



COORDINAMENTO  
REGIONALE  
LOMBARDIA

# Osservatorio sulle abitudini di fumo in Lombardia

REPORT FINALE - INDAGINE QUALITATIVA

# Nota metodologica



La presente indagine qualitativa ha l'obiettivo di:

- **Ricostruire** dalla voce dei giovanissimi lombardi, **vissuti quotidiani e rappresentazioni dei prodotti a base di nicotina**, individuando **nuove tendenze** e la percezione dei nuovi prodotti di consumo
- Verificare **il percepito delle attuali strategie di prevenzione**
- Individuare gli elementi utili e le leve comunicative per realizzare **nuove campagne di sensibilizzazione e prevenzione** mirate alle giovani generazioni

Per raggiungere gli obiettivi prefissati, nel **periodo tra il 29 aprile e il 5 maggio 2026**, sono stati condotti **5 Web Focus Group (WFG)** della durata di **2 ore ciascuno**. L'indagine ha visto la partecipazione complessiva di **38 ragazzi 18-20enni residenti in Lombardia, fumatori e non**, frequentanti l'ultimo anno di scuola superiore o sono appena usciti dal sistema scolastico.

Nello specifico, i WFG sono stati così strutturati:

**1**

N=7 ragazzi  
**FUMATORI**  
residenti nell'area  
Varese, Lecco,  
Sondrio, Como

**2**

N=8 ragazzi  
**FUMATORI**  
residenti nell'area  
Milano e  
Monza-Brianza

**3**

N=7 ragazzi  
**FUMATORI**  
residenti nell'area  
Mantova, Cremona,  
Pavia e Lodi

**4**

N=8 ragazzi  
**FUMATORI**  
residenti nell'area  
Bergamo e Brescia

**5**

N=8 ragazzi **NON**  
**FUMATORI**  
residenti su tutto il  
territorio regionale



COORDINAMENTO  
REGIONALE  
LOMBARDIA

## DALLA PRIMA SIGARETTA AL FUMO COME ABITUDINE

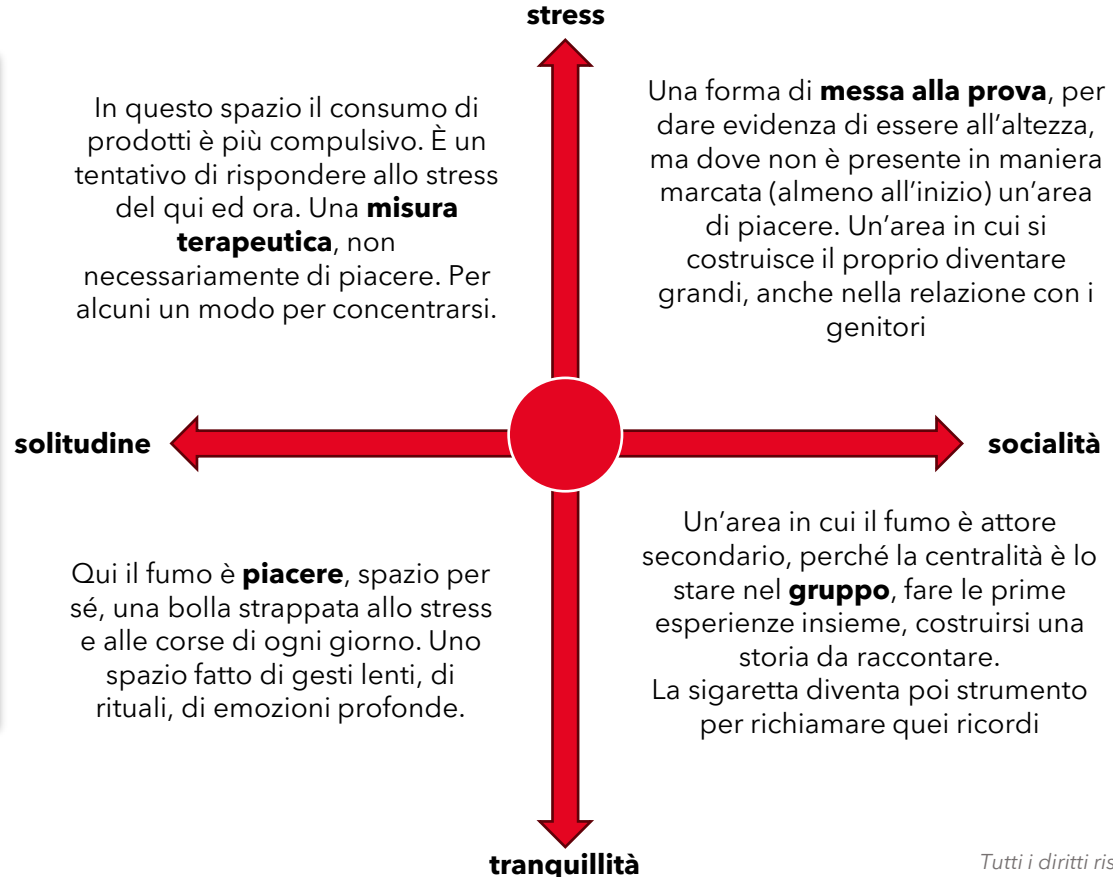
# Un modo per stare con gli amici, uno strumento per contrastare lo stress, un pezzo della propria storia.

Il rapporto dei giovani lombardi con il fumo (a prescindere dal dispositivo usato) si muove attorno a due **dimensioni fondamentali**: la **direttrice solitudine-socialità** e la **direttrice tranquillità-stress**. In questo spazio di attributi si collocano i diversi modi di raccontare la propria storia di fumatori.

Nel racconto dei ragazzi intervistati è quasi **sempre assente un giudizio morale**.

Se **ne parla con linguaggio disinnescente**.

