

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

EXECUTIVE SUMMARY DATI 2024



Rapporto realizzato da Ipsos. La responsabilità dei contenuti è di Logista 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 5.000 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, nessuna parte di esso può essere in alcun modo riprodotta senza autorizzazione scritta.

INDICE

1 INTRODUZIONE E FRAMEWORK DI ANALISI

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

- 2.1 Premessa
 - 2.2 Stima dei volumi e dei valori del mercato legale
 - 2.3 Stima dei volumi e dei valori acquistati da 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 PERCEZIONE DELL'ILLEGALITÀ NEL MERCATO DEI PRODOTTI DA FUMO E DA INALAZIONE

5 LO SMALTIMENTO DEI DISPOSITIVI ELETTRONICI PER IL CONSUMO DI PRODOTTI DA INALAZIONE

6 FOCUS SULLA CANNABIS LIGHT

7 NOTA METODOLOGICA

- 7.1 La struttura dell'indagine
- 7.2 La realizzazione delle interviste
- 7.3 La struttura del questionario

Questo studio, arrivato alla sua seconda edizione, nasce dall'idea di Logista di fornire agli stakeholder un'analisi completa e aggiornata del mercato dei prodotti da fumo e da inalazione in Italia. L'obiettivo principale è identificare e quantificare il numero di consumatori che si rivolgono a canali di acquisto non ufficiali, valutando l'impatto di tali volumi sul mercato complessivo.

Attraverso un'indagine, condotta da Ipsos, su un campione rappresentativo della popolazione italiana di età compresa tra 16 e 85 anni sono state raccolte informazioni dettagliate sulle abitudini di acquisto e consumo. Sulla base di queste informazioni, sono state elaborate stime relative al numero di consumatori che hanno effettuato almeno un acquisto da canali non ufficiali, nonché al volume e al valore dei prodotti acquistati.

Questi dati hanno permesso di quantificare il danno economico subito dal settore dei prodotti da fumo e da inalazione, in termini di mancato fatturato, perdita di posti di lavoro e mancato valore aggiunto.

La robustezza del campione e la metodologia di raccolta dati garantiscono l'affidabilità dei risultati.

Quest'anno, rispetto al 2023, sono state introdotte alcune novità per fornire un maggior dettaglio dell'analisi:

- Tra i prodotti sono stati inseriti gli stick da inalazione senza tabacco, che sono entrati in commercio a marzo 2024, e le nicotine pouches
- Nelle stime di valori e volumi generati, la categoria dei liquidi per sigarette elettroniche è stata suddivisa in capsule e liquidi, il trinciato è stato isolato dall'aggregato del tabacco tradizionale diverso dalle sigarette

Per "fumatori/vapers/pouchers" si intendono individui che, nel corso dell'anno solare 2024, hanno consumato almeno un prodotto tra sigarette tradizionali, trinciato, sigari, sigaretti, stick da inalazione (con e senza tabacco), sigarette elettroniche con prodotti liquidi, nicotine pouches e cannabis light. Considerando l'arco temporale di 12 mesi, è possibile che siano inclusi anche coloro che hanno smesso di fumare, inalare o svapare più recentemente o coloro che sono consumatori occasionali.

Sulla base delle dichiarazioni degli intervistati, è stato stimato il numero di fumatori/vapers/pouchers pari a 12,4 milioni di individui corrispondenti al 25,4% della popolazione italiana di età compresa tra i 16 e gli 85 anni, segnando un incremento di +1% rispetto al 2023.

Il peso dei consumatori delle categorie relative al tabacco tradizionale continua ad essere prevalente, pari all'85,5% (circa 10,6 mln di individui), mentre l'incidenza degli individui che consumano almeno un prodotto della categoria stick da inalazione è allineata a quella di chi consuma almeno un prodotto della categoria e-Cig, rispettivamente pari a circa il 24% (3 mln di individui). Il dettaglio delle macrocategorie sopracitate (tabacco tradizionale, stick da inalazione, e-Cig) è riportato in Figura 1.

PRODOTTI DA FUMO, INALAZIONE E MODERN ORAL CONSUMATI NEGLI ULTIMI 12 MESI FUMATORI / VAPERS / POUCHERS

	INCIDENZA DEI CONSUMATORI % (su tot. fumatori, vapers e pouchers 16-85 anni)	NUMERO DI CONSUMATORI (in milioni)		
		2023	2023	
COMBUSTIBILE	Sigarette tradizionali / confezionate	78,9%	79,6% 9,8	9,8
	Sigarette rollate a mano	18,8%	17,0% 2,3	2,1
	Sigarette	8,6%	6,9% 1,1	0,8
	Sigari	3,1%	3,0% 0,4	0,4
NON COMBUSTIBILE	Stick da inalazione con o senza tabacco**	24,2% ▲	18,7% 3,0 ▲	2,3
	Sigarette elettroniche con capsule (pods) o liquidi	15,7% ▲	10,5% 2,0 ▲	1,3
	Sigarette elettroniche monouso (e-Cig disposable)	13,4% ▲	9,4% 1,7 ▲	1,2
	Nicotine pouches	1,6%	n.d. 0,2	n.d.
	Cannabis light*	11,4%	11,4% 1,4	1,4

Il numero di consumatori di prodotti da fumo e da inalazione per macrocategoria (tabacco tradizionale, stick da inalazione, e-cig) è allineato al valore stimato nell'ambito dell'indagine dell'Istituto Superiore di Sanità (ISS) e riportato nel Rapporto Nazionale sul Tabagismo 2024, la cui misurazione è basata sulla popolazione di 14-79 anni (pari a circa 47,8 milioni di persone).

*Incidenza di fumatori di cannabis light in almeno uno dei seguenti formati: infiorescenze, e-Cig disposable e sigarette elettroniche con capsule e liquidi. Per un approfondimento si veda il capitolo specifico.

▲▼ Variazioni significative rispetto al 2023

Figura 1 Prodotti consumati negli ultimi 12 mesi (stima 2024)
Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

2.1 Premessa

Preliminarmente all'esposizione dei risultati di questa indagine è doveroso evidenziare che il processo di stima si fonda sulle dichiarazioni fornite dalla popolazione italiana, a prescindere dal grado di consapevolezza con cui azioni e comportamenti potrebbero essere classificati come illeciti. È stato definito come “acquisto da canali non ufficiali” quello effettuato tramite:

- Rivenditori ambulanti
- Amici/conoscenti
- Siti internet non inclusi nell'elenco ufficiale approvato dall'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli (ADM)
- Social network

I canali non autorizzati sono stati ulteriormente categorizzati in online e fisici, adottando come criterio discriminante la modalità di contatto iniziale. Tra i canali fisici non autorizzati vi sono quindi i rivenditori ambulanti e amici/conoscenti, mentre tra i canali online rientrano i siti illegali e i social network. Questi ultimi, infatti, sono utilizzati principalmente come modalità di contatto, mentre la consegna del prodotto e il pagamento vengono effettuati di persona (63% tra coloro che hanno utilizzato i social network per l'acquisto di almeno un prodotto).

