

CODACONS

Sede legale ROMA viale G. Mazzini 73 Tel. 06.3725809 Fax 06.3701709 cap 00195 e.mail: info@codacons.it
www.codacons.it



Roma, 31 ottobre 2019

PROT. N. MIL/208
(da citare nella risposta)

Spett.le AGCOM
Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni
Via Isonzo, 21
00198 Roma (RM)

Inviata via PEC a: agcom@cert.agcom.it

Spett.le Ministero della Salute
Viale Giorgio Ribotta 5
00144 Roma (RM)

Inviata via PEC a: gab@postacert.sanita.it

Spett.le Juul Labs Italia S.R.L.
Via Pietro Paleocapa 1
20121 Milano (MI)

Inviata via PEC a: juullabsitalia@pec.it

Spett.le Philip Morris Italia S.r.l.
Via Po 11-13-15
00198 - Roma

Inviata via PEC a: philipmorrissitaliasrl@pec.it

**ESPOSTO/DENUNCIA E CONTESTUALE DIFFIDA - ISTANZA DI ACCESSO AGLI
ATTI EX ARTT. 22 E SEGUENTI L. 241/1990**

Il CODACONS (C.F. 97102780588) - Coordinamento delle associazioni per la difesa dell'ambiente e la tutela dei diritti di utenti e consumatori - con sede in Roma, Viale G. Mazzini n. 73, Pec: ufficiolegalecodacons@pec.codacons.org e ARTICOLO 32-97 - ASSOCIAZIONE ITALIANA PER I DIRITTI DEL MALATO E DEL CITTADINO, con sede in Roma Via San Tommaso d'Aquino n. 15 in persona del legale rappresentante pro tempore Avv. Giuseppe Ursini (C.F. RSNP49A29H798I), si permettono di esporre quanto segue.

PREMESSO CHE

- Il CODACONS è un'Associazione senza fini di lucro, la cui finalità è quella di tutelare *“con ogni mezzo legittimo, ivi compreso il ricorso allo strumento giudiziario, i diritti e gli interessi dei consumatori ed utenti, categoria socialmente debole[...](art. 2 Statuto Codacons).*
- Il CODACONS è Associazione italiana di consumatori iscritta nell'elenco delle Associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale ex art. 137 del D.Lgs. 6 settembre 2005, n. 206 – Codice del consumo.
- Il CODACONS è, altresì, Associazione con riconosciute finalità di Ente – parapubblicistico, così come riconosciuto da ultimo dal Consiglio di Stato (si v. Cons. di Stato Ad. Plen. N. 1 del 2007).
- Il CODACONS è associazione di protezione ambientale riconosciuta, con d.m. n.109/scoc/95 del 17.10.95, ai sensi della legge 8 luglio 1986 n. 349 istitutiva del ministero dell'ambiente, nonché ai sensi del d. lgs. 152/06, proprio in virtù dei fini statuari e delle attività svolte a difesa dell'ambiente e della salute.
- Il CODACONS *“Organizza il monitoraggio delle campagne pubblicitarie contro la diffusione di pubblicità ingannevole, per il diritto a ricevere un'informazione adeguata alla qualità dei prodotti e dei servizi, e tutela i minori dalla diffusione mediatica di immagini, messaggi e contenuti nocivi, realizza attività editoriali anche divulgative ed attività culturali”* (Art. 2 Statuto Codacons)
- Il CODACONS intende tutelare in particolare *“[...] la salute; l'ambiente; il buon andamento dei servizi pubblici essenziali; il buon andamento della Pubblica Amministrazione, l'incolumità pubblica”* (art. 2 Statuto CODACONS).
- Al CODACONS è affidata la tutela degli *“interessi collettivi dei consumatori”*, e il compito di agire a tutela *“dell'interesse generale e comune ad un'intera categoria di utenti o consumatori”* (Corte Di Cassazione, N. 17351/2011).

