

# **Culture del fumo tra rappresentazioni sociali, consumi e sostenibilità:**

**una riflessione critica a partire dal  
progetto SM-OK.**



**Politecnico  
di Torino**

# **Culture del fumo tra rappresentazioni sociali, consumi e sostenibilità: una riflessione critica a partire dal progetto SM-OK.**

Culture of smoking between social representations,  
consumption and sustainability:

a critical reflection starting from the SM-OK project.

**Candidata:**

Cecilia Griva

**Relatore:**

Prof. Marco Bozzola

**Correlatore:**

Prof.ssa Giulia Maria Cavaletto

**CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN DESIGN E COMUNICAZIONE**

Collegio di Design - A.A. 2021/2022 - Sessione di Laurea di dicembre



# Abstract

Il testo si propone di presentare il fenomeno del fumo di tabacco, analizzandolo dal punto di vista sociologico, di consumo e ambientale, al fine di rendere chiaro il contesto all'interno del quale si inserisce il progetto SM-OK, una sigaretta ricaricabile che risolve il problema dei mozziconi abbandonati nell'ambiente. Il primo capitolo è dunque dedicato a fornire un quadro generale sul tabagismo e sugli aspetti sociologici che lo riguardano e sulla base dei quali il fenomeno può essere interpretato. In seguito ad un'introduzione storica, si procede ad individuare gli aspetti sociologici che caratterizzano il fenomeno e ad analizzare come sia stato rappresentato all'interno dei mezzi di comunicazione di massa nelle diverse epoche. Il secondo capitolo sostiene il primo presentando dati secondari di fonte istituzionale su consumi e inquinamento ambientale e descrivendo i tipi di sigaretta a combustione e non presenti sul mercato. Il terzo presenta il progetto in tutte le sue fasi di ideazione: brief, concept, target, fino alla descrizione dei materiali scelti con il sostegno di tavole tecniche. Il capitolo si conclude con una proposta di strategia di comunicazione e produzione di SM-OK, con la valutazione economica del progetto e con un confronto con le alternative presenti sul mercato sul piano prestazionale e ambientale. A conclusione dell'elaborato verranno presentate alcune riflessioni critiche in merito a quali siano i fattori condizionanti per i fumatori, in relazione a diversi livelli di consapevolezza in merito alla propria dipendenza, e quali interventi siano al momento disponibili in direzione di un consumo maggiormente consapevole e sostenibile



# Indice

## Introduzione

7

## 1

### Evoluzione storica e rappresentazioni culturali del fumo

- 1.1 Cenni storici sull'utilizzo del tabacco 12
- 1.2 Il fumo come fenomeno sociale 16
- 1.3 Denormalizzazione del fumo e normativa 20
- 1.4 Le rappresentazioni della sigaretta nei media 22

## 2

### I numeri del fumo, le alternative alla sigaretta e la relativa questione ambientale

- 2.1 I numeri del tabagismo in Europa e nel mondo 46
- 2.2 I numeri del tabagismo in Italia 50
- 2.3 Le alternative alla combustione sul mercato 54
- 2.4 Impatto ambientale del tabacco 59

## 3

### Il progetto SM-OK

- 3.1 Storia di un'idea creativa 63
- 3.2 Il prodotto 69
- 3.3 Posizionamento di mercato e profilazione dei potenziali utilizzatori 72

## Conclusione

87



# Introduzione



## INTRODUZIONE

È ormai noto che il fumo di sigaretta provochi gravi danni alla salute oltre ad influire negativamente su ambiente e società, ma, per quanto gli esperti della salute insistano su una direzione *smoking free*, la quotidianità restituisce ancora un'immagine del fumo come atto concesso e accettato, un modo semplice e immediato per soddisfare un bisogno, talora anche incoraggiato per siglare appartenenze e definire stili di vita e posizionamenti sociali. Le forme in cui il fenomeno si concretizza variano profondamente a seconda di età, sesso, classe sociale, luogo di residenza, ma per quanto le ragioni che spingono un individuo a fumare possano essere differenti, l'impatto che questa abitudine ha sul proprio fisico e sull'ambiente è invariato ed irrimediabilmente nocivo.

Oltre al livello individuale, la diffusione del fumo da sigaretta impatta anche sull'ambiente: il fumo rappresenta infatti una delle abitudini più inquinanti; i mozziconi di sigarette sono uno tra i rifiuti più scartati al mondo, in quanto con sei trilioni di sigarette consumate ogni anno da un miliardo di fumatori, le fibre di microplastica da cui sono composti raggiungono ogni angolo del mondo (Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente, 2022). Dunque, arginare il fenomeno è necessario, ed è possibile solo indagando quali siano i fattori alla base del comportamento del fumatore, quali e quanti tipi ve ne siano e come possano essere direzionati verso un consumo più sostenibile di tabacco.

Il presente lavoro si propone di fornire

un'interpretazione del fenomeno unendo una prospettiva sociologica (per la quale il fumo può essere classificato come una condotta deviante, o come un segno di riconoscimento e di appartenenza a gruppi sociali, o come esito di condizionamenti sociali e culturali) e una prospettiva progettuale, volta all'individuazione di nuovi prodotti che risolvano il problema dell'inquinamento ambientale.

In dettaglio: il primo capitolo sarà dunque dedicato a fornire un quadro generale sul tabagismo e sugli aspetti sociologici che lo riguardano e sulla base dei quali il fenomeno può essere interpretato. Dopo una introduzione storica del fenomeno in oggetto si analizzeranno la definizione di dipendenza, quali siano le sue dimensioni, il fenomeno dei giovani fumatori fino a definire perché si fuma e perché alcuni siano più sensibili al diventare tabagisti di altri e quale sia la normativa a riguardo. Infine, si passerà a identificare la sigaretta come prodotto e a presentare come il fumo sia stato rappresentato all'interno dei mezzi di comunicazione di massa nelle diverse epoche, attraverso un confronto tra esempi provenienti da periodi storici differenti a cominciare dall'inizio del secolo scorso.

Il secondo capitolo si propone di sostenere il primo, sociologico, con dei dati secondari di fonte istituzionale e derivanti da indagini rappresentative sul consumo di tabacco, con un confronto tra Italia ed estero (Europa e non). Verranno inoltre definiti, all'interno del mercato italiano, i diversi tipi di sigarette presenti (*Heat not burn*, Svapo e sigarette a combustione).

Infine, vi sarà un approfondimento sull'inquinamento generato dalla produzione e dal consumo delle sigarette tradizionali a combustione, caso studio di riferimento per l'elaborazione del progetto presentato nel capitolo tre.

Nel terzo e ultimo capitolo verrà esposto il progetto SM-OK, un'alternativa ecologica alle tradizionali sigarette a combustione, che si propone di risolvere la problematica della dispersione dei mozziconi nell'ambiente. Il progetto sarà analizzato in tutte le sue fasi di ideazione, da quella di brief iniziale alla definizione del concept e del target, fino alla descrizione dei materiali, della struttura

e dei processi di utilizzo. In seguito alla presentazione di una possibile strategia di comunicazione e produzione di SM-OK e della valutazione economica del progetto. Sarà inoltre proposto un confronto tra questo e le alternative già presenti sul mercato su prestazioni e prezzi.

A conclusione dell'elaborato verranno presentate alcune riflessioni critiche in merito a quali siano i fattori condizionanti per i fumatori, in relazione a diversi livelli di consapevolezza in merito alla propria dipendenza, e quali interventi siano al momento disponibili in direzione di un consumo maggiormente consapevole e sostenibile.



# Capitolo 1

Evoluzione storica  
e rappresentazioni  
culturali del fumo

# 1.1 Cenni storici sull'uso del tabacco

L'abitudine al fumo ha sempre segnato la storia dell'uomo: lo dimostrano scoperte archeologiche che riguardano oggetti utilizzati già dai Sumeri per inalare oppio (Sneider, 1997). Era pratica comune, infatti, al tempo, utilizzare sostanze allucinogene come gli oppiacei nel contesto cerimoniale o religioso. Lo storico greco Erodoto descrisse gli Sciti come avvezzi a respirare i fumi di foglie bruciate già nel 500 a.C: «Si infilano sotto una tenda fatta di coperte e gettano i semi su pietre roventi; i semi bruciano producendo un fumo che nessun bagno a vapore greco potrebbe superare. Gli Sciti urlano di gioia...» (Storie, IV, 2). Tra gli stessi greci abbiamo esempi di utilizzo dei fumi derivanti dalla combustione di alcune piante in ambito cerimoniale: a Delfi, nel santuario panellenico, risalente all'età micenea, la Pizia, la sacerdotessa che pronunciava l'oracolo, faceva bruciare farina d'orzo e foglie d'alloro, entrando in uno stato di trance che le permetteva di mettersi in comunicazione con il dio Apollo (Bremmer, 1996). Gli Ariani dell'attuale Iran e l'antica popolazione degli Sciti - conosciuti dallo storico e viaggiatore greco Erodoto - utilizzavano semi di canapa (*Cannabis sativa*), in altre parole marijuana, per inalare il fumo passivo (Capone, 2017). L'oppio usato dagli Egizi come calmante per i bambini era l'ingrediente principale del *pharmakon nepenthes* che Elena versa nel vino durante il banchetto con Telemaco alla corte di Menelao (*Odissea*, IV, 219-228).

Plinio il Vecchio, nella sua enciclopedia *Naturalis Historia*, menziona *cannabis*

e altre erbe consumate a Roma a scopo ricreativo o terapeutico: erbe medicinali, come la farfara, o aromatiche, come la salvia. Alcune possedevano delle proprietà narcotiche e allucinogene che le resero largamente apprezzate e consumate tra i fumatori: una tra queste, lo Stramonio, gravemente tossico. Nell'antica Roma, il vizio del fumo non era appannaggio esclusivo degli uomini, ma vi sono testimonianze che anche le donne fumassero: uno tra gli affreschi di Ercolano ritrae alcune donne che fumano la pipa in un momento di socialità (Rota, 2021).

Il tabacco entra a far parte delle vite degli europei solo dal 1492, ma prima di questo era una pianta largamente usata dalle popolazioni dell'America Centrale. Si pensa infatti, che la pianta sia originaria delle zone vicine al lago Titicaca e che le prime coltivazioni risalgano al 5000 - 3000 a.C, tra Perù ed Ecuador (Treccani, 2011). Ci sono inoltre prove che già 2000 anni fa il tabacco venisse masticato e fumato durante alcuni momenti di socializzazione delle antiche tribù indigene (S. Cittadini, E. Sartarelli, n.d.). Era essenziale nelle cerimonie religiose e in tutti i tipi di rituali: veniva soffiato sui volti dei guerrieri prima del combattimento, era sparso nei campi prima della semina, veniva offerto agli dèi, versato sulle donne prima di un rapporto sessuale, ed era usato da tutti gli uomini e le donne dei villaggi come narcotico, miscelato con altre erbe come la salvia (Sinchi, n.d.). È interessante pensare a come i nativi, dopo essere stati colonizzati dagli europei, non rivelarono

loro l'utilizzo della salvia e degli altri ingredienti necessari alla perdita della coscienza e quindi al dialogo con le divinità, in quanto il principio spirituale impediva loro di tramandare queste conoscenze a chi non era ritenuto degno.

In tutto il Sud America il tabacco era considerato una pianta miracolosa, e per questo veniva utilizzato da molte popolazioni del territorio. I Maya, ad esempio, usavano il tabacco ("Quáuhyetl", tabacco in lingua tradizionale) per uso rituale. Sono stati trovati resti archeologici che testimoniano la pratica del "sik'ar" (S. Cittadini, E. Sartarelli, n.d), che significa fumare, e termine da cui deriveranno parole come sigaro o sigaretta: ne è un esempio un vaso (Figura 1) che fa parte della Collezione *Kislakalebrgada* presso la Biblioteca del Congresso degli Stati Uniti, fabbricato nel 700 d.C nel sud di Campeche. Di circa 6,5 centimetri di diametro, mostra alla sua estremità i geroglifici Maya con il significato di "la casa del suo tabacco" (Capone, 2017). I Maya, inoltre, per fumare utilizzavano degli oggetti che sono paragonabili per forma e dimensioni agli odierni sigari e sigarette. In alcune rappresentazioni le sigarette sono dipinte di bianco; si ipotizza quindi che fosse usanza avvolgere il tabacco in un'altra sostanza, la tusa, con un processo e un risultato simile a quello delle moderne sigarette.

Anche per quanto riguarda la civiltà degli aztechi si hanno delle conferme riguardo alla conoscenza e all'uso della *Nicotiana Tabacum* (Treccani, 2011), (Figura 2): sulla scultura azteca di Xochipilli (Figura 3), dio dei fiori, sono rappresentate diverse varietà di piante allucinogene, tra cui quella di tabacco. Inoltre, vi sono evidenze dell'esistenza di una vera e propria norma tradizionale su quelle che dovevano essere le condizioni di utilizzo della pianta, differenziate tra classe dirigente, guerrieri e sacerdoti; ogni altro membro della civiltà che non apparteneva a queste categorie non poteva consumare tabacco, in caso contrario, era prevista una punizione (Biasolo, 2020).



Figura 2 Dettaglio scultura azteca di Xochipilli: *Nicotiana Tabacum*



Figura 3 Scultura azteca di Xochipilli (Wikipedia, 2020)

Fig1 Vaso Maya di 1300 anni fa all'interno del quale sono stati ritrovati residui di nicotina (Chemical & Ingeneering news, 2012)



## CAPITOLO 1

Gli europei entrarono dunque in contatto con il tabacco solo a seguito dello sbarco in America da parte di Cristoforo Colombo e i suoi marinai, i quali incontrarono gli Indios di San Salvador che chiamavano col nome “tabaco” un tizzone su cui bruciava un rotolo d’erbe di cui aspiravano il fumo (Treccani, 2006).

Fu così che l’uso del tabacco si diffuse tra i marinai europei che sbarcavano nel nuovo mondo, tanto velocemente e aggressivamente che già nel 1527 il vescovo Bartolomé de Las Casas rimproverava ai residenti iberici dell’isola Hispaniola di aver contratto la “vergognosa abitudine” al fumo (De las casas, 1561). I fumatori si difesero sostenendo di non riuscire più a smettere, fornendo la prima testimonianza della dipendenza provocata dal tabacco (Capone, 2017).

La prima nazione europea a venire a contatto con il tabacco fu, dunque, la Spagna per opera del monaco R. Pane che, di ritorno dall’isola di Santo Domingo nel 1518, trasportò dei semi di tabacco (Treccani, 2011). Nel 1555 il frate A. Thévet introdusse dal Brasile in Francia i primi semi e la nuova pianta fu coltivata nella provincia di Angoulême (Treccani, 2011).

Una volta arrivati in Spagna, nel 1559, i semi furono piantati nei terreni situati intorno a Toledo, in una zona chiamata “los cigarrales”, a causa di un’invasione di parassiti delle cicale. Questo fu il primo sito di coltivazione del tabacco in Europa e, per questo, alcuni storici sostengono che il nome di sigaro deriva da questa circostanza (S. Cittadini, E. Sartarelli, n.d).

Nel 1560 l’ambasciatore francese alla Corte portoghese, Jean Nicot de Villemain, convinto che la pianta avesse delle virtù medicinali, ne promosse la coltivazione e l’importazione, consigliandone inoltre l’uso alla Regina di Francia Caterina de’ Medici, quale rimedio per l’emicrania (Treccani, 2006). Gli attacchi della regina scomparvero e lei divenne una grande sostenitrice della pianta e delle sue proprietà benefiche tanto che da allora il tabacco fu denominato anche *Herba Catharinaria*, anche se il nome botanico, in onore di Nicot, fu da allora *Nicotiniana tabacum*.

L’etimologia della parola “tabacco” è invece più controversa. Alcuni storici sostengono provenga dal luogo in cui è stata scoperta la pianta, sia questo Tobago, un’isola delle Antille, o la città messicana di Tabasco (Biasolo, 2020). La versione più coerente è invece quella che identifica la radice della parola in “*tabbaq*”, parola araba utilizzata in Europa, almeno dal XV secolo, a varie piante medicinali (Treccani, 2011).

Nel 1584 Walter Raleigh fondò la colonia della Virginia in Nord America, copiò dagli indigeni l’usanza del fumo di pipa e iniziò in quel territorio la coltivazione del famoso tabacco che nel 1590 fu introdotto in Inghilterra (S. Cittadini, E. Sartarelli, n.d). Ha dunque inizio l’impiego del tabacco come prodotto voluttuario: l’abitudine al fumo si diffuse rapidamente diventando ben presto un vizio. I governanti dell’epoca decisero quindi di sfruttare questa dipendenza per alimentare le entrate del proprio stato attraverso l’imposizione di tasse. Nacquero così i primi monopoli.

Nel 1828, si cominciò ad estrarre la

nicotina dalle foglie del tabacco, e alla fine del XIX secolo, negli Stati Uniti, ha inizio la produzione industriale ed il consumo di massa delle sigarette grazie a varie innovazioni: l'invenzione di nuovi processi di lavorazione, di nuovi macchinari (tra i quali la macchina "rollatrice" automatica, che consentiva una produzione in serie di sigari e sigarette), di miscele che creavano un fumo facilmente aspirabile, di fiammiferi non tossici, oltre ai progressi nei trasporti e ad un uso della pubblicità sui mass media, l'ascesa del tabacco con conobbe più ostacoli, e quello che era solo una moda divenne una vera e propria piaga sociale (Capone, 2017).

Prima che l'abitudine al fumo fosse comunemente considerata come una vera e propria dipendenza<sup>1</sup>, era il concetto di "vizio" a descrivere al meglio il tabagismo (Mangiaracina, 2002). Una delle motivazioni di questa negazione può essere un aspetto comportamentale caratteristico delle dipendenze, ovvero la negazione della dipendenza stessa, la negazione totale o parziale della sua esistenza. Un altro motivo è sicuramente da individuarsi nella mancanza fino ad una certa epoca di studi rilevanti circa l'effetto della nicotina sul sistema nervoso e circa la

presenza di sostanze cancerogene nei prodotti contenenti tabacco.

Tra i primi, Sir Henry Hallet Dale nel 1914 (Fishman, 1972) studia la connessione tra acetilcolina e nicotina ed evidenzia l'azione eccitante a minime dosi e inibente a dosi maggiori di quest'ultima. L'inizio della presa di coscienza riguardo i danni provocati dal fumo sull'organismo si ha invece, nel 1964 con la pubblicazione del rapporto *Smoking and Health* di Luther Terry (Housman, 2001) che è da considerarsi come il primo passo in un processo di denormalizzazione che sarà poi sancito da una serie di dichiarazioni dell'OMS: nel 1973 l'ente dichiara che il fumo può effettivamente creare dipendenza e nel 1992 inserisce per la prima volta il fumo di tabacco nel paragrafo F 17 del capitolo dedicato ai disordini mentali e comportamentali dovuti all'uso di sostanze psicoattive.

Il concetto di tabagismo<sup>2</sup> è dunque un concetto moderno, elaborato solo nei primi anni 80. Secondo i dati dell'OMS, il fumo di tabacco è la più grande minaccia per la salute e il primo fattore di rischio delle malattie croniche non trasmissibili a livello mondiale, con circa un miliardo di fumatori, di cui circa l'80% vive in Paesi a basso e medio reddito (Ministero della Salute, 2022a).

---

<sup>1</sup> Nella medicina e nelle scienze sociali, condizione, in cui un individuo si trova, di incoercibile bisogno di un prodotto o di una sostanza. (Treccani)

<sup>2</sup> Uso abituale e prolungato di tabacco, in genere come tabacco da fumo, associato a un insieme di alterazioni organiche e funzionali. (Treccani)



## 1.2 Il fumo come fenomeno sociale

A partire dagli anni 80 del secolo scorso iniziano gli studi sistematici in ambito medico scientifico sull'azione della nicotina sul sistema (Pomerleau, 1992; Pomerleau e Rosecrans, 1989; London, 1990). Si studiavano i recettori cerebrali per la nicotina e si cercava di dimostrare le modificazioni biochimiche e fisiopatologiche dell'area segmentale ventrale, dove sono ubicati il "nucleus accumbens" ed il "locus coeruleus", in particolare su quella struttura conosciuta come il centro "della gratificazione", che ha come principale mediatore chimico la dopamina (George et al., 2000). Questa è una sostanza che controlla il movimento, l'attenzione, il comportamento, l'umore e i meccanismi della ricompensa: quando questa molecola viene rilasciata crea una sensazione di piacere e di ricompensa che induce ad una ripetizione del comportamento e della sua relativa gestualità. La biochimica, quindi, evidenzia come la dipendenza da tabacco incida anche sul piano comportamentale (Tirota, 2019).

L'azione di fumare una sigaretta, infatti, si descrive come una sequenza gestuale che definisce dei movimenti obbligati che si ripetono fino alla creazione di un vero e proprio nuovo tratto di personalità. Un articolo tratto da un numero del 1959 di Caper Magazine mostra l'analisi della personalità del Dr. William Neutra (Figura 4), basata su come le persone, uomini e donne, impugnano le sigarette. Nell'articolo lo psicoanalista descrive sette esempi di impugnature maschili e solo due femminili. È interessante, infatti, ciò che il Dr. Neutra, evidenzia circa le

donne: sono così colpite in modo naturale nella loro postura regolare che il più delle volte sono troppo consapevoli di come tengono una sigaretta, e quindi inutili come soggetti per questo esperimento. (De Simone, 2022).

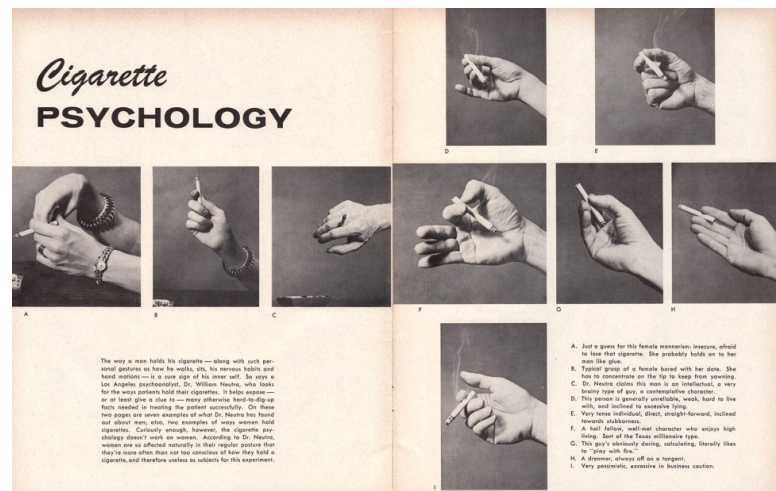


Figura 4 Studio sull'impugnatura della sigaretta (De Simone, 2022)

È importante segnalare che questo studio non è mai stato confermato da altri psicoanalisti, ma è da intendersi come una lettura interessante circa il rapporto tra l'oggetto sigaretta e il suo utilizzatore. L'atto del fumare diventa parte di un rituale dell'interazione nell'accezione di Goffman: ossia diventa un modulatore delle interazioni sociali, innesca dinamiche di appartenenza e distinzione: si pensi alla scelta del tipo di tabacco più o meno costoso, e quindi più o meno accessibile alle diverse classi sociali (Goffman, 1988).

L'ipotesi che l'abitudine al fumo sia maggiormente diffusa nelle categorie sociali meno abbienti da un punto di vista reddituale non è, però, uniformemente

accettata (Mangiaracina, 2022). È forse più corretto parlare di classi sociali svantaggiate che risultano maggiormente condizionate da stili di vita insalubri e abitudini che hanno un impatto negativo sulla salute psico-fisica (Goldthorpe, 2010; Tomlinson, 2003; Blaxter, 2003; Sarti, 2018).

È evidente come certi soggetti consolidino comportamenti e atteggiamenti uniformi che arrivano a identificarli come appartenenti a specifiche categorie sociali. Bourdieu, uno tra i sociologi culturisti più importanti della seconda metà del XX secolo, individua nel concetto di Habitus (applicato in modo specifico nelle scelte culturali, ma applicabile mutatis mutandis a questo contesto) questa dinamica e la definisce come “l’incorporazione delle pratiche di vita, l’assimilazione di una matrice di senso, un insieme di disposizioni, riflessi e forme di comportamento che le persone acquisiscono attraverso le loro azioni nella società” (Bourdieu, 1979). Da qui si evince che diverse categorie sociali tendono a sviluppare omogenei usi e consumi e, in un’ottica di distinzione sociale, a rafforzare l’appartenenza a certi gruppi. La logica delle distinzioni con una élite, quanto piuttosto come un processo di autocollocazione nello spazio sociale e di riconoscibilità sociale da parte di altri attori.

I più colpiti da una spinta di affermazione, emulazione, distinzione sociale e ricerca di interazione con i pari sono ovviamente i giovani (intesi in una fascia di età che spazia dalla preadolescenza alla giovinezza). Uno studio svolto su territorio bolognese nel 2002, confermato

anche da dati più recenti (dati del Rapporto ESPAD del 2015), evidenzia come il 65% dei giovani non fumi, mentre a parità di condizioni socioeconomico culturali il 35% sia un fumatore (Chiamulera, 2003). Per quanto i giovani presi in analisi fumino diversi quantitativi giornalieri di sigarette o alcuni siano *Light*<sup>3</sup> o *Intermittent Smoker*<sup>4</sup> (Pistone et al., 2012) risulta evidente come il fumo sia funzionale all’adolescente per tre motivi. Il giovane, seguendo la spinta di ribellione tipica della sua età, cerca di contravvenire alle promesse fatte agli adulti che lo circondano e a opporsi a quelli che sono i consigli di astinenza; d’altro canto, l’adolescente percepisce una chiara esigenza di emulazione nei confronti dell’adulto. Questo era già stato descritto come il secondo processo di separazione e individuazione, nell’adolescente che cerca di crearsi un’identità propria, da Peter Blos, psicoanalista tedesco, figura di riferimento per le problematiche degli adolescenti. (Blos, 1967). Inoltre, la sigaretta è uno strumento di relazione con i pari e un modo per confrontarsi con l’ambiente circostante. Ne sono la prova i giovani *Intermittent smokers* che fumano solo in alcune e specifiche situazioni sociali, in cui il fumo diventa un modo per socializzare e integrarsi in gruppi, un vero e proprio mezzo attraverso il quale si riesce a comunicare in modo diretto con un gruppo di pari. Questo accade perché i ragazzi pensano che fumare meno faccia meno male, il che è confermato da dati scientifici (Di Todaro, 2015) ma i giovani non considerano che un uso sporadico ed occasionale ha però dei risvolti anche sui livelli di dipendenza innescati e perpetuati dalla nicotina assunta, in quanto, non essendo identificata come un problema dall’organismo stesso e dall’individuo,

---

<sup>3</sup> Light smokers: consumo di 1-4 g di tabacco al giorno, con una sigaretta equivalente a 1 g (Prescott et al., 2002).

<sup>4</sup> Intermittent smokers: almeno una sigaretta ogni 15 giorni negli ultimi 30 (McCarthy et al., 2001) McCarthy WJ. Et al. (2001). Individual change amid stable smoking patterns in polydrug users over 3 years. In *Addictive Behaviors*, 26, pp. 143–149.

## CAPITOLO 1

essa diventa paradossalmente più difficile da eradicare rispetto a quanto avviene nei forti fumatori (Pistone et al., 2012).