**Prevale la dimensione del piacere**, anche se con diverse sfumature.



# Il fumo come **medium relazionale e identitario**

**Un modo per sperimentarsi, costruire una propria identità e riconoscersi nella relazione con gli altri**

## Il fumo è collante sociale:



**Crea appartenenza, pause condivise, micro-community.**



**Il gesto, il fatto di esserci è più importante del cosa si usa. Si condivide non solo il momento, ma anche i dispositivi.**



**La pausa fumo è spazio di connessione**



**Crea una memoria storica di gruppo e una memoria emotiva individuale**



**Contribuisce a costruire una identità e una fedeltà a sé stessi e alla propria storia**

- «Ho iniziato **perché tutte le mie amiche fumavano**»
- «All'inizio era più **per stare con gli altri**, durante le pause»
- «La prima sigaretta **l'ho provata in gruppo**, con gli amici più grandi»
- «Forse si inizia un po' per **essere parte di qualcosa...** quando tutti escono dal locale per fare la pausa sigaretta ti senti un po' fuori se non fumi anche tu»
- «Io fumo l'Iqos anche da solo, ma principalmente con gli amici»
- «**mi hanno fatto provare gli amici**, mi piaceva, non ci ho visto niente di male»
- «ho iniziato con la stessa marca di sigarette che utilizzo tutt'oggi. **Non ho mai cambiato, sono sempre rimasta nella mia comfort zone**, molto fedele»
- «da lì non ho mai perso l'Iqos»

È quasi sempre l'elemento di innesco all'abitudine a fumare. **Gli amici, il pacchetto, qualcuno che estrae un pacchetto di sigarette.** Per chi inizia precocemente è un modo per dimostrarsi grande, per gli altri una cosa da fare insieme, scambiandosi le sigarette o i dispositivi.

**Un elemento che costruisce una storia comune** (all'interno del gruppo prevalgono le stesse abitudini di consumo), ma che permette anche di **mettersi alla prova** (a livello individuale e sociale) e di ricevere una **investitura identitaria** da parte del gruppo di appartenenza. **Se si cambia gruppo è possibile che cambino anche le abitudini di consumo e i device di riferimento.**

Se rimane **confinato nella dimensione relazionale, diventa meno una abitudine e rimane un consumo occasionale**



SWG



LILT

LEADER IN ITALIA PER LA SALUTE COMUNITARIA  
prevenire è vivere

COORDINAMENTO REGIONALE LOMBARDIA

# Il fumo come **antistress**

## Uno strumento per gestire lo stress quotidiano

La questione fondamentale è la **sensazione di ansia da cui ci si vuole difendere.**

È indipendente dal dispositivo.

Un compagno di viaggio che **si insinua lentamente nella quotidianità**, e che diventa **inconsapevolmente abitudine** da cui poi non ci si riesce a liberare.



- «trovavo che il fumo mi desse un po' quella **sensazione di pace**... ho cercato di smettere (...) però, come è normale con lo stress, **con l'ansia ho sentito il bisogno**»
- «ho iniziato a notare che effettivamente mi aiutava fumare soprattutto con **l'ansia scolastica**»
- «sicuramente è **antistress**, soprattutto col fatto dell'università»
- «fumo anche quando sono stressata, perché comunque fa il suo effetto, **ti tranquillizza un pochino**»
- «sono una fumatrice solitaria... lego al fumo un **momento sì di relax, anche molto concentrazione**»
- «mi piace l'atto di fare il drummino, più la gestualità che quello che poi si prova in sé a fumare»

Un segnatempo che aiuta a scandire i tempi della giornata e a misurare la **distanza tra il tempo costretto e il tempo liberato.**



- «(fumo) nei momenti in cui si **stacca dalla routine**, dalla velocità della giornata»
- «non cambia se sono con altre persone o da sola (...) so che **in alcuni momenti della giornata proprio naturalmente mi viene da fumare**»
- «quando stai tornando a casa o in una pausa dal lavoro»
- «Quando esco dal lavoro, nel parcheggio, la prima cosa che faccio è accendermi la sigaretta...è come se fosse **un segnale che indica che è finita la giornata, e mi posso rilassare**»

Il fumo **non è un piacere**, ma uno strumento **per gestire lo stress o rafforzare la concentrazione.** Anche in questo caso siamo all'interno di un **consumo prevalentemente individuale**, che serve anche a scandire i tempi della giornata.

Contrariamente alla dimensione precedente, **se ci fosse un altro strumento capace di garantire lo stesso risultato, sarebbe più facile abbandonare il fumo**, anche se, con il consolidarsi dell'abitudine, **l'utilizzo funzionale del fumo come antistress diventa sempre più difficile da sostituire**

# Il fumo come spazio di decompressione

## Pace/relax/tranquillità: si cerca nel fumo un micro-rifugio



È un **dispositivo di decompressione**.

Serve a fermarsi, più che a fumare.  
Conta il tempo e il rituale.



È un **premio/ricompensa**: dopo il lavoro, dopo la scuola, dopo una sessione di studio, ma anche dopo un pasto, concedersi una sigaretta è un atto di **autogrificazione e appagamento**.



È un' **experience appagante a livello sensoriale**: piace il sapore di ciò che si sta fumando, si apprezza la **soddisfazione del gusto**: l'eccentricità e la dolcezza delle elettroniche con liquidi e puff, l'intensità e la potenza di sigarette tradizionali e drummini

- «quando fumo il drum sento proprio **quel momento di pace... sono io e basta**, sono io da sola con me stessa e basta... per me è proprio un momento di pace **come se fossi nella mia bolla**»
- «io seduta al mio bar, che mi prendo il mio caffè da sola, coi miei tempi, la mia pace, **nessuno che mi corre dietro...** finisco il caffè, mi giro e mi fumo la mia sigaretta, e **in quel momento non scorre il tempo**, non ho nessuno che mi rompe le scatole, sono semplicemente io con me stessa. Punto»
- «poi, in qualche modo, associ i momenti in cui fumi la sigaretta ad un **momento di pace**, tranquillo, poi si prende l'abitudine e diventa **una cosa privata, un momento di tranquillità**»
- «quando sono **al parco o davanti al mare**»
- «sono chill... quando sono al lavoro, **faccio una pausa e mi prendo il mio spazio**, oppure tra una lezione e un'altra»
- «io ci impiego anche 25 minuti a fumarmi un drum, perché me la chiacchiero, si spegne, riaccendo con calma»
- «quel momento della giornata in cui **il tempo si ferma, quei cinque minuti in cui non succede niente e ho solo il tema per la sigaretta**»

È lo spazio del **fumo maturo, scelto, assaporato**. È il contesto in cui il **fumo è un piacere, non un vizio**, non uno strumento con una funzione sociale.

Chi vive questa dimensione ha **un elevato stato di consapevolezza simbolica del proprio rapporto con il fumo** e predilige drum e sigarette tradizionali, che permettono di **vivere questo tempo in maniera più dilatata**.