2.2 Stima dei volumi e dei valori del mercato legale

Considerando i soli canali ufficiali, ossia tabaccheria (compreso l'eventuale distributore automatico associato), shop specializzato e siti internet autorizzati, il mercato dei prodotti da fumo e da inalazione nel 2024 ha fatto registrare i seguenti volumi:

- 3,0 mld di pacchetti di sigarette tradizionali (in riduzione rispetto al 2023 del -0,43%)
- 263,5 mln di confezioni/pacchetti di altro tabacco tradizionale (in calo del -1,18%), che includono 171,2 mln di pacchetti di tabacco trinciato e 92,3 mln di confezioni di sigari o sigaretti
- 758,8 mln di pacchetti di stick da inalazione (in crescita di +1,2%), di cui 711,5 mln con tabacco e 47,3 mln senza tabacco

- 212,5 mln di millilitri di e-Cig disposable (in crescita di +3,23% rispetto al 2023), di cui:
 - 108,4 mln venduti in tabaccheria
 - 61,6 mln venduti da shop specializzati
 - 42,5 mln acquistati dai siti internet autorizzati

- 505,2 mln di millilitri di capsule e liquidi per sigarette elettroniche, di cui 229,9 mln di millilitri sono relativi alle capsule e 275,3 mln di ml ad altri liquidi (ossia liquidi pronti, liquidi base con nicotina, liquidi base senza nicotina e aromi).
 Questi volumi risultano così suddivisi per canale:
 - 224,6 mln venduti in tabaccheria
 - 185,4 mln venduti da shop specializzati
 - 95,2 mln acquistati dai siti internet autorizzati

- 3,6 mln di confezioni di nicotine pouches

Partendo da tali volumi, sono stati stimati i valori specifici di ogni categoria:

- Sigarette tradizionali 15,9 mld di euro

- Altro tabacco tradizionale 1,6 mld di euro, di cui 1,2 mld relativi al trinciato e 413,3 mln a sigari e sigaretti

- Stick da inalazione 3,9 mld di euro

- e-Cig disposable 798,1 mln di euro di cui:
 - € 431,8 mln riconducibili a tabaccheria / distributore automatico
 - € 247,4 mln agli shop specializzati
 - € 118,9 mln ai siti internet autorizzati

- Capsule e liquidi 705,8 mln di euro (€ 509,8 mln per le capsule e € 196,0 mln per i liquidi), di cui:
 - € 345,2 mln attribuibili ai canali tabaccheria / distributore automatico
 - € 249,8 mln agli shop specializzati
 - € 110,8 mln ai siti internet autorizzati

2.3 Stima dei volumi e dei valori acquistati da canali non ufficiali

Il 3,1% degli italiani, ossia il 12,2% dei fumatori/vapers/pouchers, dichiara di aver utilizzato nell'ultimo mese almeno un canale non ufficiale per l'acquisto di prodotti da fumo e da inalazione, corrispondenti a circa 1,5 milioni di persone. Nel 2023 l'incidenza degli user di canali non ufficiali era del 2,9% sul totale della popolazione, pari a 1,4 milioni di italiani.

Analizzando nello specifico i volumi generati dall'acquisto tramite canali non ufficiali per ciascuna categoria di prodotto si stimano le seguenti quantità:

- 115,6 mln di pacchetti di sigarette tradizionali, corrispondenti al 3,7% sul totale della categoria. Questo dato evidenzia una riduzione rispetto al 2023 pari a -2,53%
- 9,4 mln di pacchetti/confezioni di altre categorie di prodotti tradizionali (trinciato, sigari, sigaretti), in contrazione rispetto al 2023 del -4,17%. Di questi:
 - 5,1 mln sono pacchetti di tabacco trinciato, corrispondenti al 2,9% sul totale dei volumi generati da questa tipologia di prodotto
 - 4,3 mln sono confezioni di sigari o sigaretti, pari al 4,5% sul totale dei volumi generati da questa tipologia di prodotto
- 4,0 mln di pacchetti di stick da inalazione, per un peso sul totale della categoria dello 0,5%
- 79,5 mln di ml contenuti in e-Cig disposable, con un'incidenza sul totale della categoria del 27,2%, in crescita rispetto al 2023 del 5,89%
- 586,6 mln di ml di liquidi per sigarette elettroniche, in crescita rispetto al 2023 del 4,03%, di cui:
 - 157,2 mln di ml contenuti in capsule, con un peso pari al 40,6% sul totale dei volumi generati da questa tipologia di prodotti
 - 429,4 mln di ml di altri liquidi, quali liquidi pronti, liquidi base con e senza nicotina e aromi, con un peso del 60,9% sul totale dei volumi generati da questa tipologia di prodotti

In sintesi, con riferimento all'acquisto tramite canali non ufficiali, i liquidi per sigarette elettroniche rappresentano la categoria di prodotto maggiormente soggetta a questo fenomeno sia in termini di volumi che di incidenza sulla categoria stessa, mentre le e-Cig disposable costituiscono la categoria che ha fatto registrare il maggior incremento rispetto al 2023.

INCIDENZA DEI VOLUMI ACQUISTATI DA CANALI NON UFFICIALI (STIMA 2024)

	VOLUMI GENERATI DAI CANALI UFFICIALI		VOLUMI GENERATI DAI CANALI NON UFFICIALI		PESO % DEI CANALI NON UFFICIALI SUL TOTALE DELLA CATEGORIA	
			Var. vs 2023	Var. vs 2023		
COMBUSTIBILE	Sigarette tradizionali (n° confezioni / pacchetti)	3,0 mld	-0,43%	115,6 mln	-2,53%	3,7%
	Tabacco trinciato (n° confezioni / pacchetti)	171,2 mln	Trinciato +altro	5,1 mln	Trinciato +altro	2,9%
	Sigari e sigaretti (n° confezioni / pacchetti)	92,3 mln	-1,18%	4,3 mln	-4,17%	4,5%
	Totale	263,5 mln				3,7%
NON COMBUSTIBILE	Stick da inalazione* (n° confezioni / pacchetti)	758,8 mln <small>{ Con tabacco: 711,5 mln Senza tabacco: 47,3 mln }</small>	+1,2%	4,0 mln		0,5%
	E-Cig disponibile (ml)	212,5 mln	+3,23%	79,5 mln	+5,89%	27,2%
	Capsule / pods (ml)	229,9 mln	Capsule +liquidi	157,2 mln	Capsule +liquidi	40,6%
	Liquidi** (ml)	275,3 mln	+3,85%	429,4 mln	+4,03%	60,9%
	Totale	505,2 mln				48,1%
	Nicotine pouches*** (n° confezioni / pacchetti)	3,6 mln				
						peso % dell'illegale - 25%