Lo studio sulla realtà bolognese evidenzia come in tutte le età il giovane fumatore si rappresenti come disinibito sessualmente, propenso alla noia e alla ricerca di sensazioni ed emozioni forti: il fumo è una risposta a questi tre fattori in quanto consente una narrazione eccessiva dell'atto in sé al fine di un processo di "adulizzazione" posticcio. È chiaro quindi che vi siano alcuni tratti distintivi delle personalità di alcuni giovani piuttosto che di altri che li portano a sperimentare in primis e successivamente a far uso quotidianamente del tabacco, considerandolo come un segno distintivo di "adulità".

Le ragioni per le quali i giovani (solitamente tra i 12 e i 14 anni) sono spinti a provare a fumare sono svariate e dipendono da un processo multifattoriale complesso: per dimostrare qualcosa a sé o agli altri, per integrarsi in gruppi, per mera curiosità, per basso livello di autostima e di autoefficacia, per una eccessiva accessibilità ai prodotti a base di tabacco e una loro accettazione nel contesto sociale di vita, familiare e no. (Ministero della salute, 2022b). La comunità scientifica raccomanda per questo motivo dei programmi di prevenzione, soprattutto nelle scuole, luogo fertile e privilegiato per sviluppare programmi di questo tipo: la linea suggerita è quella di contrastare l'uso di prodotti del tabacco tra i giovani attraverso interventi partecipativi che sono volti a fornire agli studenti dei dati aggiornati e corretti sull'argomento e

allo stesso tempo a facilitare lo sviluppo di capacità personali quali il pensiero critico e la capacità decisionale oltre che la gestione delle emozioni, di modo da consentire a questi giovani adulti di fare delle scelte consapevoli (Ministero della salute, 2022b).

Per capire se il soggetto, dopo la prova, diventerà o no un fumatore abituale si dovrà aspettare che questo elabori l'esperienza, piacevole o spiacevole che sia. Non è detto infatti che in seguito ad un'esperienza negativa il soggetto sia invogliato a smettere in quanto può considerare l'esperienza appena avvenuta come una sfida da vincere, un ulteriore ostacolo da superare per essere riconosciuto. Il fatto di riuscire a superare quelli che sono i primi effetti delle prime sigarette fa in modo di accrescere ulteriormente la sensazione di invincibilità tipica dell'adolescente che quindi più fumerà, più avrà voglia di continuare (Mangiaracina, 2022).

Nella fase di uso invece si presenta il grave problema della "significanza", ovvero la graduale attribuzione di significati specifici (emotivi e non) all'azione del fumare in sé, volti a radicare l'automatismo (Mangiaracina, 2022). Questa viene rafforzata dalla ripetizione gestuale obbligata che alla lunga crea una sorta di immobilità mentale che rende al tabagista ancora più difficile smettere. A questo si aggiungono "astinenza" e "tolleranza" come fattori che impediscono di smettere di fumare. L'astinenza<sup>5</sup> dal provoca dei disagi sia fisici che emotivi al fumatore che è quindi invogliato a ricominciare piuttosto che resistere ai

---

<sup>5</sup> Sindrome di a. Complesso di fenomeni osservabili in tossicodipendenti bruscamente privati del farmaco che è oggetto di conclamata dipendenza (narcotici, analgesici, neurofarmaci, eroina ecc.). I sintomi, che hanno durata, intensità e gravità variabile a seconda del tipo di farmaco e del grado della dipendenza, consistono in malessere, lacrimazione, sudorazione, midriasi, insonnia, anoressia e, nel caso dei barbiturici, tremori e convulsioni. (Treccani, n. d. a.).

sintomi. La tolleranza<sup>6</sup> è la capacità che il nostro corpo sviluppa nel resistere agli effetti della nicotina: il fumatore si trova quindi nella condizione di voler fumare di più per soddisfare le proprie esigenze.

Molti giovani iniziano a fumare dunque per fattori ambientali, dati dalla loro voglia di venire a contatto stretto con il mondo che li circonda, ma è possibile che alcuni siano influenzati anche da fattori genetici? Evidenze della letteratura segnalano la possibilità che determinati assetti genetici determinino predisposizione e persistenza al fumo. Quanto la pressione genetica influenzi la persistenza dipende in parte dall'iniziazione, in quanto molti fattori che interessano la seconda possono essere tali anche per la prima (Health e Martin, 1993). Uno studio del 1997

(True et al., 1997), confermato anche da dati raccolti successivamente (Falvella F. S. et al., 2010), confrontando fumatori, non fumatori ed ex fumatori, evidenzia che mentre il rischio di sviluppare il tabagismo è dovuto sia a fattori ambientali che genetici, la persistenza ha invece, una componente quasi esclusivamente genetica (Chiamulera, 2003).

Lo scivolamento della tipologia di rapporto coi prodotti del tabacco da un uso quotidiano verso un uso più sporadico od occasionale ha però dei risvolti anche sui livelli di dipendenza innescati e perpetuati dalla nicotina assunta, in quanto, non essendo identificata come un problema dall'organismo stesso e dall'individuo, essa diventa paradossalmente più difficile da eradicare rispetto a quanto avviene nei forti fumatori (Pistone et al., 2012).

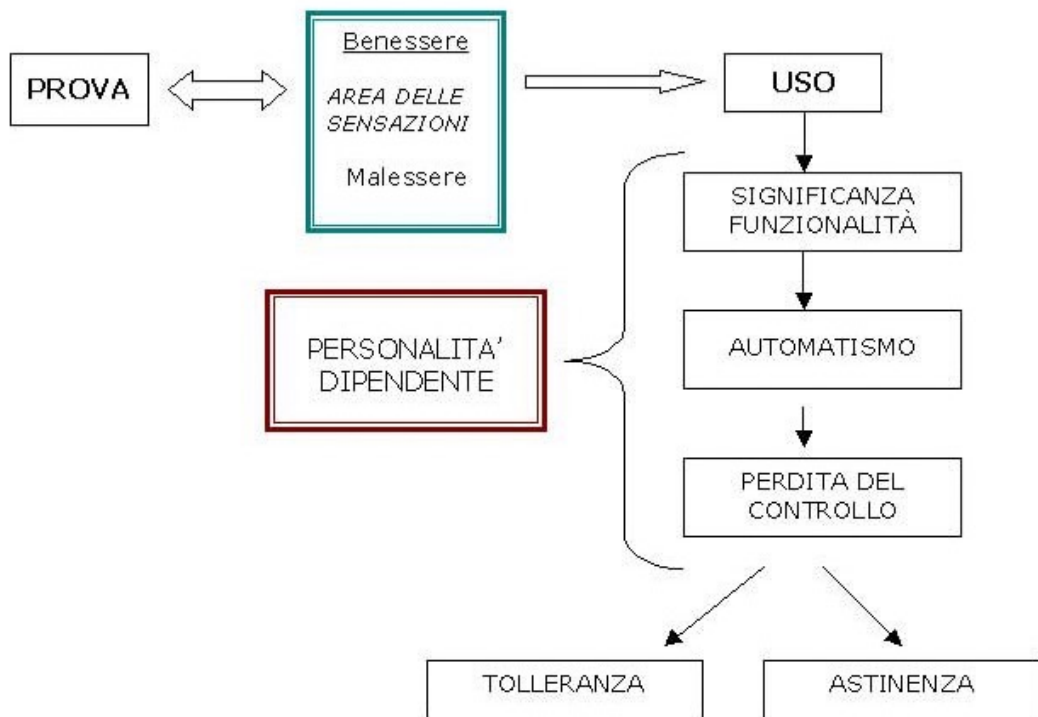


Grafico 1 Percorso di dipendenza da droghe (Mangiaracina, 2002)

<sup>6</sup> In terapia, la diminuita responsività all'azione di un farmaco con conseguente necessità di aumentarne progressivamente la dose per ottenere l'effetto abituale. L'acquisizione di una condizione di t. si verifica tipicamente nell'uso ripetuto di narcotici e rappresenta un fattore essenziale, o comunque favorente, per lo sviluppo della tossicodipendenza. (Treccani, n. d. b.).

### 1.3 Denormalizzazione del fumo e normativa

Il fumo è la più importante causa di morte evitabile nella nostra società ed è legato all'insorgenza di un tumore su tre (Airc, 2022). Inoltre, il Ministero della salute stima che ogni anno in Italia oltre 93.000 morti (Ministero della salute, 2022a) siano attribuibili al fumo di tabacco. Tutto questo è ormai riconosciuto a livello mondiale, non solo dalla comunità scientifica. Dunque, è importante domandarsi perché in Italia, tra i 13 e i 15 anni un ragazzo su cinque fuma quotidianamente e il 18% fa uso di sigarette elettroniche (Istituto superiore di Sanità, 2018). Perché si fuma? Quali sono gli effetti positivi che spingono un soggetto che prova una sigaretta a continuare? In cosa consiste il piacere, tratto caratteristico di tutte le dipendenze, derivante dal fumo di una sigaretta?

Si tratta di un piacere di breve durata, che sparisce in breve tempo lasciando il posto ad un'angoscia da privazione, ed è caratterizzato da un dualismo profondamente conflittuale (Mangiaracina, 2022). Quest'ultimo consiste nell'ostentazione da parte del fumatore delle proprietà "benefiche" della sostanza, pur con la consapevolezza del danno fisico e biologico che causa. Diventa quindi importante il tema della demoralizzazione del fumo (tema di discussione molto attuale): un diverso atteggiamento sociale nei confronti del tabacco metterebbe in crisi l'immagine del fumatore che sarebbe quindi invogliato a concludere o modificare il suo rapporto con la sostanza.

In questo senso sono fondamentali gli interventi di carattere legislativo che

secondo le indicazioni dell'OMS rappresentano uno degli strumenti principali nella lotta al tabagismo. Parlando di Italia, in Europa è sempre stata all'avanguardia circa la tutela dei non fumatori (Ministero della Salute, 2021).

La prima svolta si ha nel 1975 con la Legge n. 584 dell'11 novembre che impone il "Divieto di fumare in determinati locali e sui mezzi di trasporto pubblico", stabiliva il divieto di fumare in alcuni luoghi (art. 1), tra cui le corsie degli ospedali, le aule scolastiche, le sale d'attesa delle stazioni, i locali chiusi adibiti a pubblica riunione, i cinema, le sale da ballo." (Ministero della Salute, 2021). A questa legge si aggiunge una Direttiva del Presidente del Consiglio dei ministri del 14 dicembre 1995 che recita "Divieto di fumo in determinati locali della pubblica amministrazione o dei gestori di servizi pubblici", ha poi esteso il divieto di fumo ai locali destinati al ricevimento del pubblico per l'erogazione di servizi pubblici e utilizzati dalla pubblica amministrazione, dalle aziende pubbliche e dai privati esercenti servizi pubblici." (Ministero della Salute, 2021). Queste azioni legislative, per quanto in parte abbiano contribuito alla riduzione del numero dei fumatori in Italia, non sono però state molto incisive: riguardando solo alcuni locali pubblici, non intaccavano in modo concreto le abitudini dei fumatori. Diventa dunque necessario superare i limiti di queste leggi per realmente mettere in crisi l'identità dei tabagisti e cambiare radicalmente la visione sociale riguardo il fumo e i prodotti derivanti dal

tabacco. Il salto si ha con la Legge 3 del 16 gennaio 2003 con la quale si estende il divieto di fumo a tutti i locali chiusi, ad eccezione dei luoghi strettamente privati e dei locali esclusivamente riservati ai fumatori (Ministero della Salute, 2021).

L'accessibilità dei prodotti derivanti dal tabacco ai giovani è stato un tema dibattuto. Lo dimostra il Regio Decreto 2316 del 1934 che sancisce il divieto di vendita e somministrazione del tabacco ai minori di 16 anni, in quanto il limite verrà innalzato a 18 anni nel 2012 con la Legge di conversione n. 189 del 9 novembre (Ministero della Salute, 2021). Inoltre, nel 2016, con il Decreto Legislativo n. 6 del 12 gennaio, vengono aumentate le sanzioni pecuniarie per i rivenditori che non rispettano il divieto di vendita ai minori; dal 2013 anche i distributori automatici sono dotati di un sistema di rilevamento

dell'età (Ministero della Salute, 2021).

È importante sottolineare che, per quanto gli interventi legislativi siano fondamentali, non risolvono il conflitto interiore del fumatore che, pur volendo smettere, non riesce a liberarsi dell'effetto della nicotina. Il piacere derivante dall'uso di tabacco, pur necessitando di elaborazioni psichiche, ha, infatti, basi neurochimiche. Serotonina, e più specificamente dopamina, neurotrasmettitori endogeni, mediano chimicamente queste sensazioni (Di Chiara, 1999). La consapevolezza che questo risultato però può essere anche ottenuto con semplici azioni quotidiane come mangiare, camminare, correre, avere rapporti sessuali, giocare, gustare cioccolato e caffè, può aiutare il fumatore a fare rotta su nuove e piacevoli abitudini che sostituiscono la dipendenza e che sono più sostenibili sia a livello della propria salute fisica ed emotiva, sia a livello ambientale.

# 1.4 Le rappresentazioni della sigaretta nei media

Per cultura si intende il prodotto delle idee, delle espressioni artistiche, letterarie, musicali... di un paese, di una società, di una comunità o di un gruppo sociale. La cultura è la risposta dell'uomo ai propri bisogni, alle proprie necessità, materiali, psicologiche e spirituali. In questo contesto si inseriscono i prodotti culturali, i quali svolgono le stesse funzioni della cultura e si identificano come risultato dei processi creativi degli individui. Questi si differenziano dai prodotti non culturali che solamente soddisfano i bisogni di un mercato e sono soluzione pratica (non vi è quindi un vero e proprio processo creativo) ad una necessità di un individuo. I prodotti culturali possono essere beni o servizi, tangibili o intangibili e sono il risultato e allo stesso tempo rappresentano tradizioni, assetto sociale, risorse culturali, posizionamento di classe, valori... I consumi culturali, si configurano come contrassegni distintivi di un sistema di gusti e di stili di vita. Il gusto, le scelte di consumo, le preferenze, classificano gli individui singolarmente e come gruppi sociali. Il consumo culturale è l'esito di una moltitudine di elementi, individuali, familiari e strutturali e si articola in un «menu» articolato e composito (Porro, 1992), articolato in generi e attività. Il consumo culturale è una strategia individuale che esprime i processi di auto-identificazione ed auto-espressione presenti in un determinato contesto sociale.

E la sigaretta? È un prodotto culturale? Non si può dire che lo sia, anche se è

evidente che è molto più complessa sia dal punto di vista progettuale che di significato rispetto ad un prodotto comune, materiale, quale una scatola di cartone o un paio di forbici. La sigaretta ha quindi un'anima duale: è un prodotto comune, in quanto è il risultato di un processo di risposta ad un bisogno, ma allo stesso tempo porta dentro di sé un significato storico forte, fatto di dialoghi di culture diverse e che ha attraversato periodi storici diversi assumendo sempre un nuovo significato. Possiede inoltre, come i prodotti culturali, la capacità di demarcare e sottolineare le divisioni sociali: si pensi al significato che assume fumare tabacco trinciato piuttosto che sigarette già girate tra i giovani. La scelta, infatti, non dipende solo da questioni di budget, ma, in un certo senso, l'acquisto di un prodotto piuttosto che l'altro permette al giovane di inserirsi all'interno di gruppi con precise caratteristiche.

La sigaretta in sé nasce però come un prodotto vuoto, senza un vero e proprio significato. È dunque necessario dare atto all'industria del tabacco di essere stata in grado di insegnare l'uso e conseguentemente l'abuso della sigaretta attraverso l'utilizzo di vari mezzi di comunicazione, quali manifesti, fumetti, spot televisivi, fino a infiltrarsi nella cultura quotidiana e diventare simbolo di mascolinità in alcuni casi, di maturità in altri e di autonomia e indipendenza per le lotte femministe degli anni 70. Allo stesso tempo, dopo la presa di coscienza rispetto ai danni provocati da essa, la sigaretta

è diventata simbolo di trasgressione, di proibito e di tribale iniziazione ad alcuni gruppi sociali specifici. L'immagine stessa della sigaretta è riuscita a modificarsi nel tempo, resistendo al proibizionismo, alle guerre e infine alla presa di coscienza sulla nocività avvenuta attorno agli anni 80.

La semantizzazione pubblicitaria di un prodotto, per quanto riguarda la sigaretta, raggiunge la sua forma più alta, in quanto è stato possibile rendere pregno di contenuto un prodotto che di base è pura forma, non assolve a una vera e propria necessità, ma ne crea una e solo successivamente vi risponde direttamente (Bocchi, 2004). È quindi un prodotto molto contraddittorio e contraddittorie sono state anche le sue rappresentazioni all'interno dei mezzi di comunicazione di massa nelle diverse epoche.

Parlando di cinema, è molto acceso il dibattito odierno su quanto sia eticamente corretto associare il fumo ad alcuni personaggi, sia positivi che negativi. Negli ultimi anni si fuma in meno film, ma in compenso sono aumentate di oltre il 70% le scene in cui sono coinvolte le sigarette nelle pellicole. Lo afferma un rapporto del Cdc. I ragazzi giovani che cercano di farsi spazio nella società potrebbero identificare questi personaggi come degli esempi da seguire e, provando ad emularli, diventare tabagisti: è per questo che il *Centers for Disease Control* (Cdc) (2021) statunitense propone per le pellicole dove si fuma di vietare la visione ai minori non accompagnati.

È però possibile identificare due filoni cinematografici (Lipercubo, 2020) che coinvolgono il tabagismo: una prima linea in cui il fumo assume una valenza simbolica, incidentale, che si sviluppa per l'intera pellicola. Basti pensare a

film come *"Smoke"* di Wayne Wang del 1995 che cita apertamente il riferimento nel titolo o più genericamente ai film Western. D'altra parte, si può identificare un secondo filone in cui il fumo non è il clou dell'intreccio, ma fa parte della caratterizzazione dei personaggi: il *"Joker"* di Todd Phillips del 2019 è un fumatore accanito, tratto che aiuta nell'identificazione del personaggio come nevrotico, subalterno, escluso e infine violento. Le sigarette rappresentano infatti il volano ideale per far sviluppare la personalità di un protagonista sullo schermo: si pensi a James Dean con la sua interpretazione in *"Rebel Without a Cause"*, anche se pensando a lui è difficile ricordarsi una foto in cui non stia fumando, o a Audrey Hepburn in *"Colazione da Tiffany"* (Di Lascio e Di Lascio, 2013), o a una serie Netflix in onda dal 2013, *"Peaky Blinders"*, in cui il protagonista, Tommy Shelby (parliamo di un gangstar di Birmingham negli anni successivi alla prima guerra mondiale) fuma senza sosta. In *"Green Book"*, il protagonista, Viggo Mortensen, fuma ininterrottamente, e viene spesso ripreso e criticato per questo dal suo datore di lavoro, un pianista di colore di nome Don Shirley. Film e TV sono stati e continuano ad essere quindi un importante veicolo per far comparire sigarette e altri prodotti del tabacco come forma di pubblicità.

Altro importante mezzo utilizzato dalle aziende produttrici di tabacco per promuovere i propri prodotti è stato quello dei manifesti e delle pubblicità su riviste. Qui di seguito sono presentati degli esempi che dimostrano quanto le pubblicità di sigarette si siano modificate nel corso del ventesimo secolo, fino ad arrivare ai giorni nostri. Molti esempi sono tratti dalla collezione *The Richard Pollay 20th Century Tobacco Advertising Collection* (University of California



## CAPITOLO 1

San Francisco, n.d.) composta da circa 8000 immagini pubblicitarie in forma di annunci stampa e manifesti, di cui circa 4500 apparse su quotidiani e riviste americane tra il 1900 e il 1999, e donata dal professor Pollay al *Roswell Park Cancer Institute* nel 1999.

Osservando le immagini è possibile identificare quattro periodi specifici in cui la pubblicità dei prodotti del tabacco prende delle sfumature di significato e di rappresentazione molto diverse: il primo periodo comprende la prima metà del ventesimo secolo, e si conclude con l'insorgenza dei primi dubbi sulla nocività del prodotto; il secondo, dagli anni 50 fino ai 70 compresi, può essere definito un periodo di transizione; il terzo, dagli anni 80 al 1999 è un periodo in cui la consapevolezza della nocività si è fatta reale, ma la pubblicità riesce ancora a reinventarsi; l'ultimo periodo è quello contemporaneo in cui la pubblicità del tabacco diventa vietata e i prodotti stessi devono riportare sulle confezioni dei claims di allerta.

Nella prima metà del 900 fumare è considerato una pratica: per le persone sofisticate è di moda, chic, di classe: Tutti i grandi personaggi di spicco fumano, tra questi politici, sportivi, attori, medici. L'ultima cosa che ci si poteva aspettare o che in ogni caso anche solo trasparisse dalla pubblicità era che il fumo, in qualche modo, potesse essere nocivo. Daniel J. Boorstin, storico americano, che con la prima pubblicazione del suo libro *"The image: a guide to pseudo-events in America"* nel 1962 conia il termine "pseudo eventi", evidenzia come vi siano perfettamente inseriti nella società americana degli oggetti che

sono pura connotazione, oggetti neutri, senza utilità specifica, mero significato: la prima metà del 900 è il teatro in cui vengono rappresentati spettacoli i cui protagonisti sono questi oggetti, basti pensare al chewing gum, inventato da William Semple, il quale brevettò la prima ricetta il 28 dicembre 1869, o alla stessa sigaretta.

All'inizio del secolo le immagini sono rigorosamente in bianco e nero, ma poi nel corso del secolo il colore viene utilizzato in modo sempre più consapevole. Sono evidenti le influenze del secolo precedente nella realizzazione di manifesti: si pensi, ad esempio, ai manifesti di Toulouse Lautrec (Figura 5).



Figura 5 Moulin Rouge: La goulue. Toulouse Lautrec. 1891

In questo primo periodo la figura attorno alla quale gira la composizione dell'immagine è quella del fumatore, prima solamente uomo e poi dagli anni 30 in avanti anche donna, personaggio di classe, elegante e raffinato. La sigaretta è quasi sempre accesa e in primo piano, ed è tenuta in mano da figure importanti quali attori, celebrità in genere, sportivi. È un periodo in cui non solo le sigarette non sono nocive, ma hanno dei veri e propri effetti benefici che sono assicurati dalla presenza dei medici nelle stesse pubblicità: fumare aiuta a perdere peso e a curare la tosse e il mal di gola. La sigaretta soddisfa: per accaparrarsene una si "camminerebbe un miglio".

Analizzando le immagini datate tra il 1951 e il 1979 si nota come, mentre si insinua il dubbio sulla nocività della sigaretta, il linguaggio pubblicitario si modifichi di modo da evitare un crollo delle vendite. Si nota un utilizzo forte di immagini di grandi spazi aperti in cui i fumatori si inseriscono facendo spesso sport spesso estremi, o di tecnologie modernissime quali aerei, barche, impianti sciistici. Le immagini risultano forti, dinamiche e hanno le ambientazioni più disparate, in quanto in questi anni è possibile fumare in ogni ambiente, sia interno che esterno. Il senso di paura, dunque, viene spostato dal sospetto di impurità e nocività del fumo su qualcos'altro. L'uomo rappresentato è un uomo sportivo dunque, virile, mentre lo stato sociale non è più determinante. Le donne sono sempre più presenti, quasi al pari degli uomini in alcuni casi, le si vedono in atteggiamenti vacanzieri, ma sempre eleganti e raffinate.

Rispetto ai due periodi precedenti il terzo viene attraversato e sconvolto dalla presa di coscienza riguardo alla nocività del fumo. I danni provocati dall'uso del tabacco sono di dominio pubblico, tutti

sono a conoscenza di quanto fumare, anche solo una sigaretta sia incisivo per la salute dell'uomo. Parlando di pubblicità, appaiono i primi claims (di sole parole, non sono ancora presenti le immagini esplicative) circa i danni provocati. Il punto focale dell'immagine non è più il consumatore, che viene adesso raramente ritratto nel pieno dell'azione del fumare. Mentre nei periodi precedenti il prodotto in sé, quindi sigaretta accompagnata dal rispettivo pacchetto, era uno dei punti centrali della rappresentazione, adesso l'immagine si fa simbolo. Questo può essere di vario tipo a seconda della complessità del processo di astrazione che si applica sul prodotto sigaretta: si parla di oggetti, colori o semplicemente elementi riguardanti alcuni settori specifici che si fanno portatori sterili, come lo sport (parliamo ad esempio di Formula 1, in Figura 6), di un linguaggio travolgente che inconsciamente continua a spingerli all'acquisto.



Figura 6 Ayrton Senna sulla sua McLaren MP4/4 nel 1988 (Holding, 2021)

È quindi evidente come il tabacco e le sigarette in particolare siano riusciti a conquistare il mercato mondiale in meno di un secolo. Questo è stato possibile principalmente grazie a due fattori: un

## CAPITOLO 1

forte legame tra i mezzi di comunicazione e i mass media e le aziende del settore, e la capacità della pubblicità stessa di modificarsi a seconda del contesto storico, sociale, culturale.

Al giorno d'oggi non è più possibile pubblicizzare le sigarette (almeno in modo diretto, basti pensare al cinema di cui si è parlato prima). In Italia vige una normativa in materia di regolamentazione della pubblicità costituita dalla legge n. 52 del 22 febbraio 1983 che va a sostituire e rinforzare la legge 165 del 10 aprile 1962 in cui si vietava “la propaganda pubblicitaria di qualsiasi prodotto da fumo, nazionale o estero”. (Istituto superiore di Sanità, 2020). Si sono poi susseguiti negli anni successivi altri decreti ministeriali che hanno portato al Decreto Legislativo n. 581 del 16 dicembre 2004 che regola pubblicità e sponsorizzazione a favore dei prodotti del tabacco aventi carattere transfrontaliero, nonché la distribuzione gratuita dei prodotti del tabacco a scopo promozionale (Istituto superiore di Sanità, 2020). Questa normativa ha consentito,

a partire dal 2005, di impedire l'uso del marchio di prodotti del tabacco durante i Gran Premi di Formula 1 d'Italia e di San Marino e i Moto GP (Pizzo, 2017).

Anche parlando di sigarette elettroniche è evidente come la strada sia quella di vietare in ogni circostanza la pubblicità, diretta o indiretta che sia: in Germania dal 2024 avverrà un inasprimento delle norme (Mennitti, 2020) che regolano la pubblicità di prodotti del tabacco, compresi i riscaldatori, e del vaping negli Stati Uniti, l'azienda produttrice di vape, Juul Labs Inc., dovrà pagare una multa salatissima per essersi servito di campagne pubblicitarie ingannevoli per vendere i suoi prodotti ai minori, contribuendo così a diffondere il vizio dei vaporizzatori tra i giovani (Morsa, 2022).

Nelle pagine seguenti è presente una raccolta di immagini che racchiude alcuni tra gli esempi analizzati per elaborare l'analisi precedentemente descritta.

THROAT SPECIALISTS REPORT  
ON 30-DAY TEST OF CAMEL SMOKERS...

**“Not one single case of throat irritation due to smoking Camels!”**

Yes, these were the findings of throat specialists after a total of 2,470 weekly examinations of the throats of hundreds of men and women who smoked Camels—and only Camels—for 30 consecutive days.