# Il cursus honorum del giovane fumatore





# Il cursus honorum del giovane fumatore: **la stabilizzazione**



## A LIVELLO INDIVIDUALE

### IL CONSUMO DIVENTA ABITUDINE

**Si fuma anche da soli**, come risposta funzionale alla **gestione dello stress**.

Il fatto di **fumare è accettato in famiglia**, spesso con una **mediazione rispetto al dispositivo utilizzato**

*Si passa a **dispositivi digitali** (in maniera esclusiva o combinata), per **poter fumare in casa o negli spazi chiusi***

Si riconosce sempre più una **dimensione funzionale del fumo**

Si **consolidano riti ed abitudini** che portano a ritenere **sempre più difficile rinunciare al fumo**



## A LIVELLO RELAZIONALE

**Segna i tempi del gruppo**, diventa parte dello stare insieme, ma può cambiare modalità se si cambia compagnia. **Non ha un valore in sé dal punto di vista individuale**.

**Le relazioni affettive segnano le modalità di consumo** («al mio ragazzo non piaceva l'odore del fumo e allora sono passata allo svapo»)

*Se non si trasforma (anche) in consumo individuale **rimane nell'ambito del consumo occasionale***

*Se **cambiano le relazioni forti** (gruppo, relazioni affettive) può **cambiare la relazione con il fumo** (riducendosi o aumentando come frequenza e/o cambiando modalità)*

# Il cursus honorum del giovane fumatore: Il momento dello svelamento con i propri genitori

Nella dialettica famigliare, la scoperta del «figlio/a fumatore» non è quasi mai un momento che passa inosservato. Tuttavia, contrariamente al passato e in linea con le nuove dinamiche delle relazioni tra genitori e figli, diventa un **elemento attorno al quale trova un compromesso** che, molto spesso si colloca nella scelta di **consentire l'utilizzo di un dispositivo elettronico in casa**. Questa scelta risponde a 4 fattori fondamentali:

- **Consente ai genitori di pensare di esercitare un maggior controllo sui figli:** sono le mamme ad acquistare il device, e spesso anche gli stick.
- **È un modo per evitare che «fumino altro»,** magari sigarette più forti chieste agli amici.
- **È la condizione per poter fumare in casa:** una modalità che non rilascia cattivi odori.
- **È considerata una tipologia di prodotto che «fa meno male»,** perché non produce combustione, e spesso è stata adottata dagli stessi genitori fumatori per ridurre il consumo di sigarette.

*«La Iqos è stato il compromesso con mia madre per poter fumare...quando ha scoperto che fumavo, dopo averne discusso, ha accettato di farmi fumare la Iqos e mi ha proprio comprato lei il dispositivo»*

*«Mia madre si è comprata la Iqos per smettere di fumare le sigarette normali...fa meno male, quindi anche il genitore l'accetta di più»*

In termini emotivi, le famiglie tendono a **posizionare i dispositivi a tabacco riscaldato come prodotti meno pericolosi**, addirittura un **in-between tra il fumare e lo smettere**. Nella **generazione dei genitori**, questo dispositivo è stato **spesso adottato con l'intento di smettere di fumare/ridurre il fumo**: ne consegue un **atteggiamento più morbido** verso i figli che lo scelgono.

# Il cursus honorum del giovane fumatore: **la problematizzazione**


## IL CONSUMO VIENE PROBLEMATIZZATO


Quando si ha la percezione che il **consumo stia diventando eccessivo**, perché si sente continuamente il bisogno di fumare o svapare, **emerge l'esigenza di ridurre o smettere**.

La questione centrale però non sembra essere la percezione del potenziale danno di salute o della dipendenza da nicotina, quanto **l'idea che non si sia in grado di cambiare quel comportamento e di trovare l'ultima sigaretta**.


- *«ci sono periodi in cui tento di smettere e periodi in cui sento proprio il bisogno»*
- *«la usavo troppo e quindi era aumentato il consumo, anche dentro gli ambienti interni e preferivo evitarlo»*
- *«si sono dei giorni che posso fumarmi anche un pacchetto perché sono stressato e poi ci sono giorni che non mi viene proprio voglia di fumare»*
- *«non riesco mai a trovare l'ultima sigaretta»*

# La scelta di non fumare: difesa della propria libertà, fastidio per il cattivo odore, razionalizzazione degli effetti economici e di salute

 **Si rifugge la prospettiva di sviluppare una dipendenza:** non piace l'idea del vincolo che il fumo comporta, emotivamente vissuto come una schiavitù che condiziona comportamenti e umore. L'«aver bisogno di fumare a intervalli regolari» è una forte limitazione, una mancanza di libertà in cui non si vede beneficio.

 **C'è insofferenza verso gli aspetti sensoriali del fumo:** dà fastidio l'odore del fumo e quello residuo sui vestiti e negli ambienti. Il mondo dei fumatori è considerato poco gradevole sul piano olfattivo, decisamente poco aspirazionale.

 **Salute e spesa sono forti deterrenti razionali:** si sceglie, anche mettendo a tacere la curiosità verso il fumo, di non aderire ad un'abitudine che alla lunga prevede rischi per la salute e che nel quotidiano comporta un notevole esborso di denaro.

 **Alcune patologie innescano un meccanismo di prudenza:** l'asma, ad esempio, rappresenta uno stato di salute che tiene alla larga dal desiderio di iniziare a fumare.

*«lo convivo di continuo con i fumatori...non sono uno di quei non fumatori che glielo fa pesare, però non mi è mai venuta voglia di imitarli, **fumare mi sembra una limitazione della libertà**»*

*«lo sono molto razionale: fumare fa **spendere un sacco di soldi e fa male alla salute...pensando a queste due cose non ho mai iniziato!**»*

Il gruppo dei pari non esercita in questo caso un'azione attrattiva: **non c'è aspirazionalità, né desiderio di omologazione verso i fumatori**, che anzi sono oggetto di benevola commiserazione, o di blando fastidio. Si sente di essere in una posizione di vantaggio emotivo e fattuale: non si è sotto il giogo di una dipendenza e contemporaneamente si salvaguarda la propria salute.

