



# Scheda informativa

## Introiti pubblicitari legati ai prodotti del tabacco nei media nel 2022

Nel 2022 si stima che le spese pubblicitarie per i prodotti del tabacco nei media svizzeri siano ammontate a 14,5 milioni di franchi, ovvero il 40 % in più rispetto al 2021. A beneficiare maggiormente di tale importo è stata la stampa scritta (61 %), e i prodotti del tabacco destinati a essere riscaldati sono stati il prodotto più pubblicizzato (2/3 dell'importo totale). Per i media, invece, le spese pubblicitarie per i prodotti del tabacco hanno costituito un'entrata marginale (0,6 % al massimo). I dati sono stati rilevati da Media Focus e analizzati dall'UFSP.

### CIFRE ESSENZIALI

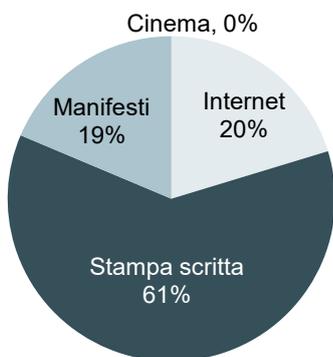
Nel 2022 gli introiti pubblicitari legati ai prodotti del tabacco rappresentavano lo

**0,3 %**

dei proventi pubblicitari complessivi nei media svizzeri, ovvero

**14,5 milioni di franchi**

Ripartizione:



La pubblicità per i prodotti del tabacco rappresenta

**al massimo lo 0,6 %**

delle spese pubblicitarie dei media.

### RISULTATI PRINCIPALI

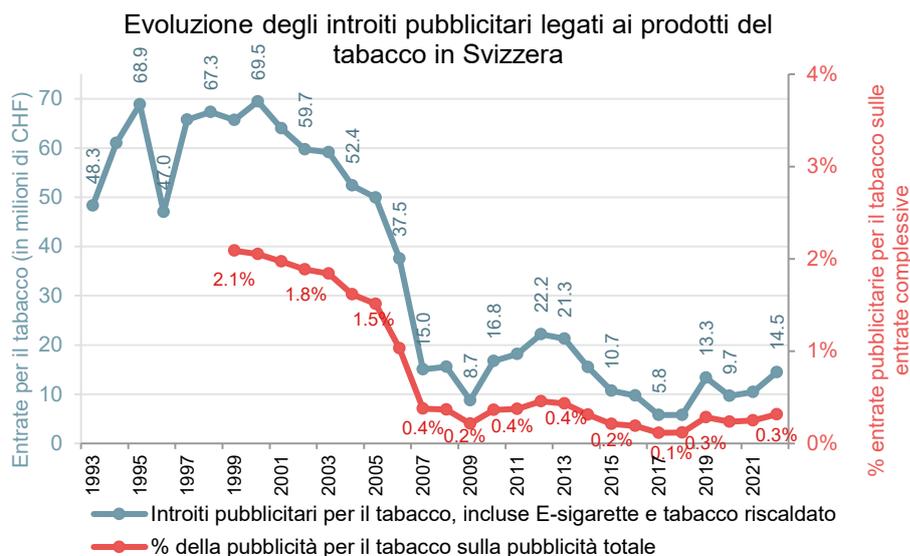
#### Introiti pubblicitari legati ai prodotti del tabacco in Svizzera

La media oggetto dell'analisi sono stati i manifesti, la stampa, il cinema, la televisione, la radio e alcuni siti Internet svizzeri. I prodotti del tabacco vengono pubblicizzati anche tramite altri canali (sponsorizzazione, social media, punti di vendita ecc.) di cui non si tiene conto nella presente scheda informativa.

Nel 2000 è stato registrato l'importo più elevato destinato alle spese per la pubblicità per i prodotti del tabacco (69,5 milioni di franchi). Nel 2022 tali spese ammontavano a 14,5 milioni di franchi: valore nettamente inferiore, ma in aumento dal 2017. Tra il 2021 e il 2022 tale importo è addirittura aumentato del 40 %.

La diminuzione iniziale è motivata dall'introduzione progressiva dei divieti di pubblicità per il tabacco in molti Cantoni, mentre l'aumento riscontrato dal 2017 si spiega con l'immissione sul mercato di prodotti alternativi al tabacco tradizionale.

La quota di questi importi rispetto alle ricette pubblicitarie complessive in Svizzera è passata dal 2,1 % nel 2000 allo 0,3 % nel 2022.