I ENJOYED THE TEST—EVERY PUFF OF IT! AND MY DOCTOR'S REPORT CONFIRMED WHAT I FOUND—**CAMELS** AGREE WITH MY THROAT!

*Ann O'Rourke*  
SECRETARY

B. J. Reynolds  
Tobacco Co.  
Winston-Salem, N. C.

ACCORDING TO A NATIONWIDE SURVEY:

**More Doctors Smoke Camels**  
THAN ANY OTHER CIGARETTE



Yes, doctors smoke for pleasure, too! In a nationwide survey, three independent research organizations asked 113,597 doctors what cigarette they smoked. The brand named most was Camel.

Figura 7 Not one single case of throat irritation due to smoking camels! 1950. Richard Pollay Collection.

## CAPITOLO 1



Figura 8 Chesterfield Buy the beautiful "Christmas-card". 1950. Richard Pollay Collection.

*Ain't It a Grand and Glorious Feelin'?* : : : : By BRIGGS

WHEN YOU'RE DELAYED AT THE HAIR DRESSER'S AND DON'T GET AWAY TILL 12:40.

AND YOU ONLY HAVE FORTY MINUTES TO GET HOME AND DRESS FOR CARMEN'S LUNCHEON.

AND JUST AS YOU DRIVE UP TO CARMEN'S DOOR YOU REMEMBER YOU'VE LEFT YOUR OLD GOLDS AT HOME

NOW I'VE GONE AWAY WITHOUT MY CIGARETTE CASE.

AND YOU HAVE VISIONS OF A WRETCHED AFTERNOON BECAUSE YOU CAN'T SMOKE CARMEN'S BRAND

I POSITIVELY ADHOR CIGARETTES THAT MAKE ME COUGH

AND THEN YOU FIND OUT THAT CARMEN HAS SWITCHED TO OLD GOLDS, TOO

WHAT! YOU'RE SMOKING O.G.S. NOW! I TOLD YOU YOU WOULD.

YES, I BELONG TO THE COUGHLESS SISTERHOOD

OH-H-H, GIRLS! AIN'T IT A GR-R-R-RAND AND GLOR-R-RIOUS FEELIN'?

*BRIGGS*

**OLD GOLD**  
*The Smoother and Better Cigarette*  
 .... not a cough in a carload

Old Gold CIGARETTES  
 THE PLEASURE OF THEM ALL  
 15¢

© L&F, P. Lorillard Co., Inc. 1927

950

Figura 9 Ain't It a Grand and Glorious Feelin'? 1927. Richard Pollay Collection.

IL FUMO COME FENOMENO SOCIALE

34 A Q 1921




# I'd walk a mile for a Camel

The pleasure is worth it. There's no substitute for Camel quality and that mild, fragrant Camel blend.

The fellow who smokes Camels, wants Camels. That's because Camels have a smoothness, a fragrance and a mildness you can't get in another cigarette.

Don't let anyone tell you that any other cigarette at any price is so good as Camels.

Let your own taste be the judge. Try Camels for yourself. A few smooth, refreshing puffs and you'd walk a mile for a Camel, too.



# Camel

Source: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/sslc0050>

© 1921 W.D. & H.O. WILLS Tobacco Co.

Figura 10 I'd Walk a mile for a Camel. 1921. Richard Pollay Collection.



Figura 11 Cartine e Tubetti per Sigarette. 1936. (Ebay, n.d.a.)



## CAPITOLO 1



Figura 12 Ginattes Vizir. 1931. (Ebay, n.d.b.)

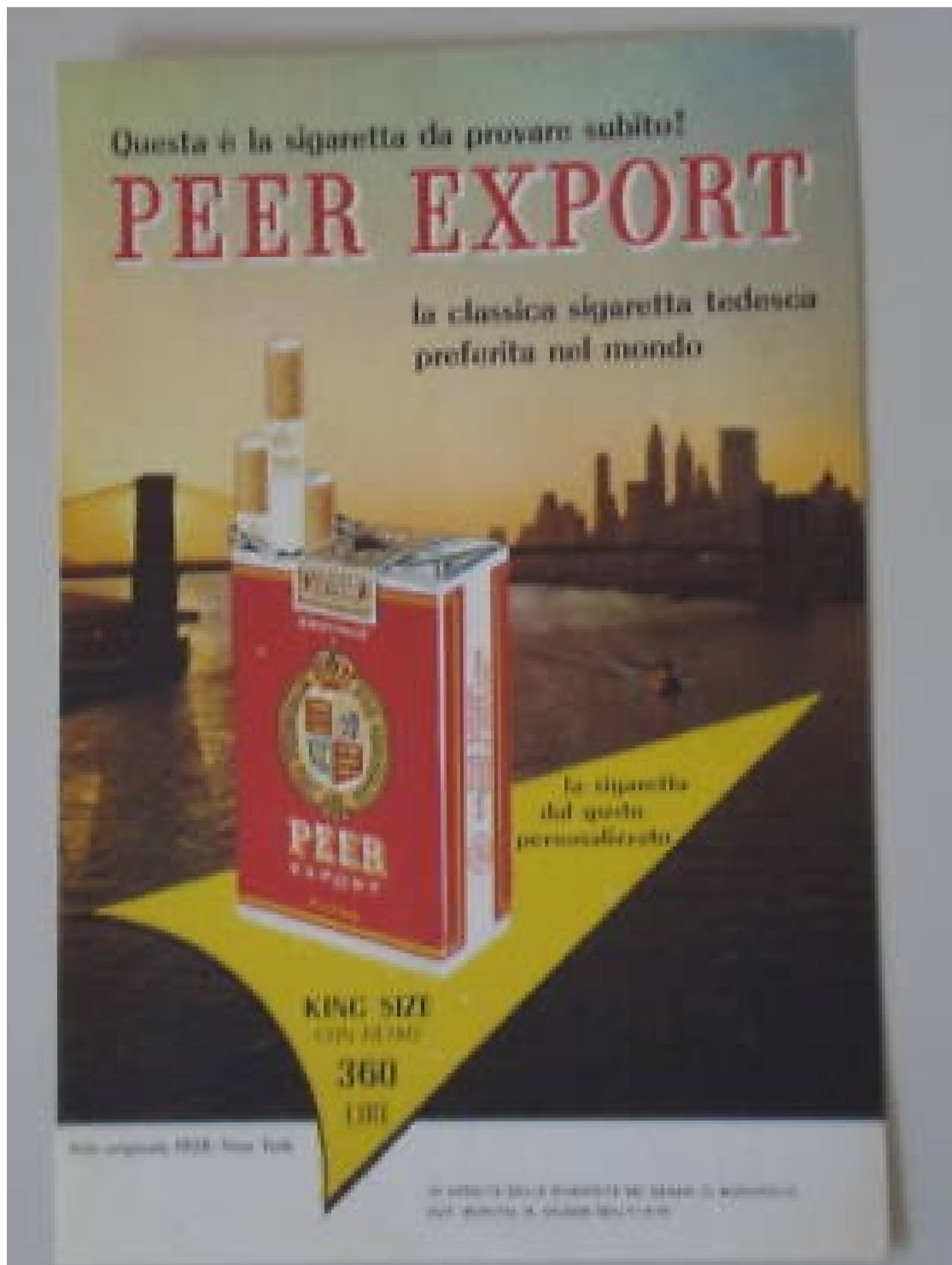


Figura 13 Peer Export. 1961. (Ebay, n.d.c.)

## CAPITOLO 1

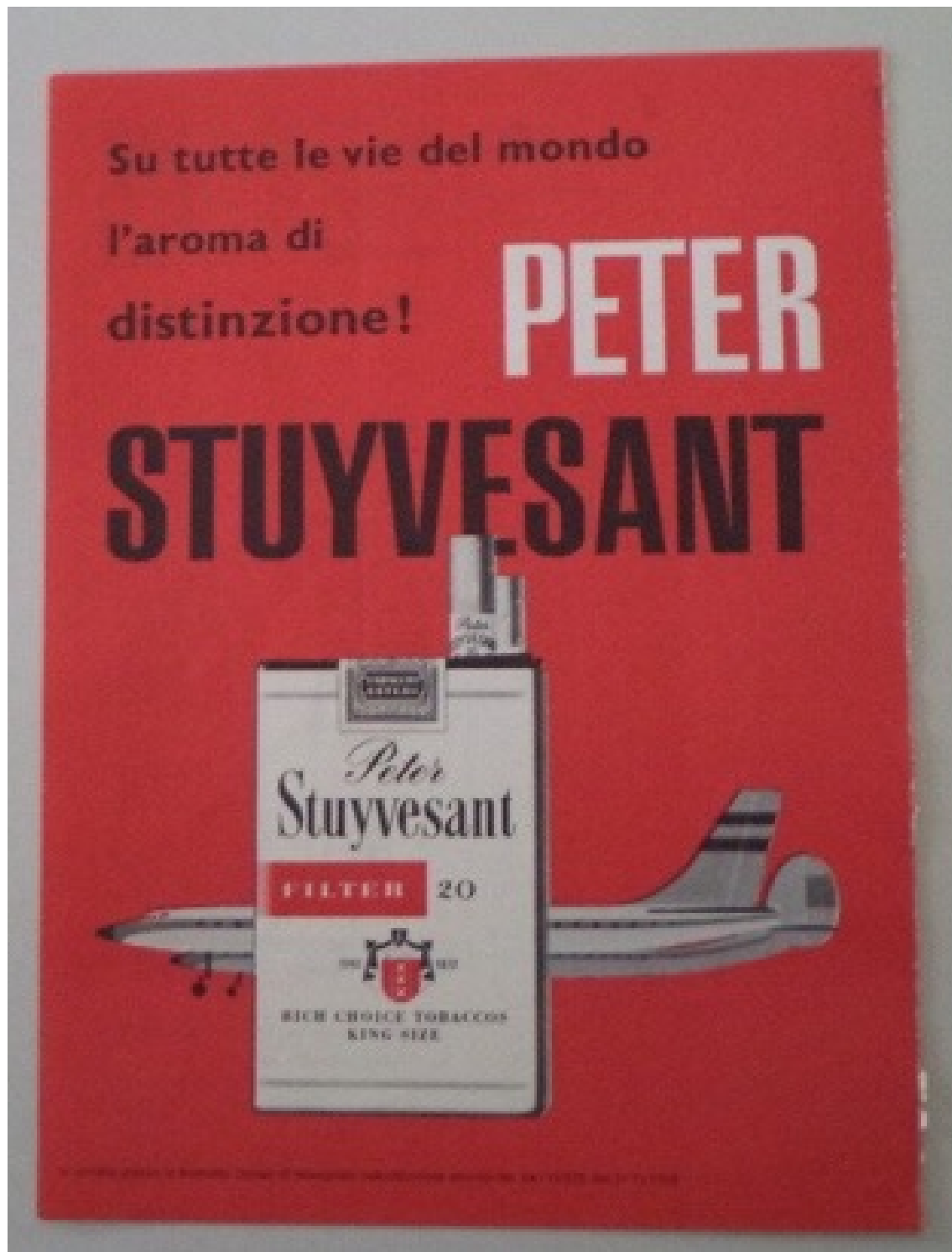


Figura 14 Peter Stuyvesant. 1960. (Ebay, n.d.d.)



Figura 15 Turn to Salem for a taste that's Springtime Fresh. 1965. Richard Pollay Collection.

CAPITOLO 1

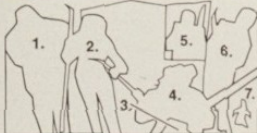


Figura 16 Newport tastes fresher! 1965. Richard Pollay Collection.

# Can you spot the Camel Filters smoker?



© 1974 R. J. Reynolds Tobacco Co.



Almost every skier up here today has a gimmick. Find the one who doesn't.  
**1.** Nope. He's Sandford R. Brochure, resort owner.

Gimmick: Every weekend predicts "two inches of powder is coming!" (It's his wife—wearing heavy make-up.) Just bought some super-cool menthol cigarettes, and they turned to slush.  
**2.** She's Althea Home. Gimmick: Stretch pants so tight she mends them with spray paint. Thinks a ski pole is an athlete from Warsaw. **3.** An abominable snowman. **4.** No, he's

Boyer U. Dumm, beginner. Skis like a man being attacked by a lumber yard. Has been picked up so often by ski patrol, they've sewn a handle on his jacket. His filter cigarette's taste is recessed so far, it needs lift tickets to bring it out. **5.** Right. He likes to put on skis—not his fellow skiers. Wants his cigarette without fancy fads and gimmicks, too. Camel Filters. No nonsense. Just good taste and great tobacco. **6.** He's Gay Abandon, ski model. He's either wearing a huge fur hat—or his head is unravelling. Thinks a giant slalom is something you buy in an Italian deli. **7.** A pigeon, on his way to a formal dance.

**Camel Filters.**  
**They're not for everybody**  
 (but they could be for you).



Warning: The Surgeon General Has Determined That Cigarette Smoking Is Dangerous to Your Health.  
 1975

19 mg. "tar", 1.3 mg. nicotine av. per cigarette, FTC Report OCT. '74.

IL FUMO COME FENOMENO SOCIALE

Figura 17 Can you spot the camel filters smokers? 1974. Richard Pollay Collection.

## CAPITOLO 1



**Tell someone you like  
about Lark's  
Gas-Trap<sup>TM</sup> filter.  
He may name  
the boat after you.**

Yours may not be the face that launched a thousand ships, but who's counting?  
So up anchor with the fact that almost 90% of cigarette smoke is made up of gases. Then tell him only Lark has the patented Gas-Trap filter. A filter that reduces "tar," nicotine and certain harsh gases.

And, you can prove you're not all wet: The Nationwide Consumer Testing Institute reported Lark best for reducing certain gases among all popular filter brands tested.  
So tell someone about Lark's unique Gas-Trap filter. Someone you like. You'll always be welcomed aboard.

**LARK**  
KING SIZE  
OR 100'S  
Gas-Trap filter  
100 CIGARETTES

Figura 18 Tell someone you like about Lark's Gas-Trap filter. 1970. Richard Pollay Collection.

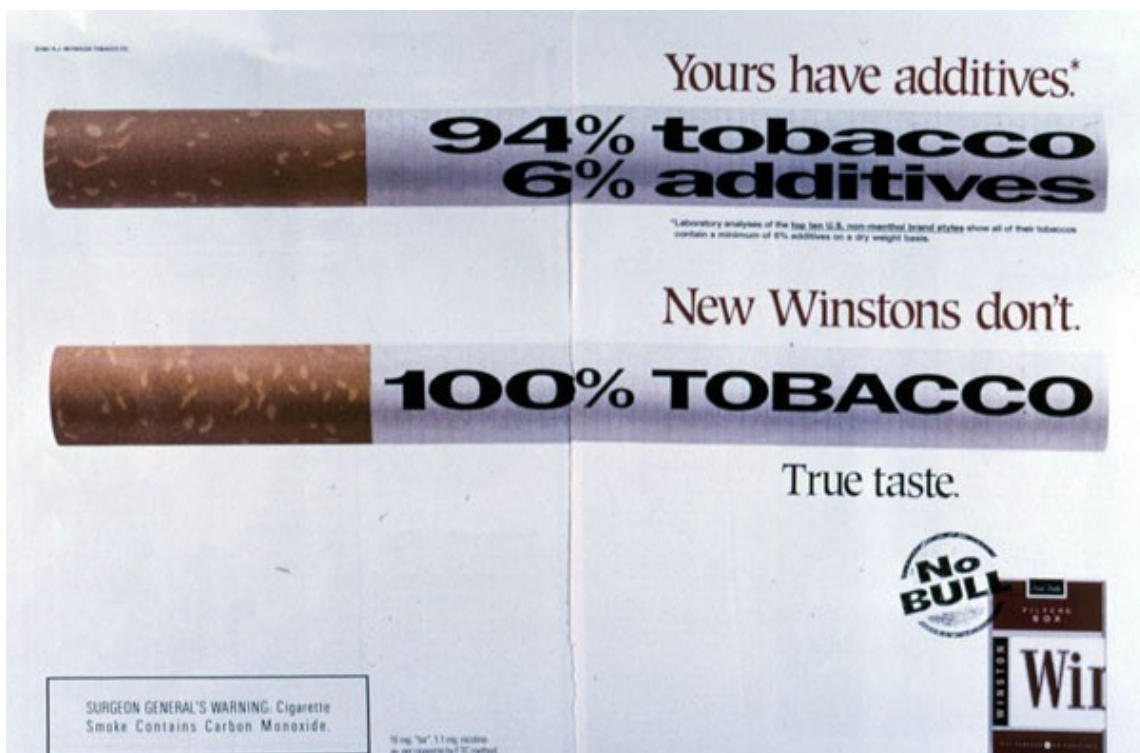


Figura 19 No BULL. 1997. Richard Pollay Collection.



Real  
flavor  
in an  
ultra  
light.

This  
is no  
blue  
sky  
promise.

MERIT  
Ultra Lights

Unexpected Flavor in an ultra low tar.

SURGEON GENERAL'S WARNING: Cigarette  
Smoke Contains Carbon Monoxide.  
1991

© Philip Morris Inc. 1991  
5 mg "tar," 0.5 mg nicotine av. per cigarette by FTC method.

Figura 20 Real Flavor in an ultra light. This is no blue sky promise. 1991. Richard Pollay Collection.



Figura 21 Cartello di un Fast Food. 1997. Richard Pollay Collection.

## CAPITOLO 1



Figura 22 Pacchetto di sigarette Marlboro. 2020. Foto d'autore.

# Capitolo 2

I numeri del fumo,  
le alternative alla  
sigaretta e la relativa  
questione ambientale

## CAPITOLO 2

Il primo capitolo si è proposto di definire il fenomeno del tabagismo da un punto di vista sociale, culturale e di rappresentazione artistica e nei media. Questo capitolo ha l'obiettivo di descrivere il fenomeno servendosi di dati secondari di fonte istituzionale, al fine di completare il quadro all'interno del quale si inserisce il fumo.

Il consumo di prodotti del tabacco (da fumo e non da fumo) è tuttora nel nostro Paese la principale causa di morbilità e mortalità prevenibile (Ministero della salute, 2021). Secondo i dati dell'OMS, il fumo di tabacco è la più grande minaccia per la salute e il primo fattore di rischio delle malattie croniche non trasmissibili a livello mondiale, con circa un miliardo di fumatori, di cui circa l'80% vive in Paesi a basso e medio reddito (Commissione Europea, n.d.). In Italia sono attribuibili al fumo di tabacco oltre 93.000 morti (il 20,6% del totale di tutte le morti tra gli uomini e il 7,9% del totale di tutte le morti tra le donne) con costi diretti e indiretti pari a oltre 26 miliardi di euro (Tobacco Atlas, 2018). Il consumo di tabacco è la principale causa di cancro prevenibile, con il 27% di tutti i tumori attribuiti esso. Inoltre, i fumatori hanno anche più probabilità di soffrire di una serie di malattie a causa del loro uso di tabacco, tra cui cardiovascolari e problemi respiratori (Ministero della salute, 2021).

Per questo motivo la cura e la prevenzione del tabagismo è uno degli obiettivi principali per il Ministero della salute e l'Istituto superiore di Sanità, i quali si impongono di ottenere risultati tracciabili che descrivano i cambiamenti nel tempo, non solo sulla diminuzione dei consumi, quanto sulla demoralizzazione

del fumo e sul disincentivo dell'uso di prodotti derivanti dal tabacco. Questo ha ovviamente anche l'obiettivo di diminuire l'incidenza delle gravissime patologie fumo-correlate che sono non solo estremamente dannose per la salute dei fumatori, ma anche onerose per il Servizio sanitario Nazionale. I costi del tabagismo per lo Stato sono infatti altissimi, stimati in circa 6,5 miliardi di euro l'anno per curare le malattie che derivano da esso, senza considerare i disagi sociali e famigliari (Assidai, 2018). A livello globale, ovviamente, i numeri sono notevoli: secondo l'OMS (2018), 422 miliardi di dollari l'anno (il 5,7% delle spese sanitarie globali), che con i costi indiretti (perdita di produttività per malattia o decessi) arrivano a 1.436 miliardi di dollari, pari all'1,8% del PIL mondiale, sono il costo del tabagismo (Assidai, 2018).

Il Ministero della salute, pertanto, ha elaborato una strategia nazionale che si sviluppa su tre direttrici principali e che in parallelo svolge una costante azione di "advocacy" verso le altre Amministrazioni coinvolte, per la promozione di azioni intersettoriali e misure efficaci che seguano le indicazioni della Convenzione Quadro per il controllo del tabacco dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (FCTC, 2003).

Nello specifico le tre direttrici sono:

- sostegno, **monitoraggio** e ampliamento della legislazione di controllo del tabagismo, per proteggere la salute dei non fumatori;
- **sviluppo di programmi di prevenzione** negli ambienti di vita e

di lavoro e campagne di informazione e comunicazione multimediali per ridurre la prevalenza dei consumatori, in particolare tra i giovani;

- **implementazione di interventi** per la cessazione, attraverso la formazione e il coinvolgimento dei professionisti sanitari, a partire dai medici di medicina generale, il sostegno ai Centri Anti Tabacco, l'attivazione di programmi di comunità, l'attuazione delle norme comunitarie sulla regolamentazione degli ingredienti,

il confezionamento e l'etichettatura dei prodotti (Ministero della Salute, 2020).

Questa strategia è volta a diminuire i numeri del tabagismo, ma soprattutto a disincentivare la prova e il conseguente uso e abuso dei prodotti derivanti dal tabacco. Nel seguente capitolo ci si occuperà di due distinte categorie: i fumatori adulti e i minori; per la prima le rilevazioni a cui si attingerà saranno l'indagine Passi e i dati Istat, per la seconda le indagini *GYTS*<sup>1</sup> e *HBSC*<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> L'indagine *GYTS* (*Global Youth Tobacco Survey*), sempre promossa dall'OMS e dal Centro di controllo delle malattie di Atlanta/USA (CDC), che analizza dal 2010 gli studenti del terzo anno della scuola secondaria di primo grado e del primo e secondo anno della scuola secondaria di secondo grado (13, 14 e 15 anni).

<sup>2</sup> Lo studio *HBSC* (*Health Behaviour in School-aged Children*) promosso dall'Ufficio Regionale per l'Europa dell'OMS, che analizza dal 2001 gli studenti di 11, 13 e 15 anni in tutte le Regioni italiane.

## 2.1 I numeri del tabagismo in Europa e nel mondo

A livello mondiale, l'OMS stima che il consumo di tabacco sia la causa di otto milioni di decessi ogni anno; di questi, si stima che quasi novecentomila siano provocati dal fumo passivo che causa anche la perdita di oltre 9 milioni di anni di vita in buona salute per infezioni alle basse vie respiratorie (6,4 milioni), per BPCO<sup>3</sup> (2,5 milioni) e per infezioni all'orecchio (200 mila) (OMS,1999). Nell'Unione Europea (UE) il tabacco è responsabile di quasi 700.000 morti ogni anno<sup>4</sup>, mentre milioni di cittadini dell'UE soffrono di malattie correlate al fumo, tra cui cancro, malattie cardiovascolari e malattie respiratorie.

È dunque evidente come le azioni di riduzione del consumo di tabacco, in particolare tra i giovani, debbano essere a livello globale e non esclusivamente statale, per quanto l'indagine e le soluzioni legislative nazionali siano fondamentali, in quanto specificamente dirette al paese in questione. A livello globale, la Convenzione Quadro OMS per il Controllo del Tabagismo impegna i paesi che l'hanno adottata a promuovere e finanziare iniziative che abbiano lo scopo di ridurre la domanda e l'offerta dei prodotti derivanti dal tabacco (FCTC, 2003). Altre due importanti iniziative sono state: l'inserimento del "Contrasto al Tabagismo" nel terzo dei 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile proposti dalle Nazioni Unite per l'Agenda 2030<sup>5</sup>; il Piano di Azione Globale dell'OMS per la Prevenzione e il Controllo delle Malattie

Non Trasmissibili 2013-2020 si impegna a ridurre la prevalenza d'uso del tabacco del 30% entro il 2025 (OMS, 2013).

L'indagine europea Eurostat, analizzando l'abitudine al fumo dei cittadini Ue di età pari o superiore a 15 anni, ha evidenziato come, nel 2019<sup>6</sup>, il 18,4% degli europei fosse un tabagista: di questi, il 12,6% ha dichiarato di consumare meno di 20 sigarette al giorno, mentre il restante 5,9% ha dichiarato di consumarne più di un pacchetto (Eu) (Eurostat, 2022). I dati provengono dall'indagine europea sulla salute (EHIS) che è stata condotta nel 2019 e che ha riguardato persone di età pari o superiore a 15 anni.

Negli Stati Ue, quelli con la quota maggiore di fumatori giornalieri (Tabella 1) di sigarette (uomini e donne) sono stati Bulgaria (28,7%), Grecia (23,6%), Lettonia (22,1%), Germania (21,9%) e Croazia (21,8%), mentre paesi in cui i fumatori giornalieri sono in percentuali più basse sono stati Svezia (6,4%), Finlandia (9,9%), Lussemburgo (10,5%), Portogallo (11,5%) e Danimarca (11,7%). Italia al 19° posto col 16,5%. Interessante è anche la distinzione tra uomini e donne: la quota di fumatori uomini giornalieri variava dal 5,9% in Svezia, (dato più basso seguito dall'11,7% di Danimarca e Lussemburgo e dal 12,1% della Finlandia) al 37,6% della Bulgaria (dato che corrisponde all'analisi totale, uomini e donne); si evince invece dalla tabella che le donne fumano molto

---

<sup>3</sup> Bronco Pneumopatia Cronica Ostruttiva: Patologia infiammatoria cronica delle vie aeree dovuta a un'abnorme risposta del polmone all'inalazione di particelle e gas nocivi che determina un'ostruzione bronchiale al flusso aereo non completamente reversibile e, in genere, progressiva (Treccani, 2010).

<sup>4</sup> Dati Commissione europea riferiti agli ultimi anni.

<sup>5</sup> Dati Nazioni Unite riferiti agli ultimi anni.

<sup>6</sup> Si tratta dei dati più aggiornati presenti sul portale, estratti nel maggio del 2022.

meno rispetto agli uomini (tranne che in Danimarca e Svezia in cui la quota di fumatori giornalieri era più elevata tra le donne che tra gli uomini, per quanto entrambe molto basse), in quanto la quota variava dal 6,8% in Svezia al

20,7 % in Bulgaria, con un picco del delta in Romania (delta del 23,1%) e Lettonia (delta del 22,3). La Turchia che è ancora in fase di trattative per l'ingresso nell'Ue presenta un delta uomini-donne del 26,2%.

Tabella 1 Fumatori quotidiani di sigarette dai 15 anni di età in su nel 2019.

