

Prodotti da fumo e da inalazione: studio sul fenomeno dell'illegalità

EXECUTIVE SUMMARY



Logista

Rapporto realizzato da IPSOS, i contenuti del presente rapporto sono di responsabilità di Logista Italia e IPSOS.

Ipsos è una delle più grandi aziende al mondo nel settore delle ricerche di mercato, analisi di opinione e consulenza strategica. È presente in 90 mercati con più di 18 mila professionisti. Lavora per oltre 5000 clienti in diversi settori, quali beni di consumo, servizi finanziari, sanità, media, tecnologia, industria, automobilistica, turismo, tempo libero, settore pubblico, istituzioni e ONG.

Il presente documento è di proprietà di Logista Italia, nessuna parte di esso può essere in alcun modo riprodotta senza l'autorizzazione scritta di Logista Italia.

INDICE

1 INTRODUZIONE

2 INCIDENZA DELL'ACQUISTO DEI PRODOTTI DA FUMO E DA INALAZIONE TRAMITE CANALI NON UFFICIALI E PROFILAZIONE DEGLI ACQUIRENTI

2.1. Premessa

2.2. Misurazione del mercato legale

2.3. Incidenza dell'acquisto dei prodotti da fumo
e da inalazione tramite canali non ufficiali

2.4. Suddivisione dei canali non ufficiali tra online e offline

2.5. Profilazione degli utilizzatori di canali non ufficiali

3 LA STIMA DEL DANNO ECONOMICO AL SETTORE DEI PRODOTTI DA FUMO E DA INALAZIONE

3.1. Premessa

3.2. La stima del danno economico

4 LA CONSAPEVOLEZZA DELL'ILLEGALITÀ NEL MERCATO DEI PRODOTTI DA FUMO E DA INALAZIONE

5 ABITUDINI E TREND DI CONSUMO

6 NOTA METODOLOGICA

6.1. La struttura dell'indagine

6.2. La realizzazione delle interviste

6.3. La struttura del questionario

1 INTRODUZIONE

Questo progetto di ricerca nasce dall'importanza che attribuisce Logista alla condivisione con i propri stakeholder di una panoramica aggiornata del mercato dei prodotti da fumo e da inalazione, in termini delle varie categorie e di canali di acquisto utilizzati, al fine di quantificare il numero di chi ricorre a canali di acquisto non ufficiali più o meno consapevolmente e misurarne i relativi flussi in termini di incidenza sul mercato complessivo.

A partire dal dichiarato degli individui, che ci hanno descritto abitudini di acquisto e consumo tipiche di coloro che rientrano nel novero della popolazione compresa tra i 16 e gli 85 anni di età, rappresentativi della popolazione italiana, sono state realizzate delle stime sia in termini di numero di coloro che hanno effettuato almeno un atto di acquisto da canali non ufficiali, sia di volumi e valori dei prodotti acquistati.

Questo ha quindi permesso di eseguire un passaggio successivo, ossia la stima del danno economico per il settore dei prodotti da fumo e da inalazione in termini di occupazione e fatturato persi, mancato valore aggiunto.

Questo progetto è stato possibile grazie alla realizzazione di un campione molto robusto numericamente e ad un percorso di raccolta dati che si è andato progressivamente ad arricchire in termini contenutistici e per tipologia di target di consumatori, in base alle esigenze informative espresse da Logista.

I fumatori/vaper sono stati definiti come persone che negli ultimi 12 mesi (anno solare 2023) hanno fumato/inalato almeno un prodotto tra sigarette con combustione, trinciato, sigari, sigaretti, tabacco senza combustione, sigarette elettroniche, cannabis light. Considerando come arco temporale gli ultimi 12 mesi, è possibile che chi ha smesso di fumare più recentemente sia stato considerato nel conteggio dei fumatori/vaper, così come i fumatori/vaper meno assidui.

2 INCIDENZA DELL'ACQUISTO DEI PRODOTTI DA FUMO E DA INALAZIONE TRAMITE CANALI NON UFFICIALI E PROFILAZIONE DEGLI ACQUIRENTI

2.1. Premessa

Prima di procedere con la descrizione dei risultati di questo progetto di ricerca, è doveroso sottolineare come il processo di stima si basi sul dichiarato dei consumatori, quindi individui appartenenti alla popolazione media italiana, escludendo quindi azioni e comportamenti che potrebbero rientrare in fenomeni consapevolmente criminosi.

Partiamo da un primo assunto: è stato definito come “acquisto da canali non ufficiali” di prodotti da fumo e da inalazione, quello effettuato tramite i seguenti canali:

- **Rivenditori ambulanti**
- **Amici/conoscenti**
- **Siti internet non presenti nell'elenco di quelli autorizzati da ADM**
(Agenzia delle Dogane e dei Monopoli)
- **Social network**

I canali non ufficiali sono poi stati suddivisi tra online e offline, utilizzando come criterio «guida» la modalità di contatto, a prescindere da come sia avvenuto l'atto di acquisto. Tra i canali fisici non ufficiali rientrano quindi il rivenditore ambulante e amici/conoscenti, mentre tra i canali online, i siti internet identificati come illegali e i social network.