*Per gli stick da inalazione non è possibile effettuare il confronto con il 2023 sui volumi generati dai canali non ufficiali poiché il dato dello scorso anno era trascurabile
 **Nei liquidi sono esclusi: liquidi pronti, liquidi base con nicotina, liquidi base senza nicotina e aromi
 ***Per le nicotina pouches, non è possibile il confronto con l'anno precedente in quanto non sono state rilevate nel 2023

Figura 2 Volumi del mercato non ufficiale (stima 2024)

Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

Traducendo i volumi riportati sopra in valori, si evince che il mercato nei canali non ufficiali vale 1,2 mld di euro, ossia il 5% del mercato totale dei prodotti da fumo e da inalazione. Analizzando il valore generato dai canali non ufficiali per singola categoria di prodotto otteniamo i seguenti risultati:

- € 526,5 mln per le sigarette tradizionali, per un peso percentuale del 3,2% sul totale della categoria
- € 26,6 mln per il tabacco trinciato, per un peso percentuale del 2,1%
- € 13,8 mln per sigari e sigaretti, per un peso percentuale del 3,2%
- € 14,4 mln per gli stick da inalazione, per un peso percentuale dello 0,4%
- € 198,7 mln per le e-Cig disponibile, per un peso percentuale del 19,9%
- € 211,2 mln per le capsule, per un peso percentuale del 29,3%
- € 225,3 mln per liquidi pronti, liquidi base e aromi, per un peso percentuale del 53,5%

In sintesi, anche se l'acquisto di sigarette tradizionali tramite canali non ufficiali è quello che genera il valore più elevato, la categoria maggiormente impattata dal fenomeno dell'illegalità è quella dei prodotti e-Cig, confermando un risultato in linea con quanto già evidenziato dall'analisi dei volumi.

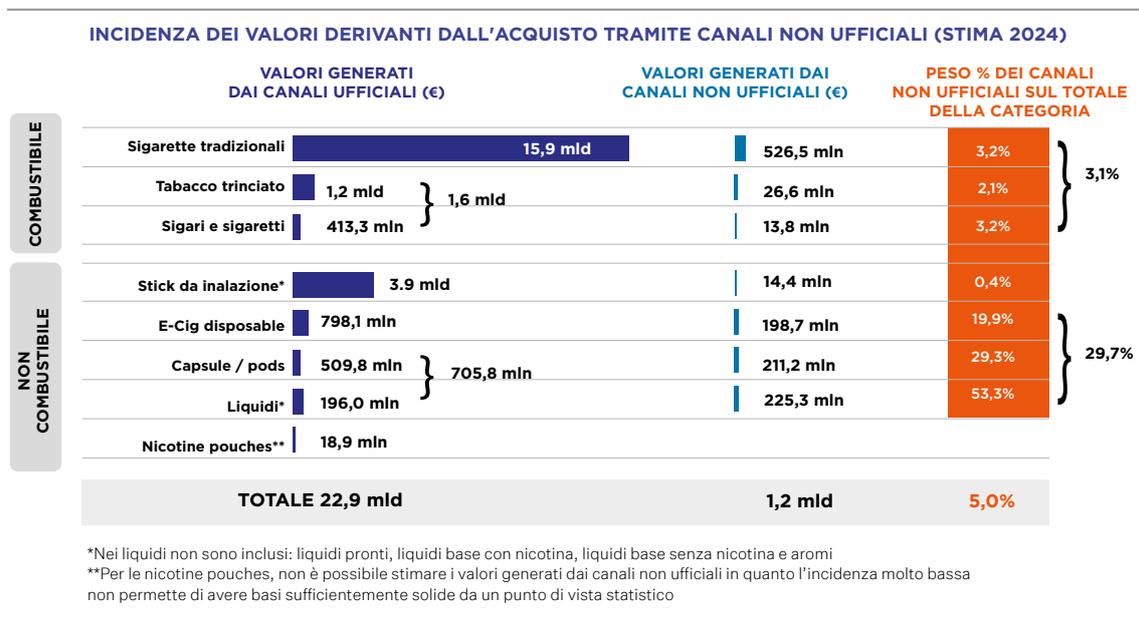


Figura 3 Valori del mercato non ufficiale (stima 2024)

Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

2.4 Suddivisione dei canali non ufficiali tra online e offline

Analizzando la distribuzione dei canali non ufficiali tra online e offline, anche quest'anno si conferma la netta distinzione, già rilevata lo scorso anno, tra le due principali macrocategorie di prodotti: tabacco tradizionale ed e-Cig.

Infatti, per quanto riguarda i prodotti del tabacco tradizionale, la maggior parte delle vendite non ufficiali avviene attraverso canali fisici (offline), in particolare:

- per le sigarette tradizionali il 58,9% del volume e il 62,5% del valore provengono da canali fisici, ossia rivenditori ambulanti e amici/conoscenti
- per gli altri prodotti di tabacco tradizionale i canali offline, in termini di volumi, sono ancora più rilevanti, con un peso percentuale del 69,4% per il tabacco trinciato e del 67% per sigari e sigaretti

Al contrario, per le sigarette elettroniche, gli acquisti da canali non ufficiali avvengono prevalentemente online:

- per le sigarette elettroniche usa e getta (e-Cig disponibile) il 57,5% del volume e il 60,1% del valore derivano da siti online non autorizzati o social network
- per le capsule e i liquidi per sigarette elettroniche, sia in termini di volumi sia di valori, il peso percentuale dei canali non ufficiali online è in linea con quello registrato per le e-Cig disponibile, circa il 60%