	TOTALE	UOMINI	DONNE
		%	
UNIONE EUROPEA	18,4	22,3	14,8
BELGIO	14,6	17,6	11,8
BULGARIA	28,7	37,6	20,7
REPUBBLICA CECA	19,3	23,2	15,7
DANIMARCA	11,7	11,7	11,8
GERMANIA	21,9	25,4	18,6
ESTONIA	18,9	25,2	13,5
IRLANDA	13,8	15	12,7
GRECIA	23,6	29,9	17,9
SPAGNA	19,7	23,2	16,4
FRANCIA	17,8	20,5	15,4
CROAZIA	21,8	25,1	19,2
ITALIA	16,5	20,5	12,7
CIPRO	21,2	30,1	12,8
LATVIA	22,1	34,4	12,1
LITUANIA	18,4	29,1	9,5
LUSSEMBURGO	10,5	11,7	9,2
UNGHERIA	19,3	21,5	17,3
MALTA	19,4	21,9	16,8
PAESI BASSI	14,6	16,4	12,8
AUSTRIA	20,2	23,1	17,5
POLONIA	18,4	23	14,2
PORTOGALLO	11,5	16,4	7,2
ROMANIA	18,7	30,6	7,5
SLOVENIA	16,6	18,4	14,8
SLOVACCHIA	20,4	26,1	15,1
FINLANDIA	9,9	12,1	7,8
SVEZIA	6,4	5,9	6,8
ISLANDA	7,5	8,7	6,5
NORVEGIA	10,2	11	9,4
SERBIA	26,2	28,3	24,4
TURCHIA	27,3	40,6	14,4

Fonte: Eurostat, 2022

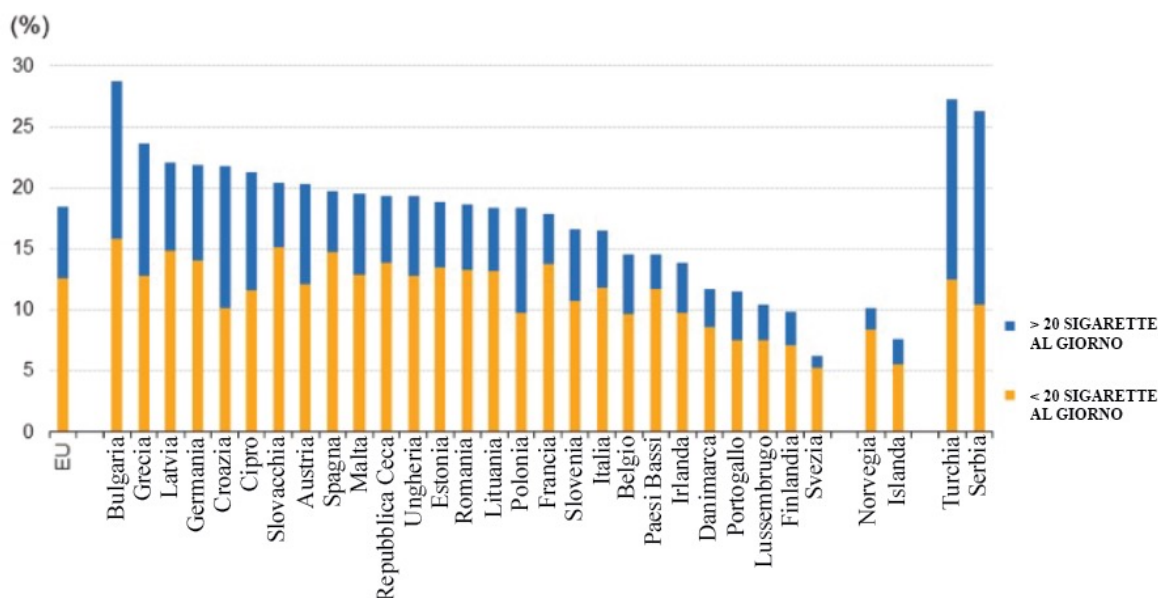


## CAPITOLO 2

Eurostat mette a disposizione anche i dati europei suddivisi per fasce di età e li mette in relazione al genere: da questa raccolta di dati si evince che la maggior parte degli Stati membri dell'UE ha seguito un andamento generale (uomini e donne) in cui le quote più elevate si riscontrano nella fascia di età 25-54 anni, mentre quelle più basse a partire dai 65 anni: questo accade in tutti gli stati Ue e anche in Serbia e Turchia, dove le quote più basse sono registrate dai 75 anni in su (Eurostat, 2022). Le quote superiori si registrano per le donne in Bulgaria e Croazia, mentre per gli uomini in Bulgaria e Lettonia (Eurostat, 2022). Si nota quindi come sia per le donne che per gli uomini si registrino quote maggiori nel sud dell'Europa, mentre al Nord le percentuali di fumatori sono molto basse.

L'indagine aggiunge inoltre un'analisi del livello di consumo e distingue due categorie di fumatori: quelli che fumano 20 o più sigarette al giorno, in blu nel Grafico 1, e quelli che fumano meno di 20 sigarette al giorno, in giallo. Il grafico 1 evidenzia che nel 2019 il 5,9% della popolazione dell'UE consumava almeno 20 sigarette al giorno e il 12,6% ne consumava meno di 20 al giorno; i forti fumatori però non costituiscono la maggioranza tra gli stati, ad eccezione della Croazia e, fuori Unione Europea, Turchia e Serbia. Viene poi presentata la distinzione tra uomini e donne, come era avvenuto per le analisi precedenti: gli uomini tendono ad essere maggiormente dei forti fumatori rispetto alle donne, con una percentuale media di 8,5% contro meno del 2% femminile (Eurostat, 2022).

Grafico 1 Percentuali di fumatori quotidiani di sigarette dai 15 anni in su per livello di consumo nel 2019



Fonte: Eurostat, 2022

Due studi apparsi sulla rivista *The Lancet* nel 2021 (Reitsma et al., 19 giugno 2021; Reitsma et al., 1° luglio 2021) affermano che nel 2019 tra sigarette, sigari, pipe e affini sono state consumate 7,4 trilioni di prodotti a base di tabacco e 20,3 miliardi di sigarette al giorno, il che significa che, rispetto alla popolazione mondiale del 2019, un uomo su tre e una donna su 5 nel mondo fumava in media 20 sigarette al giorno.

Parlando di ragazzi di età compresa tra i 15 e i 24 anni, nel 2019, 155 milioni erano fumatori, un dato che corrisponde al 20 per cento della popolazione maschile della

fascia di età considerata e al 5 per cento della popolazione femminile (Reitsma et al., 19 giugno 2021; Reitsma et al., 1° luglio 2021; Healthdesk, 2021).

Anche per quanto riguarda le spese sanitarie i numeri sono sconcertanti: secondo l'OMS 422 miliardi di dollari l'anno (il 5,7% delle spese sanitarie globali), che con i costi indiretti (perdita di produttività per malattia o decessi) arrivano a 1.436 miliardi di dollari, pari all'1,8% del PIL mondiale, sono spesi per la cura delle malattie derivanti dall'uso di tabacco e derivati (Assidai, 2018).

## 2.2 I numeri del tabagismo in Italia

Dal 1980 la percentuale di fumatori (nell'indagine Istat compresi tra i 14 e i 69 anni) va riducendosi lentamente ma significativamente in tutto il territorio italiano, sebbene sembri rallentare la sua discesa proprio nel periodo pandemico (Grafico 2) (Istat, 2015).

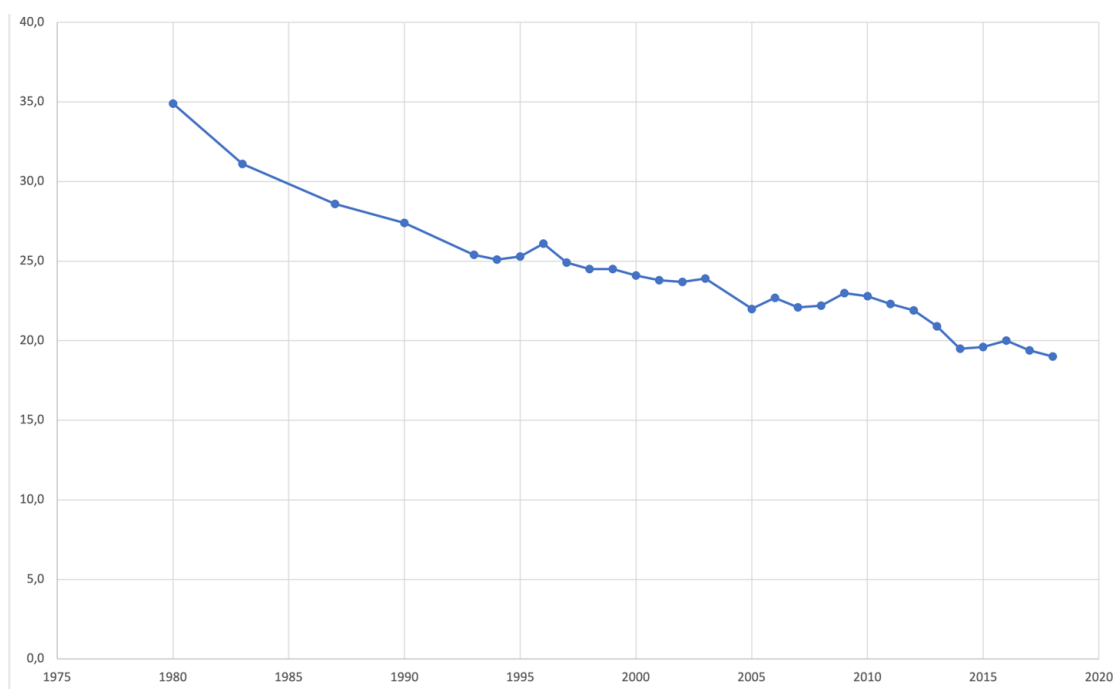
La riduzione coinvolge di più le persone senza difficoltà economiche e meno le persone economicamente più svantaggiate, fra le quali è più alta la quota di fumatori.

Dal 2001 al 2018 la prevalenza di fumatori è diminuita di cinque punti percentuali passando dal 23,7% al 19% (Grafico 2) (Tobaccoendgame, 2022). Più recentemente però si osserva un cambiamento di questa tendenza: tra gli uomini, negli ultimi tre anni (dal 2019)

e tra le donne, a partire dal 2014, la frequenza di fumo non diminuisce più.

L'indagine annuale Passi (Progressi delle Aziende Sanitarie per la Salute in Italia), avviata nel 2006 con l'obiettivo di effettuare un monitoraggio a 360 gradi sullo stato di salute della popolazione adulta italiana, si caratterizza come una sorveglianza in sanità pubblica che raccoglie, in continuo e attraverso indagini campionarie, informazioni dalla popolazione italiana di età compresa tra i 18 e i 69 anni sugli stili di vita e fattori di rischio comportamentali connessi all'insorgenza delle malattie croniche non trasmissibili e sul grado di conoscenza e adesione ai programmi di intervento che il Paese sta realizzando per la loro prevenzione (Istituto superiore di Sanità, 2013).

Grafico 2 Percentuale di fumatori dai 14 anni in su in Italia dal 1980 al 2019



Fonte: Istat, 2015

Passi nasce in risposta all'esigenza di monitorare il raggiungimento degli obiettivi di salute fissati dai Piani sanitari nazionali e regionali e di contribuire alla valutazione del Piano nazionale della prevenzione, poiché la conoscenza dei profili di salute e dei fattori di rischio della popolazione è requisito fondamentale per realizzare attività di prevenzione specifiche e mirate ai gruppi di popolazione vulnerabili e necessaria per il monitoraggio e la valutazione dell'efficacia degli interventi attuati (Istituto superiore di Sanità, 2013). L'indagine del 2020-2021 evidenzia (Tabella 2) che la maggioranza degli adulti (considerati di età compresa tra i 18 e i 69 anni) non fuma (59%) o ha smesso di fumare (17%), ma 1 italiano su 4 fuma (25%); inoltre, si individua un consumo medio giornaliero di circa 12 sigarette, tuttavia, 1 fumatore su 5 ne consuma più di un pacchetto (più di 20 sigarette al giorno) (Istituto Superiore di Sanità, 2021).

Tabella 2 Abitudine al fumo di sigaretta 2020-2021.

	ITALIA %
NON FUMATORI	58,9
FUMATORI	24,5
in astensione	0,8
occasionalmente	0,7
quotidiani	22,8
EX FUMATORI	16,6
N.RO MEDIO DI SIGARETTE AL DI	11,6

Fonte: Passi, Istituto Superiore di Sanità, 2021

La variabilità territoriale mostra in testa alla classifica delle Regioni con le più alte quote di fumatori alcune del Centro-Sud, in particolare Abruzzo, Umbria, Campania (Figura 1) (Istituto Superiore di Sanità, 2021).

La quota di ex fumatori tra il 2020 e il 2021 cresce all'avanzare dell'età, è maggiore fra le persone senza difficoltà economiche, fra i cittadini italiani rispetto agli stranieri e fra i residenti nelle Regioni settentrionali, ma la quota più alta di ex fumatori è tra i residenti della Sardegna (Figura 2) (Istituto Superiore di Sanità, 2021).

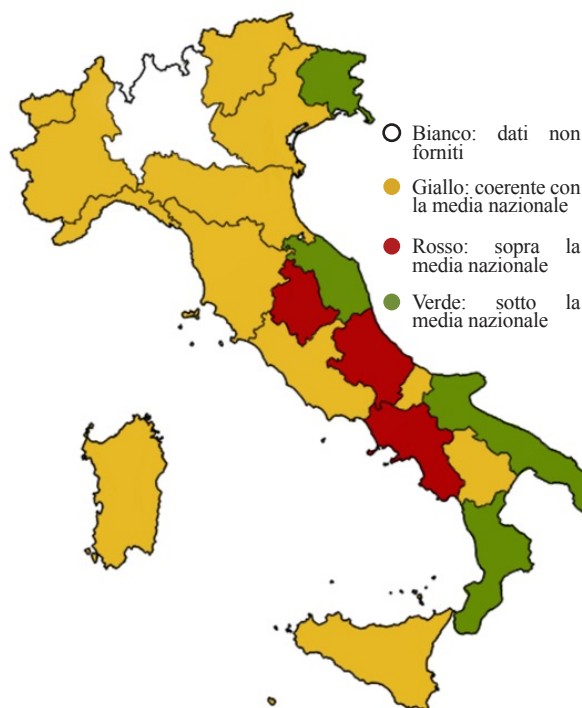


Figura 1 Cartina riassuntiva dello stato epidemiologico attuale in Italia: quota di fumatori per regione. Dati aggiornati al 2021, Analisi Passi (Istituto Superiore di Sanità 2021a)

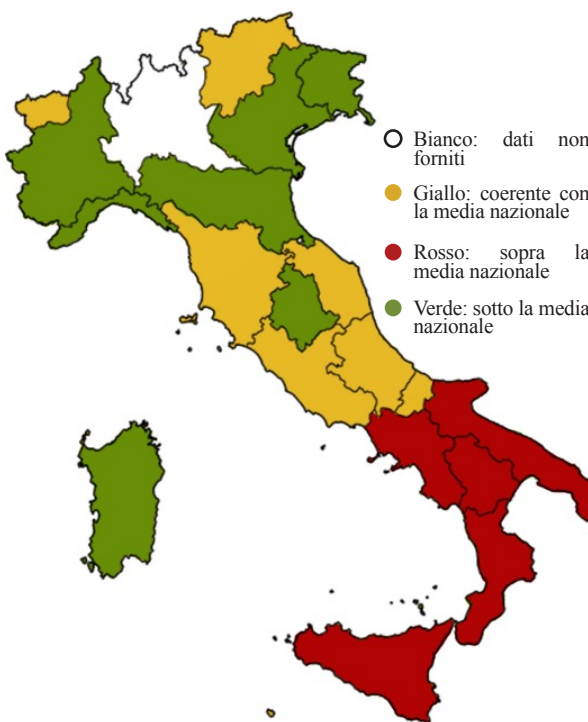


Figura 2 Cartina riassuntivo dello stato epidemiologico attuale in Italia: quota di ex fumatori per regione. Dati aggiornati al 2021, Analisi Passi (Istituto Superiore di Sanità 2021a)

## CAPITOLO 2

Per quanto riguarda invece il fumo tra i minori italiani, i dati sono forniti da due rilevazioni principali:

- lo **studio HBSC** (*Health Behaviour in School-aged Children*) promosso dall'Ufficio Regionale per l'Europa dell'OMS, che analizza dal 2001 gli studenti di 11, 13 e 15 anni in tutte le Regioni italiane (Nardone et al., 2020)
- l'**indagine GYTS** (*Global Youth Tobacco Survey*), sempre promossa dall'OMS e dal Centro di controllo delle malattie di Atlanta/USA (CDC), che analizza dal 2010 gli studenti del terzo anno della scuola secondaria di primo grado e del primo e secondo anno della scuola secondaria di secondo grado (13, 14 e 15 anni) (GYTS, 2018).

Stando ai dati della rilevazione *HBSC-Italia* del 2018, i ragazzi che dichiarano di aver fumato sigarette per almeno un giorno (considerando gli ultimi 30) aumenta notevolmente con il progredire dell'età, nei giovani di entrambi i sessi, ma con, a 15 anni, una marcata differenza di genere (24,8% nei ragazzi, 31,9% nelle ragazze); la percentuale di ragazzi che ha

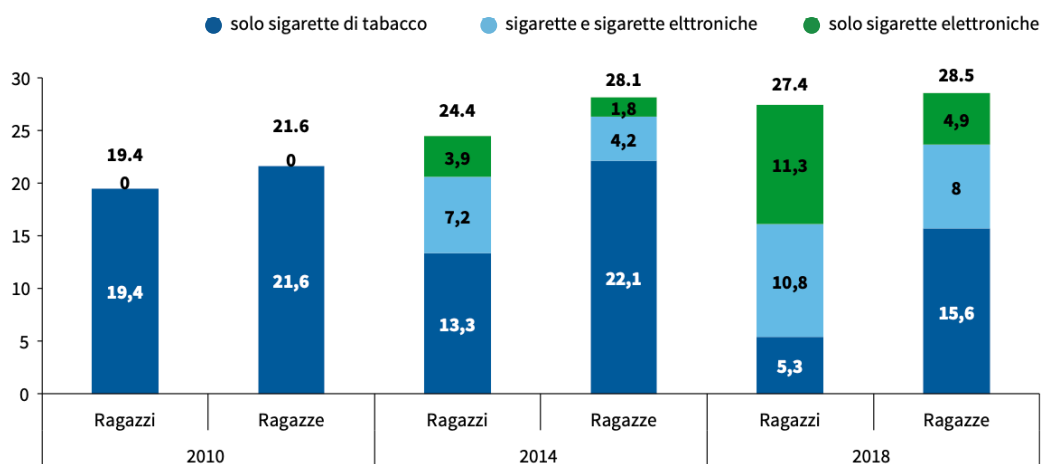
fumato almeno una sigaretta nella vita è in leggera diminuzione rispetto al 2014 (Nardone et al., 2020).

L'indagine *GYTS* è, invece, un'indagine più approfondita in quanto, oltre a fornire dati sulla prevalenza del fumo di sigaretta e di altri prodotti del tabacco, esplora cinque fattori collegati all'abitudine al fumo:

- accessibilità/disponibilità e prezzo
- esposizione a fumo passivo
- cessazione
- media e pubblicità
- curriculum scolastico.

I risultati più rilevanti evidenziano che, nel 2018, circa uno studente su cinque, dai 13 ai 15 anni, ha fumato più di una sigaretta negli ultimi 30 giorni (i dati sono dunque coerenti con l'indagine *HBSC-Italia*). Il fumo di sigaretta è più diffuso tra le ragazze (23,6%) rispetto ai coetanei maschi (16,2%) (le percentuali risultano più basse rispetto all'analisi *HBSC-Italia*): è significativo notare come anche i dati riguardanti i giovani seguano un andamento decrescente rispetto al 2014 (Grafico 3). (Ministero della Salute, 2020).

Grafico 3 Indagine Gyts, confronto ragazzi e ragazze 2010, 2014, 2018



Fonte: Istituto Superiore di Sanità, 2018

Per quello che riguarda l'accessibilità ai prodotti del tabacco, i giovani riescono a procurarsi le sigarette o gli altri prodotti principalmente tramite due modalità, a seconda del prodotto che vogliono acquistare:

- Acquisto di **sigarette tradizionali** presso le **tabaccherie**: il 20% dei ragazzi intervistati riferisce di acquistare le sigarette presso le tabaccherie (nel 2010 erano il 49%); tra coloro che provano a comprare le sigarette presso una tabaccheria, ben il 68% riferisce che nessuno ha rifiutato loro la vendita a causa della minore età (Ministero della Salute, 2020).
- L'accesso alla **sigaretta elettronica** è prettamente di **comunità**: 8 ragazzi

su 10 la ottengono da un amico, il resto l'ha acquistata attraverso diversi canali (rivenditore, farmacia, Internet, ecc.). Tra chi tenta l'acquisto presso un rivenditore, il 76% dichiara di non aver ricevuto il rifiuto di vendita per minore età, previsto dalla legge anche per le sigarette elettroniche (Ministero della Salute, 2020).

È comunque necessario sottolineare che i ragazzi riscontrano troppe poche difficoltà nell'accaparrarsi un pacchetto di sigarette, per quanto la vendita ai minori sia vietata dal 2012 con la Legge di conversione n. 189 del 9 novembre e l'inasprimento delle sanzioni ai venditori che non rispettano il limite avvenuto nel 2016 con il Decreto Legislativo n. 6 del 12 gennaio (Ministero della Salute, 2021).

## 2.3 Le alternative alla combustione sul mercato

I metodi per fumare il tabacco sono molteplici e di conseguenza lo sono anche i prodotti disponibili sul mercato. I principali sono 6:

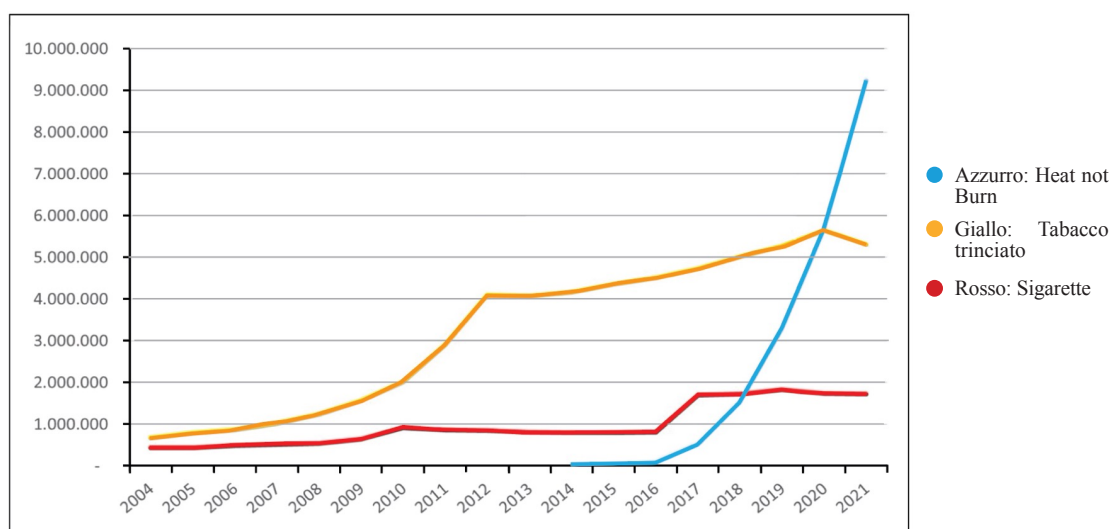
- **Sigarette** tradizionali a combustione;
- **Tabacco trinciato** per sigarette *Roll your Own*;
- Devices per tabacco riscaldato: sigarette *Heat not Burn*;
- **Svapo**;
- **Pipa**;
- **Sigaro**.

Nelle pagine successive ci si concentrerà sul presentare le alternative più diffuse al giorno d'oggi, ovvero sigarette *Roll your Own*, *Heat not Burn* e Svapo.

Per quanto riguarda la prima soluzione, si è registrata una crescita delle vendite, passando da un dato di meno di 1.000.000 di pezzi del 2004 a più di 5.000.000 nel 2019 (Grafico 4). Questa è una soluzione molto in voga tra i giovani di età compresa tra i 18 e i 34 anni: nel 2019 i fumatori di

sigarette *RYO* rappresentavano il 13,7% (Tobaccoendgame, 2019). Tra i più adulti il consumo si attesta sul 12%, tra i 35 e i 49 anni, e sul 7,6% tra le persone di 50 anni e oltre (Tobaccoendgame, 2019). Nel biennio 2020-2021 poco meno del 16% dei fumatori utilizza esclusivamente o prevalentemente sigarette confezionate a mano con tabacco trinciato. La maggiore diffusione di sigarette *RYO* è in parte spiegata da due fattori principali: il minor costo, determinato da una minore pressione fiscale rispetto a quella imposta sulle sigarette confezionate, e la falsa credenza (però molto diffusa) che fumare sigarette “girate” a mano con tabacco sciolto sia meno dannoso per la salute, per l'uso di un tabacco più naturale e con meno additivi rispetto a quello utilizzato nelle sigarette confezionate industrialmente (Istituto Superiore di Sanità, 2021b). È evidente come in realtà il tabacco sia lo stesso e di conseguenza non vi siano differenze a livello di tossicità (Istituto Superiore di Sanità, 2021b).

Grafico 4 Vendite di Trinciati, Sigarette e devices per Tabacco Riscaldato dal 2004 al 2021



Fonte: Ministero della Salute, 2021

La soluzione ora più in voga è invece, sicuramente, quella dei dispositivi a tabacco riscaldato o sigarette *Heat not Burn*. Si tratta di un prodotto entrato nel mercato solo recentemente (per la prima volta in Giappone nel 2014). Funziona inserendo una piccola sigaretta (che la Philipp Morris, una delle aziende maggiori del settore, chiama Heets) di tabacco all'interno di un apparecchio, che scalda il tabacco senza bruciarlo.

A seconda delle aziende produttrici la tecnologia cambia leggermente e le performances dei dispositivi variano). È per questo motivo che, durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto seguito nel primo semestre del terzo anno del corso di laurea di Design di Prodotto al Politecnico di Torino, si è deciso di creare un database che illustrasse e mettesse a confronto le performances e i prezzi delle alternative di devices *Heat not Burn* (caso studio fondamentale per la creazione del progetto che verrà descritto nel capitolo successivo) presenti sul mercato (Tabella 3).

Nella tabella si mettono a confronto i dispositivi IQOS, glo HYPER+, Pax 2, Ploom, LAMBDA CC, ISMOD NANO,

iMate, IUOC 2, Mok e KAGIC GXG IIS, su alcune *performances*:

- **Peso**
- **Volume**
- **Batteria**
- **Numero di usi** prima della ricarica
- Tempo per **riscaldamento**
- **Durata** dello stick
- Tempo di **ricarica**
- **Temperatura massima**
- **Prezzo.**

La caratteristica di questo dispositivo di non bruciare il tabacco, ma semplicemente scaldarlo, genera la credenza sia un prodotto meno nocivo alla salute, alternativo alla sigaretta. Nel periodo 2016-2019, i fumatori di sigarette HnB hanno costituito lo 0,5% della popolazione tra 18 e 69 anni (Tobaccoendgame, 2019).

Nel periodo 2016-2019 i fumatori di sigarette HnB hanno costituito lo 0,5% della popolazione tra 18 e 69 anni (Istituto Superiore di Sanità, 2021b). Come è possibile vedere nel Grafico 4 (pagina 54) dal 2019 al 2021 le vendite dei devices HnB sono cresciute considerevolmente passando da poco più di 2.000.000 unità annue a più di 9.000.000.