Questa premessa di metodo è d'obbligo, soprattutto alla luce del seguente dato: tra gli utilizzatori di social network c'è una quota rilevante (74%) di persone che dichiara di utilizzare questo canale come modalità di contatto, mentre la consegna del prodotto e il pagamento vengono effettuati di persona.

2.2. Misurazione del mercato legale

Considerando i soli canali ufficiali, ossia tabaccheria (compreso l'eventuale distributore automatico associato), shop specializzato e i siti internet autorizzati, il mercato dei prodotti da fumo ha un valore complessivo pari a circa 21,7 miliardi di Euro, suddivisi tra:

- tabacco tradizionale pari a Euro 16,9 mld (78,2% del totale mercato), attribuibili tutti al canale tabaccheria/distributore automatico. All'interno di questa categoria le sigarette con combustione pesano per oltre il 90%, il resto è imputabile a tabacco trinciato, sigaretti e sigari

- e-cig disposable pari a Euro 763,2 mln
(3,5% del totale mercato), di cui:
 - Euro 422,8 mln riconducibili a tabaccheria/distributore automatico
 - Euro 226,7 mln a shop specializzato
 - Euro 113,7 mln a siti internet autorizzati
- capsule e liquidi pari a Euro 359,7 mln
(1,7% del totale mercato), di cui:
 - Euro 163,9 mln attribuibili ai canali tabaccheria/distributore automatico
 - Euro 132,5 mln allo shop specializzato
 - Euro 63,3 mln ai siti autorizzati
- stick di tabacco senza combustione pari a Euro 3,6 mld
(16,6% del totale mercato)

Ai valori riportati corrispondono i seguenti volumi:

- 3,3 mld confezioni/pacchetti di tabacco tradizionale
- 749,5 mln di stick di tabacco riscaldato
- 102,9 mln di pezzi di e-cig disposable
- 486,4 mln di ml di capsule e liquidi per sigarette elettroniche

2.3. Incidenza dell'acquisto dei prodotti da fumo e da inalazione tramite canali non ufficiali

In questo mercato, il 2,9% dei rispondenti ha dichiarato di aver effettuato nell'ultimo mese almeno un acquisto di prodotti da fumo e da inalazione da canali non ufficiali. Se riportiamo questo valore, calcolato sull'intera popolazione di età compresa tra i 16 e gli 85 anni, al target dei fumatori/vaper, otteniamo un'incidenza del fenomeno pari a 11,5%, corrispondenti a 1,4 milioni di individui¹. A questo numero corrispondono circa Euro 1,1 mld di prodotti acquistati tramite canali non ufficiali così suddivisi:

- Euro 565,9 mln tabacco tradizionale, pari al 3,2% del valore totale della categoria
- Euro 183,9 mln e-cig disposable, pari al 19,4% del valore totale della categoria
- Euro 350,2 mln capsule e liquidi, che corrispondono al 49,3% del valore totale della categoria

In questa fase d'indagine, abbiamo appurato un peso estremamente esiguo, ritenuto trascurabile, per l'acquisto di stick di tabacco riscaldato da canali non ufficiali, probabilmente riconducibili ad un mercato transfrontaliero legato al flusso turistico e, pertanto, abbiamo convenuto di non includere questa tipologia di prodotto nella stima complessiva del fenomeno dell'illegalità.

Quindi, nel complesso, considerando che il totale del mercato dei prodotti da fumo e da inalazione (ufficiale + non ufficiale) vale 22,8 mld €, l'acquisto tramite canali non ufficiali pesa per il 4,8%.

Ai valori sopra-riportati corrispondono i seguenti volumi:

- 128,4 mln di pacchetti/confezioni per il tabacco tradizionale, che corrispondono al 3,8% del volume totale della categoria
- 37,5 mln di pezzi di e-cig disposable, che corrispondono al 26,7% del volume totale della categoria
- 563,8 mln di ml per capsule e liquidi², che corrispondono al 53,7% del volume totale della categoria

CATEGORIA	VOLUMI		VALORI	
	pezzi, ml per liquidi	% sul totale (canali ufficiali e non ufficiali)	euro	% sul totale (canali ufficiali e non ufficiali)
Sigarette con combustione	118,6 mln	3,8%	523,9 mln	3,3%
Altro tradizionale	9,8 mln	3,5%	42,0 mln	2,6%
E-Cig disposable	37,5 mln	26,7%	183,9 mln	19,4%
Capsule e liquidi	563,8 mln	53,7%	350,2 mln	49,3%

Figura 1 Mercato non ufficiale (stima 2023)

Fonte elaborazioni originali su dati IPSOS

Dai dati riportati si evince quindi come la categoria del tabacco con combustione continui ad essere quella più esposta al fenomeno dell'illegalità, sebbene il peso percentuale dei valori e dei volumi sia il più contenuto, quando confrontato con le altre categorie. Tuttavia, per le categorie capsule e liquidi, abbiamo rilevato una quota estremamente rilevante di prodotti che transitano dai canali non ufficiali.

