

Sintesi

Di seguito vengono sintetizzati i principali risultati dell'indagine Salute e Lifestyle 2024 per ogni capitolo.

1 Introduzione

Il presente rapporto contiene l'analisi approfondita dei dati dell'indagine Salute e Lifestyle (ISL) del 2024 (Ufficio federale della sanità pubblica, 2024), focalizzata sul consumo di prodotti del tabacco e a base di nicotina nella popolazione svizzera a partire dai 15 anni.

2 Prevalenze

Il 27 %¹ della popolazione svizzera consuma prodotti del tabacco/a base di nicotina, il 21 % almeno una volta al mese e il 15 % tutti i giorni. Nella fascia di età 15–17 anni, il 14 % consuma questi prodotti almeno una volta al mese e il 7 % tutti i giorni.

Con una prevalenza mensile (PM) del 14 % e una prevalenza giornaliera (PG) del 10 %, le sigarette sono il prodotto consumato più di frequente. Le sigarette sono consumate più spesso dagli uomini (PM: 17 %, PG: 12 %) e dalle persone in possesso soltanto di un titolo di scuola dell'obbligo (PM: 18 %, PG: 15 %), nonché nelle fasce di età 35–44 anni (PM: 18 %, PG: 13 %) e 18–24 anni (PM: 17 %, PG: 11 %).

Le sigarette elettroniche sono il secondo prodotto più consumato: il 4 % della popolazione le consuma almeno una volta al mese e il 2 % tutti i giorni. I maggiori consumatori di sigarette elettroniche sono i 18–24enni (PM: 9 %, PG: 4 %), seguiti dai 15–17enni (PM: 8 %, PG: 3 %).

I prodotti del tabacco riscaldati sono al terzo posto, con una prevalenza mensile del 3 % e una prevalenza giornaliera del 2 % e sono consumati più frequentemente dai 35–44enni (PM: 5 %, PG: 4 %).

Lo snus, il tabacco da fiuto e le bustine di nicotina sono consumati rispettivamente almeno una volta al mese dall'1 % della popolazione svizzera, soprattutto da persone sotto i 35 anni.

3 Consumo multiplo

Un quarto (26 %) di coloro che consumano prodotti del tabacco/a base di nicotina almeno una volta al mese e il 13 % di coloro che li consumano tutti i giorni ne usa più di uno.

Il consumo multiplo è particolarmente diffuso tra i 15–17enni e i 18–24enni, che consumano un prodotto del tabacco/a base di nicotina almeno una volta al mese. Rispettivamente il 48 % o il 35 % di essi consuma due oppure tre e più prodotti, contro il 21 % delle restanti fasce di età.

Dal 2023 al 2024 il consumo multiplo è diminuito significativamente tra chi consuma almeno una volta al mese (dal 37 % al 26 %), ma è rimasto pressoché invariato tra i consumatori quotidiani (dal 14 % al 13 %).

L'abbinamento più frequente di consumo multiplo per chi consuma almeno una volta al mese è tra sigarette e sigarette elettroniche (28 %), per i consumatori quotidiani è tra sigarette e prodotti del tabacco riscaldati (27 %).

4 Prodotti di iniziazione e andamento del consumo

Il 78 % di chi consuma o ha consumato prodotti del tabacco/a base di nicotina ha iniziato con le sigarette.

I consumatori giovani, invece, iniziano primariamente con le sigarette elettroniche. Il 45 % dei 15–17enni che consuma o ha consumato prodotti del tabacco/a base di nicotina ha iniziato con le sigarette elettroniche.

Dal confronto tra il 2023 e il 2024 risulta uno spostamento significativo dalle sigarette alle sigarette elettroniche come prodotto di iniziazione. Ha iniziato con le sigarette elettroniche il 45 % dei 15–17enni (2023: 29 %) e il 17 % dei 18–24enni (2023: 9 %).

¹ Nella sintesi i valori percentuali sono arrotondati all'intero per una migliore leggibilità. A partire dal valore soglia di 0,5 si arrotonda per eccesso.

Soltanto una minima parte di chi ha iniziato con le sigarette (4 %) riesce a passare al consumo esclusivo di sigarette elettroniche.

Oltre il 60 % dei 15–17enni che ha iniziato a consumare sigarette elettroniche estende il proprio consumo ad altri prodotti o passa a questi ultimi.

5 Analisi dettagliata in merito alle sigarette elettroniche

La maggior parte dei consumatori di sigarette elettroniche (54 %) utilizza quelle monouso. In particolare, queste ultime sono il tipo di prodotto più utilizzato fra i consumatori di sigarette elettroniche 15–24enni, con una percentuale del 62 %. Chi consuma sigarette elettroniche almeno una volta al mese (46 %) utilizza quelle monouso più spesso dei consumatori quotidiani (33 %).

Il 71 % consuma soltanto sigarette elettroniche contenenti nicotina, il 16 % soltanto quelle senza nicotina e il 7 % entrambi i tipi.

6 Disponibilità a smettere

La maggioranza dei consumatori di sigarette (55 %), prodotti del tabacco riscaldati (55 %) e bustine di nicotina (51%), circa la metà (49 %) dei consumatori di sigarette elettroniche e snus, ma soltanto un consumatore di shisha (22 %) e di tabacco da fiuto (26 %) su cinque vuole smettere.

Per le sigarette, i più propensi a smettere sono i consumatori quotidiani.

Fra i consumatori 15–24enni la disponibilità a smettere è analoga a quella di tutti i consumatori dei singoli prodotti o addirittura superiore (per shisha e tabacco da fiuto).