**Il fumatore è visto come un soggetto con poca personalità**, poco centrato su se stesso e dipendente dal giudizio degli altri





COORDINAMENTO  
REGIONALE  
LOMBARDIA

# L'IMMAGINE DEL FUMATORE

# I criteri chiave che definiscono una persona come fumatore

I ragazzi intervistati tendono a **rifiutare una definizione rigida di fumatore**, sia proponendo una serie di distinguo quando si chiede se loro si sentano o meno dei fumatori, sia rifuggendo dalla formulazione di un generico identikit. La percezione diffusa è che **parlare di fumatore tour court sia un approccio utile più a stigmatizzare che a descrivere il fenomeno.**

Sia in riferimento a se stessi, che cercando una maggiore generalizzazione, la questione centrale **per discriminare chi è un fumatore da chi non lo è, la soprattutto la frequenza di utilizzo dei diversi dispositivi**, come se il confine reale non fosse tanto il fumo (o il prodotto) in sé, quanto **la percezione di essere o meno in controllo.**

## Chi si definisce fumatore

- «sì, perché **ho l'abitudine di fumare, fumo frequentemente**»
- «sì perché comunque **fumo tanto**»
- «sì, perché se finisco le Heets le devo comprare, **appena le finisco le ricompro**»

## Chi NON si riconosce come fumatore

- «lo fumo **solo in certe situazioni**, non mi definisco una fumatrice vera»
- «Per me **il fumatore è chi ha bisogno della sigaretta continuamente**»
- «Finché sento di poter smettere quando voglio non mi sento una fumatrice vera»
- «Se posso stare anche giorni senza fumare direi che non mi sento un fumatore»

I ragazzi e le ragazze **che rifiutano di definirsi fumatori**, lo fanno **marcando la distanza con la dipendenza** (il vero elemento che fa paura), fattore che potrebbe essere una importante chiave di svolta dal punto di vista delle strategie di prevenzione.

**Coloro che non si riconoscono come fumatori, associano il proprio fumare ad una dimensione reversibile, leggera, sociale**, non identitaria, preferendo descriversi attraverso aspetti specifici che segnano la distanza dal fumatore dipendente, e raccontando la propria esperienza come una pratica situazionale definita attraverso 4 pillar:

- **Il prodotto:** uso la Iqos
- **Il contesto:** fumo alle feste
- **Il momento:** fumo solo quando sono stressato
- **Il rituale:** fumo per prendermi una pausa

# La normalizzazione dell'abitudine

«se mi chiedono se fumo la risposta è sì, ma **non ho mai sentito nessun mio coetaneo dire «sono un fumatore», perché è talmente normale (...)** almeno tra le persone che conosco io»



**Chi si definisce fumatore, lega questa visione ad una dimensione di normalità, ma al tempo stesso, conferma che oggi la definizione di «fumatore» porta con sé una certa pesantezza e un'aura di stigma che non si vuole avere. Per questo si preferisce riconoscersi nel gesto (fumare) che nel sostantivo (fumatore).**

La normalizzazione passa anche dal descrivere il fenomeno come in aumento e dal catalogare tra i fumatori anche soggetti apparentemente insospettabili come gli sportivi

«ormai è totalmente sdoganato (...) **anche la persona più insospettabile**, magari il super sportivo che si allena 4 volte alla settimana, finito l'allenamento torna a casa e si fa un drummino o si fuma una lqos»

# Fumare o non fumare: **una scelta ineludibile**



*«è più una questione di scelta: anche io direi che chi sceglie di non fumare, **nonostante ci possa essere la curiosità di provare, dice «no, mi tengo lontano»,** mentre chi fuma, magari ha semplicemente detto «provo»*

Nella distinzione tra fumatori e non fumatori **emerge la centralità del momento in cui si fa la scelta fondamentale sul fumo** (scelta che tutti prima o poi sono chiamati a fare).

La distinzione tra un fumatore e un non fumatore non è legata a particolari caratteristiche sociali o psicologiche, ma unicamente al fatto di avere iniziato o meno.

*«secondo me **c'è solo la distinzione tra chi ha iniziato e chi non ha iniziato»***

*«una volta che inizi, è difficile smettere»*

# I 8 PROFILI DEL FUMATORE (1/3)



## LA FUMATRICE DA APERITIVO

**IQOS**

**COSA FUMA?**

**CHI È?**

**PERCHÉ FUMA?**

Donna, urbana: la **«ragazza milanese per bene»**. **Stilosa**, attenta alla moda, ai brand di cui si circonda e ai luoghi che frequenta: la ragazza con la borsa Longchamp, la Iqos personalizzata, **ama l'aperitivo** nei locali giusti.

Il fumo rappresenta **socialità** e una certa dose di **show off**. Sceglie il device più in voga del momento: rigorosamente Iqos.

Ama fumare, ma senza gli aspetti deteriori: un fumo pulito, inodore, che non nuoce alla sua estetica.



## LO STRESSATO

**Sigarette o drum**

prevalentemente, ma anche dispositivi elettronici se si trova al chiuso

Maschio o femmina è uno **dedito al suo lavoro/studio**, gli dedica energie e, quando stacca, ha **bisogno** in primis di una pausa rigenerante, **di un reset mentale**.

**La sua è una sigaretta funzionale**, individuale, quasi taumaturgica a livello mentale. Spezza il tempo e rilassa da un lato, ma facilita la concentrazione dall'altro



## IL FUMATORE SOCIALE

Quello che fumano gli amici

Non ha una **caratterizzazione precisa**, fuma soprattutto in **gruppo, la sera con gli amici**

**Non ha il vizio del fumo, è un fumatore occasionale**. Fumare è nelle pratiche del gruppo, un **modo per stare insieme e condividere un momento**

# I 8 PROFILI DEL FUMATORE(2/3)



## L'ALTERNATIVO

### DRUM

COSA FUMA?

**indistintamente uomo o donna, alternativo nell'aspetto, un po' «di sinistra»:** look sopra le righe, piercing, molto casual, lontano dalle mode e dai brand blasonati.

CHI È?

La sigaretta/drummino è un momento di stacco, **ma anche di piacere intenso, un'experience decisa**, che inizia nell'atto stesso di rollare la sigaretta. **Non ha fretta**, vuole gustarsi il momento. Può avere **una limitata disponibilità economica**, per questo sceglie i drums, che consentono di limitare la spesa.

PERCHÉ FUMA?