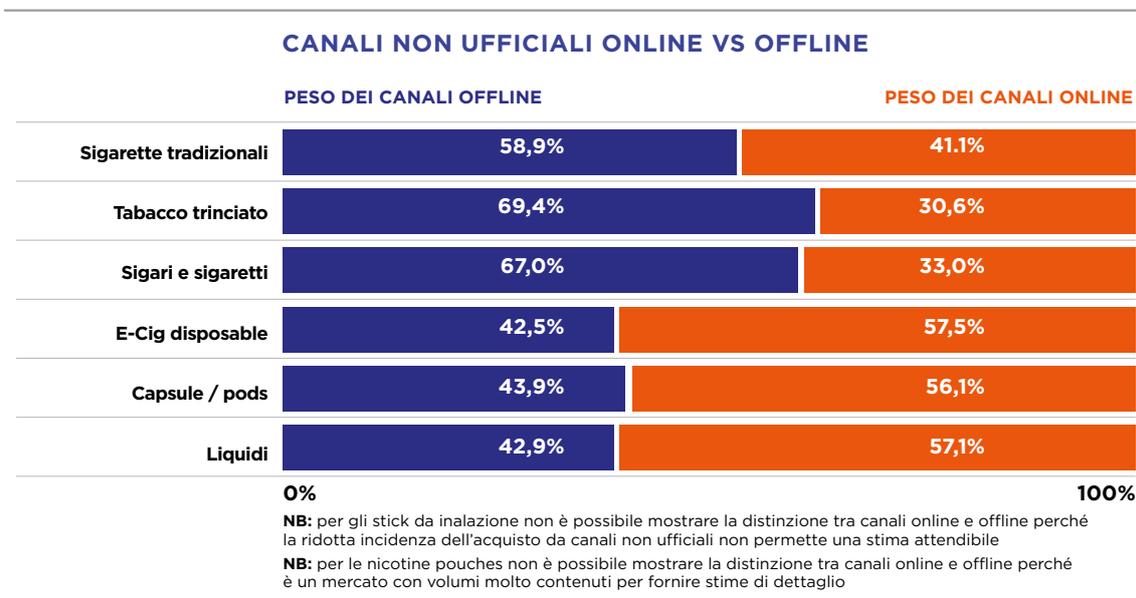


Figura 4 Canali non ufficiali online vs offline (peso % dei volumi sul totale del mercato non ufficiale)
Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

2.5 Profilazione degli utilizzatori di canali non ufficiali

Come ulteriore approfondimento degli acquisti effettuati tramite canali non ufficiali, sono stati identificati i tratti sociodemografici più significativi degli individui che li utilizzano. Si tratta in prevalenza di uomini (64%), persone che hanno meno di 35 anni (54%), residenti nelle regioni del Centro e Sud Italia (57%). Queste persone mostrano una marcata propensione al rischio: infatti, il 28% ha selezionato punteggi tra 7 e 10 su una scala che misura questa predisposizione, rispetto al 20% dell'insieme di fumatori, vapers e pouchers.

Concentrandosi sugli acquirenti di prodotti da fumo e da inalazione tramite canali non ufficiali online, la verifica della legalità dei siti utilizzati non sembra essere la loro priorità. Il driver principale di scelta di un sito è la varietà dei prodotti disponibili. Solo successivamente controllano le recensioni e la presenza dell'autorizzazione da parte dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli. Rispetto al 2023 si rileva però una maggiore attenzione al Paese d'origine.

Per quanto riguarda l'acquisto da canali non ufficiali fisici, permane una scarsa comprensione dell'origine del prodotto acquistato. Talvolta, si presume che il venditore ambulante o l'amico/conoscente abbia acquistato il prodotto legalmente, magari in una tabaccheria o tramite un canale autorizzato. In un certo senso, gli acquirenti che usano canali non ufficiali trovano modo di giustificare il loro atto, percependolo come se fosse legale, sebbene mediato.

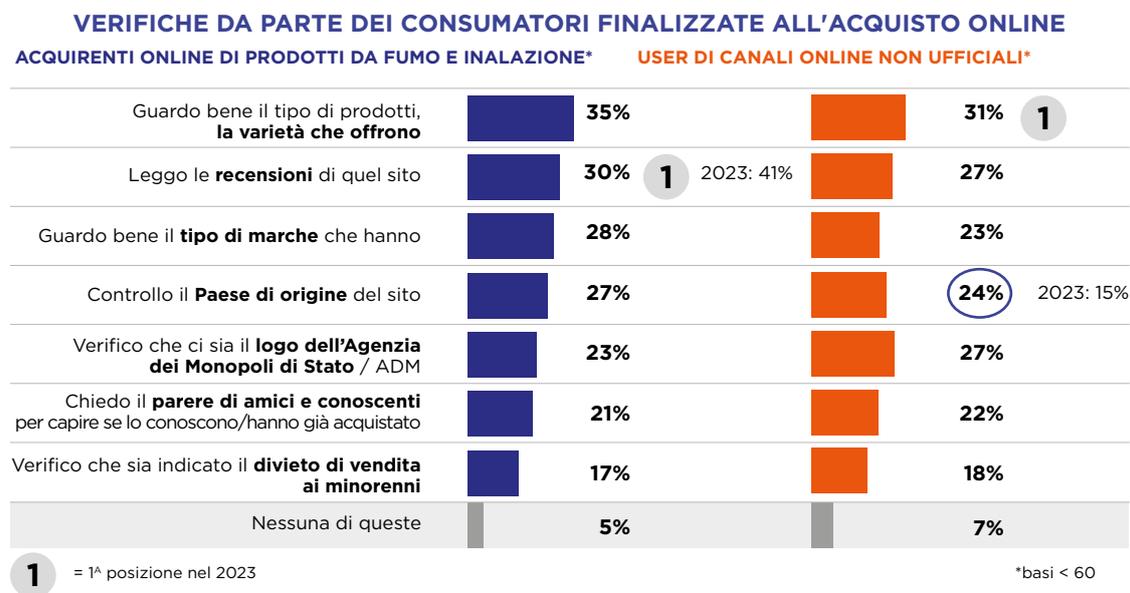


Figura 5 Verifiche da parte dei consumatori finalizzate all'acquisto online di prodotti da fumo e da inalazione

Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

3.1 Premessa

L'uso di canali non autorizzati per l'acquisto di prodotti da fumo e da inalazione ha un considerevole impatto economico sul settore. Per quantificare questo danno, sono state impiegate le matrici input-output elaborate da Istat, oltre alle stime calcolate sulla base delle dichiarazioni dei rispondenti. Il modello statistico elaborato illustra le relazioni tra fatturato, prodotto interno lordo (PIL), occupazione e redditi dei lavoratori in ciascun comparto economico italiano, in termini di ricadute derivanti dall'utilizzo di canali di acquisto non ufficiali.