¹ L'espansione al numero di individui è stata fatta considerando la popolazione italiana 16-85enne (49.028.046 individui) – Fonte: Istat 2022

² Nei liquidi sono inclusi: liquidi pronti, liquidi base con nicotina, liquidi base senza nicotina e aromi

2.4. Suddivisione dei canali non ufficiali tra online e offline

Suddividendo i canali non ufficiali tra online e offline emerge una netta differenza tra le due macrocategorie di prodotti: tabacco con combustione e sigarette elettroniche.

In particolare:

- per il tabacco con combustione la maggior parte del valore e dei volumi generati da canali non ufficiale è attribuibile ai canali offline, con pesi differenti tra le seguenti sottocategorie:
 - sigarette con combustione: 59,1% in termini di volumi e 62,6% in valore
 - altro tradizionale (trinciato, sigaretti e sigari): 69,2% in volumi e 66,7% in valore
- per le sigarette elettroniche l'acquisto da canali non ufficiali avviene principalmente online:
 - e-cig disposable pari al 59,3% in volumi e al 62,3% in valore
 - capsule e liquidi pari a 55,9% in volumi e 59,8% in valore

	VOLUMI		VALORE	
	PESO DEI CANALI OFFLINE	PESO DEI CANALI ONLINE	PESO DEI CANALI OFFLINE	PESO DEI CANALI ONLINE
Sigarette con combustione	59,1%	40,9%	62,6%	37,5%
Altro tradizionale	69,2%	30,8%	66,7%	33,3%
E-Cig disposable	40,7%	59,3%	37,7%	62,3%
Capsule e liquidi	44,1%	55,9%	40,2%	59,8%

Figura 2 Peso % dei canali non ufficiali online vs offline sul totale mercato non ufficiale per ogni categoria
Fonte elaborazioni originali su dati IPSOS

2.5. Profilazione degli utilizzatori di canali non ufficiali

Per completare l'analisi del fenomeno di acquisto da canali non ufficiali, sono state identificate le caratteristiche socio-demografiche più salienti di coloro che hanno fatto ricorso a tali canali.

Da un punto di vista socio-demografico, si tratta soprattutto di uomini (59%), under 35 (45%), abitanti nelle regioni meridionali e insulari (46%).

Inoltre, sono individui che dichiarano una maggiore propensione al rischio:

il 17% ha scelto i punteggi 8-10 su una scala a 10 punti, dato pari all'8% tra il totale dei fumatori/vaper.

Questa maggiore propensione al rischio si sostanzia in una maggiore accettazione e quindi predisposizione a commettere atti illeciti seppur differenti per livello di gravità. In particolare, per uno su cinque, tra gli user di canali non ufficiali, è del tutto accettabile usare i mezzi pubblici senza pagare il biglietto, omettere una discreta somma di denaro dalla dichiarazione dei redditi. Inoltre, una parte di loro non ritiene grave acquistare prodotti contraffatti o venduti illegalmente, commettere furti nei negozi. Si tratta, almeno in parte di soggetti, che dichiarano una certa consuetudine ai mercati illegali, quali l'audio-video, il gioco con vincite in denaro.

A riprova di questa attitudine, si è rilevato un dato ben più elevato della media della popolazione italiana (42% vs 18%) a proposito dell'affermazione "mi preoccupo delle conseguenze delle mie azioni solo quando il rischio delle sanzioni e il valore delle sanzioni è elevato". Inoltre, seppur con valori più contenuti, si osservano ulteriori accentuazioni tra gli user di canali non ufficiali rispetto alla media della popolazione, inerenti alla considerazione e valutazione delle conseguenze delle proprie azioni per se stessi e per gli altri anche quando le azioni sono sbagliate.

Focalizzando maggiormente l'attenzione su chi utilizza per l'acquisto dei prodotti da fumo e da inalazione canali non ufficiali online, emerge una scarsa attenzione alla verifica della legalità del sito che stanno utilizzando. Per loro infatti la priorità, nel momento in cui scelgono il sito internet o il social network su cui effettuare l'acquisto, è verificare la varietà dei prodotti offerti. Solo in un secondo momento si leggono le recensioni e si verifica la presenza dell'autorizzazione ottenuta dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli.

Tale scarsa attenzione è legata anche ad una certa confusione che aleggia nel mondo degli acquisti online. Tra chi utilizza canali non ufficiali online, infatti, una quota rilevante (29%) vorrebbe verificare la legalità di un sito ma non ha le conoscenze adeguate per farlo.

Questa mancanza di consapevolezza non è però attribuibile solo ai canali online; infatti, anche per quanto riguarda l'acquisto da canali fisici, abbiamo constatato una scarsa conoscenza della provenienza del prodotto acquistato. In diversi casi vi è l'idea che il rivenditore ambulante o l'amico/conoscente si procurino il prodotto da fumo/inalazione in tabaccheria o tramite un altro canale legale. In un certo senso è come se gli acquirenti da canali non ufficiali si auto-assolvessero per l'atto illegale, in quanto dal loro punto di vista è come se l'acquisto fosse stato fatto da un canale legale, seppur intermediato da un'altra figura.