## CAPITOLO 2

Tecnologia IH applicata alla sigaretta elettronica	Immagine	Modello	Azienda Produttrice	Anno di rilascio	Peso [g]	Volume [mm <sup>3</sup> ]
Sigaretta elettronica		IQOS	Philip Morris International	2014	123,00	121244,51
		glo HYPER+	British American Tobacco	2016	110,00	83996,00
		Pax 2	Pax Labs	2017	90,00	66836,00
		Ploom	Japan Tobacco	2016	87,50	108088,32
		LAMBDA CC	LAMBDA	2020	73,00	67547,63
		ISMOD NANO	Dongguan Mymok Electronic Thecnology	2021	51,00	30600,00
		iMate	VAPTIO	2020	75,00	78660,14
		IUOC 2	enzhen Yukan Technol	2017	150,00	159861,25
		Mok	China Tobacco	2019	112,00	116655,00
		KACIG GXG I1S	KAMRY	2018	35,00	17263,09
MEDIA					90,65	85075,19
VARIANZA					1181,67	1852921216,88
DEVIAZIONE STANDARD					34,38	43045,57

Tabella 3 Confronto prestazioni dispositivi *Heat not Burn*

Batteria [mAh]	Numero di usi prima della ricarica	Tempo per riscaldamento [s]	Durata [s]	Tempo di ricarica [h]	Temperatura massima raggiunta [°C]	Prezzo [€]
2900	20	15	360	1,5	50	110,00
1200	20	20	240	3,5	260	9,99
2600	8	45	n.d.	2,0	215	149,00
2000	20	35	270	1,5	235	49,00
3200	40	17	360	2,5	300	60,72
1500	20	15	300	1,5	360	44,90
1500	20	17	200	1,5	310	44,45
2900	14	20	210	2,0	350	80,00
2600	20	15	300	2,0	n.d.	41,00
900	10	11	210	2,5	n.d.	30,35
2130,00	19,20	20,95	272,22	2,05	260,00	61,94
662333,33	74,84	113,14	3869,44	0,41	9850,00	1679,53
813,84	8,65	10,64	62,20	0,64	99,25	40,98

Tabella sviluppata nel corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

## CAPITOLO 2

Le Svapo presenti sul mercato italiano dal 2006 sono utilizzate da due tipi di consumatori differenti: chi fuma Svapo e chi invece associa questo tipo di sigarette a quelle tradizionali. È un dispositivo che, riscaldando una soluzione di una sostanza (in genere glicole propilenico o glicerolo con o senza nicotina o aromi), produce aerosol; l'inalazione di questo aerosol consente di provare sapore e sensazione simili a quelle provocate dal fumo di tabacco, con la differenza sostanziale che, mancando la combustione, il rischio cancerogeno è teoricamente più basso (Istituto Superiore di Sanità, 2021b).

Nella popolazione generale degli adulti 18-69 anni, i consumatori di sigarette elettroniche da sole o combinate alle sigarette combustibili sono il 2,7% nel periodo 2016 – 2019 (*Tobaccoendgame*, 2019), mentre nel biennio 2020-2021 l'uso della sigaretta elettronica coinvolge mediamente circa il 5% della popolazione: in soli 4 anni le vendite sono praticamente raddoppiate (Istituto

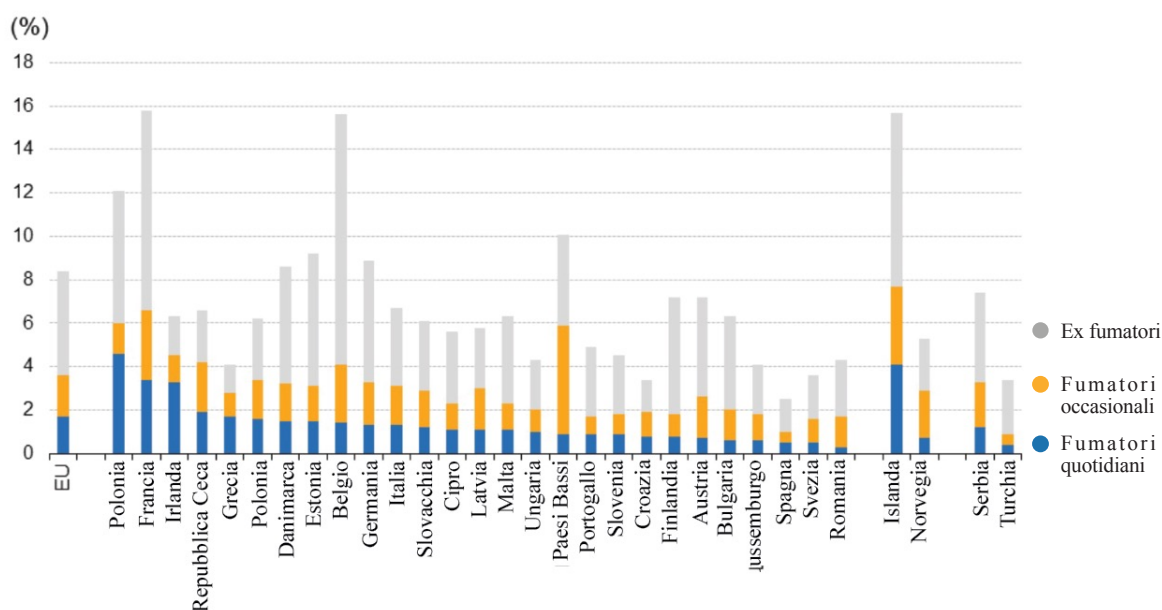
Superiore di Sanità, 2021b).

Per quanto riguarda la sigaretta elettronica sono più che raddoppiati gli studenti (dai 15 ai 19 anni) che la utilizzano passando dall'8,4% del 2014 al 17,5% del 2018; in particolare sono i ragazzi a usarla abitualmente di più (21,9%) rispetto alle ragazze (12,8%) (Istituto Superiore di Sanità, 2018).

A livello europeo l'analisi Eurostat sul 2019 (i dati sono stati estratti nel 2022) considera vari tipi di vapors (Grafico 5): chi svapa, distinguendo tra vapors giornalieri e occasionali, e se gli attuali non vapors avessero precedentemente svapato. In Ue il 3,6% delle persone di età pari o superiore a 15 anni ha svapato nel 2019, tra cui un po' di più lo ha fatto occasionalmente piuttosto che quotidianamente (Eurostat, 2022).

Tra gli Stati membri dell'UE, la percentuale più alta di attuali fumatori di vape nel 2019 è stata osservata in Francia (6,6%), mentre quella più bassa è stata dell'1,0% in Spagna (Eurostat, 2022).

Grafico 5 Distribuzione della frequenza d'uso di sigarette elettroniche dai 15 anni di età nel 2019



Fonte: Eurostat, 2022

## 2.4 Impatto ambientale del tabacco

Le sigarette sono inquinanti, non solo per la salute di chi ne fa uso (ma anche di chi non ne fa uso se consideriamo la problematica del fumo passivo), ma anche e soprattutto per l'ambiente.

Parlando di inquinamento atmosferico, il fumo di sigaretta e la coltivazione del tabacco contribuiscono notevolmente (Ministero della Salute, giugno 2021). Infatti, il fumo di tabacco contiene anidride carbonica, metano e biossido di azoto che sono agenti estremamente inquinanti sia per gli ambienti interni che esterni; inoltre, per soddisfare la richiesta di tabacco del mercato si è costretti a deforestazioni di piantagioni di tabacco che occupano 200.000 ettari della superficie terrestre, generando gravi conseguenze ambientali, quali inquinamento delle acque, erosione del suolo, perdita di biodiversità, aumento della CO<sub>2</sub> nell'atmosfera (Ministero della Salute, giugno 2021). Ogni anno si producono circa 6 miliardi di sigarette che, secondo un rapporto dell'Imperial College di Londra, sono responsabili dello 0,2% delle emissioni globali di CO<sub>2</sub>, più o meno quelle della Svizzera (Zafeiridou, 2018).

Ma la fonte più inquinante derivante dai prodotti del tabacco è sicuramente il mozzicone: lo si butta in terra, fuori dal finestrino dell'auto, lo si lascia in spiaggia facendo attenzione a nascondere sotto la sabbia e lo si abbandona acceso nei boschi, provocando spesso incendi che a loro volta contribuiscono a inquinare l'aria.

In Italia il numero dei fumatori nel

2009 è stato stimato in circa 13 milioni (Lombardi et al., 2010). Per ipotizzare quanti mozziconi vengano prodotti quotidianamente solo in Italia, si considera una quota di 15 sigarette al giorno per fumatore, ottenendo 195 milioni di cicche al giorno (Lombardi, 2009).

Ma perché i mozziconi inquinano? Il 90% dei filtri delle sigarette presenti sul mercato prima della Direttiva (UE) 2019/904 (sulla riduzione dell'incidenza di determinati prodotti di plastica sull'ambiente, recepita nel nostro Paese dalla Legge n. 53 del 22 aprile 2021) è prodotto con acetato di cellulosa: un materiale plastico che se viene disperso nell'ambiente può impiegare più di un decennio a decomporsi (Ministero della Salute, giugno 2021; WIRED, 2020). La plastica non è però l'unico agente inquinante che la cicca abbandonata a terra contiene: infatti, sono presenti altre sostanze altamente inquinanti, come arsenico, piombo e formaldeide (sia nelle sigarette classiche che nelle *Heets* per *HnB*) (WIRED, 2020).

Abbandonare i mozziconi è una pratica molto diffusa. Ogni anno nel mondo finiscono dispersi ben 4.500 miliardi di filtri, circa tre quarti del totale, e rappresentano il secondo articolo di plastica monouso più frequentemente rinvenuto sulle spiagge (Ministero della Salute, giugno 2021) e le Nazioni Unite stimano che nel Mediterraneo costituiscano il 40% dei rifiuti (il quadruplo delle bottiglie di plastica) (WIRED, 2020 non è in biblio). Questo

## CAPITOLO 2

accade perché non esistono norme circa lo smaltimento di questo tipo di rifiuti e perché, con l’emanazione nel 2003 della legge n. 3 (art. 51), “Tutela della salute dei non fumatori” (Legge Sirchia), che ha esteso il divieto di fumo a tutti i locali chiusi, compresi i luoghi di lavoro privati o non aperti al pubblico, gli esercizi commerciali e di ristorazione, i luoghi di svago, palestre, centri sportivi, i fumatori hanno dovuto “adattarsi” a fumare all’esterno dei locali che frequentavano, senza, spesso, avere a disposizione uno spazio dove gettare i mozziconi.

Il risultato lo si vede e lo si calpesta ogni giorno. A livello urbano i mozziconi sono di difficile gestione, in quanto, non solo rappresentano almeno il 50% di

tutti i rifiuti delle aree urbane (insieme a tutti gli altri packaging interni ed esterni dei pacchetti di sigarette), ma rimangono anche incastrati in tutti gli interstizi dove le scope e i mezzi meccanici di spazzamento non riescono ad arrivare (Lombardi et al., 2010).

Questo problema ha rappresentato il punto da cui partire per progettare un oggetto che rappresentasse a pieno il tema “Future Life” proposto come brief iniziale del corso di Design dell’Esplorazione.

Nel capitolo a seguire verranno trattati gli aspetti tecnici, componentistici e di valutazione qualitativa elaborati per il progetto SM-OK, con il fine di comprendere la fattibilità del prodotto e i bisogni del consumatore ideale.

# Capitolo 3

Il progetto SM-OK

### CAPITOLO 3

La sigaretta assume negli anni e nelle culture vari significati, generando immagini e rappresentazioni diverse, ma, per quanto negli ultimi tempi si tenda ad una posizione *smoking-free*, mantiene forte il legame tra sé stessa e il proprio utilizzatore, vivendo dello stesso significato che egli le attribuisce.

Questo capitolo presenta una applicazione pratica che si salda al quadro teorico storico, sociologico e culturale e ai dati presentati nei capitoli precedenti. La trattazione, fino ad ora, ha fatto emergere come un'idea progettuale debba necessariamente tenere conto del contesto nel quale vuole inserirsi. In particolare, per quanto concerne il fenomeno del tabagismo, la gestualità e la ritualità che orbitano attorno all'azione del fumare creano dinamiche sociali che sono e sono state intrinseche alla società e che possono essere sfruttate come input di un processo progettuale.

## 3.1 Storia di un'idea creativa

Il corso di Design dell'Esplorazione ha proposto un brief libero la cui unica indicazione consisteva nel tema "Future Life". Progettare attorno a questo tema è stato interessante e stimolante, in quanto le possibili direzioni erano molte. Il team di lavoro era composto da cinque componenti femminili, appartenenti al terzo anno del corso di laurea di Design e Comunicazione del Politecnico di Torino.

Inizialmente il gruppo ha analizzato principalmente due temi: il tema di "fumo sostenibile" e quello di "inganno dei sensi". Dal secondo è derivato un progetto di un dispositivo di "menù interattivo" per ristoranti fusion che è rimasto però in fase di concept, in quanto sarebbe stato necessario analizzare con il supporto di una figura professionale del settore la parte di interfaccia tecnologica.

Il primo tema è stato analizzato approfonditamente, riflettendo sulla possibilità pratica di ovviare a diverse forme di inquinamento ambientale derivanti dall'uso delle sigarette tradizionali. Il team ha quindi individuato la nicchia dei "dispositivi sostenibili" come quella all'interno della quale provare ad inserirsi e ha identificato come tema da risolvere quello dell'abbandono dei mozziconi nell'ambiente.

Per ovviare a questo problema si sarebbe potuto progettare un prodotto integrato ad alcuni siti strategici (bidoni dell'immondizia, marciapiedi, pensiline dell'autobus...) con la funzione di raccogliere questi scarti. Nella fase iniziale di analisi, questa proposta

era stata considerata per poi essere abbandonata successivamente, in quanto soluzioni contenitive integrate sono già esistenti e non risolvono il problema.

Si è quindi deciso di eliminare il problema alla radice, progettando un dispositivo per fumare che non creasse scarti. Il risultato è stato SM-OK, una sigaretta a combustione di tabacco con corpo rigido rifornibile e filtro intercambiabile in vetro. Questo prodotto è il risultato di una attenta analisi di contesto e riesce a coniugare una progettazione funzionale ad una forma esteticamente apprezzabile che tiene conto di variabili di tipo sociale e culturale.

Il concept si definisce "prodotto volano" poiché rappresenta il "ponte" che avvicina l'acquirente ai dispositivi rigidi alternativi alla sigaretta tradizionale, permettendo di distaccarsi dal concetto del "mono utilizzo" e orientando l'utente alla scelta consapevole di un oggetto personalizzabile e duraturo nel tempo.

I casi studio analizzati, ovvero le sigarette *Heat not Burn*, il bocchino tradizionale, i filtri in vetro e la classica sigaretta ben rappresentano quelli che sono state le linee guida fondamentali per la creazione di questo prodotto:

- il mantenimento della **gestualità** tradizionale;
- la assoluta **soddisfazione** nel "tiro";
- l'**eliminazione** di filtri e cartine usa e getta;
- l'**igienicità** del dispositivo;
- la possibilità di **personalizzazione**.



## CAPITOLO 3

Della sigaretta *Heat not Burn* si è analizzato e in seguito deciso di acquisire il corpo rigido, del bocchino tradizionale la maggiore igienicità (la parte che si fuma non è manipolata direttamente), dei filtri in vetro l'intercambiabilità, la personalizzazione e la durata, e della sigaretta tradizionale la gestualità, la forma e i colori.

Sono successivamente state individuate cinque Personas<sup>1</sup> (Figure 1 e 2), ovvero individui ideali che potrebbero venire a contatto con il prodotto, in grado di rispecchiare tutti i needs relativi al tema affrontato. Si è pensato che il prodotto dovesse essere risolto a tutte le fasce di età: le Personas individuate infatti sono provenienti da fasce d'età molto diverse e portano dietro di sé, di conseguenza, bisogni molto differenti.

Luca e Sofia (Figura 1) sono due studenti, entrambi guardano all'estetica dell'oggetto, ma tra di loro vi è una differenza di età non ampia, ma che è rilevante in termini di reddito, autonomia, indipendenza, e quindi esplicitano il

primo, la spinta di ribellione tipica dell'adolescente che cerca di venire meno ai consigli dei genitori di dedicarsi all'astinenza per seguire i pari, l'altra, la voglia di distinguersi dai coetanei con un oggetto che sia personalizzabile.

Marco e Carlo (Figura 2) sono paragonabili per età e per reddito, entrambi fumano nelle pause lavorative per alleviare lo stress o per un momento di relax, e necessitano di un oggetto che sia neutro, discreto e semplice nell'utilizzo, ma il primo tra i due esplicita la necessità di un prodotto ergonomico che lo aiuti con le proprie difficoltà motorie.

Patrizia (Figura 2) è una donna di 68 anni che fuma da quando era una giovane universitaria in piazza negli anni 70 ed è per questo che non vuole stravolgere le proprie abitudini: è aperta a provare un nuovo oggetto, ma non vuole abbandonare la gestualità della sigaretta tradizionale. Fuma ancora, ma i figli non lo fanno e dunque l'oggetto deve essere piccolo e nascondibile.



Figura 1 Personas per progetto SM-OK elaborate nel corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

<sup>1</sup> Lo sviluppo delle Personas è un mezzo che i designer utilizzano per identificare dei tipi di individui a cui rivolgersi per la progettazione di un concept. I "tipi" presentati in Figura 1 e 2 non si riferiscono in alcun modo ad individui reali in quanto si tratta di una profilazione di tipo ideale.



Figura 2 Personas per progetto SM-OK elaborate nel corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

Per verificare se le Personas identificate nella fase iniziale corrispondessero effettivamente al mercato reale si è somministrato un questionario: questo è stato inviato considerando la distribuzione della popolazione italiana potenzialmente fumatrice, tramite social network (Instagram, Facebook) e per distribuzione fisica, scendendo sul campo e posizionandosi all'ingresso della stazione di Porta Nuova di Torino.

Alcuni questionari sono quindi stati autosomministrati, altri compilati in presenza dei somministratori. Sono stati somministrati 215 questionari; di questi è stato possibile analizzarne solo 201, in quanto i restanti 14 sono stati scartati in fase di cleaning perché presentavano risposte non coerenti o perché non completi.

L'obiettivo era di comprendere le abitudini dei fumatori e i potenziali bisogni relativi

all'utilizzo di un'eventuale sigaretta a combustione riutilizzabile. I dati ottenuti hanno permesso di guidare il processo di progettazione del dispositivo, in modo da ovviare alla problematica persistente dei mozziconi abbandonati nell'ambiente.

I dati in questione, seppur non pochi, non sono rappresentativi della totalità della popolazione italiana fumatrice poiché si sono riscontrate delle problematiche nel raggiungimento delle fasce di popolazione più anziane: l'80% delle persone che hanno compilato il questionario appartiene alla fascia di età 18-25, il 12% a quella 46-65, il 5% a 26-45 e l'8% sono minori di 18 anni (Grafico 1, pag. 66).

Durante la fase di cleaning è scomparsa la fascia dei maggiori di 65 anni. Nei 201 questionari analizzabili il 56% dei rispondenti dichiara di essere donna, il 43% uomo e solo l'1% preferisce non specificarlo (cfr. Grafico 1, pag. 66).

## CAPITOLO 3

Grafico 1 Distribuzione età degli individui raggiunti con il questionario

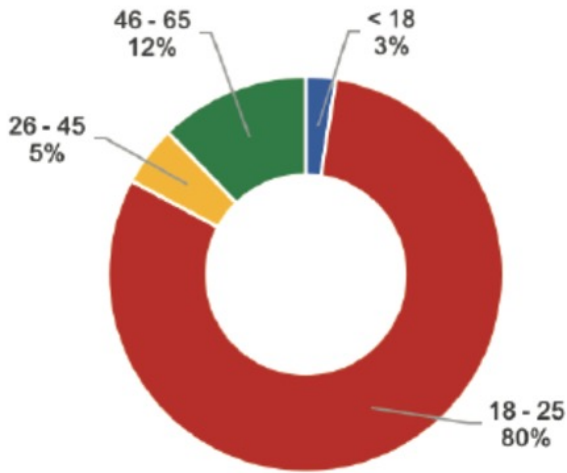


Grafico sviluppato durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

Il questionario è stato sviluppato in tre sezioni: la prima, “Chi sei”, la seconda, “Tu e le tue abitudini” e una terza, “Le tue abitudini future”.

La prima ha individuato le informazioni demografiche, nello specifico età (Grafico 1), genere (di cui si è già parlato prima, Grafico 2) e reddito (Grafico 3).

Grafico 3 Distribuzione reddito degli individui raggiunti con il questionario

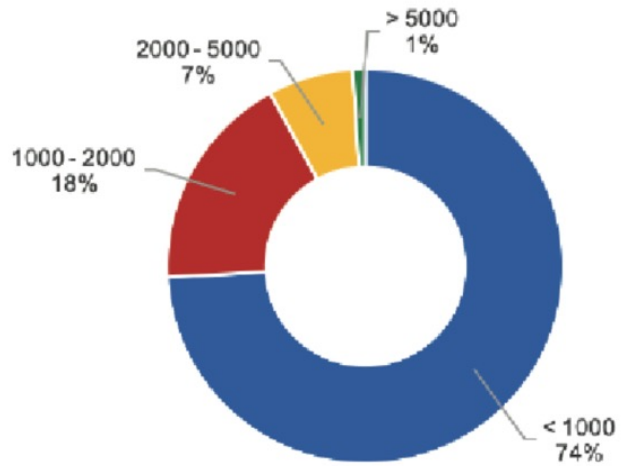


Grafico sviluppato durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

La seconda sezione ha invece individuato le abitudini relative al fumo degli individui analizzando quanto, cosa, perché, dove e quando fumino. I risultati evidenziano (Grafico 4) che il 59% degli individui fuma da 0 a 5 sigarette al giorno, utilizzando il tabacco trinciato per “rollarsi” le sigarette in autonomia (59%).

Grafico 2 Distribuzione genere degli individui raggiunti con il questionario

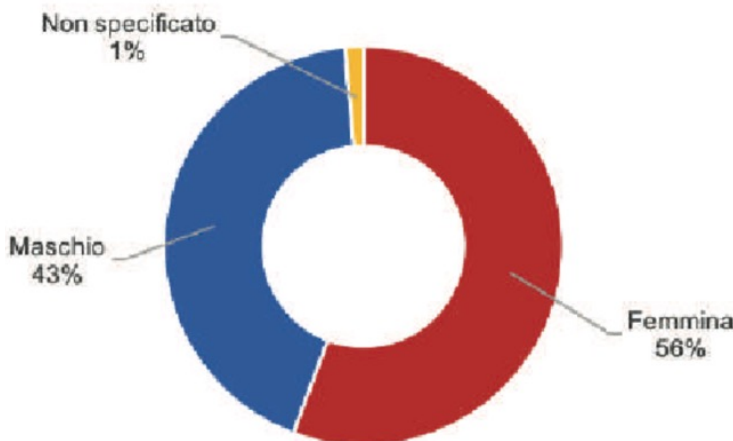


Grafico sviluppato durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

Grafico 4 Numero di sigarette medio al giorno tra gli individui raggiunti con il questionario

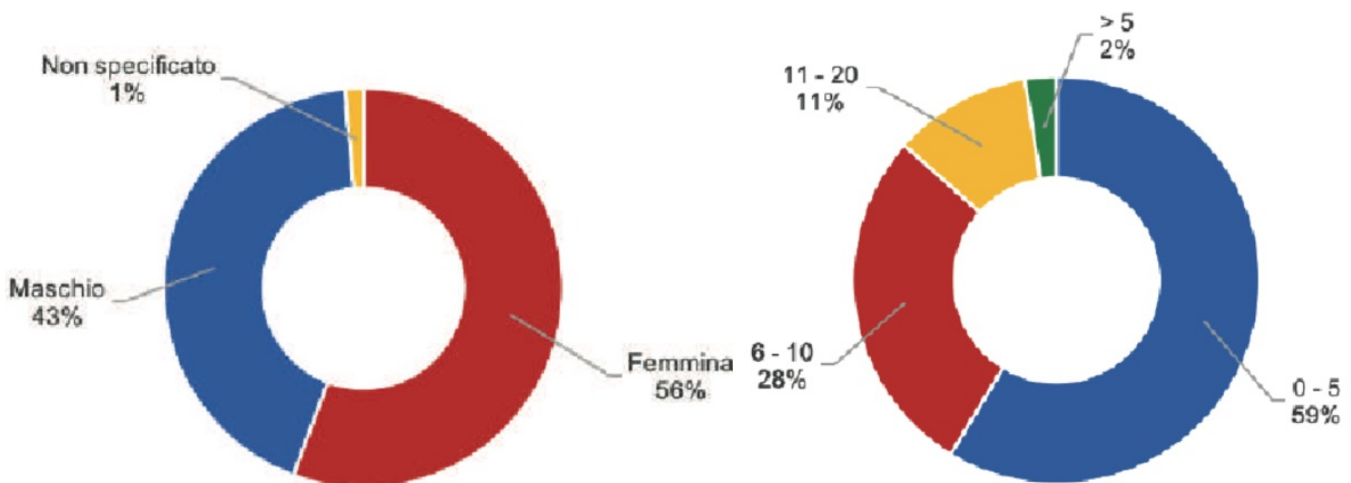


Grafico sviluppato durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

Si può constatare che le motivazioni per cui gli individui di questo campione fumano siano principalmente per “stare in compagnia” e per la difficoltà nell’abbandono della “gestualità”: per il 34% degli individui raggiunti dal questionario la prima e per il 31% la seconda sono le “motivazioni principali” per cui fumano. La prima motivazione viene confermata e rafforzata dal fatto che in 150 individui hanno risposto che il momento in cui fumano più spesso è quando sono “in compagnia”.

Da questa seconda sezione risulta quindi evidente come la componente sociale del fumo esplorata nel primo capitolo sia fondamentale e forse più incisiva sulla dipendenza degli individui del “bisogno fisico” (individuato solo da 40 individui rispondenti al questionario come la motivazione principale al fumo).

La terza sezione indagava invece quali saranno le abitudini dei fumatori nel futuro per individuare i loro bisogni primari. Per fare ciò dapprima è stato condotto un brainstorming all’interno del gruppo di lavoro così da definire molteplici bisogni terziari, latenti. Attraverso un processo di raggruppamento sono quindi stati definiti i cluster, i cosiddetti *secondary needs*, in cui si dividono i bisogni terziari. Con una prima domanda si sottopongono quindi i bisogni secondari ottenuti ai rispondenti del questionario, chiedendo loro di indicare quale grado di importanza abbiano (da “per nulla importante” a “indispensabile”) nella loro routine da fumatori:

- La **soddisfazione** del “tiro”;
- La disponibilità di **aromi** differenti;
- Un basso impatto **ambientale**;

- La garanzia che il prodotto sia **Cruelty free**;
- **Facilità** di utilizzo;
- **Igienicità**;
- **Filtro intercambiabile**;
- Facilità di **pulizia**;
- Minima **manutenzione**;
- **Dimensioni** ridotte;
- **Esteticamente** appagante;
- Dispositivo di una **marca** affermata;
- Affidabile e **durevole**;
- **Personalizzabile**;
- **Ricaricabile** in poco tempo.