*** **

- L'Associazione ARTICOLO 32-97 – ASSOCIAZIONE ITALIANA PER I DIRITTI DEL MALATO E DEL CITTADINO è Associazione di volontariato di cui alla L. 266/91 autonoma, senza fini di lucro a base democratica e partecipativa che persegue esclusivamente obiettivi di solidarietà sociale e non esercita attività economica.
- ARTICOLO 32-97 ha come finalità la tutela della salute dei consumatori ed utenti anche in riferimento alla gestione, organizzazione ed attività delle pubbliche amministrazioni per garantire una effettiva tutela, anche giudiziale, degli interessi degli associati che rappresenta.
- ARTICOLO 32-97 *“svolge la propria attività al fine principale di garantire e prestare la migliore tutela possibile del “diritto alla salute” in termini di generalità e di globalità”*. (Art. 2 Statuto)
- Le principali finalità dell'Associazione sono volte a: a) *tutelare il diritto alla salute quale “diritto a un ambiente salubre”*; [...] d) *nell'ambito dell'esclusiva difesa dei consumatori, promuovere e*

assicurare la tutela, sul piano informativo preventivo, contrattuale e giudiziale risarcitorio, dei fondamentali diritti improntati alla tutela della salute, alla sicurezza e alla qualità dei prodotti, ad una adeguata informazione e ad una corretta pubblicità” (art. 2 Statuto).

*** **

In presenza di condotte lesive di interessi e diritti la cui tutela è indicata nello statuto delle Associazioni quale ragione stessa della propria la Corte di Cassazione a Sezioni Unite con sentenza n. 38343/14 ha stabilito che l'offesa all'interesse perseguito dall'organismo in riferimento ad una situazione storicamente circostanziata, stabilito dallo Statuto a ragione stessa della propria esistenza e azione, ha come effetto che ogni attentato a tale interesse si configura come lesione della personalità o identità del sodalizio (in senso conforme, tra le altre, Cass., sez. IV, 27 aprile 2015, n. 27162; Cass., sez. I, 17 maggio 2011, n. 29700).

Tra i fini statutari delle scriventi Associazioni rientrano la tutela dei diritti degli utenti dinanzi a pubblicità ingannevoli od occulte nonché la tutela della salute dei singoli e dell'intera collettività messi a rischio dalle condotte descritte nella presente e che legittimano, pertanto, le stesse all'azione.

ESPONGONO QUANTO SEGUE

Le scriventi associazioni nel perseguimento dei propri fini statutari per la tutela dei diritti inviolabili dei singoli agiscono quotidianamente al fine di contrastare il fenomeno del tabagismo e tutte le attività ad esso inerenti che possano incrementarlo o sostenerlo in alcun modo. In tale ambito sono numerose le battaglie contro le pubblicità dirette od occulte dei prodotti da tabacco nonché a favore di campagne di sensibilizzazione sui danni alla salute provocati dal fumo.

Le scriventi Associazioni ritengono necessario nonché doveroso segnalare la grave situazione relativa alla commercializzazione e pubblicizzazione di prodotti proposti come alternativa alle sigarette: sigarette elettroniche e vaporizzatori, nonché sigarette a tabacco riscaldato.

Negli ultimi anni, infatti, sono apparse sul mercato le sigarette elettroniche (dette anche e-cig) ed i vaporizzatori pubblicizzati come alternative non nocive al fumo di sigaretta nonché, soprattutto, come strumenti utili per smettere di fumare. In particolare nel 2001 veniva creata la prima sigaretta elettronica proprio con l'obiettivo di offrire un'alternativa al consumo di tabacchi lavorati per ridurre il numero di casi di malattie legate al fumo di sigarette garantendo allo stesso tempo le medesime percezioni sensoriali procurate da pipe, sigarette e sigari. Entrambi i prodotti muovono dalla consapevolezza della nocività della

combustione che produce anidride carbonica presente nelle sigarette tradizionali ed, infatti, entrambi ne sono privi.

Nel 2014, la Philip Morris è entrata nel mercato delle alternative al fumo tradizionale con la **sigaretta IQOS, che non usa le ricariche aromatiche della sigaretta elettronica né utilizza la combustione propria della sigaretta tradizionale poiché il tabacco viene semplicemente riscaldato da una lamina di platino a 350 gradi tanto da non produrre fumo o ceneri** (cfr. articolo “Sigaretta ‘senza fumo’ della Philip Morris, fa davvero meno danno?”, di Carla Tropia, al link: <https://ilsalvagente.it/2016/01/28/sigaretta-senza-fumo-fa-davvero-meno-danno/5455/>). La sigaretta IQOS è stata definita una nuova tipologia di *"sigaretta che scalda il tabacco e non lo brucia, riducendo in questo modo i rischi per la salute delle persone"*. Il nuovo prodotto si compone di due parti – un device da inalazione, "iQOS", che scalda il tabacco invece di bruciarlo, e una cartuccia di tabacco, "HEETS". Dunque, secondo quanto riferito dalla Philip morris, caratteristica della IQOS, che la renderebbe meno nociva rispetto agli altri prodotti da tabacco, sarebbe quella di scaldare senza bruciare tabacco.