3 LA STIMA DEL DANNO ECONOMICO AL SETTORE DEI PRODOTTI DA FUMO E DA INALAZIONE

3.1. Premessa

L'acquisto di prodotti da fumo e da inalazione da canali illegali determina un danno economico per questo settore. Per procedere con la stima del danno economico al settore sono state utilizzate le tavole input-output prodotte da Istat. Queste tavole riportano il rapporto tra fatturato, valore aggiunto (PIL), posti di lavoro e reddito dei lavoratori per ogni settore economico operante nel nostro Paese.

A partire da queste tavole e tenuto conto del mancato fatturato, è possibile stimare l'impatto delle mancate vendite su: valore aggiunto (PIL), posti di lavoro e reddito dei lavoratori.

Partendo da queste stime, si procede alla stima dell'impatto sulle seguenti tipologie di tassazione:

- tassazione corporate, che tiene conto dell'impatto totale sul PIL
- tassazione dei redditi persona fisica, ossia l'impatto sul reddito dei lavoratori
- IVA e accise (per il settore del tabacco)

Sommando la tassazione corporate, la tassazione sui lavoratori, IVA e accise si ottengono le mancate entrate erariali dovute all'utilizzo di canali non ufficiali per l'acquisto di prodotti da fumo e da inalazione.

3.2. La stima del danno economico

Sulla base delle ipotesi riportate nel paragrafo precedente si stima che l'acquisto tramite canali non ufficiali genera una perdita in termini di fatturato di circa 540 milioni di Euro, considerando il solo impatto diretto³ sul settore dei prodotti da fumo e da inalazione.

Tale mancato fatturato si traduce in mancate entrate erariali per 620 milioni di Euro, una perdita per il PIL di circa 230 milioni di Euro e una perdita di 5.100 posti di lavoro.

Le mancate entrate erariali sono attribuibili principalmente al tabacco tradizionale (circa 460 milioni di Euro), dove IVA e accisa hanno un peso rilevante sul prezzo pagato dal consumatore.

Di contro, la perdita in termini di fatturato è legata soprattutto al mondo dell'elettronico, dove si stima un mancato fatturato di circa 410 milioni di Euro.

³ **Nell'impatto diretto rientrano la produzione, la distribuzione e la vendita dei prodotti da fumo e da inalazione**

PERDITA PER IL SETTORE DEI PRODOTTI DA FUMO E DA INALAZIONE in termini di

MANCATE ENTRATE ERARIALI ~ € 620 MLN

FATTURATO ~ € 540 MLN

PIL ~ € 230 MLN

PERDITA OCCUPAZIONALE ~ 5.100 POSTI

DETTAGLIO DELLE PERDITE A CAUSA DELL'ACQUISTO DA CANALI ILLEGALI

Valore delle mancate entrate erariali	Perdita in termini di fatturato	Perdita in termini di PIL
€ 460 mln (€ 430 mln solo di sigarette con combustione)	€ 130 mln	€ 60 mln
€ 160 mln	€ 410 mln	€ 170 mln

Sigarette con
combustione

e-CIG

Figura 3 Stima del danno economico per il settore dei prodotti da fumo e da inalazione

Fonte elaborazioni originali su dati IPSOS

4 LA CONSAPEVOLEZZA DELL'ILLEGALITÀ NEL MERCATO DEI PRODOTTI DA FUMO E DA INALAZIONE

Tenuto conto della portata del fenomeno dell'illegalità in questo segmento di mercato, si è ritenuto cruciale investigarne il percepito da parte della popolazione italiana, dal momento che le percezioni e le convinzioni basate su fatti, più o meno concreti, guidano le scelte e i comportamenti dei consumatori. Dall'analisi di queste risposte sono emerse delle evidenze interessanti che portano alla constatazione di una sovrastima rispetto all'effettiva misurazione del fenomeno.

In particolare, il 17% della popolazione italiana crede che il fenomeno dell'illegalità sia molto diffuso in Italia, a fronte di un 3% che crede che non lo sia affatto. Al di là di queste posizioni che si trovano agli estremi opposti, una grossa fetta di italiani preferisce non prendere una chiara posizione: più della metà, 57% crede che sia un fenomeno abbastanza diffuso, e più di uno su 5 (26%) crede che lo sia poco.

Cambiano in modo evidente le valutazioni sul fenomeno quando si restringe il territorio di riferimento, passando dalla scala nazionale a quella locale, ossia al proprio territorio di residenza. In particolare, si dimezza la percentuale di italiani che ritiene che il fenomeno dell'illegalità sia molto diffuso nella propria zona (8% vs 17%) e triplica il numero di chi crede che non sia affatto presente (10% vs 3%).

Nel complesso, un italiano su due crede che nella propria città, l'acquisto e il consumo di prodotti da fumo e da inalazione provenienti da canali illegali sia molto o abbastanza diffuso, mentre tre italiani su quattro credono che lo sia su scala nazionale.

Facendo un'ulteriore analisi di questi dati, si evincono delle considerazioni interessanti tra il target dei fumatori/vaper e chi fa effettivamente ricorso ai canali non ufficiali: i primi vedono la diffusione del fenomeno dell'illegalità come meno diffusa rispetto al totale degli italiani, soprattutto se si riferiscono alla propria zona di residenza; i secondi invece sottolineano maggiormente la diffusione del fenomeno rispetto al totale della popolazione italiana soprattutto quando si riferiscono alla propria zona di residenza (69% vs 50%).