Fonte: Dati Media Focus – Sintesi UFSP

#### Pubblicità secondo la tipologia dei media

Nel 2022 la stampa scritta ha beneficiato del 61 % di queste spese (8,8 milioni di franchi), ripartite tra giornali a pagamento e gratuiti (risp. 8 e

## Nella stampa scritta, i media a pagamento

beneficiano del  
**91 %**

dell'importo per la pubblicità per  
il tabacco (in aumento), contro il  
9 % dei media gratuiti.

**+ 50 %**

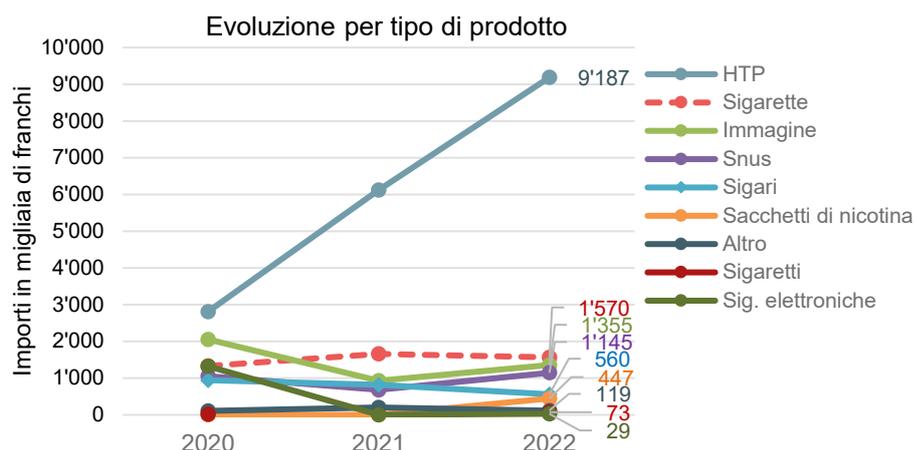
delle spese per i prodotti del  
tabacco destinati a essere  
riscaldati e lo snus  
nel 2022 rispetto al 2021  
(risp. 9 e 1,1 milioni)

0,8 milioni di franchi). La stampa quotidiana, regionale e domenicale ha assorbito 8 milioni di franchi (in aumento). Gli altri due media considerati sono stati Internet (2,9 milioni di franchi) e i manifesti (2,7 milioni di franchi). I dati relativi a Internet concernono i banner pubblicitari di grandi siti web svizzeri, ma non comprendono i social media. Per il cinema, le spese pubblicitarie sono passate da 10 milioni di franchi nel 2000 a zero dal 2015. Va notato che la legge sui prodotti del tabacco (LPTab) del 2021 vieterà la pubblicità sui manifesti a partire da metà 2024.

Nel 2022 la pubblicità per i prodotti del tabacco rappresentava solo lo 0,6 % delle entrate pubblicitarie complessive per la stampa scritta e lo 0,3 % per i manifesti. Si tratta di entrate marginali per tutti i media.

### Publicità secondo la tipologia di prodotto

Per quanto concerne la ripartizione degli importi, il 63 % concerneva i prodotti del tabacco destinati a essere riscaldati (HTP - *Heated tobacco products*) (in netto aumento), l'11 % le sigarette, il 9 % l'immagine generale del marchio, il 4 % i sigari e l'8 % lo snus (in netto aumento). Il 3 % riguardava invece i sacchetti di nicotina (nessuna pubblicità in precedenza).



Fonte: Dati Media Focus – sintesi UFSP

Media Focus valuta la diffusione pubblicitaria di tutti i gruppi di media in base alle tariffe lorde pubblicate. Sono inclusi solo i media distribuiti dalla Svizzera.

Alcuni Cantoni dispongono di una legislazione più severa rispetto a quella federale. Maggiori informazioni possono essere consultate qui: [www.bag.admin.ch](http://www.bag.admin.ch) → Strategia & politica → Mandati politici e piani d'azione → Mandati politici per la prevenzione del tabagismo → Politica in materia di tabacco nei Cantoni → Limitazione della pubblicità per il tabacco [LINK]

#### FONTE

Media Focus – Sintesi UFSP

#### CONTATTO

Ufficio federale della sanità pubblica UFSP  
Divisione Prevenzione malattie non trasmissibili  
Sezione Basi scientifiche  
BAGgrundlagen@bag.admin.ch

#### DATA

Giugno 2023