7 Motivazioni al consumo e preferenze di gusto

Spesso le sigarette elettroniche vengono consumate per motivi voluttuari (p. es. perché hanno un sapore gradevole) o per ridurre o eliminare il consumo di altri prodotti (p. es. le sigarette). Per i prodotti del tabacco riscaldati prevalgono le motivazioni legate all'intenzione di evitare il consumo di altri prodotti (p. es. perché si ritiene siano meno dannosi rispetto alle sigarette). Per lo snus, le bustine di nicotina e il tabacco da masticare la principale motivazione al consumo è l'effetto della nicotina, per la shisha prevalgono gli aspetti sociali (ritrovare con gli amici, lo fanno anche gli altri).

Le sigarette elettroniche più consumate sono quelle agli aromi di frutta, in particolare dai 15–17enni (96 %) e dai 18–24enni (90 %), ma sono graditi anche gli aromi di mentolo (21 %) e di dolciumi (15 %).

8 Consumo passivo

Circa il 10 % della popolazione è esposto (molto) spesso al fumo di tabacco (10 %) o agli aerosol (8 %) di sigarette elettroniche/prodotti del tabacco riscaldati.

I giovani sono esposti al fumo passivo/agli aerosol in misura superiore alla media. Fra i 15–17enni e fra i 18–24enni più di un quinto vi è esposto (molto) spesso.

Al crescere dell'età il consumo passivo di fumo di tabacco e aerosol diminuisce.

9 Norme sociali

La maggior parte della popolazione ha un'immagine negativa delle sigarette. La maggioranza dei consumatori valuta l'immagine delle sigarette e delle sigarette elettroniche in modo neutrale o positivo e quindi molto meno negativamente rispetto ai non consumatori.

La rinuncia al consumo in presenza di bambini (anche all'aperto) incontra il favore del 93 % degli interpellati, ma il consenso diminuisce con l'aumento dell'intensità di consumo.

Il consumo di sigarette in casa negli ambienti chiusi è vietato per quasi tre quarti dei fumatori di sigarette (72 %), quello di sigarette elettroniche soltanto per il 42 % di chi le consuma. I non consumatori sono notevolmente più restrittivi in fatto di regole per il consumo in casa negli ambienti chiusi.

I consumatori più giovani (15–24 anni) ritengono le sigarette elettroniche più pericolose rispetto a quelli meno giovani.

L'immagine dell'industria del tabacco/della nicotina per quanto riguarda la responsabilità, la trasparenza e la credibilità è negativa. Soltanto in relazione alla rilevanza per l'economia svizzera è in parte positiva.

Due terzi dei consumatori di prodotti monouso non li smaltiscono correttamente. Circa la metà li getta nei rifiuti domestici e un 12–16 % li smaltisce «dove capita».

10 Pubblicità

L'anno scorso poco meno della metà di tutti gli interpellati è entrata in contatto con la pubblicità per i prodotti del tabacco/a base di nicotina. La percentuale maggiore (60 %) risulta fra i 15–17enni (stato prima dell'entrata in vigore della nuova legge sui prodotti del tabacco il 1° ottobre 2024).

Il chiosco è il punto di contatto più frequente con la pubblicità (26 %), seguito da giornali e pubblicità stradali (20 %).

Le due fasce di età più giovani (15–17 anni e 18–24 anni) indicano più di frequente di aver visto la pubblicità al chiosco (risp. 37 % e 38 %) o sui social media (risp. 29 % e 25 %), con quote crescenti rispetto al 2023.

11 Vendita a persone sotto i 18 anni

La maggioranza dei consumatori 15–17enni acquista direttamente i prodotti del tabacco/a base di nicotina, il luogo di acquisto più frequente è il chiosco (stato prima dell'entrata in vigore della nuova legge sui prodotti del tabacco il 1° ottobre 2024).

Un consumatore su cinque rispetta regolarmente le avvertenze sulle confezioni dei prodotti del tabacco/a base di nicotina. I consumatori maggiormente rispettosi sono i più giovani (15–17 anni) e i più anziani (75+ anni).

12 Luoghi di consumo e quantità consumate

In tutte le fasce di età e per tutti i prodotti il consumo è più frequente all'aperto che negli ambienti chiusi.

Tuttavia, gran parte dei consumatori ne fa uso in casa negli ambienti chiusi (bustine di nicotina 64 %, snus 50 %, sigarette elettroniche 49 %, prodotti del tabacco riscaldati 39 %). Tra i fumatori di sigarette la percentuale è inferiore (18 %).

Poco meno di un consumatore su tre di bustine di nicotina le consuma facendo sport.

Il 63 % circa dei consumatori di shisha la fuma in uno shisha bar.

Secondo le indicazioni fornite da loro stessi, i fumatori quotidiani consumano in media 13 sigarette al giorno, i consumatori quotidiani di prodotti del tabacco riscaldato 11 stick al giorno, i fumatori quotidiani di sigarette elettroniche mezza sigaretta elettronica monouso, cartuccia o mezzo serbatoio di liquido al giorno e i consumatori quotidiani di bustine di nicotina o snus da 6 a 8 bustine al giorno.

13 Classificazione rispetto agli studi esistenti

I risultati del presente studio sono comparabili con quelli di altri studi recenti e confermano, in particolare anche nel confronto diretto con i risultati dell'indagine Salute e Lifestyle 2023, le tendenze al cambiamento dei modelli di consumo e delle opinioni (p. es. aumento del consumo di sigarette elettroniche nei 15–24enni, passaggio da un'immagine neutrale a positiva delle sigarette elettroniche).