Allo scopo di scandagliare il fenomeno dell'illegalità, è stato investigato l'utilizzo dei canali, ossia il ruolo dei canali fisici e dei canali online nel favorire la diffusione di acquisti da fonti non ufficiali.

Il punto di vista della popolazione italiana e dei fumatori/vaper è molto simile, ma si discosta da coloro che fanno ricorso ai canali illegali per i loro acquisti. Entrando più nel dettaglio, popolazione e fumatori/vaper credono che le due tipologie di canali abbiano un peso analogo oppure che i canali fisici siano maggiormente utilizzati rispetto ai canali online. Invece, chi è maggiormente coinvolto ed esprime una scelta della risposta con maggiore cognizione, tende ad attribuire un ruolo più rilevante ai soli canali online.

La divergenza di opinione sul fenomeno dell'illegalità nel mercato dei prodotti da fumo e da inalazione non riguarda solo la diffusione ma anche la percezione che si ha degli stessi canali illegali.

E' diffusa l'idea che i canali di acquisto illegali siano economicamente più vantaggiosi e di questo ne sono convinti soprattutto i fumatori/vaper, meno coloro che hanno dichiarato di aver acquistato da canali illegali. È anche piuttosto diffusa la convinzione che tale fenomeno non potrà mai essere del tutto controllato; paradossalmente sono proprio gli utilizzatori di questi canali a vedere un piccolo spiraglio di speranza in più rispetto al totale degli italiani, restando comunque di questo avviso due su tre.

Proprio questo gruppo di rispondenti, pur restando dell'avviso che i canali illegali offrano una scelta più ampia per gli acquirenti in termini di gamma, tuttavia ritengono che i canali online ufficiali, richiedendo la registrazione con dati personali, offrano importanti forme di tutela soprattutto per i minorenni, oltre che, in generale, per la sicurezza del sito stesso.

D'altra parte, fumatori/vaper e soprattutto coloro che fanno ricorso ai siti illegali, vivono la richiesta di numerose informazioni personali alla stregua di violazione della privacy.

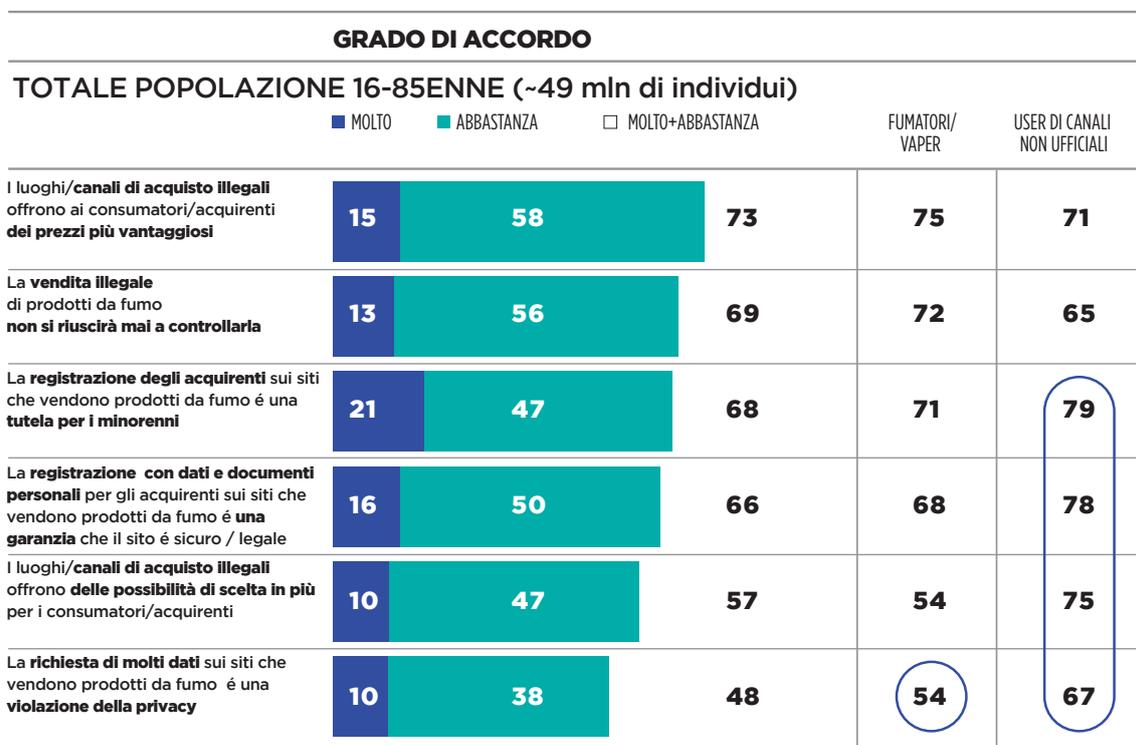


Figura 4 Opinioni circa i canali di acquisto illegali e la necessità di registrarsi ai siti
Fonte elaborazioni originali su dati IPSOS

A partire da queste considerazioni, si è ulteriormente approfondita la consapevolezza delle conseguenze derivanti dalla diffusione del fenomeno dell'illegalità. Popolazione e fumatori/vaper mettono ai primi posti, nell'ordine, gli effetti sulla criminalità nel settore stesso (41% e 39%, rispettivamente) e l'effetto alone su altri mercati illegali (34% e 32%, rispettivamente). Inoltre, per poco meno di un terzo della popolazione italiana (31%) si ravvisa il timore della perdita di controllo con una conseguente forte diffusione del problema tra i giovani. Questo problema rientra sempre tra le prime tre conseguenze menzionate dai fumatori/vaper, ma con una percentuale di menzioni più contenuta (23%).