## IL «CHILLATO»

Principalmente drum,  
ma anche altri prodotti

Non ha una specifica  
caratterizzazione fisica

**Fumare rilassa**, consente di costruire uno spazio per sé, per sottolineare **un momento o una abitudine**.  
Si prende il suo tempo e **assapora** il gusto di quello che fuma. Fuma da solo, magari in riva al mare o in montagna davanti ad un panorama



## L'ANNOIATO

Principalmente  
**dispositivi di svapo**

Non ha una specifica  
caratterizzazione fisica

**Per noia**, perché non sa cosa fare. Porta sempre con sé il proprio dispositivo che usa anche solo per pochi tiri.  
**Una sorta di coperta di Linus o di piccola gratificazione da regalarsi durante la giornata**

# I 8 PROFILI DEL FUMATORE(3/3)



## IL RAGAZZINO

**Tutto**, in base a cosa è disponibile, ma quasi sempre a scrocco

**Giovanissimo**, maschio e femmina, dipendente dal gruppo

**È un modo per stare nel gruppo, per condividerne le abitudini, ma anche per sperimentare e sperimentarsi.** Alcuni si lasciano affascinare dall'ampio e accattivante range di gusti del **mondo usa e getta**, dalla versatilità del prodotto, dalla dolcezza e dalla possibilità di cambiare spesso esperienza gustativa.



## IL MARANZA

**PUFF e Svapo**

**Giovanissimo**, uomo, poco raffinato: un «maranza», ascolta gangsta rap, gira con grandi monopattini

**emulazione, trasgressione e show off:** lo fa per sentirsi più cool, per imitare i più grandi. Ama produrre grandi nuvole di vapore e **portare tutto all'accesso.**

**COSA FUMA?**

**CHI È?**

**PERCHÉ FUMA?**

# Il profilo del giovane non fumatore: uno «sfigato» per i fumatori; una persona seria per chi non fuma

## Per i fumatori: un esteta che ha paura di perdere il controllo

**È un iper-controllante**, che ha paura del vizio per una percepita incapacità di gestione.

**È un maniaco dell'estetica**, non fuma per non incorrere in un peggioramento del proprio aspetto esteriore: denti gialli, pelle meno luminosa, alito cattivo, odore poco gradevole per gli altri.

**È un salutista, con tratti di ipocondria**, è ossessionato da ciò che può far male alla salute.

**È uno sportivo o sedicente tale** - un «finto sportivo» - che ostenta la necessità di una performance impeccabile nella sua pratica.

## Per i non fumatori: un bravo ragazzo che ha chiari obiettivi nella vita

**Va bene a scuola**, ha relazioni sociali sane, condivide buoni valori e comportamenti positivi.

**Ha obiettivi chiari**, sa quello che vuole, ha una visione del suo futuro, ha un atteggiamento costante e determinato.

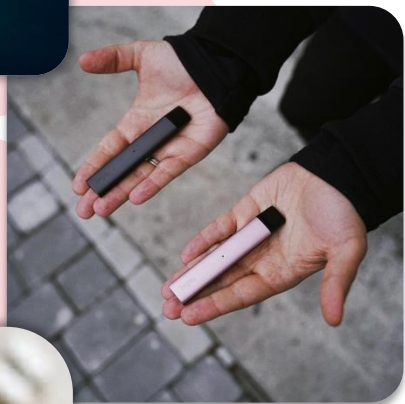
**Riesce a confrontarsi con la diversità** (ad esempio con i fumatori), la accetta, ma non scende a compromessi con i propri valori, non sente il bisogno di adeguarsi, non vive il consenso come elemento determinante di identità.

**È interessato alla dimensione del well-being**, ma non ne è ossessionato: è uno sportivo, tiene alla sana alimentazione e ai corretti stili di vita.



COORDINAMENTO  
REGIONALE  
LOMBARDIA

# LA PERCEZIONE DEI PRODOTTI IN COMMERCIO



# La sigaretta tradizionale resta il simbolo più intenso del fumare, ma intercetta fumatori più adulti



**Classica, pesante, antica, vecchia, intensa, invasiva cancerogena, puzzolente, profonda, iconica, vintage, autentica**

- «**appartengono ad un'altra generazione**, tra i giovani non le vedo spesso»
- «se fumo più Terea mi sento meno affaticata, **col tabacco sento più il peso**»
- anche a **livello di gusto le preferisco perché è più marcato**, più forte»
- «**la soddisfazione che ti dà una sigaretta normale, le altre non te la danno**»
- «La sigaretta mi dava quella cosa un po' di **sporco**, anche l'odore che rimaneva addosso...»
- «l'**odore della sigaretta mi dà più fastidio** in generale»
- «il passaggio da sigarette a Glo perché mi piace fumare dentro casa e **non mi piace che rimanga la puzza**, anche per **la cenere, l'odore che sta più addosso...**»

- **È percepita come un prodotto ad oggi poco vicino ai giovanissimi:** nella cerchia dei pari solo una minoranza fuma tradizionali, la si posiziona su un fumatore adulto, con un «vizio consolidato», poco interessato alle manifestazioni più moderne del fumare.
- **Ha in ogni caso una componente di fascino simbolico ed estetico,** risultando per alcuni aspirazionale sul piano identitario: è il «vero» fumare, è associata ad una maggiore intensità emotiva ed introspezione, ad esempio vs Iqos e puff, prodotti più da show off e ambivalenti sul piano gustativo.
- **Ha una narrativa dell'esperienza molto nitida:** il gesto dell'accensione, la combustione, la percezione esatta della fine della sigaretta sono elementi che in qualche modo sublimano l'atto di fumare. Ha un gusto unico e distintivo
- **L'appel tra i giovani è contenuto, per via dei divieti, dell'odore e della maggiore pesantezza.**

# Il drum trasforma il fumo in rituale: è lento, identitario e creativo



**Rituale, artigianale, creativo,  
economico, autentico, lento, rilassante,  
alternativo, scomodo, lungo, radical,  
pausa, «swag», pazienza, baggy,  
parchetto, «nel chill»**

- «Non è solo l'atto del 'me l'accendo, fumo ed è finita'...c'è anche **tutto il momento prima, quello della preparazione, che già ti rilassa»**
- «**Mi piace avere la sigaretta in mano, lasciarla spegnere, riaccenderla, fumarla con calma, può durare anche tantissimo, lo decido io»**

