche concernenti la legislazione della standardizzazione del pacchetto.

L'Australia è l'unico Paese ove queste disposizioni sono oggi osservate integralmente, sulla base di una Legge varata nel 2012. L'esperienza ad un anno dall'entrata in vigore di tale legge è raccontata in uno studio condotto nel 2014 [2,3] su un campione di più di 4000 fumatori per evidenziarne gli effetti. Scopo dello studio era quello di valutare il conseguimento di tre obiettivi ritenuti fondamentali nella fase di stesura della legge, cioè: la riduzione del richiamo "visivo" del prodotto e il conseguente impatto sulla vendita; l'incremento della percezione e dell'efficacia degli avvisi sulla salute riportati sul pacchetto; la riduzione delle informazioni fuorvianti circa i danni prodotti dal fumo di sigaretta (es. il termine "light" od il contenuto di CO indicato



come "più basso" etc.). I risultati sono incoraggianti, con un significativo raggiungimento di tutti e tre gli obiettivi su una larga fascia della popolazione in studio nel periodo di osservazione di 12 mesi. Uno studio di simile concezione, confermò gli effetti dissuasivi dei nuovi pacchetti anche tra i giovani adulti, indotti a fumare meno od a prendere in considerazione con maggiore motivazione l'idea di smettere di fumare [4].

Anche in Francia, nel Regno Unito ed in Irlanda dovrebbero essere prodotti pacchetti con le caratteristiche sopra citate a partire dal maggio di quest'anno e la vendita di quelli non omologati dovrebbe diventare illegale in questi Paesi a partire dal maggio 2017. In Canada, già nel 2011 furono introdotti dei cambiamenti nella struttura dei pacchetti, con 16 nuovi messaggi riguardanti i danni per la salute che coprivano il 75% della facciata.

L'attuale Primo Ministro Trudeau ha inserito nel suo programma elettorale l'introduzione del plain packaging come azione governativa di contrasto al tabacco, ed ha incassato riscontri positivi in tal senso da numerose associazioni scientifiche, tra cui la Società Canadese di Oncologia [5], e non scientifiche, tra cui la Healthier Kids. L'Unione Europea ha introdotto la proposta del plain packaging in tutti gli Stati Membri nelle nuove Linee Guida sui prodotti del tabacco.

In Nuova Zelanda, dopo un'iniziale esitazione per osservare l'esito del contenzioso tra Australia e cinque Paesi membri del W.T.O.

(Organizzazione del Commercio Mondiale), il Governo ha deciso nel 2013 di elaborare un dispositivo legislativo che prevedesse il plain packaging sulla scorta di quello già in vigore in Australia [6]. La legge, rivista nel 2014 e nel 2015, non è ancora entrata in azione ma il Governo sembra comunque muoversi in tale direzione in tempi brevi. Nell'attesa, per incrementare ulteriormente l'azione del plain packaging, è stato condotto uno studio pilota ove il principio dell'"impoverimento estetico" e della dissuasione graficamente espressa è stato applicato alla sigaretta stessa. Hoek et al. [7], hanno testato su circa 300 fumatori una sigaretta esteticamente diversa da quelle attuali (bianche con filtro marrone chiaro), vestendola con colori molto meno attraenti (giallo-marrone e verde) disposti a chiazze.

Inoltre, la presenza di una sorta di grafico millimetrato sulla sigaretta, con delle linee indicanti "un minuto di vita perso" a mano a mano che la sigaretta viene consumata (partendo da "0" all'inizio fino a "15" in prossimità del filtro), ha determinato nei fumatori una minore voglia di fumare ed un maggiore numero di sigarette fumate a metà. L'idea di agire sul marketing del tabacco modificando la veste grafi-

ca del pacchetto di sigarette fu diffusa per la prima volta in Nuova Zelanda nel 1989, dal Dipartimento di Tossicologia del Ministero della Salute Pubblica: i pacchetti avrebbero dovuto essere bianchi con i caratteri neri senza "logo", slogans o colori e disegni particolarmente accattivanti. Negli anni '90 in Canada, un'apposita Commissione parlamentare argomentò che l'omologazione del packaging fosse un "ragionevole passo nell'ambito di una strategia globale per ridurre il consumo di tabacco".