A seguito dell'immissione in commercio dei prodotti citati sono aumentate esponenzialmente aziende produttrici e venditrici delle sigarette elettroniche, nonché, per l'effetto, anche le relative pubblicità. I punti di forza rappresentati nella quasi totalità delle campagne pubblicitarie sono l'assenza di rischi per la salute e l'aiuto che essi fornirebbero nell'intento di liberarsi della dipendenza da fumo. Le due diverse tipologie di sigarette elettroniche che non impiegano la combustione – accusata di essere il principale elemento nocivo per la salute – sono le sigarette elettroniche (e-cig) e i vaporizzatori che si differenziano solo per l'impiego di sostanze liquide o solide che vengono riscaldate e inalate. A queste si affiancano le sigarette a tabacco riscaldato, del tipo "Iqos".

Occorre sottolineare, però, che gli studi scientifici aventi ad oggetto la presenza o meno di rischi per la salute conseguenti all'utilizzo delle sigarette elettroniche e delle sigarette a tabacco riscaldato sembrerebbero non essere del tutto univoci. Pur in assenza di evidenze circa la non nocività di tali prodotti le aziende, però, sembrerebbero pubblicizzarli facendo leva proprio sull'assenza di rischi alla salute.

Si segnalano, a titolo esemplificativo e non esaustivo, per quanto attiene le sigarette elettroniche, il sito <https://www.vaporoso.it/> dove si pubblicizzano diverse marche di sigarette affermando che *"questa tipologia più avanzata di e-cig è indicata per chi già fa parte di questo mondo, e ha deciso di rimanerci perchè ama svapare. Perché fa il 95% meno male, ed è almeno il 95% più gustoso del fumo a combustione"*. O ancora la pubblicità su Youtube delle sigarette "Ebreeze" dove si afferma *"La libertà di fumare ovunque senza rischi per la salute tua e di chi ti sta*

accanto, e breeze la sigaretta elettronica che lascia intatto tutto il gusto del fumo, inizia a volerti bene e dimentica il tuo vecchio modo di fumare” (<https://www.youtube.com/watch?v=ptwRmkj-ebs>).

E ancora: <https://www.youtube.com/watch?v=UWkIfpPTzZg> “sigaretta elettronica per i fumatori del terzo millennio...Passare a Puff ti farà guadagnare il benessere e risparmiare fino al 70%, con la sicurezza di articoli selezionati dai migliori produttori, con le stesse sensazioni di una sigaretta tradizionale...Fuma intelligente e dove vuoi tu”; <https://www.youtube.com/watch?v=Y6Lk61qaqlw> “No smoking by Med, la nuova sigaretta elettronica che non si fuma, si svapa, **non crea danni alle persone**, la fumi ovunque, un’alleata perfetta per i fumatori che hanno deciso di smettere con le sigarette tradizionali”.

Per quanto attiene le sigarette a tabacco riscaldato, invece, si segnala la pubblicizzazione e presente online sul sito Iqos: “Senza cenere, senza fumo e con un odore meno persistente”, con la semplice avvertenza, peraltro riportata a fine pagina web e dunque poco visibile, “*Prodotto non privo di rischi. Destinato ai soli fumatori adulti*”. Inoltre, sembrerebbe che sui pacchetti delle “Heets” appaiano messaggi promozionali quali “*stop burning, heat instead*”.

Non solo: la sigaretta IQOS viene sponsorizzata anche attraverso pagine web a carattere promozionale anche sui principali social network. In particolare su facebook si trova la pagina IQOS LOVERS ITALIA (link <https://it-it.facebook.com/iqositalia/>), contenente messaggi quali “*IQOS è sempre una buona idea!*”, “*In ogni singolo momento!*”, “*Scalda e non brucia!*”. Sul sito di IQOS (https://it.iqos.com/it?sef_rewrite=%291) si trova il messaggio “Il gusto autentico del tabacco, così come dovrebbe essere. Le ragioni per scegliere IQOS non bastano mai. IQOS contiene vero tabacco, non produce cenere, né fiamma né fumo e ti garantisce tutto il piacere della sigaretta, ma senza il suo odore intenso. IQOS è la tua alternativa alla sigaretta”.

