

MAGGIO 
31 GIORNATA MONDIALE SENZA TABACCO
2025

Unmasking the Appeal

le strategie per vendere ai bambini

LA CAMPAGNA DELL'OMS MIRA AD AMPLIFICARE LE VOCI DEI GIOVANI, DENUNCIARE LE TATTICHE DELL'INDUSTRIA DEL TABACCO E AUMENTARE LA CONSAPEVOLEZZA PUBBLICA SULLA NECESSITÀ DI DIFENDERE LE POLITICHE SANITARIE E PROTEGGERE LA SALUTE DELLE GENERAZIONI FUTURE.

aromi sfiziosi
 colori brillanti
 design accattivanti



Nelle puff bar alcuni aromi, soprattutto quelli fruttati o dolci, mirano specificatamente a rendere queste e-cig gradite ai più giovani e a tutti coloro che non apprezzano il tabacco.

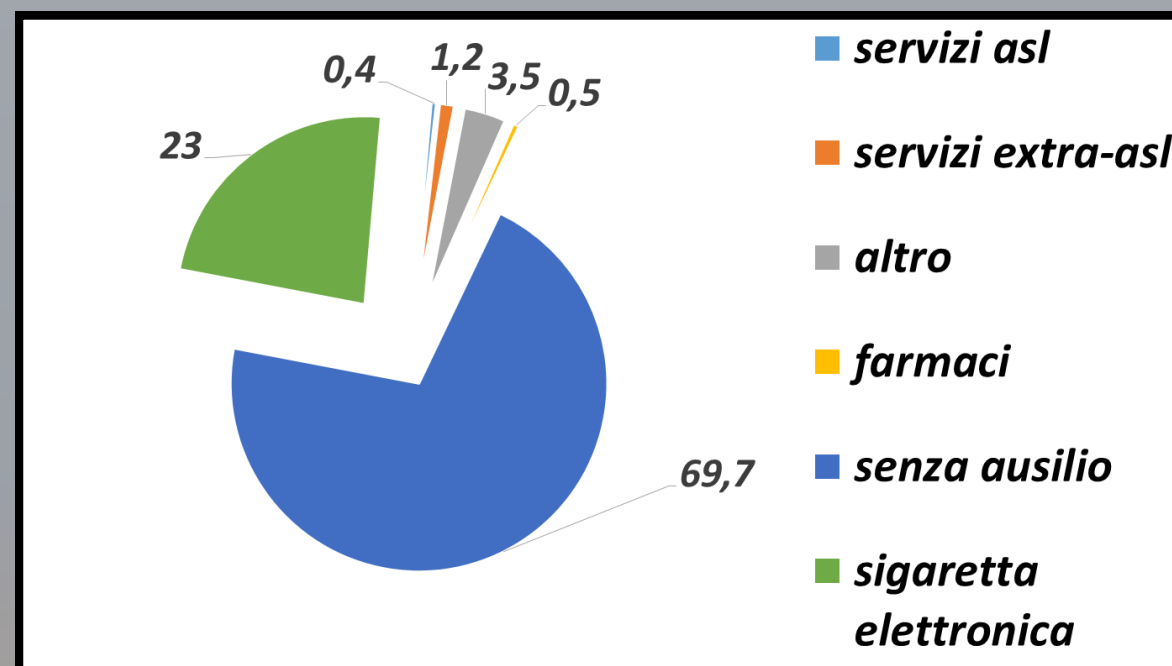
Anche l'ambiente ne risente...



Il mercato delle sigarette elettroniche in Italia nel 2024 ha mostrato una crescita significativa, con un aumento della diffusione tra i consumatori e un impatto crescente sul settore del fumo tradizionale. Le nuove normative e iniziative di sostenibilità indicano un impegno verso un mercato più regolamentato e responsabile. Tuttavia, è fondamentale continuare a monitorare l'evoluzione delle abitudini dei consumatori e l'efficacia delle politiche pubbliche per garantire un equilibrio tra innovazione, salute pubblica e sostenibilità ambientale.

Meno dell'1% dei fumatori utilizza la puff, la sigaretta elettronica usa e getta, la cui introduzione sul mercato è molto recente. Il 3,5% utilizza htp e il 4,7 l'e-cig.