Infine, inserendo sul software *IBM SPSS Statistics* il database risultato questa sezione, si è raggiunti all’individuazione dei *primary needs*, punti cardine, che il progetto deve soddisfare.

La *Factor Analysis* ha individuato come bisogni primari i cluster:

**1. Gestione**, il quale racchiude i concetti: facile da utilizzare, igienica, filtro intercambiabile, facilmente pulibile/lavabile, che richieda una manutenzione minima, che occupi poco spazio e affidabilità/durevolezza.

**2. Design**, il quale racchiude: il riferimento ad un brand affermato, un’estetica appagante e possibilità di personalizzazione.

**3. Soddisfazione**, il quale racchiude: soddisfazione ad ogni tirata e possibilità di provare diversi aromi.

Inoltre, sono da considerare le variabili relative al “*cruelty free*” e a “**impatto ambientale**” come bisogni primari in quanto risultano cluster a sé stanti dalla prima *Factor Analysis*.

### CAPITOLO 3

In seguito alle riflessioni svolte si può affermare che il concept SM-OK possa inserirsi nel mercato come prodotto volano, con caratteristiche intermedie tra una classica sigaretta “usa e getta” e una *e-cig*, guardando alla durevolezza della struttura di quest’ultima.

Dal questionario emerge come la riduzione dell’impatto ambientale generato dai mozziconi abbandonati sia un argomento sentito dalla maggior parte dei rispondenti, essendo un problema presente con i prodotti venduti attualmente.

## 3.2 Il prodotto

Il nome SM-OK è un gioco di parole che combina il termine “smoke” (fumo in inglese), evocato anche dalla pronuncia, con “ok”, per sottolineare l’azione non impattante del prodotto per l’ambiente. Tra le due parole nel logo (Figura 2) è poi inserita una lingua di fuoco che ricorda la fiamma della combustione, alla base del principio di funzionamento del prodotto.



Figura 3 Logo di SM-OK

Il dispositivo rigido permette di allontanarsi dal concetto del “monoutilizzo”, avvicinando l’utente alla scelta consapevole di un oggetto personalizzabile e duraturo nel tempo. Inoltre, analizzando l’attuale situazione pandemica, si è evidenziata la necessità di creare un prodotto igienico per l’uso personale anche in situazioni di socialità. Il filtro, dunque, consente l’intercambiabilità attraverso un giunto filettato con il corpo principale per consentirne la rimozione e la pulizia.

Altro bisogno importante emerso dalla fase di Scenario e di Concept è quello del mantenimento della gestualità tradizionale. SM-OK la mantiene in due sensi: il fatto di dover ricaricare la sigaretta mantiene il “sapore” del “rollarsi” la propria sigaretta tramite tabacco trinciato; l’uso di SM-OK è uguale a quello di una sigaretta tradizionale, ma apporta un cambiamento dal punto di vista del rifiuto finale prodotto in quanto l’unico scarto prodotto è la cenere. Ciò che differenzia

il dispositivo da una normale sigaretta è quindi e soprattutto l’azione successiva all’atto del fumo: non essendo stati creati degli scarti, SM-OK può essere riposta nella custodia (e poi in borsa), pronta per un nuovo utilizzo (Grafico 6).

SM-OK è quindi rivolto ad un pubblico ampio che può decidere di utilizzare il device per varie motivazioni anche andando oltre alla questione ambientale: l’estetica e le altre caratteristiche, come l’igienicità e la possibilità di condivisione, lo rendono un prodotto accattivante che può raggiungere target diversi.

Grafico 5 Passaggi d’uso di SM-OK a confronto con la sigaretta tradizionale

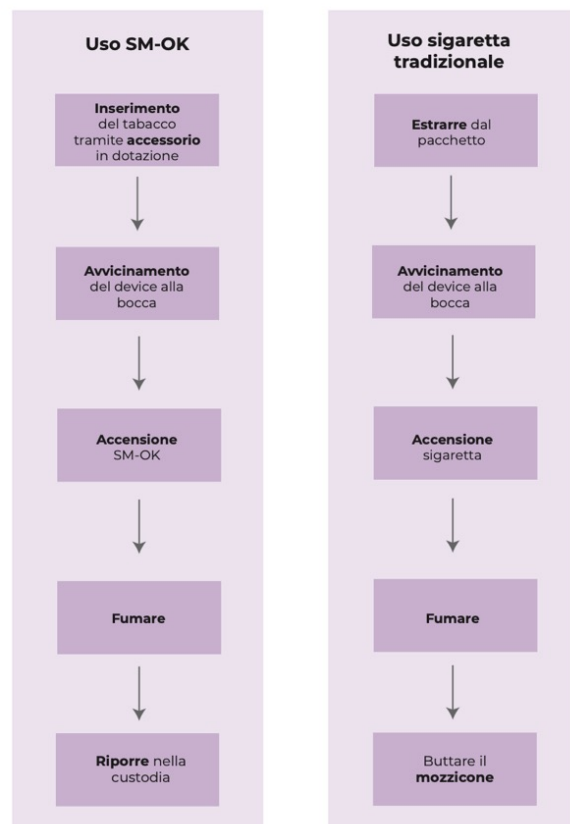


Grafico sviluppato durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

## CAPITOLO 3

Gli elementi chiave del concept progettato rimangono 3: la cartina viene sostituita dal corpo rigido, il filtro mono uso dal filtro intercambiabile e riutilizzabile, e il contenuto rimane lo stesso tabacco trinciato della sigaretta tradizionale. Il filtro è in vetro e svolge la sua funzione attraverso una tecnologia a carboni attivi che gli permette di avere la stessa durata di una cappa per cucina.

L'azienda *Yellow Finger* produce questi oggetti e li vende attraverso rivenditori: si è immaginato di poter collaborare con l'azienda per adattare il filtro, attraverso l'aggiunta di una filettatura, a SM-OK, di modo che il filtro possa rimanere fisso sul dispositivo e all'occorrenza essere svitato in fase di pulizia o cambio per necessità di personalizzazione.

L'azienda vende infatti diverse varianti colori che possono essere acquistate per personalizzare il device.

Le componenti di SM-OK sono 4 (Figura 4):

- Il **filtro** *Yellow Finger* in vetro di silice, ottenuto tramite una lavorazione di Glass Moulding;
- Il corpo centrale composto da: un **corpo metallico** in acciaio Inox ferritico (AISI 442), ottenuto per estrusione e rollatura, ed il suo **rivestimento** esterno in ceramica Mica;
- Un **tappo forato** che impedisce lo scivolamento fuori dal dispositivo del tabacco all'interno.

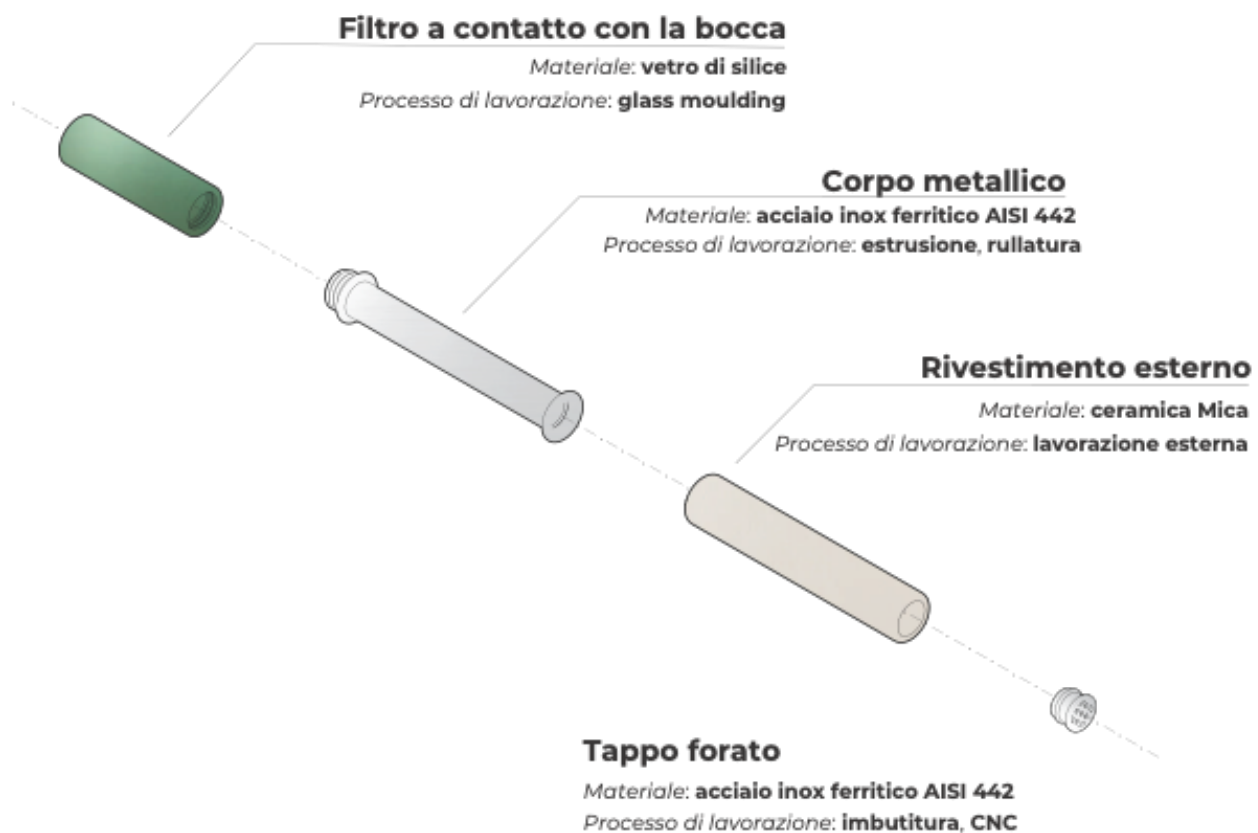


Figura 4 Esploso di SM-OK, descrizioni dei materiali e delle lavorazioni dei componenti

SM-OK riprende la sigaretta tradizionale nelle forme e nei colori: la scelta del verde per il colore del filtro riprende il tema della sostenibilità del prodotto, ma è intercambiabile, può quindi essere sostituito con altri di colori e fantasie diverse, rendendo il prodotto personalizzabile e consentendo l'utilizzo a più persone dello stesso device semplicemente sostituendo la componente. SM-OK deve essere caricata attraverso l'inserimento del tabacco nel foro superiore e la chiusura tramite il tappo.

Successivamente è accesa con l'utilizzo di un accendino e il fumo viene aspirato dal filtro. La cenere esce dal foro superiore compiendo gli stessi movimenti che si fanno per la sigaretta classica. Infine, una volta spenta, viene riposta nel case (Figura 5).

Il prodotto viene fornito in dotazione ad una custodia protettiva che possa racchiudere la sigaretta e lo scovolino, accessorio utile alla pulizia del dispositivo e al riempimento del corpo con il tabacco.

È stato necessario quindi progettare anche questi due elementi:

- Un **case** (Figura 6) la cui apertura e chiusura sono garantite da una sottile cerniera metallica e da un piccolo magnete che contenesse non solo il dispositivo SM-OK stesso;
- Uno **spazzolino** formato da due parti, il corpo e la "paletta" per il riempimento in plastica ABS (ottenuto attraverso stampaggio ad iniezione) e le setole per la pulizia in fibre di Nylon (ottenute attraverso filatura) (Figura 6).

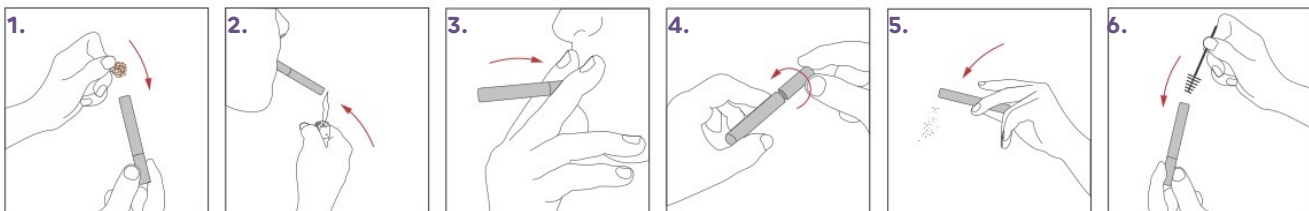


Figura 5 Storyboard d'uso di SM-OK

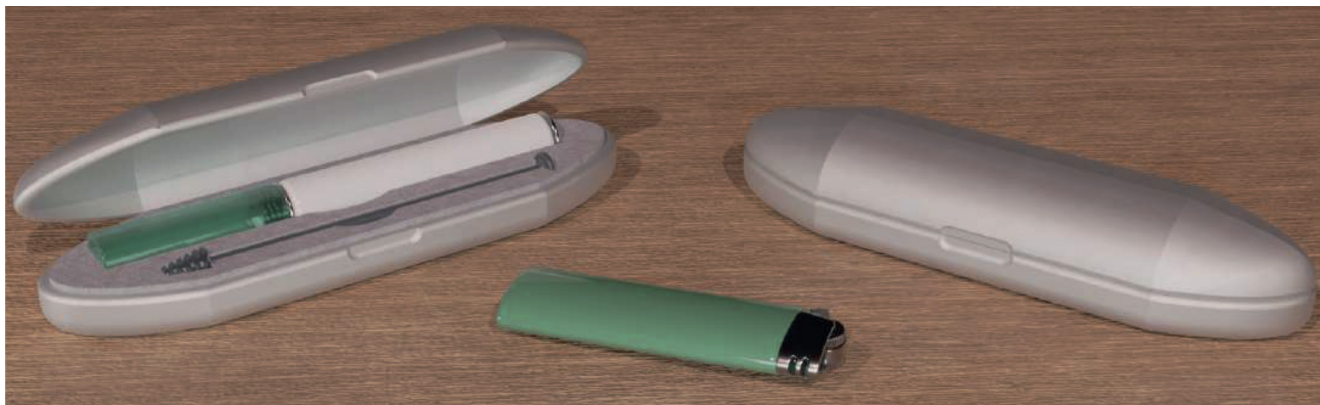


Figura 6 Case contenente spazzolino e *device*, aperto e chiuso, a confronto con un accendino per evidenziarne le dimensioni



### 3.3 Posizionamento di mercato e profilazione dei potenziali utilizzatori

Per calcolare il prezzo a cui vendere SM-OK si sono dovuti analizzare l'acquisto dei materiali e le relative lavorazioni, alcune interne altre esterne ad una possibile azienda produttrice. Il prodotto SM-OK è composto da: una

custodia, uno scovolino e una sigaretta; il tutto venduto in un packaging di cartone. Le componenti e i sottocomponenti che compongono il prodotto sono quindi molteplici e sono state schematizzate nel seguente grafico (Grafico 6).

Grafico 6 Componenti e sottocomponenti SM-OK

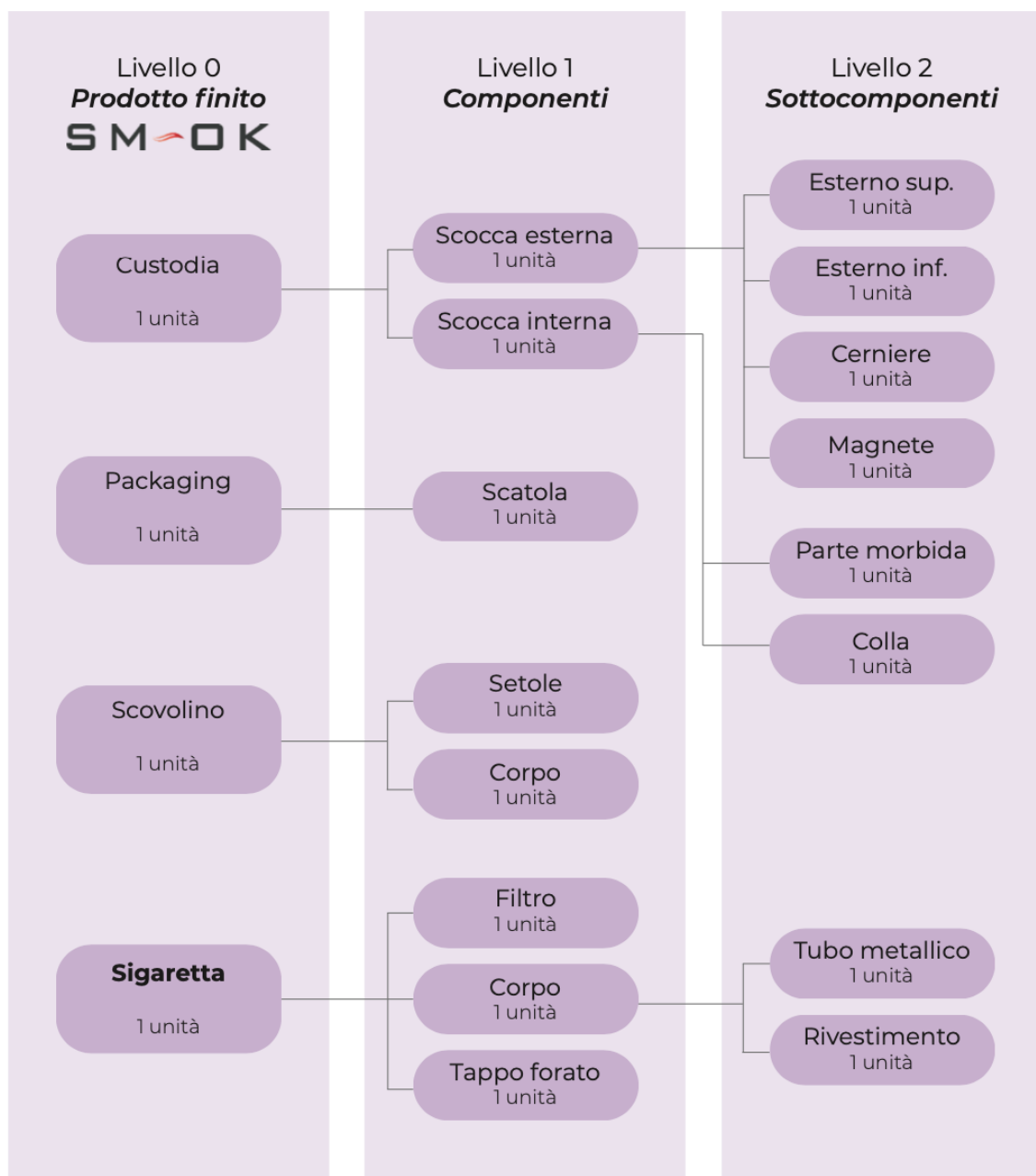


Grafico elaborato durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

La tabella dei *raw materials* (costi variabili, Tabella 1) evidenzia il quantitativo di materiale, e relativo costo, delle componenti da produrre ed assemblare.

Si è scelto di far eseguire la maggior parte delle lavorazioni all'interno dell'azienda o perché già in possesso di conoscenze e macchinari relativi ad un certo processo (es. stampaggio ad iniezione), o perché si necessita che i pezzi accoppiati tra loro comunichino alla perfezione: è questo il caso del filtro intercambiabile e del corpo in tubolare metallico, uniti tra loro da un giunto filettato.

La produzione del rivestimento ceramico e pochi altri componenti, invece, si è preferito darli in *outsourcing*, in quanto

*Philip Morris* non possiede macchinari adatti alla loro realizzazione; pertanto, poiché in commercio esistono già tali oggetti, o versioni similari, si presume che altre aziende (come Leister per il rivestimento) siano in grado di adattare la loro linea produttiva per realizzare queste componenti.

Nella tabella sottostante (Tabella 1) è possibile osservare il costo relativo alle materie prime/semilavorati per realizzare SM-OK, ottenuto moltiplicando il peso dei componenti per il loro costo al chilogrammo, nel caso dei prodotti realizzati internamente, oppure il numero di unità necessarie per il loro prezzo di mercato.

Tabella 1 Costo relativo alle materie prime/semilavorati per realizzazione SM-OK

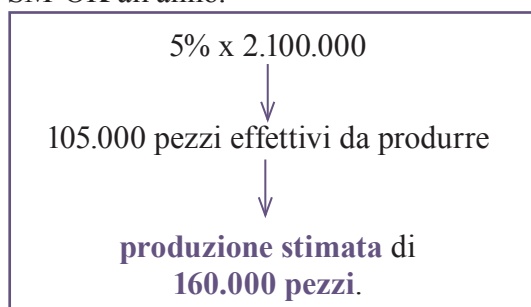
<b>Materiali</b>	<b>Quantità</b>	<b>Unità di misura</b>	<b>Costo €/udm</b>	<b>Costo unitario €</b>
<b>SIGARETTA</b>				
vetro di silice	1	kg	5,7	0,005074851
acciaio inox ferritico AISI 442	1	kg	1,33	0,000193848
ceramica (Mica)	1	n°	2,80	2,80
acciaio inox ferritico AISI 442	1	kg	1,33	0,000067823
<b>CUSTODIA</b>				
plastica TPU rigida	1	kg	4,19	0,02904379
plastica TPU rigida	1	kg	4,19	0,016348462
cerniere lega Fe-Cr	1	n°	3,24	3,24
magnete	1	n°	2,81	2,81
plastica TPU elastomero	1	kg	3,72	0,009738283
colla cianoacrilica	1	kg	1694	1,694
<b>SCOVOLINO</b>				
plastica ABS	1	kg	2,77	0,000719565
fibre di Nylon	1	kg	3,16	0,000136812
<b>PACKAGING</b>				
cartone riciclato con logo	1	n°	0,15	0,010502445
<b>TOTALE</b>				<b>10,61582588</b>

Tabella elaborata durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

### CAPITOLO 3

I volumi di produzione sono stati calcolati ipotizzando di inserirsi nella percentuale di mercato delle sigarette HNB non coperta da IQOS e Glo (25 % del mercato totale) insieme ad altre 4 aziende.

Considerando il numero di fumatori (2.100.000) nel 2016 (anno di lancio IQOS) si è calcolato un ipotetico volume di produzione di 160.000 dispositivi SM-OK all'anno:



I costi fissi (Tabella 2) che hanno contribuito a determinare il costo unitario totale di prodotto riguardano i macchinari acquistati per realizzare i nuovi componenti e il costo del personale.

Si è ipotizzato, dati i volumi di produzione, che l'azienda necessiti per i primi anni di almeno due macchinari per tipo. Per quanto riguarda la macchina addetta allo stampaggio ad iniezione, si presume

che, poiché *Philip Morris* già produce scocche in plastica per IQOS e VEEV, già sia in suo possesso. Tuttavia, considerati i grandi volumi di IQOS realizzate, è possibile che la linea di produzione sia pressoché satura, pertanto, si è scelto di acquistare comunque, oltre agli stampi personalizzati (anche in questo caso almeno in quantità doppia), un macchinario dedicato allo stampaggio ad iniezione che andrà ad affiancare quello già in possesso dell'azienda.

Questi costi rappresentano per l'azienda un investimento iniziale, che viene ammortizzato in circa dieci anni, come mostrato nel calcolo del *Break-even point*. Per ciò che concerne il personale si è considerata la necessità di abbinare un operatore per macchina. Tali costi fissi (Tabella 2, pagina 74) sono stati quindi ripartiti per il volume di produzione iniziale ipotizzato, in modo tale che il loro costo venisse coperto dall'incremento della vendita di prodotti.

Nella tabella riassuntiva (Tabella 3, pagina 76-77), si possono vedere invece i materiali abbinati alle lavorazioni necessarie per giungere alla realizzazione del prodotto finale.

Tabella 2 Calcolo costi fissi per macchinari e per personale per macchinario per produzione SM-OK

<b>Macchinari</b>	<b>Quantità</b>	<b>Costo unitario €</b>	<b>Costo totale €</b>
glass moulding process	2	30000	60000
estrusione	2	19989	39978
rullatura	2	9000	18000
imbutitura	2	7000	14000
CNC	2	17000	34000
stampaggio ad iniezione	1	11968	11968
stampi personalizzati	8	10000	80000
incollaggio	2	5000	10000
filatura	2	32000	64000

<b>TOTALE</b>	<b>331946</b>
---------------	---------------

<b>Personale per macchinario</b>	<b>Quantità</b>	<b>Costo unitario €</b>	<b>Costo totale €</b>
glass moulding process	2	33320	66640
estrusione	2	33320	66640
rullatura	2	33320	66640
imbutitura	2	33320	66640
CNC	2	33320	66640
stampaggio ad iniezione	4	33320	133280
incollaggio	2	33320	66640
filatura	2	33320	66640
assemblaggio	3	33320	99960

<b>TOTALE</b>	<b>699720</b>
---------------	---------------

Tabella elaborata durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

## CAPITOLO 3

Livello 0	Livello 1	Livello 2	Descrizione	Quantità	Unità di misura
sigaretta	filtro intercambiabile		vetro di silice	1	kg
			glass moulding press	1	
	corpo	tubo metallico	acciaio inox ferritico AISI 442	1	kg
			estrusione	1	
		rivestimento esterno	rullatura	1	
			ceramica (mica)	1	n°
	tappo forato		lavorazione esterna	1	
			acciaio inox ferritico AISI 442	1	kg
			imbutitura	1	
custodia	scocca esterna	esterno superiore	plastica TPU rigida	1	kg
			stampaggio iniezione	1	
		esterno inferiore	plastica TPU rigida	1	kg
			stampaggio iniezione	1	
		cerniera	cerniere lega Fe-Cr	1	n°
			lavorazione esterna	1	
		magnete	chiusura magnetica	1	n°
			lavorazione esterna	1	
	parte interna	cuscinetto	plastica TPU elastomero	1	kg
			stampaggio iniezione	1	
		colla	colla cianoacrilica	1	kg
			incollaggio	1	
scovolino	corpo	plastica ABS	1	kg	
		stampaggio iniezione	1		
	setole	fibre di Nylon	1	kg	
		filatura	1		
packaging		cartone riciclato con logo	1	kg	
		lavorazione esterna	1		
			stampi per iniezione	8	
			assemblaggio	3	
<b>TOTALE</b>					

Tabella 3 Tabella riassuntiva dei costi variabili e fissi

Costo €/udm	Costo unitario variabile €	Costo macchinario unitario €	Costo manodopera €	
5,7	0,005074851			
		0,375	0,4165	
1,33	0,000193848			
		0,2498625	0,4165	
		0,1125	0,4165	
2,80	2,80			
1,33	0,000067823			
		0,0875	0,4165	
		0,2125	0,4165	
4,19	0,02904379			
		0,0187	0,20825	
5,19	0,016348462			
		0,0187	0,20825	
3,24	3,24			
		-		
2,81	2,81			
		-		
3,72	0,009738283			
		0,0187	0,20825	
1694	1,694			
		0,0625	0,4165	
2,77	0,000719565			
		0,0187	0,20825	
3,16	0,000136812			
		0,40000	0,4165	
0,15	0,010502445			
		-		
		0,5		
			0,62475	
	10,615825878	2,074662500	4,373250000	<b>17,063738378</b>
				<b>Costo unitario totale €</b>

Tabella elaborata durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

## CAPITOLO 3

Per definire il costo unitario di prodotto occorre sommare ai costi variabili, in questo caso solamente i *raw materials* (Tabella 1), i costi fissi (Tabella 2), ripartiti per i volumi di produzione:

$$UTC^2 = 10,62 + (699.720 + 331.946) : 160.000 = 17,06 \text{ €}.$$

Per individuare il prezzo a cui il prodotto potrebbe essere venduto occorre applicare un markup al costo unitario di prodotto. Dal momento che, come evidenzia l'analisi di *Van Westendorp* (Grafico 7), si ha un buon margine per fare profitto, il markup applicato può arrivare anche al 40%:

$$\text{Prezzo} = 17,06 \times (1 + 0,4) = \text{arrotondando, } 23,90 \text{ €}.$$

Il prezzo ottenuto in seguito alla cost analysis con applicazione di un *markup* è coerente con i dati ricavati con il *Price Sensitivity Meter*. Il prezzo di 23,90 €, infatti, rientra nel range stabilito dai dati ricavati dal questionario nell'ultima sezione con le risposte alla domanda "indica, secondo te, i prezzi relativi ad una sigaretta a combustione riutilizzabile" (16 - 34 €) (Grafico 7).