Un italiano su 5 e un utilizzatore/vaper su 5 percepiscono anche le ricadute sull'erario per le mancate entrate, causando quindi un danno per l'intero Paese, ma è evidente come fare delle valutazioni di tipo strettamente economico, quindi perdita di fatturato per il settore e perdita di posti di lavoro, sia più complesso per questi target e risulti meno percepito.

Gli user dei canali illegali, invece, menzionano meno gli effetti sulla criminalità nel settore e in altri mercati illegali, pur restando ai primi posti della classifica, ma si concentrano maggiormente sulle ricadute economiche per il settore e sulla perdita dei posti di lavoro, oltre ai rischi che derivano da una maggiore esposizione dei consumatori, quindi di loro stessi, ai problemi con la legge.

Ma che idea si ha dell'acquisto di prodotti da fumo da canali illegali?

La maggior parte degli italiani e dei fumatori/vaper lo considera un vero e proprio reato, a fronte del quale dovrebbe essere comminata una pena, anche se

resta una quota non irrilevante, pari a circa 1 su 5, che lo considera un atto accettabile, punibile con una sanzione. Chi è direttamente coinvolto in questo tipo di acquisti ha un'opinione più improntata alla tollerabilità (33% ritiene che una sanzione sia sufficiente).

ACQUISTARE IN MODO ILLEGALE PRODOTTI DA FUMO É...

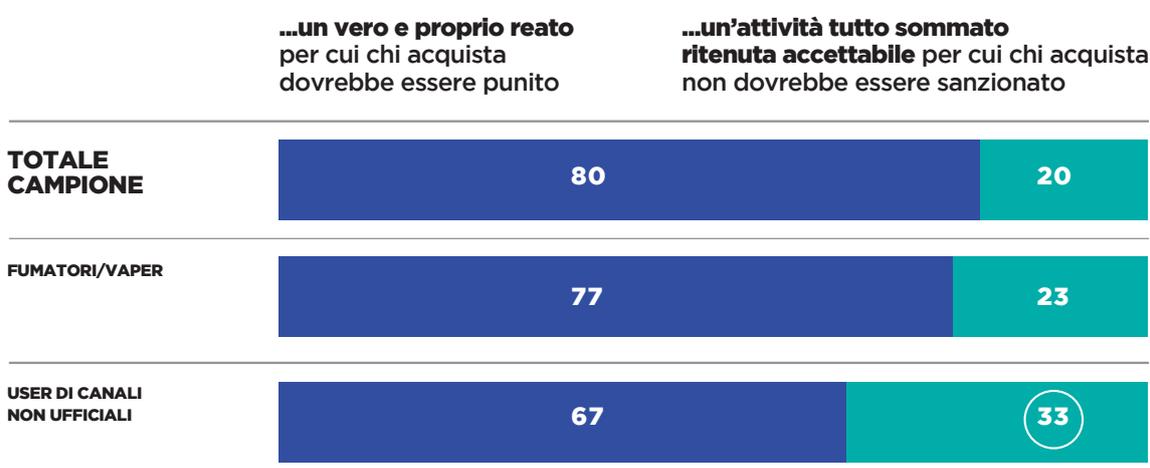


Figura 5 Gravità dell'acquisto da canali illegali
Fonte elaborazioni originali su dati IPSOS

D'altra parte aleggia la convinzione che la probabilità di scoprire questo tipo di reato sia tutt'altro che semplice, meno di un italiano su dieci vede questa eventualità come molto probabile e, nel complesso, circa uno su tre la vede come molto o abbastanza probabile.

Sono proprio gli user di canali illegali a dichiarare una maggiore probabilità che chi, come loro, acquista da canali illegali possa essere scoperto e punito dall'autorità competente, indicando inoltre i canali online come quelli grazie ai quali sia più probabile intercettare un acquisto illegale.

5 ABITUDINI E TREND DI CONSUMO

Questa indagine ha offerto l'occasione per investigare le abitudini di consumo dei prodotti da fumo e da inalazione e come sono cambiate nell'ultimo anno.

Per le sigarette con combustione, che rappresentano ancora la gran parte del mercato, circa due utilizzatori su tre non hanno cambiato le loro abitudini di consumo rispetto a 12 mesi prima, a fronte del 21% che ha diminuito la quantità e del 16% che ha seguito un trend opposto.