Il modello econometrico di stima consente, quindi, di calcolare l'impatto su tre categorie di imposte:

- L'imposta sulle imprese, che tiene conto dell'effetto complessivo sul PIL
- L'imposta sul reddito delle persone fisiche, che riflette l'impatto sui salari dei lavoratori
- L'IVA, le accise e imposte di consumo (specifiche per il settore dei prodotti da fumo e inalazione)

La somma di queste tre componenti rappresenta il totale delle entrate erariali perse a causa dell'utilizzo di canali non ufficiali per l'acquisto di prodotti da fumo e da inalazione. Da maggio 2024, nel calcolo delle mancate entrate erariali sono stati inclusi anche gli aromi per sigarette elettroniche, esenti da imposta di consumo prima di questa data.

3.2 La stima del danno economico

Partendo dai presupposti descritti in precedenza, si stima che l'acquisto tramite canali non ufficiali generi una perdita in termini di fatturato di circa 610 milioni di euro (in crescita del 13% rispetto al 2023), considerando il solo impatto diretto sul settore dei prodotti da fumo e da inalazione¹.

Tale mancato fatturato si traduce in mancate entrate erariali per 660 milioni di euro (+6% vs 2023), una perdita per il PIL di circa 260 milioni di euro (+13% vs 2023) e una perdita di 5.600 posti di lavoro (+10% vs 2023).

La perdita in termini di fatturato e di PIL è legata principalmente alle categorie e-Cig, mercato dove l'utilizzo dei canali non ufficiali ha registrato una sensibile crescita in termini di volumi rispetto al 2023.

¹Nell'impatto diretto rientrano la produzione, la distribuzione e la vendita dei prodotti da fumo e inalazione

Di contro, si osserva un decremento dei volumi di tabacco tradizionale in transito dai canali non ufficiali (in particolare per le sigarette confezionate si rileva un calo del -2,53% rispetto all'anno precedente e per il resto del tradizionale del -4,17%), che, bilanciato dall'impatto dato dall'incremento dei prezzi di vendita (+2,6%), mostra una sostanziale stabilità del valore delle mancate entrate erariali del tradizionale.

STIMA DEL DANNO ECONOMICO PER IL SETTORE DEI PRODOTTI DA FUMO E DA INALAZIONE

		Diff. Vs 2023	
Mancate entrate erariali	~ € 660 mln	+6%	<p>Nella lettura delle variazioni si consideri che:</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'aumento dell'impatto economico dell'acquisto da canali non ufficiali è in buona parte imputabile all'aumento dei prezzi • In particolare, tra 2023 e 2024 per il tabacco tradizionale, la variazione dei prezzi è stata del +2,6%, a totale compensazione della variazione negativa dei volumi della sigarette tradizionali che transitano da canali non ufficiali • Per quanto riguarda invece le e-Cig, il maggiore impatto economico è legato sia a un aumento di volumi sia a un aumento dei prezzi
Fatturato	~ € 610 mln	+13%	
PIL	~ € 260 mln	+13%	
Perdita occupazionale	~ 5.600 posti	+10%	

Nota: da maggio 2024, gli aromi sono soggetti a imposta di consumo

Figura 6 Stima del danno economico per il settore dei prodotti da fumo e da inalazione

Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

4

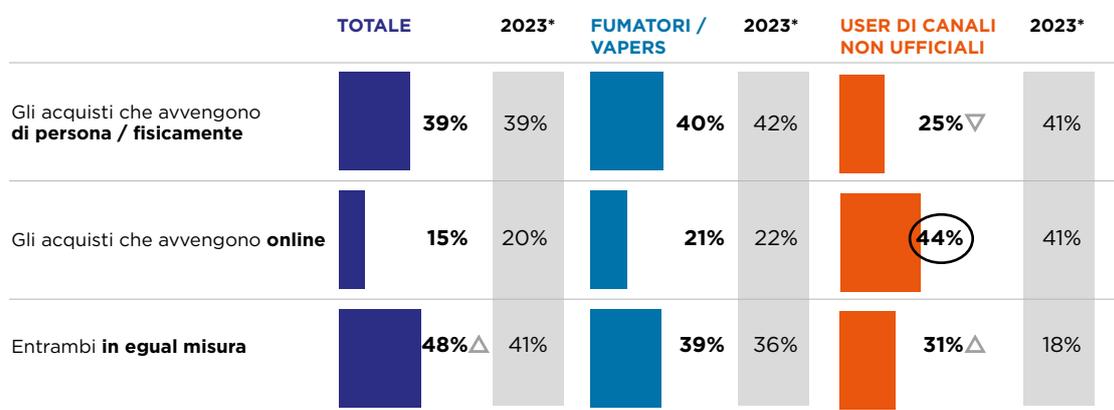
LA PERCEZIONE DELL'ILLEGALITÀ NEL MERCATO DEI PRODOTTI DA FUMO E DA INALAZIONE

Considerata l'importanza del fenomeno dell'illegalità nel mercato dei prodotti da fumo e da inalazione, si è ritenuto fondamentale continuare a esaminare la percezione della popolazione italiana, poiché le convinzioni, fondate o meno, influenzano le scelte e i comportamenti dei consumatori.

L'analisi delle risposte, infatti, ha rivelato un dato in crescita per quanto riguarda la percezione di diffusione del fenomeno dell'illegalità, portando a discrepanze sempre maggiori rispetto alla reale entità del fenomeno. In particolare, l'81% degli italiani intervistati (74% nel 2023) ritiene che l'illegalità in questo settore sia un problema diffuso a livello nazionale e il 61% (50% nel 2023) che lo sia nella propria zona di residenza. Gli stessi user di canali non ufficiali, come lo scorso anno, tendono a sottolineare la diffusione dell'illegalità nella propria zona di residenza in misura maggiore del resto della popolazione (66% vs 61%).

Si nota, inoltre, un cambiamento nelle valutazioni che riguardano l'utilizzo di canali non ufficiali: tra la popolazione si rafforza l'idea che il fenomeno riguardi sia i canali fisici che online. Gli user di canali non ufficiali, quindi coloro che esprimono un parere più "qualificato", sottolineano il ruolo preminente dei canali online (44% vs 15% totale popolazione).

PERCEZIONE DELL'ILLEGALITÀ RISPETTO AI CANALI FISICI E ONLINE



NB: Indicazione fornita da coloro che pensano che l'illegalità nel mercato del fumo in Italia sia poco, abbastanza, molto diffusa

△ ▽ Variazioni significative rispetto al 2023

Figura 7 Grado di illegalità percepito sui canali fisici e online

Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

Resta radicata l'idea che la probabilità di essere sanzionati sia bassa, qualora si facessero acquisti da canali non ufficiali. Tale probabilità è uguale sia che si parli di canali fisici, sia che si parli di canali online.