- **È molto vicino alle giovani generazioni di fumatori**, ma allo stesso tempo **delinea un idealtipo specifico**: una Gen Z «creativa», universitaria, quasi una sottocultura artistica e alternativa.
- **Il tempo e il processo di preparazione sono un elemento centrale dell'esperienza**: farsi un drummino è un'esperienza meditativa, un gesto più lento, personalizzato e meno automatico. Non si consuma, ma si assapora.
- **Delinea una competence del fumatore** - non tutti sanno prepararlo - ed una forte **sinergia tra fumo e relax**: i tempi di preparazione, la possibilità di spegnimento e riaccensione, la fumata lunga, sono caratteristiche che portano ad un rituale di pace e di isolamento dal resto, ad un fumare intenzionale e ben ponderato, più che compulsivo.
- **Comunica in qualche modo appartenenza sociale**: quasi un accessorio di stile, da cui trapela un orientamento ed una visione del mondo. Viene dunque vissuto come espressione di personalità più che come semplice consumo.
- **Viene percepito come più economico**, più accessibile anche per chi ha meno risorse finanziarie

# Il device HNB/Iqos normalizza il fumo, che diviene discreto, estetico, elemento di lifestyle, ma «meno fumo»



**Tecnologico, femminile, status, chicco, compromesso, sgradevole, fasullo, di moda, imitazione, trendy, comodo, bello, elegante, versatile, accettato, pulito, design, università, gossip, aperitivo**

- «**È molto di moda**...forse è la cosa più diffusa tra i giovani, è proprio **un accessorio**, la puoi personalizzare»
- «È un **modo di fumare più moderno**, non fa fumo, non fa cenere, non ti puzzano gli abiti»
- «Però **secondo me ne fumi di più**...io vedo che ne fumano una dietro l'altra»
- «**Imitazione, radical chic (Iqos) e fake radical chic (le altre)**»
- «io penso che chi fuma Iqos non sappia fumare una sigaretta normale, nel senso che non la reggerebbe»

- **È il prodotto attualmente più vicino ai giovani**, in particolare ad una femminilità trendy e urbana, perché rende il fumo compatibile con estetica, socialità e vita quotidiana. E' inoltre la modalità più sdoganata/accettata in famiglia, e quella che tende a tenere lontano lo stigma sociale e la percezione del rischio.
- **Non è solo un'alternativa alla sigaretta, ma un vero e proprio accessorio**, incorporando componenti fashion, tecnologiche e altamente personalizzabili. I colori, le cover, il design accentuano il valore dell'oggetto in sé.
- **Abbassa notevolmente lo stigma del fumo**, riducendo odore e visibilità e diventando, per i giovani, il simbolo di una socialità urbana, curata e contemporanea, e definendo una nuova estetica e un nuovo lessico del fumare: si dice «uso la Iqos», piuttosto che «fumo la Iqos».
- **Tuttavia, l'esperienza gustativa è meno intensa e più "piatta"**, a volte non propriamente piacevole: manca la pienezza sensoriale della combustione e il gesto perde ritualità. Il consumo è quindi più automatico e compulsivo: si fuma più spesso, in modo meno consapevole, come un sottofondo continuo della giornata più che come un vero "momento".
- Per gli esteti della sigaretta è un **prodotto fasullo**, con un cattivo odore, una copia mal riuscita dell'originale

# Il device da svapo porta il fumo nella logica di un consumo continuo, compulsivo e senza pause



**Profumato, varietà, continuo, poco pratico, tossico, accompagnamento, casa, comodo, dolce, di aiuto, versatile, ingombrante, no stop, insoddisfacente, frutta**

- o «Secondo me è **più per un fumatore adulto**, non vedo molti giovani trafficare con questi liquidi, è **poco pratica, la devi ricaricare, devi sostituire il liquido**»
- o «Con le **elettroniche manca il concetto di pausa**...è più una cosa che **fumi ininterrottamente**, non è che ti fermi per svapare 5 minuti»
- o «**gustose**»
- o «la Kiwi la vedo più su una fascia della nostra età»

- È una modalità associata ad un target non necessariamente giovane, un già fumatore in cerca di un'alternativa più pratica. Non ha il fascino estetico/sociale di Iqos, né la carica trasgressiva delle puff, è quindi un dispositivo tendenzialmente funzionale, ma non da esibire.
- Chi le apprezza lo fa per la **varietà di gusti e di sapori** e per la comodità di utilizzo
- Ne emerge un racconto **piuttosto neutro, o «freddo», sul piano emotivo**: è meno iconico e identitario di sigarette e drum, non incornicia un «momento sigaretta», perchè lo svapo accompagna passivamente la giornata.
- **L'utilizzo è quasi automatico, con poca consapevolezza** di quanto si stia consumando, e l'esperienza gustativa è piacevole, ma poco memorabile: a volte è un prodotto che si affianca, un compromesso, ad esempio per poter fumare in casa o in luoghi in cui non si può fumare altro.
- **Non riesce dunque ad essere un vero simbolo generazionale**, ma occupa uno spazio intermedio meno rituale e meno «pop». Viene però riconosciuta una evoluzione del prodotto, dai device massicci con il tank in uso ora ai 30-40enni, alle ricaricabili con la pod più in linea il target dei giovanissimi

# La «puff» usa e getta parla ai più giovani: il fumo diventa gioco, ostentazione e trend



**Colorata, dolce, giocosa, adolescenziale, chimica, da maranza, costosa, sprecona, fresca, divertente, pratica, da bambini, infantile, trasgressiva, ostentazione, consumismo**

- **«Le puff sono proprio le sigarette dei maranzini, io le vedo a ragazzi molto giovani, che vogliono fare i fighi»**
- **«È la classica cosa che puoi nascondere ai genitori: non puzza, è piccola, non la devi ricaricare, la butti quando è finita»**
- **«sono troppo costose e non ti soddisfano (...) sono pochi tiri (...) costano 10 euro e in un giorno le finisci»**

- **È percepita come un prodotto particolarmente vicino ai giovanissimi fumatori**, perché fortemente legata a ostentazione e appartenenza al gruppo. In particolare, ha un'elevata risonanza a livello social, un sottobosco di canali di vendita online che escono dai canali ufficiali (le tabaccherie), un giro di rivendita tra coetanei.
- **È percepita come meno «seria» e meno rischiosa del fumo tradizionale**: il linguaggio pop, i sapori zuccherini e l'estetica giocosa attenuano la percezione del danno e allontanano simbolicamente l'idea del "vero fumatore".
- **È inoltre il prodotto elettivo per «nascondere» alla famiglia la pratica del fumo**: è piccola, discreta, priva di odori «che potrebbero tradire», si usa e si getta senza la necessità di avere ulteriori accessori che potrebbero segnalare la presenza: non va ricaricata.
- **Trasforma il fumo in un consumo continuo e inconsapevole**: a differenza della sigaretta, "non ha né inizio né fine", dunque facilita un uso compulsivo, senza una vera pausa o un momento dedicato e di ritualità. Con il tempo tende tuttavia ad essere sostituita con modalità più identitarie e calibrate sulle proprie aspettative di esperienza.