Secondo i dati Passi rimane alta la percentuale di persone che cerca di smettere di fumare utilizzando le sigarette elettroniche (23%). il risultato finale non è solo il fallimento ma anche una doppia dipendenza. Infatti 3 tentativi su 4 esitano in un fallimento e il 5% dei fumatori finisce per utilizzare sia le sigarette tradizionali che e-cig e altri dispositivi.



Secondo i dati HBSC, la maggior parte dei ragazzi intervistati ha dichiarato di non aver mai fumato; la percentuale di non fumatori si riduce, però, con l'aumentare dell'età, passando dal 99% degli undicenni al 93% dei tredicenni sino all'80% dei quindicenni. Percentuali simili si trovano anche per la sigaretta elettronica.



IL FUMO DI SIGARETTA E LE CARATTERISTICHE DEI FUMATORI IN PIEMONTE

SISTEMA DI SORVEGLIANZA PASSI E PASSI D'ARGENTO PIEMONTE - DATI 2023 - 2024



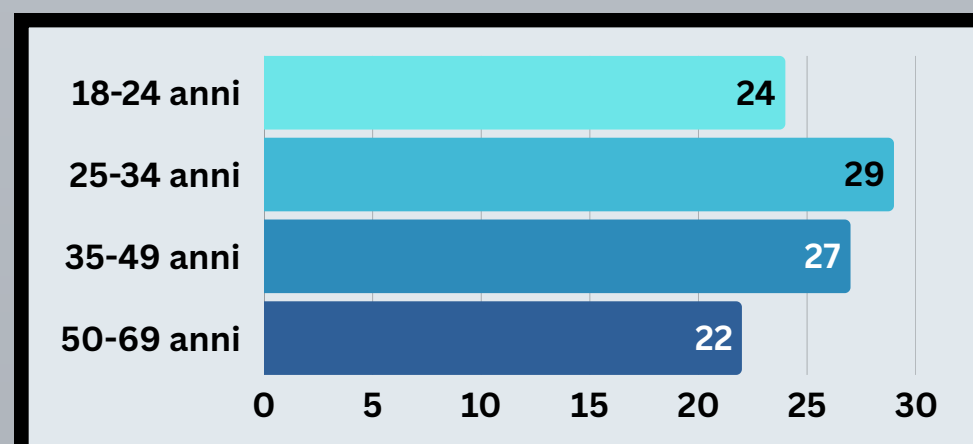
Più della metà degli adulti (18-69 anni) non ha mai fumato mentre circa 1 persona su 4 fuma regolarmente e il 22% ha smesso di fumare.

Tra i fumatori, il 18% è un forte fumatore (più di 1 pacchetto di sigarette al giorno) mentre il 5% è un fumatore occasionale (meno di una sigaretta al giorno).

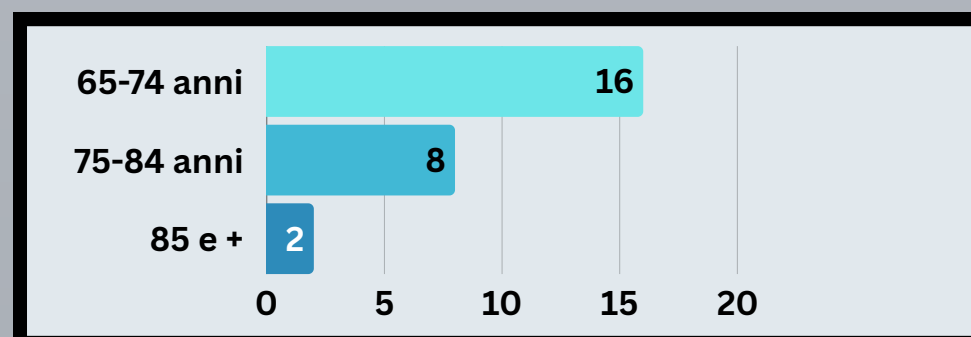
Il consumo medio fra i fumatori è di 11 sigarette al giorno sia per gli adulti che per gli ultrasessantacinquenni. Tra le persone con più di 65 anni, l'11% fuma (dei quali il 2% è un forte fumatore e il 34% ha smesso di fumare).