Ancora una volta, gli user di canali non ufficiali, quindi i soggetti protagonisti di questi comportamenti di acquisto, esprimono un parere diverso, riconoscendo una maggiore probabilità di essere scoperti.

PERCEZIONE DELLA POSSIBILITÀ DI SCOPRIRE UN ACQUISTO ILLEGALE

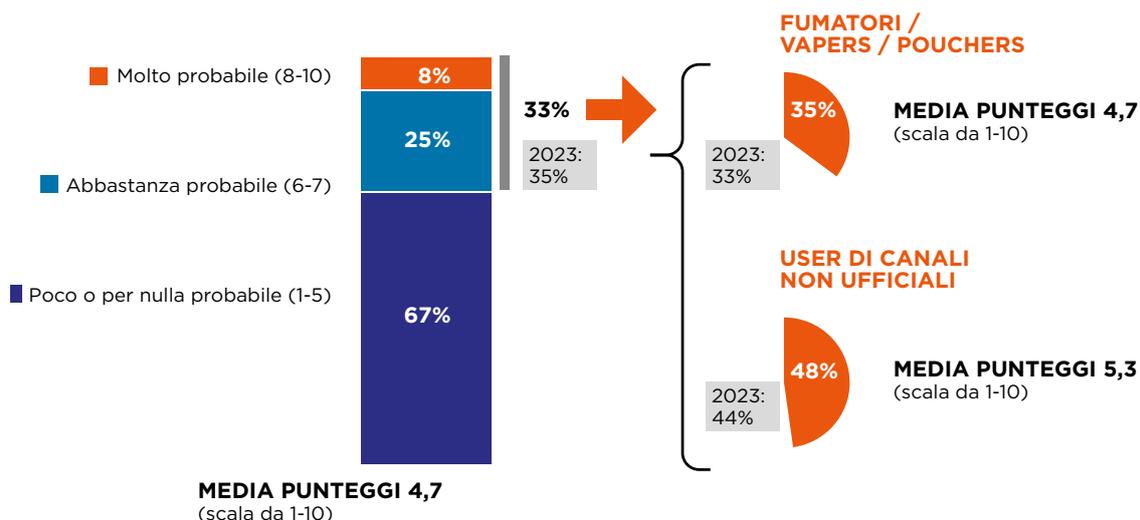


Figura 8 Probabilità di scoprire l'atto di acquisto da canali non ufficiali (totale campione)

Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

Inoltre, è interessante osservare come coloro che acquistano da canali non ufficiali, siano essi fisici (rivenditore ambulante o amici/conoscenti) o online (social network), pur ponendosi la domanda sulla provenienza dei prodotti che acquistano, ritengono che nella maggior parte dei casi siano stati acquistati da tabaccherie, negozi specializzati, distributori automatici o siti internet. Meno di uno su due ritiene che il prodotto venduto sia stato, a sua volta acquistato da analoghi canali non ufficiali (rivenditori ambulanti, amici/conoscenti, social network).

PROVENIENZA DEI PRODOTTI VENDUTI TRAMITE CANALI NON UFFICIALI

I fumatori / vapers / pouchers che hanno acquistato almeno un prodotto da:	RIVENDITORI AMBULANTI	AMICI / CONOSCENTI	SOCIAL NETWORK
Tabaccheria	34% Δ	33%	29%
Negozi specializzati	28%	21%	26%
Siti internet	24%	21%	23%
Da (altri) rivenditori ambulanti	21%	12%	10%
Da (altri) amici / conoscenti	20%	19%	13%
Distributore automatico	17%	22%	22%
Tramite social network	17%	16%	29%
Non mi sono mai posto questa domanda / non so	5%	11%	3%

$\Delta \nabla$ Variazioni significative rispetto al 2023

Figura 9 Origine del prodotto venduto tramite canali non ufficiali

Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

In sintesi, mentre si rafforza la percezione che l'acquisto di prodotti da fumo e da inalazione avvenga sempre più tramite canali non ufficiali, permangono lacune significative nella comprensione delle sue reali implicazioni economiche e sociali, oltre all'idea che non sia particolarmente elevata la probabilità di essere scoperti.

5

LO SMALTIMENTO DEI DISPOSITIVI ELETTRONICI PER IL CONSUMO DI PRODOTTI DA INALAZIONE²

Una volta approfondite le abitudini di consumo è sorta la necessità di analizzare la consapevolezza degli italiani riguardo lo smaltimento dei dispositivi elettronici per i prodotti da inalazione, come sigarette elettroniche e dispositivi per gli stick senza combustione.

Logista, in collaborazione con la Federazione Italiana Tabaccai e il Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica (MASE), ha ideato e promosso il progetto Recycle-Cig, un circuito organizzato di raccolta, recupero, riciclo e smaltimento dei dispositivi elettronici esausti dei prodotti da inalazione, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale e semplificare lo smaltimento per i consumatori. Grazie all'iniziativa Recycle-Cig i dispositivi possono essere smaltiti in apposite box di raccolta presenti presso le tabaccherie aderenti, senza obbligo di acquisto di nuovi prodotti.

Da questa analisi emerge, in prima battuta, che vi sono ancora margini di miglioramento nella consapevolezza sulle corrette modalità di smaltimento di questi prodotti. Al momento, quasi un utilizzatore su due li getta nel bidone dell'indifferenziato, mentre circa uno su cinque li smaltisce correttamente nei punti di raccolta dedicati o tra i rifiuti elettronici (RAEE).

Sono soprattutto i consumatori di e-Cig disposable ad avere un comportamento più virtuoso: il 23% smaltisce i dispositivi con i RAEE e il 28% nei punti di raccolta presenti in negozio.