COORDINAMENTO  
REGIONALE  
LOMBARDIA

# LA PERCEZIONE DEI RISCHI DEL FUMO, I VISSUTI E LE IDEE PER INIZIATIVE DI PREVENZIONE

# La percezione del rischio: consapevolezza alta, coinvolgimento basso - i rischi legati al fumo sono noti, ma emotivamente rimandati

I giovani fumatori **non negano quasi mai i rischi del fumo**, ne hanno anzi una conoscenza diffusa e dettagliata. Non c'è mancanza di informazione, bensì **distanza emotiva dal rischio**.

Il **«danno»** - specialmente se si pensa alle conseguenze più gravi - viene percepito come **distante nel tempo, astratto, appartenente ad un «futuro adulto»**, quindi rinviato mentalmente. Spesso si esterna la convinzione di poter smettere prima che l'abitudine a fumare possa trasformarsi in un reale rischio per la propria salute.

C'è invece **maggiore sensibilità per i pericoli e le manifestazioni visibili, immediate**: la perdita del fiato, i denti gialli, il peggioramento della pelle, il cattivo odore nell'alito e sui vestiti, la riduzione di una performance sportiva...

Più che i timori sugli effetti di salute, i giovani intervistati temono gli **effetti sulla propria emotività e sulla propria stabilità psicologica**, generati dalla mancanza del fumo

- *«Il conto da pagare arriva prima o poi, i rischi li conosciamo tutti, ma è una cosa a cui preferisco non pensare adesso»*
- *«So che fa male, ma non è un problema che mi pongo adesso, i danni si manifestano quando sei adulto, o anziano, per quel periodo magari avrò già smesso da un pezzo»*
- *«La paura di non riuscire a salire agevolmente 3 rampe di scale è una cosa che mi può appartenere di più»*
- *«tendenzialmente i miei coetanei che non fumano hanno la pelle molto più pulita, distesa, i denti molto più bianchi»*
- *«ovviamente so che è sbagliato e starei meglio non fumando, ma è un discorso di salute fisica e salute mentale»*

# I fattori che minimizzano la percezione del pericolo

## STILI E FILOSOFIE GENERALI DI VITA

In linea con il fatto che essere fumatore di per sé non è un elemento forte dal punto di vista identitario, alcuni dei ragazzi intervistati evidenziano come il loro **stile di vita sia generalmente sano** e che, quindi, il danno che può arrecare il fumo è minore.

L'identità di sportivo/a, ad esempio, non appare in contrapposizione netta con l'esperienza di fumo e definisce con più forza di questa abitudine la propria relazione con la salute.

Una seconda teorizzazione è quella **edonistica**, che porta a centrare la propria attenzione sui benefici dell'oggi e (per quanto noti) a non prendere in considerazione gli effetti che si possono generare nel lungo periodo.

*«fumo abbastanza, **però innanzitutto sono uno sportivo, quindi il mio stile di vita è abbastanza sano**»*

*«anche io ho la stessa filosofia: **si vive una volta sola. Se voglio fumare, fumo...** sarà un problema della me tra un po' di anni (...) ne pagherò le conseguenze più tardi (...) sono molto per il si vive una volta sola; lo applico a tutto, non solo al fumo»*

## SCELTE DI CONSUMO

**Alcune nuove categorie di prodotto riducono la percezione del rischio:** Iqos, device da svapo e puff sono considerate modalità meno pericolose. **Prodotti più lontani dal tipico immaginario del tabacco**, che portano ad un diffuso abbassamento della soglia di allarme (persino da parte delle famiglie):

- **non c'è combustione.**
- **sono state adottate in famiglia** per ridurre l'uso di sigarette tradizionali, quasi un passaggio intermedio verso «il non fumare».
- sono **più leggere, dolci, fruttate.**
- **attorno ad esse non si è costruito un reale stigma sociale**, né ci sono studi solidi e a lungo termine che possano determinarne con sicurezza i rischi e le conseguenze per la salute.

*«**L'Iqos fa decisamente meno male delle sigarette...** lo senti sul tuo corpo che è più leggera»*

*«**Le sigarette da svapo fanno meno male, perché non c'è combustione del tabacco classico**»*



# Perdita di controllo, spesa ed effetti immediati sono i temi giusti da toccare

**Il fumare come automatismo che sfugge alla volontà**, l'aver il pensiero fisso, il non scegliere davvero **è un tema fortissimo**, più potente del rischio futuro di malattia, ed è particolarmente sentito quando si usano determinati prodotti che portano a fumare continuamente, senza momenti definiti: Iqos, device da svapo, puff.

**Per i non fumatori, va smontato l'immaginario estetico/sociale del fumare**, mostrando invece i meccanismi che si celano dietro il fascino del fumo: il fumatore va mostrato come una figura gregaria e in cerca di approvazione/accettazione, tutt'altro che cool.

**Fare prevenzione alludendo agli effetti immediati del fumo risulterebbe molto più efficace** della rappresentazione dei danni lontani: fiato corto, stanchezza, deterioramento della pelle sono elementi sperimentabili nel concreto, dunque più credibili.

**Il danno economico è un altro elemento concreto e verificabile che va sfruttato**: fumare sottrae risorse ad una serie di consumi e attività che per i giovani sono molto sentiti: viaggi, uscite, shopping...

**Si devono creare altri rituali**: i ragazzi collegano spesso il fumo alla noia, allo stress, al bisogno di pausa o di appartenenza sociale. Una buona prevenzione non si limita a demonizzare il fumo, ma coglie questi aspetti e propone altre modalità di decompressione.

- *«Per noi funzionerebbe di più **una prevenzione che parli degli effetti che già noi possiamo sperimentare**»*
- *«il polmone nero lo guardo e penso «che schifo!», non penso «ho paura di averlo». **Invece la paura di non riuscire a fare tre rampe di scale mi può appartenere di più**»*
- *«**La prevenzione ti deve far riflettere, non terrorizzarti**, ad esempio dovrebbero parlare della dipendenza mentale, dal fatto che alla fine non si sceglie più di fumare, ma si ha bisogno di farlo, queste cose secondo me potrebbero essere più efficaci»*
- *«ho notato che su di me, in un anno, fumare mi ha cambiato la voce da così a così, me l'ha abbassata, ma non avevo mai sentito nessuno parlare di questa cosa qua»*
- *«**Funzionerebbe anche farti vedere quanto puoi risparmiare senza fumare, tutte le cose che potresti fare**»*

# Tono empatico, linguaggio contemporaneo e testimonial/storie autentiche

**I ragazzi vogliono sentirsi capiti**, non giudicati.

**La comunicazione deve sembrare vera, parlata, vicina, non utilizzare un linguaggio da adulti**, un lessico sanitario o uno stile da slogan pubblicitario.