La distribuzione dei fumatori per fasce d'età ci mostra come la categoria più rappresentata sia quella tra i 25 e 34 anni, mentre in età matura e negli anziani aumentano progressivamente le persone che decidono di smettere di fumare (29%).

PASSI



Passi d'Argento

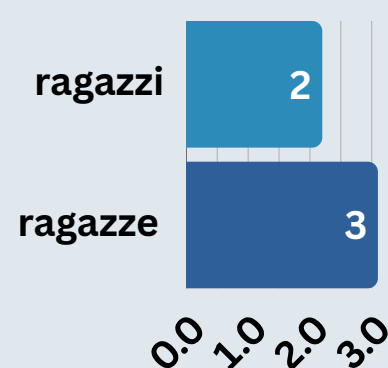


Le donne fumano sigarette con una frequenza minore.

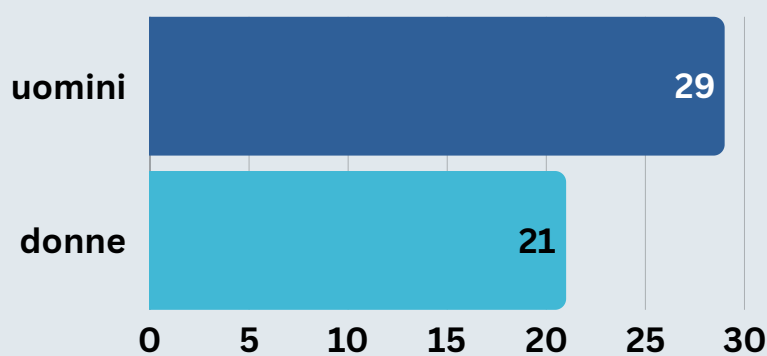
Il divario era maggiore in passato rispetto alle nuove generazioni, come si può vedere dal confronto fra i dati passi e passi d'argento: infatti, tra gli ultrasessantacinquenni, un uomo su due è un ex fumatore mentre le donne ex fumatrici circa sono 1 su 5. Considerando invece i fumatori tra i 18 e i 69 anni, mentre gli uomini sono il 29% della popolazione, le donne sono il 21%.

Tra gli adolescenti il divario si annulla; infatti, secondo la sorveglianza HBSC, il 2% dei ragazzi e il 3% delle ragazze di 11, 13 e 15 anni dichiarano di aver fumato tutti i giorni dell'ultimo mese.

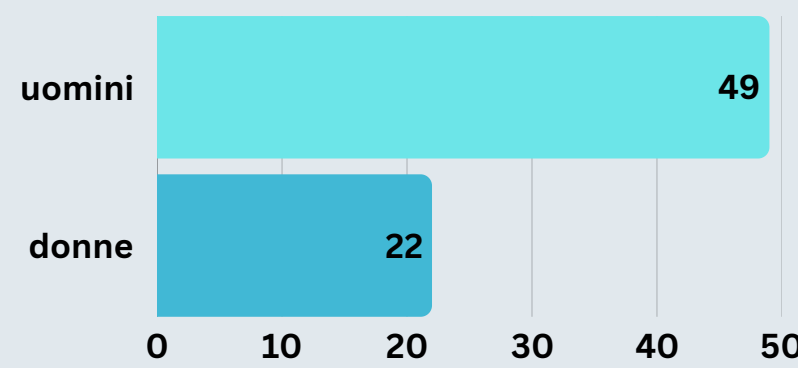
FUMATORI 11-13-15 anni (HBSC)



FUMATORI TRA I 18 E I 69 ANNI - PASSI



EX FUMATORI - OLTRE I 65 ANNI - PdA



NO TOBACCO DAY

31 MAY, 2025

<https://www.regione.piemonte.it/web/temi/sanita/prevenzione/giornata-mondiale-senza-tabacco>

<https://www.epicentro.iss.it/passi>

A CURA DEL gruppo di COORDINAMENTO REGIONALE PASSI e Passi d'Argento e HBSC.