La proposta fallì per via delle pressioni, dirette ed indirette, dell'Industria del tabacco e per il ricambio dei ministri al termine della legislatura. Le argomentazioni contrarie al plain packaging, mosse dall'Industria del tabacco, riguardavano: l'incoraggiamento del contrabbando, il cambio di preferenza dell'acquirente che tenderebbe a rivolgersi a marchi più economici e l'impoverimento generalizzato dei lavoratori del settore (dalla produzione, alla distribuzione ed alla vendita), con ripercussioni sull'economia dei vari Paesi ove tale legge fosse adottata.

Infine, alcune Compagnie hanno invocato l'illegalità del provvedimento [8]. Tutte queste ipotesi sono state analizzate e sconfessate da

un'ampia revisione dei dati condotta da Scollo et al. [9]. La Philip Morris ha mosso una vera e propria azione legale nei confronti del governo australiano. Nel 2012, un altro Ente Commerciale americano ha lanciato una campagna mondiale contro il plain packaging e sembra che altre Compagnie abbiano finanziato alcuni Governi (tra cui Cuba, Ucraina ed Honduras), attraverso l'azione della W.T.O., affinché protestassero contro la legge attuata in Australia.

Sulla base dei dati fin'ora registrati e per i motivi sopra riportati, appare evidente che il plain packaging sia una delle misure efficaci per il contrasto al tabagismo ed è auspicabile che la legislazione a favore di tale misura sia realizzata ed applicata il più estesamente e velocemente possibile nel mondo.

[Tabaccologia 2016; 1:13-14]

---

#### Giovanni Pistone

✉ [pistone.giovanni@gmail.com](mailto:pistone.giovanni@gmail.com)  
Dirigente Medico, Dipartimento  
Patologia delle Dipendenze,  
Referente C.T.T., A.S.L. NO Novara

#### Liborio M. Cammarata

Direttore, Dipartimento Patologia  
delle Dipendenze, A.S.L. NO Novara

## Bibliografia

1. WNTD 2016: <http://www.who.int/campaigns/no-tobacco-day/2016/en>.
2. Aftinet Media Release "Australian High Court rules against big tobacco on plain packaging". AFTINET (Australian Fair Trade & Investment NETWORK Ltd.) 25 February 2014.
3. Wakefield M, Coomber K, Zacher M et al. "Australian adult smokers' responses to plain packaging with larger graphic health warnings 1 year after implementation: results from a national cross-sectional tracking survey". *Tob Control* 2015;24:ii17-ii25.
4. Moodie C, McIntosh AM, Hastings G et al. "Young adult smokers' perceptions of plain packaging: a pilot naturalistic study". *Tobacco Control* 2011;20(5):367-373.
5. Canadian Cancer Society "Society welcomes commitment to tobacco plain packaging". [www.cancer.ca](http://www.cancer.ca) 29 February 2016.
6. Office Of The Associate Minister Of Health "Smoke-free environments (Tobacco plain packaging) Amendment Bill: Approval for introduction". Paper to Cabinet Legislation Committee 16 December 2013. ([www.health.govt.nz/system/files/documents/pages/cabpaper-11dec13-pdf](http://www.health.govt.nz/system/files/documents/pages/cabpaper-11dec13-pdf)).
7. Hoek J, Gendall P, Eckert C et al. "Dissuasive cigarette sticks: the next step in standardised ("plain") packaging?" *Tobacco Control* 2015 doi: 10.1136/tobaccocontrol-2015-052533.
8. Doward J. "U.S. free market group tries to halt sales of cigarettes in plain packets in U.K." *The Guardian* - London - 15 July 2012.
9. Scollo M, Zacher M, Durkin S et al. "Early evidence about the predicted unintended consequences of standardised packaging of tobacco products in Australia: a cross-sectional study of the place of purchase, regular brands and use of illicit tobacco". *British Med. Journ.* 2014 - doi: 10.1136/bmjopen-2014-005873.