**Funzionano le persone normali, i racconti personali, sinceri, più che i testimonial e le narrazioni istituzionali, da «pubblicità progresso»:** le storie personali sono considerate più credibili e coinvolgenti, i personaggi non devono essere stereotipati, ma calati in situazioni e momenti quotidiani.

- *«Anche **la modalità deve essere più vicina al nostro mondo...**non c'è bisogno di questi messaggi cupi, pesanti, un po' anni 2000.*
- *Mi piacerebbe vedere **personaggi che sono più veri, che raccontino storie vere, non che minaccino sui rischi**»*
- *«**Non bisogna avere un tono che giudica negativamente il fumatore, bisogna portarlo a riflettere, suggerirgli un'alternativa**»*



COORDINAMENTO  
REGIONALE  
LOMBARDIA

## Conclusioni

# Spunti di policies

**1** **La funzione informativa è indispensabile** ed è bene che inizi già nella scuola primaria, permettendo ai bambini di comprendere i pericoli del fumo con l'obiettivo di portarli a non farne mai esperienza

**2** È importante costruire **la consapevolezza che fumare o non fumare è una scelta ineluttabile** che tutti devono prima o poi fare: come si può allora arrivare ad essere pronti nel momento in cui ci si trova a dover scegliere?

**3** Tra gli adolescenti **la consapevolezza dei rischi di lungo periodo è assodata e il continuo rimarcarli appare del tutto inutile**, soprattutto se viene fatto con toni paternalistici. Anzi, **la stigmatizzazione dei fumatori rischia di creare simpatia e desiderio di fumare per affermare la propria identità di giovane indipendente.**

**4** Chi ha già fatto **esperienze di fumo ha ben presente gli effetti positivi** (anche per il racconto degli amici) **e conosce gli effetti negativi di lungo periodo** (che però sono quasi sempre minimizzati). In questi casi la prevenzione dovrebbe concentrarsi sugli effetti negativi di breve periodo e sul concetto di dipendenza

**5** Il concetto **astratto di fumatore appare lontano e desueto**: la prevenzione andrebbe fatta nello specifico dei singoli prodotti e parlando del fumare come gesto e non del fumatore come persona

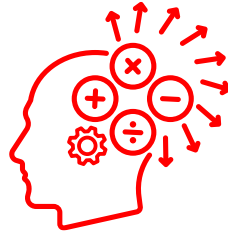
Una prevenzione primaria capace di **portare bambini e preadolescenti ad una forte consapevolezza quando dovranno fare la scelta tra fumare e non fumare**

Una prevenzione secondaria che metta in gioco **la capacità degli adolescenti di avere il controllo rispetto al fumo, senza giudicarli in quanto fumatori**

# Barriere e driver rispetto al fumo: la sfida dello «smetto quando voglio»

## COSA FRENA

1. L'**odore** di sigaretta, soprattutto negli spazi chiusi, quello che ti rimane addosso
2. Il **costo**...
3. Gli **effetti estetici** sui denti, sulla pelle, sulla voce
4. La percezione di **perdere il controllo** su quanto si fuma e di non essere in grado di smettere



## COSA SPINGE

1. Il fumo **come strumento facile** ed immediato di **gestione dell'ansia**
2. **La paura di non saper gestire il proprio malessere psichico** (es ansia) immediato e nel presente
3. (per i fumatori) Il **senso dell'abitudine**, la volontà di non uscire dalla propria comfort zone

## LA SFIDA: SMETTO QUANDO VOGLIO

Nella ridefinizione delle policies di prevenzione **appare importante pensare a strumenti che mettano al centro il contrasto alla dipendenza più che al fumo in sé.**

Dire di non fumare tout court appare stigmatizzante e paternalistico e minimizza i vantaggi percepiti (importanti per i ragazzi), mentre **ragionare sulla dipendenza porta a riflettere sulla salvaguardia del valore della libertà individuale.**

Una ipotesi di lavoro con i ragazzi può essere quella della sfida **«smetto quando voglio»:** proporre ai giovani fumatori di provare a non fumare per 1 settimana/ 1 mese e, al termine del periodo stabilito, confrontarsi sui risultati ottenuti

*«la mancanza della nicotina la sento se non fumo; secondo me è quella la dipendenza. Come l'alcol: l'alcolista è chi ha una dipendenza dall'alcol, ma tutti facciamo uso di alcol (...) il fumatore è quello che vedi alle 8 del mattino che esce di casa con la sigaretta in bocca».*



*"There is nothing so stable as change"*  
**Bob Dylan**

**Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.**

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- **AFFIDABILITÀ**, 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
- **DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
- **ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
- **PERSONE**, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

#### **SWG S.p.A. - Società Benefit da dicembre 2022**

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA, ESOMAR e WIN. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

SWG S.p.A., in coerenza con gli obiettivi di beneficio comune recepiti nello statuto sociale e con il Codice Etico della società, ha ottenuto la certificazione della parità di genere ai sensi della prassi UNI/PdR 125:2022. La finalità del Sistema di certificazione della parità di genere alle imprese è quella di favorire l'adozione di politiche per la parità di genere e per l'empowerment femminile a livello aziendale e quindi di migliorare la possibilità per le donne di accedere al mercato del lavoro, di leadership e di armonizzazione dei tempi vita-lavoro.

SWG è iscritta al Registro di Trasparenza dell'UE, nel pieno rispetto degli standard di trasparenza definiti dalle istituzioni Europee (n. 364184999182-85).

#### **TRIESTE**

Via S. Giorgio 1 - 34123  
Tel. +39 040 362525

#### **MILANO**

Via G. Bugatti 5 - 20144  
Tel. +39 02 43911320

#### **ROMA**

Piazza di Pietra 44 - 00186  
Tel. +39 06 42112

#### **BRUSSELS**

Square de Meeûs 35  
Tel. +32 28939700