Infine, si può determinare anche il *Gross Profit Margin* :

$$GPM^3 = (\text{prezzo} - \text{costo unitario di prodotto}) / \text{prezzo} = (23,88 - 17,06) : 23,88 = 28,6 \text{ \%}.$$

Grafico 7 Analisi di *Van Westendorp* sui prezzi ricavati dal questionario

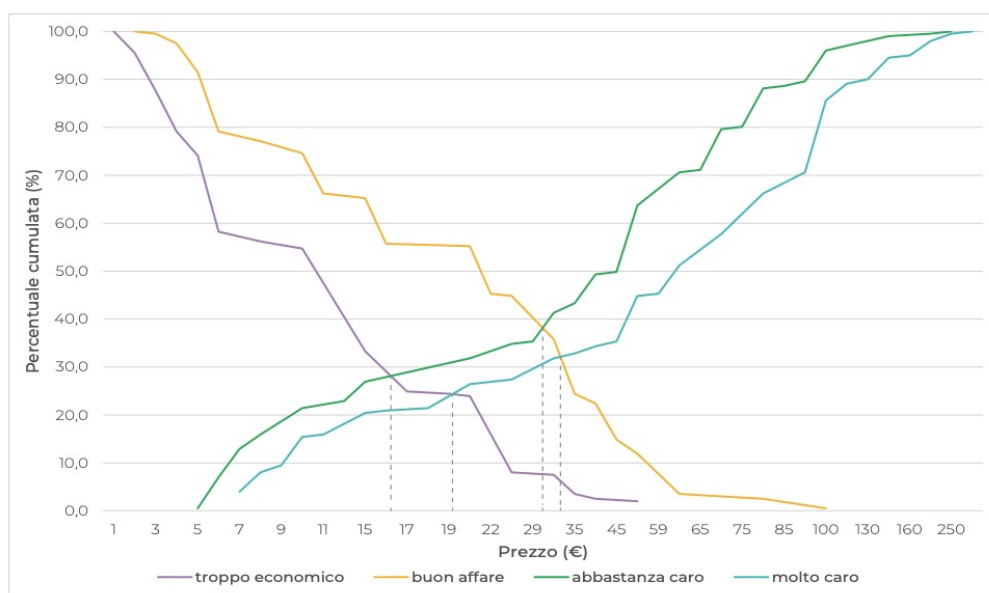


Grafico elaborato durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

<sup>2</sup> Costo unitario totale

<sup>3</sup> Calcolo del margine commerciale

L'ideazione del concept (comprensiva di lavoro sullo scenario, idea progettuale, analisi del mercato aziendale, una possibile valutazione economica del prodotto) ha impegnato ciascun componente indicativamente 516h, escluse le ore dedicate alla scelta dei materiali (circa 5).

Il team, formato da 5 componenti, ha quindi impiegato complessivamente 2.585h 30' per sviluppare SM-OK (Figura 7).

Considerando uno stipendio medio di un designer di 1.690 €/mese netti, con un RAL di 30.000 € annui (12 mensilità piene + bonus 13° mensilità), per un contratto di 38 ore a settimana (160 h/mese), si ottiene uno stipendio medio di 15 €/h ca. Moltiplicando 15 €/h x 2.585h 30' (ore spese dal team per la realizzazione del progetto) si ottiene un investimento di 38.782,5 €. Si applica quindi un markup del 30% che evidenzia un investimento totale di 50.400 € ca. (Figura 7).

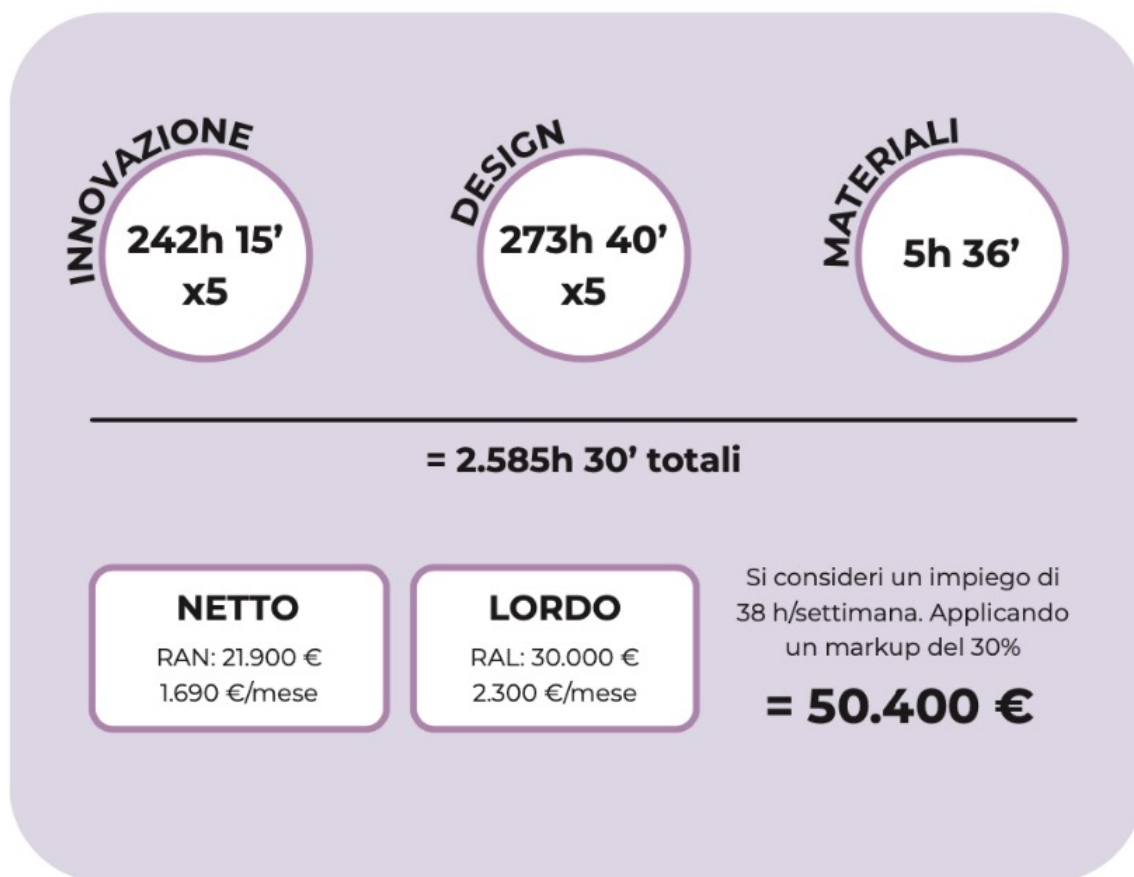


Figura 7 Calcolo investimenti in ricerca e sviluppo



## CAPITOLO 3

Nell'ipotesi di realizzare una campagna di comunicazione del prodotto SM-OK (Grafico 8), si è immaginato di sfruttare più mezzi, sia fisici che digitali, per cercare di attirare nuovi clienti, di tenersi in contatto con i clienti fidelizzati, interessare gli appassionati del settore e inserirsi nel mercato con i competitors.

I mezzi selezionati sono: inserti su riviste, la creazione di un sito internet apposito, pubblicità online, cartelloni, volantini e stand pop-up e la creazione di una newsletter per abbonati.

I vari costi della campagna sono indicati nello schema seguente.

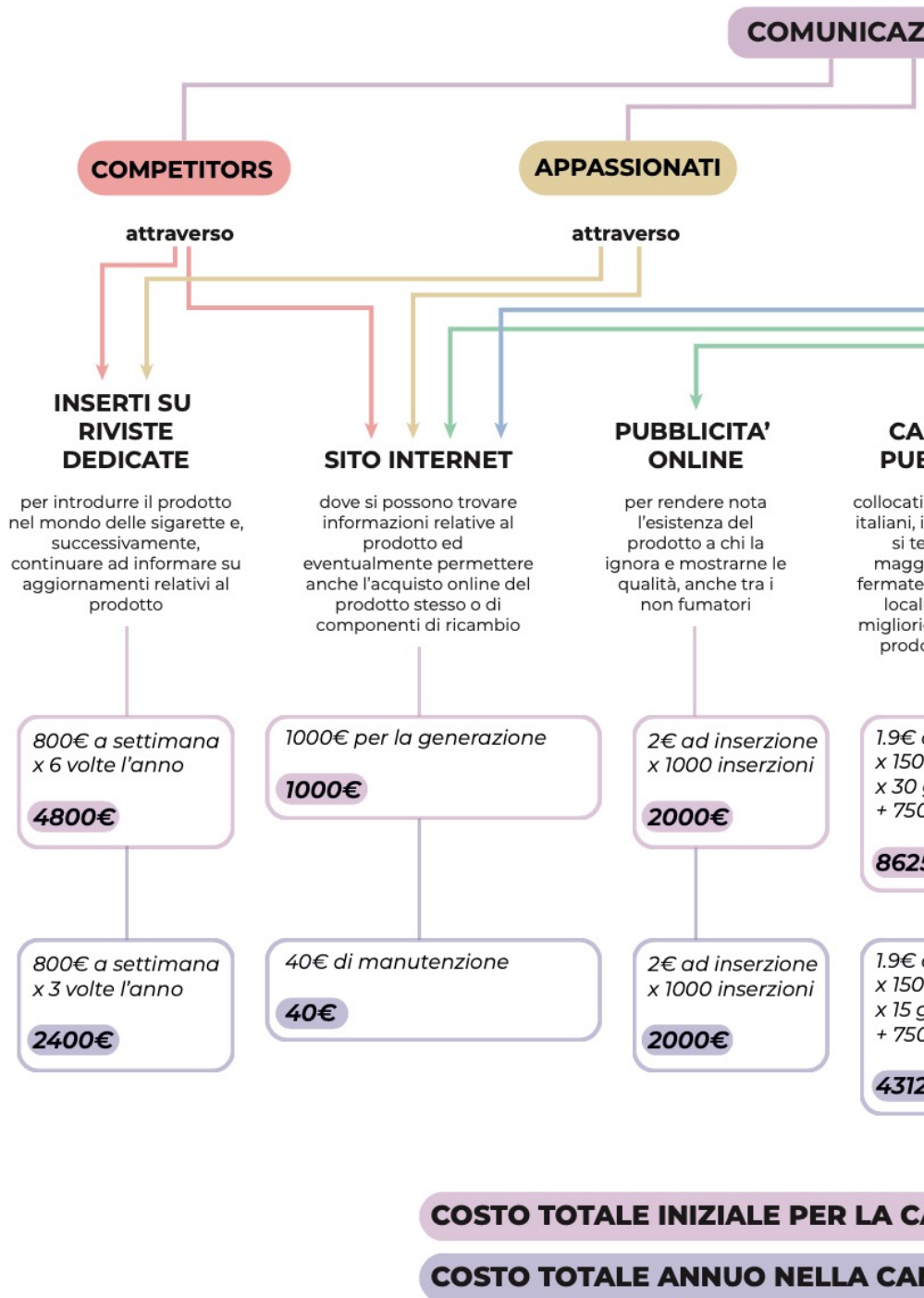


Grafico 8 Descrizione dei costi della campagna pubblicitaria suddivisi per mezzo di comunicazione utilizzato

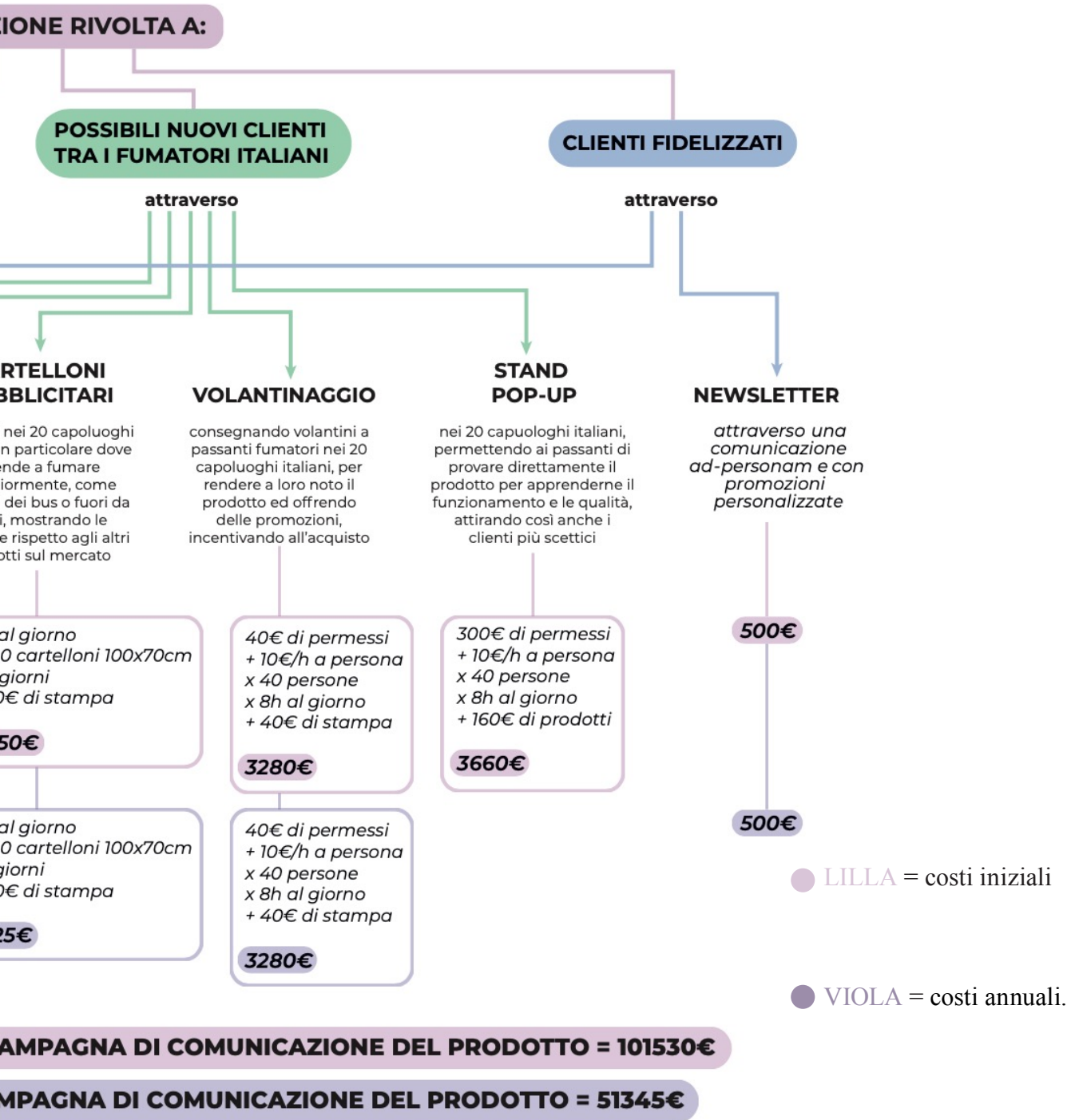


Grafico elaborato durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

## CAPITOLO 3

Per capire se il progetto fosse sostenibile a livello economico o fosse destinato a disgregarsi si è calcolato il *Break Even Point* o Punto di Pareggio, ovvero il momento in cui i ricavi superano gli investimenti. Nella tabella 4 sono riportati i costi fissi e variabili, calcolati in un intervallo di 10 anni.

Tra i costi fissi, quelli relativi a *R&D* e quelli sostenuti per l'acquisto dei macchinari, sono costi che *PMI* sostiene una sola volta, a differenza di quelli relativi a personale e marketing; pertanto, si è deciso di ammortizzare tali spese su 10 anni. Tra i costi variabili figurano solamente le spese sostenute per

	0	1	2	3	4
<b>COSTI FISSI</b>					
Personale	666400,00	666400,00	666400,00	666400,00	666400,00
Ricerca e Sviluppo	5040,00	5040,00	5040,00	5040,00	5040,00
Comunicazione e Marketing	101530,00	101530,00	51345,00	51345,00	51345,00
Acquisto macchinari	33194,60	33194,60	33194,60	33194,60	33194,60
<b>TOTALE</b>	<b>806164,60</b>	<b>806164,60</b>	<b>755979,60</b>	<b>755979,60</b>	<b>755979,60</b>

		15%	15%	15%
<b>COSTI VARIABILI</b>				
Raw materials	0	10,62	12,21	14,04
<b>TOTALE</b>	0	<b>1699200,00</b>	<b>1954080,00</b>	<b>2584270,80</b>

	0	1	2	3	4
Unità prodotte	0	160000	184000	211600	243340
Unità vendute	0	140000	161000	185150	212923
<b>Costi fissi totali</b>	806164,60	806164,60	755979,60	755979,60	755979,60
<b>Costi totali</b>	806164,60	2505364,60	2710059,60	3003171,60	3340250,40
<b>Ricavi</b>	0	3343760,00	3845324,00	4422122,60	5085440,99

Grafico 9 Rappresentazione dei costi fissi e variabili a confronto con i ricavi nel primo anno. Si ottiene il punto di pareggio.

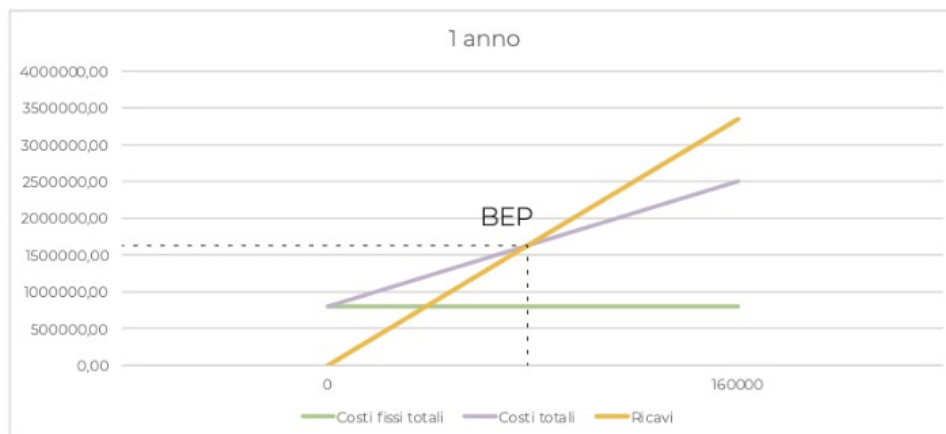


Grafico elaborato durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

l'acquisto di materiali.  
 Per calcolare il punto di pareggio si è ipotizzato un incremento annuo della produzione del 15%, dato l'ampio pubblico raggiungibile dal prodotto, a partire dai volumi di produzione e vendita stimati del primo anno, rispettivamente 160 mila unità.

Nel grafico 9 è possibile osservare come, in base ai ricavi ottenuti dalla vendita, si raggiunga il punto di pareggio già entro il primo anno; da quel momento i ricavi coprono completamente tutti i costi sostenuti dall'azienda. Nel grafico 10 notiamo l'andamento delle tre curve in dieci anni.

Tabella 4 Tabella riassuntiva costi fissi e variabili in 10 anni per produzione SM-OK

	5	6	7	8	9	10
	666400,00	666400,00	666400,00	666400,00	666400,00	666400,00
	5040,00	5040,00	5040,00	5040,00	5040,00	5040,00
	51345,00	51345,00	51345,00	51345,00	51345,00	51345,00
	33194,60	33194,60	33194,60	33194,60	33194,60	33194,60
	<b>755979,60</b>	<b>755979,60</b>	<b>755979,60</b>	<b>755979,60</b>	<b>755979,60</b>	<b>755979,60</b>

	15%	15%	15%	15%	15%	15%
	18,57	21,36	24,56	28,25	32,49	37,36
	<b>2971911,42</b>	<b>3417698,13</b>	<b>3930352,85</b>	<b>4519905,78</b>	<b>5197891,65</b>	<b>5977575,40</b>

	279841	321817	370090	425603	489444	562860
	244861	281590	323829	372403	428263	492503
	755979,60	755979,60	755979,60	755979,60	755979,60	755979,60
	3727891,02	4173677,73	4686332,45	5275885,38	5953871,25	6733555,00
	5848257,14	6725495,71	7734320,07	8894468,08	10228638,29	11762934,03

Tabella elaborata durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

Grafico 10 Rappresentazione dei costi fissi e variabili a confronto con i ricavi in 10 anni

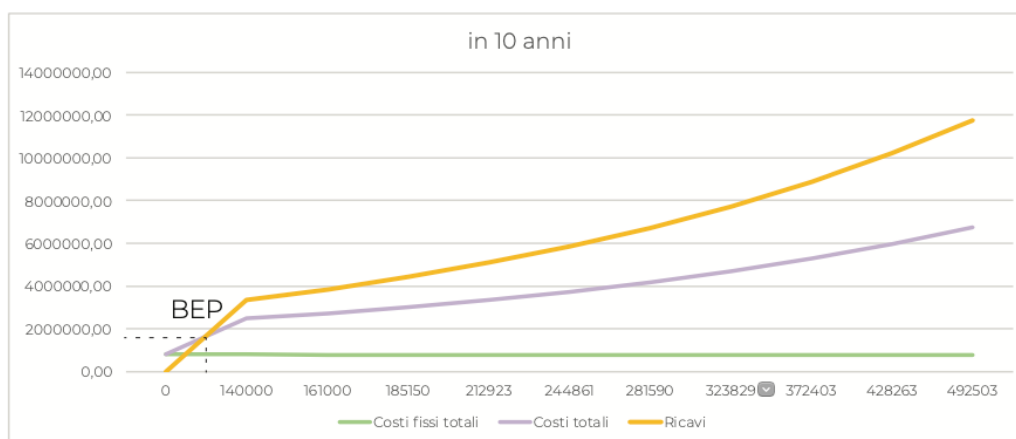


Grafico elaborato durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

## CAPITOLO 3

Ci si è quindi domandati a quali aziende rivolgersi per la proposta di produzione del progetto.

Le opzioni sono risultate due:

- **Philip Morris International**, che è una società attiva nel mercato sia delle sigarette tradizionali, sia dei nuovi dispositivi elettronici che sfruttano la tecnologia *Heat Not Burn* e Svapo e rappresenta quindi la potenzialità di sfruttare le competenze attorno alla tradizionale combustione, correlate a quelle relative alla produzione di dispositivi rigidi riutilizzabili
- **Società minori** (quali *Imperial Brands* o *Yellow Finger*) inserite esclusivamente nel mondo del tabacco trinciato ed accessori, interessate ad

accogliere il nuovo prodotto, poiché necessita di costanti fornitori di tabacco trinciato e filtri rigidi, permettendo a tali aziende di mantenere la propria posizione. Le competenze delle società non andrebbero stravolte, bensì si evolverebbero e adatterebbero alla nuova produzione, mantenendo invariati i principali processi produttivi.

Le società possono accogliere la proposta e inserirla nel proprio elenco di progetti da valutare, andando a definire se si tratta di un progetto conveniente e redditizio o da abbandonare.

Infine, si è confrontato il prodotto con le alternative presenti sul mercato realizzando un database in cui si prendono

Tabella 5 Valori per variabili prezzo, peso, volume, quantità di tabacco, filtro intercambiabile per le alternative sul mercato e SM-OK








TECNOLOGIA	FOTO	NOME	AZIENDA PRODUTTRICE	PREZZO (Euro)	PESO (kg)	VOLUME (mm <sup>3</sup> )	QUANTITÀ TABACCO (g)	FILTRO INTERCAMBIABILE no = 0 si = 1
SIGARETTE INDUSTRIALI		Marlboro Gold (pacchetto)	Philip Morris International	4,90	0,02	145800,00	13,00	0
TABACCO TRINCIATO		Pueblo (30g)	Poschl Tabak Company	6,70	0,04	163800,00	30,00	1
HEAT NOT BURN		IQOS	Philip Morris International	110,00	0,13	121244,51	0,16	1
SVAPO		BLU	Imperial Brands	15,00	0,02	8820,00	0,00	1
PIPA		Bacco Rustica 670 KS	Savinelli 1876	96,00	0,05	9381,00	1,50	0
SIGARO		Toscano classico	Manifatture Sigaro Toscano S.p.A	1,22	0,08	6570,00	7,50	0
SIGARETTA RIUTILIZZABILE		SM-OK	gruppo 1 Design III	23,90	0,02	2000,00	0,75	1
<b>MEDIA</b>				36,81714	0,04986	65373,64429	7,55857	0,57143
<b>VARIANZA</b>				2115,68072	0,00165	5514213015,96239	121,36068	0,28571
<b>DEVIAZIONE STANDARD</b>				45,99653	0,04064	74257,74718	11,01638	0,53452

Tabella elaborata durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto

in considerazione diverse variabili quantitative in grado di descrivere gli aspetti funzionali del prodotto in questione e di sigarette industriali, tabacco trinciato, sigarette *Heat not Burn*, Svapo, pipa e sigaro (Tabella 5).

Le variabili individuate per fare l'analisi sono:

- **Prezzo;**
- **Peso;**
- **Volume;**
- **Quantità di tabacco;**
- **Presenza di filtro intercambiabile.**

Per rendere confrontabili i valori ottenuti nella tabella precedente è necessaria una procedura statistica di standardizzazione dei dati. Il metodo si basa su una formula che mette in relazione il dato, la media

della distribuzione e la deviazione standard per ricavare i punti z (Tabella 6). La tabella 6 evidenzia che i valori di prezzo, peso, volume di SM-OK sono sotto la media: il prodotto ha quindi un peso e un valore minore della media degli altri presenti sul mercato e soprattutto presenta un prezzo più basso della media. Inoltre, presenta il filtro intercambiabile, altro dato a suo favore, a differenza della media degli altri prodotti.

Per quanto riguarda la quantità di tabacco, il valore di SM-OK è minore della media, ma è da considerarsi che quello presente all'interno della sigaretta è solo una minima parte di quello che è presente in un pacco di tabacco trinciato ed è paragonabile a quello presente in una sigaretta tradizionale (0,65 g).