Numeri diversi, ma trend analogo, per i consumatori di sigarette rollate a mano, di sigaretti e sigari, sebbene con ordine di grandezza diverso. Soprattutto per i consumatori di sigaretti e sigari, corrispondenti ad una quota ridotta dei fumatori/vaper (2% e 1% rispettivamente), circa un terzo dichiara di aver ridotto il consumo nei 12 mesi precedenti l'intervista, a fronte del 18% e del 16%, rispettivamente, che ha detto di farne maggiore uso.

Il consumo di sigarette elettroniche con capsule o liquidi, mostra una certa stabilità nel breve periodo, con un saldo leggermente negativo tra chi ha diminuito e chi ne ha aumentato il consumo, mentre sono i prodotti più innovativi, come gli stick con tabacco riscaldato e le disposable a segnare un trend opposto. Queste due categorie, rappresentano ancora una nicchia di mercato – il 5% (su totale popolazione 16-85enne) dichiara di fumare stick con tabacco riscaldato e il 2% le disposable – ma ci si aspetta che i numeri crescano, dal momento che il 28% e il 30% hanno dichiarato, rispettivamente, di aver incrementato il consumo negli ultimi 12 mesi a fronte del 10% e del 25%, rispettivamente, che ha dichiarato di aver ridotto il consumo, determinando quindi un saldo positivo, ben marcato soprattutto per gli stick con tabacco riscaldato.

L'associazione del consumo di prodotti da fumo alle parole relax e svago è fortemente correlata alle abitudini di consumo: prevale, in generale, la preferenza per le fasce pomeridiane e serali o, più trasversalmente, nei momenti di pausa. In particolare, le sigarette con combustione, rollate a mano, con tabacco riscaldato sono consumate analogamente in settimana e durante il fine settimana, mentre sigarette elettroniche con capsule e liquidi e disposable sono preferibilmente consumate durante il fine settimana.

Tra le varie abitudini di consumo inerenti alle diverse categorie di prodotti da fumo, lo studio ha anche toccato il consumo della cannabis light, ossia la cannabis venduta in punti vendita e siti autorizzati.

Nonostante questa definizione abbia accompagnato coloro che hanno risposto a queste domande, si evince una certa confusione, traducibile in una certa difficoltà nel fare i dovuti distinguo tra la cannabis legale e quella illegale, distinguo che abbiamo appurato anche tra gli stessi utilizzatori.

Dalle stime provenienti da questo studio, il 2,8% della popolazione italiana di età compresa tra i 16 e gli 85 anni risulta fumatore/vaper di cannabis light, evidenziando una certa sovrapposizione tra le varie tipologie di consumo: 1,2% fuma infiorescenze, 1,3% fuma e-cig disposable contenente cannabis light, 1,6% fuma e-cig con capsule o liquidi contenenti cannabis light.

Il canale privilegiato per l'acquisto di cannabis light è il negozio specializzato: tra i consumatori di questo prodotto da fumo, un terzo ricorre a questo canale. Seguono i siti internet, utilizzati da un consumatore su cinque, distributore automatico e tabaccheria che ricoprono un ruolo più marginale e simile, poco più di un consumatore su dieci. Una quota simile dichiara di effettuare gli acquisti tramite canali illegali ossia social network e amici/conoscenti che agiscono come rivenditori.

Se proiettiamo i numeri del consumo di cannabis light sulla popolazione italiana, ci rendiamo conto che non sono affatto trascurabili. Parliamo di 1,4 milioni di italiani di età compresa tra i 16 e gli 85 anni che dichiarano di farne uso nella varie forme, per un valore pari a 829 milioni di euro per le infiorescenze, 522 milioni di euro per le e-cig disposable, 741 milioni di euro per i liquidi da inalazione.

Si tratta quindi di un segmento di mercato che ricopre una certa rilevanza e su cui è opportuno fare chiarezza in modo da rendere i consumatori dei consumatori consapevoli, soprattutto laddove il distinguo tra cannabis e cannabis light non risulta ancora ben assimilato, con evidenti ricadute anche sui canali utilizzati per l'acquisto.