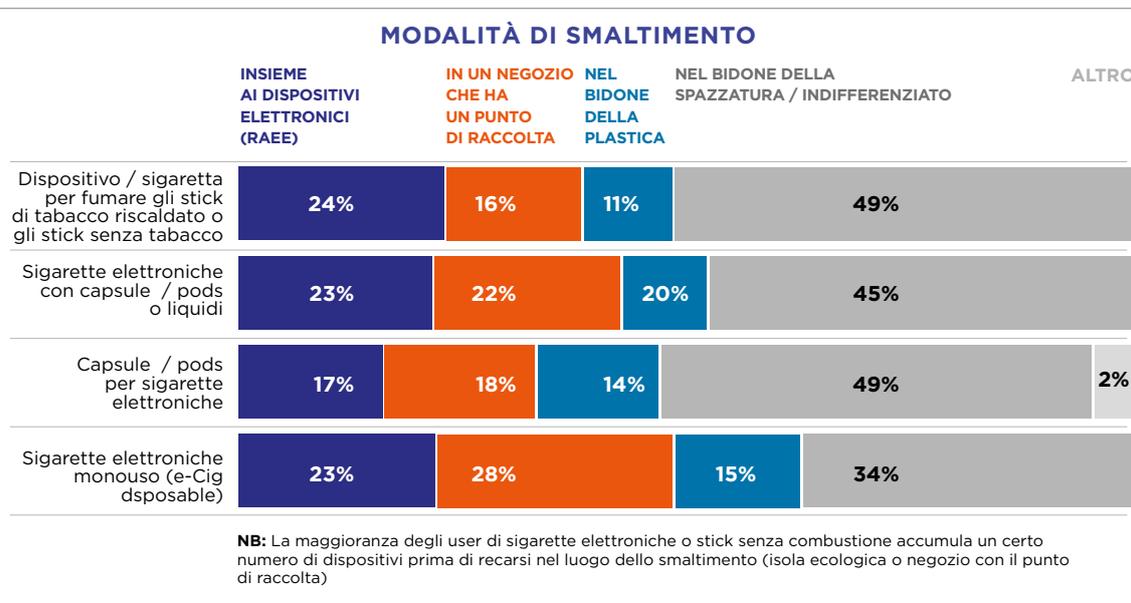


Figura 10 Modalità di smaltimento dei dispositivi elettronici

Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

In generale, tra gli user di prodotti da inalazione solo il 13% è ben informato sulla possibilità di riciclare questi dispositivi, a cui si aggiunge un 33% che dichiara di essere abbastanza informato.

² Per prodotti da inalazione si intendono e-Cig e stick senza combustione (con e senza tabacco)

Si è osservato che ci sono ancora margini di miglioramento per la diffusione della consapevolezza che i dispositivi per prodotti da inalazione siano RAEE a tutti gli effetti.

In quanto nuovo servizio, Recycle-Cig è chiaramente ancora in fase di consolidamento: tra gli user di dispositivi da inalazione il 32% dichiara di conoscerlo bene (di questi il 7% molto bene) e il 35% ne ha una conoscenza più superficiale. Chi conosce bene il progetto tende a farne uso seppur sporadicamente (il 5% ne fa un uso regolare).

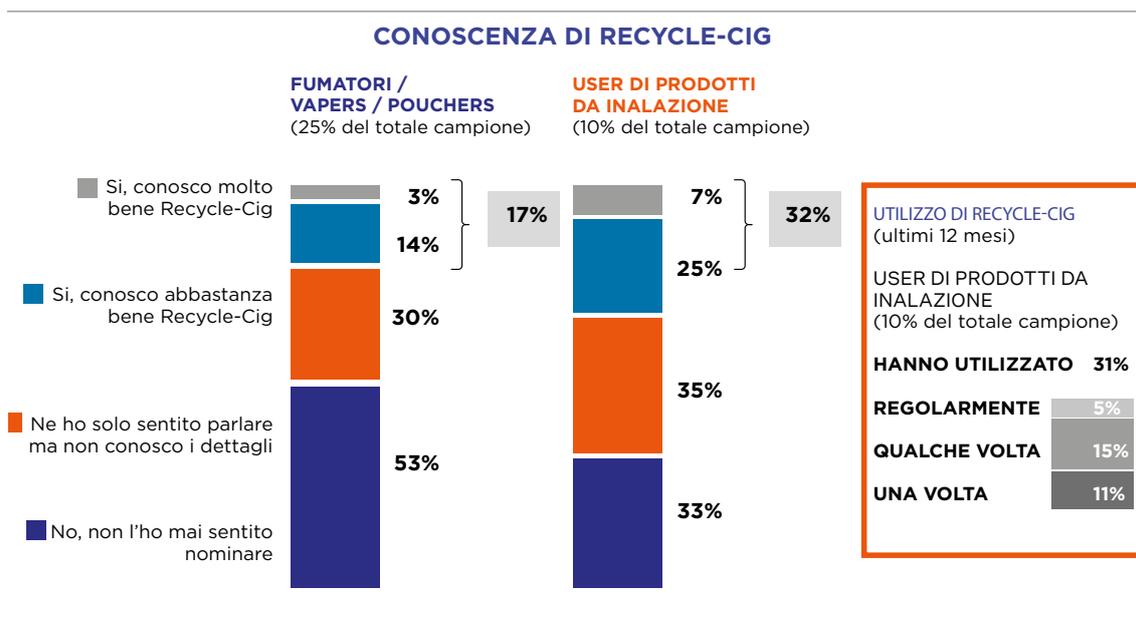


Figura 11 Conoscenza del progetto Recycle-Cig
Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

Il progetto Recycle-Cig è apprezzato e si è certi che avrà un impatto significativo sull'ambiente. Risulta innovativo specialmente tra gli user dei prodotti da inalazione, i quali auspicano che ci sia una forte adesione sia da parte dei tabaccai sia da parte degli user.

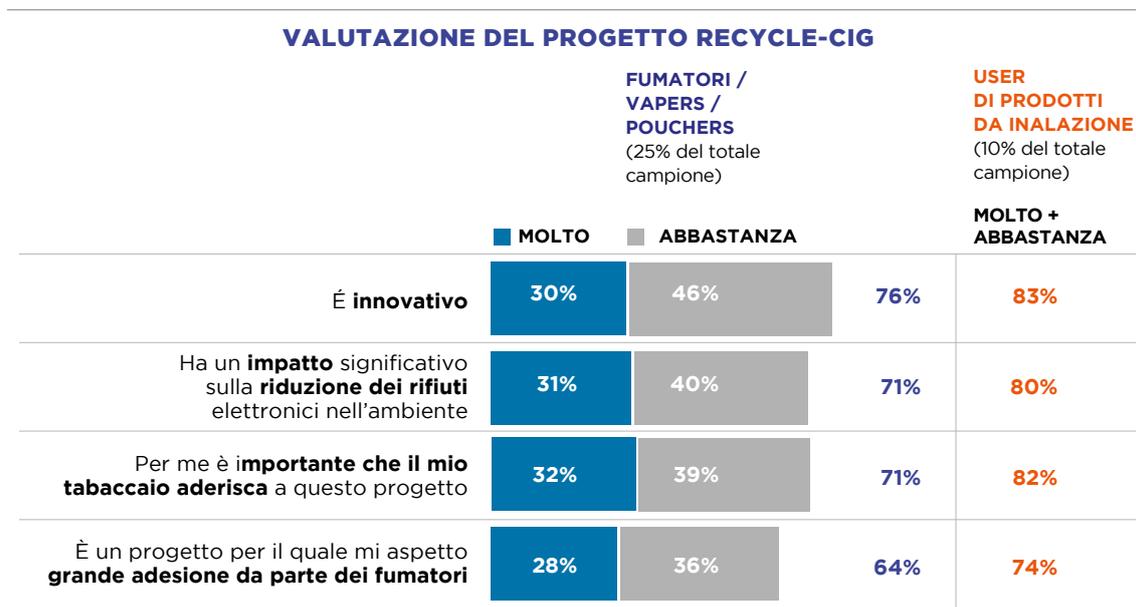


Figura 12 Giudizi sul progetto Recycle-Cig (grado di accordo)
Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