Tabella 6 Valori standardizzati per variabili prezzo, peso, volume, quantità di tabacco, filtro intercambiabile per le alternative sul mercato e SM-OK








TECNOLOGIA	FOTO	NOME	AZIENDA PRODUTTRICE	PREZZO (Euro)	PESO (kg)	VOLUME (mm <sup>3</sup> )	QUANTITÀ TABACCO (g)	FILTRO INTERCAMBIABILE no = 0 si = 1
SIGARETTE INDUSTRIALI		Marlboro Gold (pacchetto)	Philip Morris International	-0,70	-0,73	1,08	0,49	-1,07
TABACCO TRINCIATO		Pueblo (30g)	Poschl Tabak Company	-0,66	-0,24	1,33	2,04	0,80
HEAT NOT BURN		IQOS	Philip Morris International	1,59	1,97	0,75	-0,67	0,80
SVAPO		BLU	Imperial Brands	-0,70	-0,76	-0,76	-0,69	0,80
PIPA		Bacco Rustica 670 KS	Savinelli 1876	1,28	-0,12	-0,75	-0,55	-1,07
SIGARO		Toscano classico	Manifatture Sigaro Toscano S.p.A	-0,78	0,62	-0,79	-0,01	-1,07
SIGARETTA RIUTILIZZABILE		SM-OK	gruppo 1 Design III	-0,28	-0,73	-0,85	-0,62	0,80
<b>MEDIA</b>				0	0	0	0	0
<b>VARIANZA</b>				1	1	1	1	1
<b>DEVIAZIONE STANDARD</b>				1	1	1	1	1

Tabella elaborata durante il corso di Innovazione e Sviluppo prodotto



# Conclusion



## CONCLUSIONE

Il presente lavoro si è proposto di analizzare il tema del tabagismo da più punti di vista per capire quali siano i fattori determinanti che rendono un individuo dipendente dal tabacco e quindi quali di questi possano essere sfruttati dalla figura del designer per creare un prodotto alternativo che sia a basso impatto ambientale.

Dalla rassegna della letteratura e dalla discesa sul campo attraverso la somministrazione del questionario nella fase di ricerca del progetto SM-OK è evidente come la componente sociale, culturale, talora anche conviviale, di confronto tra individui sia ciò che più impatta sullo sviluppo della dipendenza da fumo. Molte sono le variabili coinvolte in questo processo: variabili di tipo individuale quali l'età, il genere, la classe sociale; variabili di tipo contestuale quali il contesto normativo, il conseguente livello di accettazione o stigmatizzazione sociale, la sensibilità ambientale, la rappresentazione offerta dai media.

Per quanto riguarda il primo gruppo di variabili partiamo dall'età: i giovani, iniziano a fumare quando sono all'interno del gruppo dei pari, per integrarsi, per emulare condotte di altri individui più adulti o considerati un modello; prediligono i devices elettronici o *Heat not Burn* perché sono accattivanti, personalizzabili, e possono in un qualche modo esprimere la loro personalità. I fumatori adulti invece sono legati alla sigaretta tradizionale e alla gestualità e ritualità che da essa deriva: fumare fa ormai parte della loro quotidianità,

scandisce le giornate e il gesto è diventato un vero e proprio tratto caratteriale.

Gli uomini fumano di più delle donne, questo avviene non solo perché il tabacco agisce sul cervello maschile più pesantemente e velocemente, ma anche perché in molte culture l'azione del fumo è associata a mascolinità e potenza. D'altro canto, per le donne il fumo è sinonimo di indipendenza e negli anni 70 lo è stato di vera e propria emancipazione. Non si è in grado di dire se la classe sociale influisca o meno sullo sviluppo della dipendenza da fumo, ma si è convinti che sia da tenere in conto circa alcuni aspetti che orbitano attorno al tema del tabagismo quali la scelta di diversi tipi di tabacco o devices con cui fumarlo.

Per quanto riguarda le variabili di contesto è chiaro che l'introduzione di divieti e limitazioni circa l'utilizzo dei prodotti derivanti dal tabacco in alcuni luoghi pubblici e no, abbia profondamente cambiato l'immagine del fenomeno e dello stesso fumatore: lo stigma è sentito fortemente da chi non fuma, ma il tabagista, la cui libertà è al giorno d'oggi limitata, percepisce come la sua immagine di fumatore sia fortemente messa in discussione.

Le sigarette tradizionali però, per quanto la loro immagine si sia evoluta nel tempo da prodotto quotidiano e salutare negli anni 50, a oggetto che trascina nella dipendenza da una sostanza estremamente nociva, sono un vizio che è ormai radicato nelle abitudini, negli usi, nelle rappresentazioni dei media, ed è

difficile da sradicare; continuano, quindi, a mantenere la maggiore fetta di mercato. Siamo quindi in presenza di un fenomeno culturalmente e socialmente situato, che ha risposto in vari modi e in varie epoche a bisogni diversi. Risponde a questa evoluzione dei bisogni la proposta di un prodotto sostenibile che segue la tendenza odierna a ricercare un oggetto che sia duraturo, igienico e personalizzabile.

Creare un prodotto che risolva il problema dei mozziconi abbandonati nell'ambiente non producendo scarti si può ipotizzare essere un tema sentito a molti, come dimostra il questionario, ma non essendoci alternative sul mercato che consentano loro di essere più sostenibili senza dover cambiare le proprie abitudini, questi continuano a fumare lo stesso pacchetto di Camel che comprano da anni.

SM-OK è sostenibile, non cambia la gestualità della classica sigaretta, è personalizzabile e conviviale: il dispositivo presenta un filtro riutilizzabile e intercambiabile che consente di utilizzare lo stesso device in più persone e si inserisce perfettamente nel contesto storico sanitario all'interno del quale è stato realizzato, gli anni della pandemia

di Covid 19, che ha reso urgente la questione dell'igienicità del prodotto.

Per lanciare il progetto risulta essere necessario l'appoggio di aziende del settore che potrebbero però non essere interessate a investire, in quanto la natura stessa di SM-OK implica che il suo utilizzatore smetta di acquistare alcuni prodotti venduti dall'azienda, quali filtri, cartine e sigarette. Inoltre il dispositivo continua a sfruttare la combustione del tabacco, il che può essere un vantaggio nel cercare di avvicinarsi ai fumatori tradizionali, ma uno svantaggio se si parla di fasce di età più giovani che tendono all'utilizzo di metodi alternativi quali sigarette elettroniche o Heat not Burn.

Per quanto risulti complesso fare un'analisi di carattere economico oggettiva e coerente di SM-OK, essendo ancora necessario investire tempo e risorse sul progetto definitivo, è comunque possibile, in seguito alle riflessioni svolte, concludere che esso sia un prodotto "volano" vendibile sul mercato che faccia avvicinare il fumatore ai dispositivi rigidi alternativi alla sigaretta tradizionale, permettendo di allontanarsi dal concetto del "mono utilizzo".



**Fonti**

# Bibliografia

- Blaxter, M. (1990). *Health and Lifestyles*. London, Routledge.
- Blos, P. (1967). *The second individuation process of adolescence*. In *Psychoanalytic Study of the Child*, 29, pp. 107-157
- Boorstin, D. J. (1962). *The image: A guide to pseudo-events in America*. Atheneum.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Parigi, Minuit.
- Bremmer, J. N. (1996). *Modi di comunicazione con il divino: la preghiera, la divinazione e il sacrificio nella civiltà greca*. S. Settis, I Greci (pp. 239 - 283), Einaudi.
- Chiamulera C. (2003). *Genetica & Tabagismo*. In *Tabaccologia*, 1, pp. 29-32.
- De las Casas B. (1561). *Historia de las Indias*.
- Di Chiara G. (1999). *Drug addiction as dopamine-dependent associative learning disorder*. In *European journal of pharmacology*, 375(1-3), pp. 13–30
- Erodoto, *Storie*, Libro IV, 2.
- Falvella, F. S. et al. (2010). *Promoter polymorphisms and transcript levels of nicotinic receptor CHRNA5*. In *Journal of the National Cancer Institute*, 102(17), pp. 1366–1370.
- Fishman M. C. (1972). *Sir Henry Hallett Dale and acetylcholine story*. In *Yale journal of biology and medicine*, 45(2), 104–118.
- George, L. K., Larson, D. B., Koenig, H. G., e McCullough, M. E. (2000). *Spirituality and health: What we know, what we need to know*. In *Journal of Social and Clinical Psychology*, 19(1), 102–116.
- Goffman E. (1988). *Il rituale dell'interazione*. Il Mulino.
- Goldthorpe, J.H. (2010). *Analysing Social Inequality: a critique of two recent contributions from economics and epidemiology*. In *European Sociological Review*, 26, 6, pp. 731-44.
- Heath A.C., Martin N.G. (1993). *Genetic models for the natural history of smoking: evidence for a genetic influence on smoking persistence*. In *Addict Behav*, 18, pp. 19-34
- Housman M. G. (2001). *Smoking and Health: The 1964 Surgeon General's Report as a Turning Point in the Anti-Smoking Movement*. In *Harvard Health Policy Review*, 2, 1, pp. 118-126.

---

Lombardi C.C. et al. (2009). *Le cicche di sigaretta: un rifiuto tossico dimenticato*. In *Tabaccologia*, 4, pp. 27-36.

Lombardi C.C. et al. (2010). *Impatto ambientale delle cicche di sigaretta*. In *Energia, Ambiente e Innovazione*, 4.

London E. D. (1990). *Effects of nicotine on cerebral metabolism*. In *Ciba Foundation symposium*, 152, 131–146.

McCarthy WJ. Et al. (2001). *Individual change amid stable smoking patterns in polydrug users over 3 years*. In *Addictive Behaviors*, 26, pp. 143–149.

Omero. *Odissea*, Libro IV, 219-228

OMS (1999). *International Consultation on Environmental Tobacco Smoke (ETS) and Child Health*. Svizzera.

OMS (2002). *Valutazioni economiche a livello aziendale: comprensione, elaborazione, applicazione, un approccio pratico*. Ginevra.

Pistone G et al. (2012). *Il fenomeno dei Light e Intermittent Smokers*. In *Tabaccologia*, 3-4, pp. 31-35.

Pomerleau O. F. (1992). *Nicotine and the central nervous system: biobehavioral effects of cigarette smoking*. In *The American journal of medicine*, 93(1A), 2S–7S

Pomerleau, O. F., Rosecrans, J. (1989). *Neuroregulatory effects of nicotine*. In *Psychoneuroendocrinology*, 14(6), 407–423.

Prescott E et al. (2002). *Importance of light smoking and inhalation habits on risk of myocardial infarction and all-cause mortality. A 22 year follow up of 12149 men and women in the Copenhagen City Heart Study*. In *Journal of Epidemiology and Community Health*, 56, pp. 702–706.

Reitsma M.B. et al. (1 luglio 2021). *Spatial, temporal, and demographic patterns in prevalence of smoking tobacco use and initiation among young people in 204 countries and territories, 1990–2019*. In *The Lancet: Public Health*, 6, 7, e472-e481.

Reitsma M.B. et al. (19 giugno 2021). *Spatial, temporal, and demographic patterns in prevalence of smoking tobacco use and attributable disease burden in 204 countries and territories, 1990–2019: a systematic analysis from the Global Burden of Disease Study 2019*.

In *The Lancet*, 397, 10292, 2337-2360.

Sarti S. (2018). *Le disuguaglianze sociali nella salute. Una riflessione sul ruolo della classe sociale*. In *Rassegna Italiana di Sociologia*, 4.

Sneider W. (1997). *Drug Prototypes and their Exploitation*. In *European Journal of Medicinal Chemistry*, 32, 1.

Tomlinson, M. (2003). *Lifestyle and social class*. In *European Sociological Review*, 19, 1, pp. 97-111.

True Wr. et al. (1997). *Genetic and environmental contributions to smoking*. In *Addiction*, 92, pp. 1277-1287.

Zafeiridou M. (3 luglio 2018). *Cigarette Smoking: An Assessment of Tobacco's Global Environmental Footprint Across Its Entire Supply Chain*. In *Environmental, Science and Technology*, 52, 15, pp. 8087-8094.

# Sitografia

Airc (2022). *Fumo: la più importante causa di morte evitabile! Fondazione AIRC accende i riflettori sul cancro al polmone e sul ruolo della sigaretta elettronica*. Consultato l'8 settembre 2022, da <https://www.airc.it/area-stampa/fumo-la-piu-importante-causa-di-morte-evitabile-fondazione-airc-accende-i-riflettori-sul-cancro-al-polmone-e-sul-ruolo-della-sigaretta-elettronica>

Assidai (13 luglio 2018). *I danni del fumo nella Global Adult Tobacco Survey dell'OMS*. Consultato il 14 ottobre 2022, da <https://www.assidai.it/fumo-danni-oms/>

Biasolo A. (22 giugno 2020). *Storia in fumo*. Consultato il 5 novembre 2022, da <http://www.istitutodelnastroazzurro.org/2020/06/22/storia-in-fumo>

Bocchi G. (2004). Estratti da *Un secolo in Fumo*. Consultato l'11 settembre 2022, da <http://www.fondazioneilsangue.com/wp-content/uploads/2017/02/Un-secolo-in-fumo-2004-estratti-per-il-web-sec>

Capone F. (20 maggio 2017). *Il fumo: storia di un vizio mortale*. Consultato il 27 luglio 2022, da <https://www.focus.it/cultura/storia/il-fumo-storia-di-un-vizio-mortale-7319>

Center for Disease Control (2021). *Smoking in the Movies*. Consultato il 12 agosto 2022, da [https://www.cdc.gov/tobacco/data\\_statistics/fact\\_sheets/youth\\_data/movies/index.htm](https://www.cdc.gov/tobacco/data_statistics/fact_sheets/youth_data/movies/index.htm)

Chemical & Ingeneering news (2012). *Traces of tobacco in Mayan Pottery*. Consultato il 22 settembre 2022, da <https://cen.acs.org/articles/90/i4/Traces-Tobacco-Mayan-Pottery.html>

Cittadini S., Sartarelli E., (n.d.) *Breve storia del fumo di tabacco*. Consultato il 17 agosto 2022, da [https://www.homolaicus.com/economia/Fumo/Breve\\_storia\\_del\\_fumo\\_di\\_tabacco\\_SARTARELLI\\_-\\_CITTADINI.pdf](https://www.homolaicus.com/economia/Fumo/Breve_storia_del_fumo_di_tabacco_SARTARELLI_-_CITTADINI.pdf)

Commissione Europea (n.d.). *Panoramica*. In *Tobacco*. Consultato il 26 ottobre 2022, da [https://health.ec.europa.eu/tobacco/overview\\_it](https://health.ec.europa.eu/tobacco/overview_it)

De Simone A. (5 dicembre 2022). *Test psicologico della sigaretta*. Consultato il 9 novembre 2022, da <https://psicoadvisor.com/test-psicologico-della-sigaretta-13747.html>

Di Lascio G. e Di Lascio S. (12 febbraio 2013). *Fumo e cinema*. Consultato il 30 agosto 2022, da <https://www.associazioneamec.com/notiziario-della-salute/fumo-e-cinema>

Di Todaro F. (2015). *Una sigaretta ogni tanto non fa male?* Consultato il 12 settembre 2022, da <https://www.fondazioneveronesi.it/magazine/articoli/fumo/una-sigaretta-ogni-tanto-non-fa-male-sbagliato>



Ebay (n.d.a.) *Vintage Modiano Italian Cigarettes Advertising A3 Poster*. Consultato il 22 settembre 2022, da <https://www.ebay.it/itm/174309858895>

Ebay (n.d.b.) *Pubblicità Sigarette Ginates Moda Donna*. Consultato il 22 settembre 2022, da <https://www.ebay.it/itm/133094626538>

Ebay (n.d.c.) *Pubblicità Sigarette Peers*. Consultato il 22 settembre 2022, da <https://www.ebay.it/itm/270591709997>

Ebay (n.d.d.) *Pubblicità Sigarette Peter Suyvesant*. Consultato il 22 settembre 2022, da <https://www.ebay.it/itm/391634393552>

FCTC (2003). *Who Framework Convention on Tobacco Control*. Consultato il 19 ottobre 2022, da <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/42811/9241591013.pdf;jsessionid=9D506CC62AC08985B84D6BC89C074855?sequence=1>

GYTS (2018). *Global Youth Tobacco Survey*. Consultato il 12 ottobre 2022, da [https://www.epicentro.iss.it/gyts/pdf/Italy%20GYTS%202018%20Factsheet%20\(Ages%2013-15\)%20FINAL\\_TAG508.pdf](https://www.epicentro.iss.it/gyts/pdf/Italy%20GYTS%202018%20Factsheet%20(Ages%2013-15)%20FINAL_TAG508.pdf)

Healthdesk (31 maggio 2021). *La lotta al fumo sembra una battaglia persa. Nel 2019 nel mondo il tabacco ha provocato 8 milioni di morti*. Consultato il 22 ottobre 2022, da <http://www.healthdesk.it/scenari/lotta-fumo-sembra-battaglia-persa-2019-mondo-tabacco-provocato-8-milioni-morti>

Holding J. (2021). *Ayrton Senna's Formula 1 cars: McLaren MP4/4, Lotus 97T and more*. Consultato il 24 settembre 2022, da <https://www.autosport.com/f1/news/Ayrton-senna-f1-cars-mp4-4-lotus-97t/6498757/>

Istat (2020). *Aspetti della vita quotidiana: abitudine al fumo*. Consultato il 19 ottobre 2022, da <http://dati.istat.it/Index.aspx?QueryId=15513#>

Istat (2015). *Tavola 4.12*. Consultato il 19 ottobre 2022, da <http://dati.istat.it/>

Istituto superiore di Sanità (2013). *Sorveglianza Passi: informazioni generali*. Consultato il 7 ottobre 2022, da <https://www.epicentro.iss.it/passi/infoPassi/infoGen>

Istituto superiore di Sanità (2018). *Gyts 2018: la raccolta dati in Italia*. Consultato il 12 luglio 2022, da [www.epicentro.iss.it/gyts/Indagine2018](http://www.epicentro.iss.it/gyts/Indagine2018)

Istituto superiore di Sanità (2020). *Pubblicità dei prodotti del tabacco*. Consultato il 15 ottobre 2022, da [https://www.iss.it/tabacco-sigarette-elettroniche/-/asset\\_](https://www.iss.it/tabacco-sigarette-elettroniche/-/asset_)

---

[publisher/8RGFP0hES89P/content/id/3533514](https://www.epicentro.iss.it/publisher/8RGFP0hES89P/content/id/3533514)

Istituto superiore di Sanità (2021a). *Sorveglianza Passi: i dati per l'Italia*. Consultato il 7 ottobre 2022, da <https://www.epicentro.iss.it/passi/dati/fumo?tab-container-1=tab1#dati>

Istituto superiore di Sanità (2021b). *Sorveglianza Passi: abitudine al fumo, tabacco trinciato*. Consultato il 7 ottobre 2022, da <https://www.epicentro.iss.it/passi/dati/fumo?tab-container-1=tab1#dati>

Lipercubo (15 dicembre 2020). *Fumo Nei film: Un Dettaglio Che FA Ancora Discutere*. In *Digressioni*. Consultato il 1° ottobre 2022, da <https://lipercubo.it/fumo-nei-film-un-dettaglio-che-fa-ancora-discutere.html>

Mangiaracina, G. (2022). *La dipendenza da tabacco*. Consultato il 15 giugno 2022, da [https://www.researchgate.net/profile/Giacomo-Mangiaracina/publication/266603762\\_La\\_Dipendenza\\_da\\_Tabacco/links/557eeace08ae26eada8f4d35/La-Dipendenza-da-Tabacco.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Giacomo-Mangiaracina/publication/266603762_La_Dipendenza_da_Tabacco/links/557eeace08ae26eada8f4d35/La-Dipendenza-da-Tabacco.pdf)

Mennitti P. (2020). *Germania, è ufficiale: dal 2024 stop pubblicità sigarette elettroniche*. Consultato il 13 ottobre 2022, da <https://www.sigmagazine.it/2020/07/divieto-pubblicita-germania-2/>

Ministero della Salute (15 giugno 2021). *Fumo e inquinamento*. Consultato il 17 ottobre 2022, da <https://www.salute.gov.it/portale/fumo/dettaglioContenutiFumo.jsp?lingua=italiano&id=5622&area=fumo&menu=vuoto>

Ministero della Salute (2021). *Quadro normativo*. In *Fumo – Prodotti del tabacco - Sigarette elettroniche*. Consultato il 15 settembre 2022, da <https://www.salute.gov.it/portale/fumo/dettaglioContenutiFumo.jsp?lingua=italiano&id=5587&area=fumo&menu=vuoto>

Ministero della Salute (30 maggio 2022a). *Tabagismo*. Consultato il 3 settembre 2022, da <https://www.salute.gov.it/portale/fumo/dettaglioContenutiFumo.jsp?lingua=italiano&id=5579&area=fumo&menu=vuoto>

Ministero della Salute (30 maggio 2022b). *Giovani e fumo*. Consultato il 24 agosto 2022, da <https://www.salute.gov.it/portale/fumo/dettaglioContenutiFumo.jsp?lingua=italiano&id=5582&area=fumo&menu=vuoto>

Ministero della Salute (31 maggio 2021). *Rapporto fumo*. Consultato il 17 ottobre 2022, da <https://www.salute.gov.it/portale/fumo/dettaglioContenutiFumo.jsp?lingua=italiano&id=5586&area=fumo&menu=vuoto>

Ministero della Salute (maggio 2020). *Prevenzione e controllo del tabagismo*. Consultato il 11 ottobre 2022, da [https://www.salute.gov.it/imgs/C\\_17\\_pubblicazioni\\_2916\\_allegato.pdf](https://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_2916_allegato.pdf)

Morsa M. (2022). *Usa, multa al produttore di sigarette elettroniche Juul: pubblicità ingannevole per vendere ai minori*. Consultato il 13 ottobre 2022, da <https://www.openonline/2022/09/06/usa-maxi-multa-al-produttore-di-sigarette-elettroniche-juul-pubblicita-ingannevole-per-vendere-ai-minori/>

Nardone P. et al. (2020). *Health Behaviour in School-aged Children: risultati dello studio italiano tra i ragazzi di 11, 13 e 15 anni*. Consultato il 12 ottobre 2022, da <https://www.epicentro.iss.it/hbsc/pdf/HBSC-2018.pdf>

Nazioni Unite (n.d.). *Obiettivo 3: Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età*. Consultato il 11 ottobre 2022, da <https://unric.org/it/obiettivo-3-assicurare-la-salute-e-il-benessere-per-tutti-e-per-tutte-le-eta/>

OMS (2013). *GLOBAL ACTION PLAN FOR THE PREVENTION AND CONTROL OF NONCOMMUNICABLE DISEASES 2013–2020*. Consultato il 12 ottobre 2022, da [https://www.salute.gov.it/imgs/C\\_17\\_pubblicazioni\\_2087\\_ulterioriallegati\\_ulterioreallegato\\_0\\_alleg.pdf](https://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_2087_ulterioriallegati_ulterioreallegato_0_alleg.pdf)

Pizzo D. (2017). *2007-2017: 10 anni di Formula 1 senza tabacco*. In *Formula 1*. Consultato il 19 settembre 2022, da <https://www.automoto.it/formula1/2007-2017-10-anni-di-formula-1-senza-tabacco.html>

Programma delle Nazioni Unite per l'ambiente, UNEP (2022). *Inside the Clean Seas campaign against microplastics*. Consultato il 3 ottobre 2022, da <https://www.unep.org/news-and-stories/story/inside-clean-seas-campaign-against-microplastics>

Rota, T. S. (1° giugno 2021). *Una coltre di fumo: Il Vizio nell'antica Roma*. Consultato il 5 novembre 2022, da <https://www.roma.com/una-coltre-di-fumo-il-vizio-nellantica-roma/>

Sinchi, (n.d.) *Storia ancestrale del tabacco*. Consultato il 15 settembre 2022, da <https://www.sinchisinchi.com/it/il-sacro-tabacco/storia-ancestrale-del-tabacco/>

Tirotta E. (23 agosto 2019). *Come funziona la chimica della felicità: scopriamo la dopamina*. Consultato l'8 ottobre 2022, da <https://www.uwell.it/articoli-stile-di-vita/dopamina-come-funziona-chimica-della-felicita>

Tobacco Atlas (2018). *The Tobacco atlas: sixth edition*. Consultato il 9 ottobre 2022, da [https://theunion.org/sites/default/files/2020-12/TobaccoAtlas\\_6thEdition\\_LoRes.pdf](https://theunion.org/sites/default/files/2020-12/TobaccoAtlas_6thEdition_LoRes.pdf)

---

Tobaccoendgame (2022a). *Dopo anni di riduzione, la frequenza di fumatori in Italia tende a stabilizzarsi a livelli accettabili*. Consultato il 6 settembre 2022, da <https://www.tobaccoendgame.it/news/dopo-anni-di-riduzione-la-frequenza-di-fumatori-in-italia-tende-a-stabilizzarsi-a-livelli-inaccettabili/>

Tobaccoendgame (2022b). *Il consumo di prodotti del tabacco è aumentato nel 2021: troppi favori all'industria del tabacco*. Consultato il 6 settembre 2022, da <https://www.tobaccoendgame.it/news/il-consumo-di-prodotti-del-tabacco-e-aumentato-nel-2021-troppi-favori-allindustria-del-tabacco/>

Tobaccoendgame (2019). *Frequenza di fumatori in Italia*. Consultato il 6 settembre 2022, da [https://www.tobaccoendgame.it/02\\_dati/frequenza-di-fumatori/#L2](https://www.tobaccoendgame.it/02_dati/frequenza-di-fumatori/#L2)

Treccani (2006). *Tabacco*. Consultato il 16 agosto 2022, da [https://www.treccani.it/enciclopedia/tabacco\\_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/tabacco_%28Enciclopedia-dei-ragazzi%29/)

Treccani (2010). *BPCO*. Consultato il 16 ottobre 2022, da [https://www.treccani.it/enciclopedia/bpco\\_%28Dizionario-di-Medicina%29/](https://www.treccani.it/enciclopedia/bpco_%28Dizionario-di-Medicina%29/)

Treccani (2011). *Tabacco*. Consultato il 25 ottobre 2022, da <https://www.treccani.it/enciclopedia/tabacco/>

Treccani (n. d.). *Astinenza*. In *Medicina*. Consultato il 7 settembre 2022, da <https://www.treccani.it/enciclopedia/astinenza>

Treccani (n. d.). *Tolleranza*. In *Medicina*. Consultato il 7 settembre 2022, da <https://www.treccani.it/enciclopedia/tolleranza>

University of California San Francisco (n.d.). *Richard W. Pollay Cigarette Ads Collection*. In *Collection, Tobacco*. Consultato il 3 agosto 2022, <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/tobacco/results/#q=collection%3A%22Richard%20W.%20Pollay%20Cigarette%20Ads%20Collection%22&col=%5B%22py%22%-5D&h=%7B%22hideDuplicates%22%3Afalse%2C%22hideFolders%22%3Afalse%2C%22hidePrivileged%22%3Afalse%2C%22hideConfidential%22%3Afalse%2C%22hideCopyright%22%3Afalse%7D&subsite=tobacco&cache=true&count=11466>

Wikipedia (2020). *Xochipilli*. Consultato il 22 settembre 2022, da <https://it.wikipedia.org/wiki/Xochipilli>

WIRED (2020). *Fumare inquina l'ambiente, non c'è dubbio*. Consultato il 16 ottobre 2022, da <https://www.wired.it/attualita/ambiente/2020/01/22/fumare-inquinamento-sindaco-sala-sigarette/>



**Politecnico  
di Torino**

**CORSO DI LAUREA TRIENNALE IN DESIGN E COMUNICAZIONE**

Collegio di Design

A.A. 2021/2022

Sessione di Laurea di dicembre