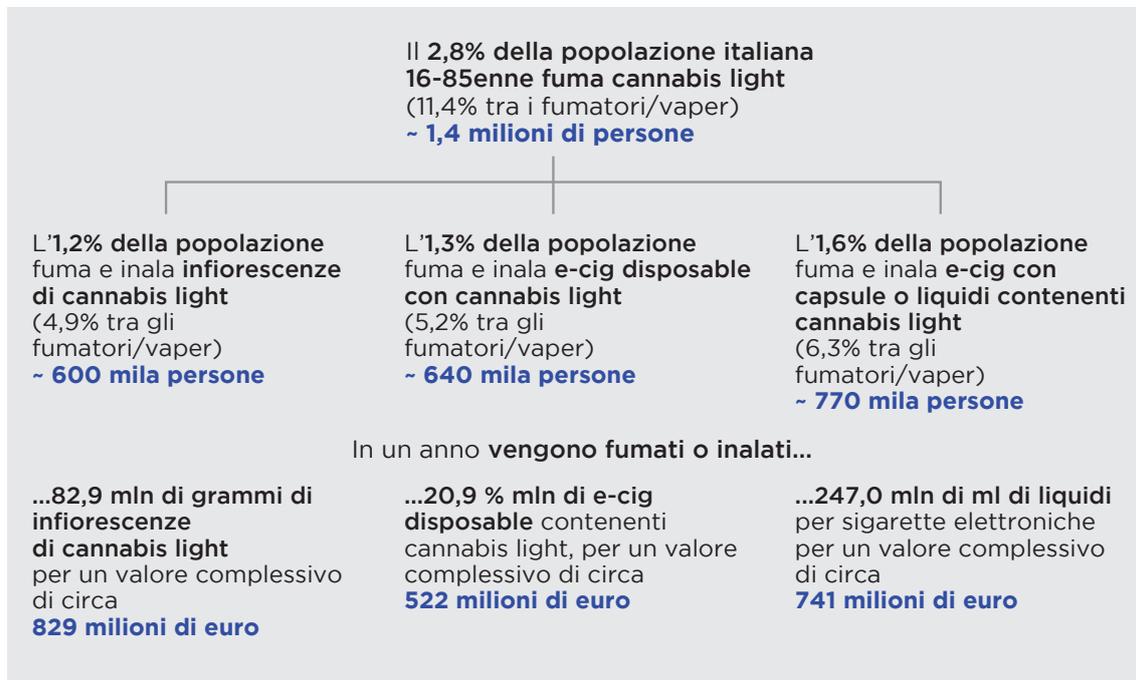


Figura 6 Consumo di cannabis light in valori e volumi

Fonte elaborazioni originali su dati IPSOS

6 NOTA METODOLOGICA

6.1. La struttura dell'indagine

Sono stati realizzati due step di indagini su tre campioni specifici:

- A luglio 2023 sono state effettuate:
 - 3.000 interviste ad un campione rappresentativo della popolazione italiana 16-85enne
 - 2.000 interviste di sovra-campionamento a persone che hanno consumato almeno un prodotto da fumo o da inalazione negli ultimi 12 mesi
- A novembre/dicembre 2023 sono state effettuate 1.200 interviste di sovracampionamento a persone che hanno consumato almeno una sigaretta elettronica o stick con tabacco riscaldato negli ultimi 12 mesi

Lo scopo dell'indagine su popolazione era quello di misurare l'incidenza dei fenomeni osservati, ossia il consumo delle varie tipologie di prodotti da fumo e da inalazione, per poi stimare l'utilizzo di canali non ufficiali (rivenditore ambulante, amici/conoscenti, social network e siti illegali) per l'acquisto dei prodotti da fumo e/o da inalazione.

I due sovracampionamenti successivi sono stati realizzati allo scopo di avere dei carotaggi specifici per consumatori di categorie di prodotti da fumo e da inalazione al fine di stimare la spesa effettuata e la quantità acquistata di ciascun prodotto in ciascun canale monitorato. Questi carotaggi hanno infatti permesso di poter contare su basi numeriche statisticamente significative.

In altre parole, il campione di partenza, popolazione italiana, ha permesso di stimare l'incidenza delle varie tipologie di utilizzatori di prodotti da fumo, mentre i sovracampionamenti hanno permesso di poter analizzare in profondità il comportamento e le scelte di consumo di nicchie di fumatori/vaper.

6.2. La realizzazione delle interviste

Le interviste sono state realizzate con metodologia on-line CAWI (Computer Assisted Web Interviews) attraverso il panel proprietario di Ipsos, IIS – Ipsos Interactive Panel. La lunghezza media di intervista è stata di 18 minuti.

6.3. La struttura del questionario

Per tutte le fasi di indagine è stato utilizzato un questionario strutturato che andava ad approfondire le seguenti aree tematiche:

- Le abitudini di acquisto e di consumo dei prodotti da fumo e da inalazione (tipologie di prodotti fumati o inalati negli ultimi 12 mesi, frequenza di utilizzo, canali di acquisto utilizzati, momento della giornata preferito per fumare, modalità di smaltimento delle sigarette elettroniche e dei vari componenti)
- Quantità acquistate nell'ultimo periodo per ciascun prodotto in ciascun canale e relativa spesa complessiva
- Conoscenza della provenienza dei prodotti rivenduti da amici/conoscenti, rivenditori ambulanti, social network
- Focus sugli acquisti online (modalità abitualmente utilizzata per l'acquisto sui social network o sui siti internet, attenzione prestata alla legalità o illegalità di un sito, vantaggi dell'acquisto online)

- Approfondimento sull'ultimo acquisto effettuato (prodotto acquistato, canale utilizzato, spesa complessiva, per conto di chi è stato effettuato l'acquisto)
- Trend delle abitudini di acquisto e di consumo dei prodotti da fumo e da inalazione rispetto ai 12 mesi precedenti
- Percezione dell'illegalità nel settore dei prodotti da fumo e da inalazione (conoscenza della diffusione del fenomeno, conseguenze dell'illegalità, vantaggi e svantaggi dell'acquisto tramite canali illegali, gravità del problema, probabilità di essere scoperti e puniti a seguito di un acquisto tramite canali illegali, pena/sanzione giusta per questo tipo di reato)
- Domande socio-demografiche e attitudinali per profilare il rispondente



Inquadra il QR code per consultare
la presentazione integrale dello Studio