In sintesi, risulta importante continuare nella campagna di sensibilizzazione del servizio per farlo conoscere ad un pubblico sempre più ampio e fare in modo che sempre più persone ne usufruiscano, innescando un comportamento virtuoso che diventi una vera e propria routine.

Lo studio ha analizzato le abitudini di consumo di diverse categorie di prodotti che vengono fumati e/o inalati, tra cui la cannabis light, ossia la cannabis con contenuto di THC inferiore allo 0,5%, venduta nei negozi e siti autorizzati.

Si tratta di una categoria di prodotti su cui vige ancora una certa confusione poiché la normativa di riferimento non prevede venga venduta per fumo e inalazione, rendendo difficile un corretto distinguo tra cannabis e cannabis light.

Secondo i dati raccolti, in linea con il 2023, il 2,9% degli italiani tra i 16 e gli 85 anni, ossia 1,4 milioni di persone, utilizza cannabis light, spesso in combinazione con altri prodotti da fumo e da inalazione: l'1,1% fuma infiorescenze (era 1,2% nel 2023), l'1,4% usa e-Cig disposable con cannabis light (era l'1,3% nel 2023), e l'1,6% utilizza e-Cig con capsule o liquidi contenenti cannabis light (dato stabile vs il 2023).

Il negozio specializzato è il canale di acquisto più utilizzato per la cannabis light, usato da oltre un terzo dei consumatori, seguito da altri esercizi commerciali e siti internet. A conferma della confusione presente attorno a questa tipologia di prodotto, permane una quota, seppur contenuta, che dichiara di acquistare cannabis light tramite canali non ufficiali come social network o amici/conoscenti o rivenditori ambulanti.

Seppure l'incidenza della cannabis light sia stabile rispetto al 2023, i volumi di prodotto fumati o inalati sono invece in crescita; infatti, per il 2024 si stimano i seguenti volumi, in aumento mediamente del 5% circa contro il 2023:

- 87,4 mln di grammi di infiorescenze
- 21,9 mln di pezzi singoli di e-Cig disposable contenenti cannabis light
- 259,0 mln di ml di liquidi per sigarette elettroniche contenenti cannabis light

Di conseguenza, anche i valori generati da questa categoria sono in crescita e si stima che nel 2024 valga complessivamente circa 2,2 mld di euro, di cui:

- € 874 mln provenienti dalla vendita di infiorescenze (erano 829 mln nel 2023)
- € 548 mln provenienti dalla vendita di e-Cig disposable (erano 522 mln nel 2023)
- € 777 mln provenienti dalla vendita di capsule o liquidi per sigarette elettroniche (erano 741 mln nel 2023)

Questi numeri, ancora una volta, evidenziano l'importanza di questo segmento di mercato e la necessità di fare chiarezza, soprattutto per quanto riguarda la distinzione tra cannabis legale e illegale e canali di acquisto, al fine di rendere i consumatori più consapevoli e la normativa più chiara e precisa per gli usi che si fanno del prodotto. Inoltre, è importante osservare come una corretta regolamentazione di tali prodotti genererebbe sicurezza degli investimenti, competitività per le imprese ed entrate erariali per lo Stato.

CONSUMO DI CANNABIS LIGHT

	INCIDENZA SUL TOTALE POPOLAZIONE	UTILIZZATORI	VOLUMI	VALORI
Infiorescenze	1,1% (1,2% nel 2023)	560 MILA PERSONE (600 mila nel 2023)	87,4 MLN DI GRAMMI (+5,4% vs. 2023)	€ 874 MLN (€ 829 mln nel 2023)
E-Cig disposable	1,4% (1,3% nel 2023)	690 MILA PERSONE (640 mila nel 2023)	21,9 MLN DI PEZZI (+4,8% vs. 2023)	€ 548 MLN (€ 522 mln nel 2023)
Liquidi	1,6% (1,6% nel 2023)	780 MILA PERSONE (770 mila nel 2023)	259,0 MLN DI MILLILITRI (+4,9% vs. 2023)	€ 777 MLN (€ 741 mln nel 2023)
Totale	2,9% (2,8% nel 2023)	1,4 MLN DI PERSONE (1,4 mln nel 2023)	N.A. (il totale in volumi non è calcolabile poiché le categorie hanno unità di misura diverse)	€ 2,2 MLD (€ 2,1 mld nel 2023)

Figura 13 Consumo di cannabis light (utilizzatori, volumi e valori; stima 2024)

Fonte: elaborazioni originali su dati Ipsos

7.1 La struttura dell'indagine

La ricerca è stata effettuata su tre campioni specifici:

- 2.000 interviste ad un campione rappresentativo della popolazione italiana 16-85enne
- 3.000 interviste di sovracampionamento a persone che hanno fumato, inalato o svapato almeno un prodotto negli ultimi 12 mesi (assimilabile al 2024)
- 1.200 interviste di sovracampionamento a persone che hanno svapato almeno una sigaretta elettronica o inalato stick con o senza tabacco negli ultimi 12 mesi

La rilevazione è stata effettuata nel secondo semestre 2024.

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

I due sovracampionamenti sono stati realizzati allo scopo di avere dei carotaggi specifici per consumatori di categorie di prodotti da fumo e da inalazione per 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.

7.2 La realizzazione delle interviste

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

7.3 La struttura del questionario

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

- Abitudini e comportamenti dei fumatori, vapors e pouchers in Italia (tipologie di prodotti fumati o inalati o svapati negli ultimi 12 mesi, frequenza di utilizzo, canali di acquisto utilizzati)

- Quantità acquistate con l'ultimo atto di acquisto 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)
- 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)
- Abitudini di smaltimento dei dispositivi elettronici per i prodotti da inalazione e conoscenza, utilizzo e percezioni del servizio Recycle-Cig
- Domande sociodemografiche e attitudinali per profilare il rispondente