In Italia, dunque, la pubblicizzazione delle Iqos e delle sigarette elettroniche sembra essere diffusa e costante. Di recente le segnalazioni pervenute alle scriventi associazioni hanno dato atto anche della pubblicizzazione all’interno della metropolitana (all.2, ove si pubblicizza la JUUL con un “Laura è passata a JUUL”, rilevando che il prodotto è “L’alternativa per fumatori. Adulti.”, ma affiancando l’immagine di una giovane donna, rivolgendosi dunque evidentemente ad un pubblico molto giovane).

Da ultimo, tuttavia, le e-cig si sono rese protagoniste, oltreoceano, di episodi allarmanti. Contrariamente a quanto avviene nel nostro paese, ove le sigarette elettroniche vengono pubblicizzate e tollerate in maniera indiscriminata, negli Stati Uniti le e-cig sono al centro di un vortice mediatico in ragione di numerosi ricoveri in ospedale di soggetti fruitori di tali prodotti. Sembrerebbe, infatti, che ben 16 persone siano state recentemente ricoverate nella città di Milwaukee riferendo difficoltà di respirazione e dolore al petto. Alle stesse sarebbe

stata diagnosticata una "polmonite chimica" potenzialmente riconducibile all'uso delle sigarette elettroniche. A seguito di tali avvenimenti il Dipartimento della salute della città di Milwaukee ha diramato un'allerta invitando i cittadini a cessare l'utilizzo delle e-cig (si v. <https://edition.cnn.com/2019/08/29/health/milwaukee-stop-vaping-trnd/index.html>).

In tutti gli Stati Uniti i casi di problematiche ai polmoni correlate all'utilizzo delle sigarette elettroniche sono circa 193 secondo i dati diffusi dal "Centers for Disease Control and Prevention" (si veda <https://www.cdc.gov/media/releases/2019/s0821-cdc-fda-states-e-cigarettes.html>).

Tra le numerose aziende produttrici di sigarette elettroniche al centro delle critiche si colloca la **Juul**, sulla quale si è focalizzata l'attenzione dei media in ragione delle accuse ad essa mosse per la propria campagna pubblicitaria in America: in particolar modo l'azienda viene accusata di indirizzare la propria pubblicità – nella quale soprattutto non si farebbe menzione ai rischi legati all'utilizzo della sigaretta elettronica – soprattutto ai giovani. L'azienda negli Stati Uniti avrebbe, infatti, organizzato numerosi eventi di presentazione dei propri prodotti diffondendone la notizia mediante volantini che ritraevano giovani ragazzi ed un invito a partecipare al "party". Sulla questione nel luglio 2019, il Dr. Robert Jackler, M.D., professore alla Stanford University School di Medicina affermava che *"il primo marketing di JUUL (2015-inizio 2016) era palesemente orientato ai giovani. Per i successivi 2 anni e mezzo i suoi canali di social media sono stati frequentati da ragazzi minorenni..."*. Desmond Jensen del Public Health Law Law Center della Hamline University School of Law dichiarava, invece: *"Abbiamo milioni di bambini sotto i 18 anni che ora utilizzano prodotti del tabacco, e non avrebbero mai toccato quei prodotti se non perché spinti dalla pubblicità ingannevole di Juul"*.

L'azienda sembrerebbe esser stata citata in giudizio proprio per pubblicità ingannevole e nel mese di settembre l'FDA (Food and Drug Administration), ente governativo statunitense che si occupa di verificare i prodotti alimentari e farmaceutici alle dipendenze del Dipartimento della Salute e dei servizi umani degli Stati Uniti d'America, sarebbe intervenuta richiedendo documenti ed informazioni alla Juul relative alla sua attività al fine di verificare la fondatezza delle accuse mosse verso la società.

Negli Stati Uniti è stata, recentemente, avviata una class action contro la Juul (*Viscomi et al. v. JUUL Labs, Inc. et al.*) per conto di tutti coloro che hanno fatto utilizzo dei prodotti commercializzati dall'azienda (si v. per i dettagli <https://bergermontague.com/cases/juul-class-action-lawsuit/>). L'azienda è stata accusata, infatti, di vendita e pubblicità ingannevole diretta soprattutto a coinvolgere i più giovani nell'utilizzo delle sigarette elettroniche da essa prodotte.

Sembrirebbe, inoltre, che l'attenzione si sia focalizzata principalmente sulla nocività dei liquidi inalati attraverso il loro riscaldamento: da una parte in relazione all'utilizzo da parte dei consumatori di liquidi composti da marijuana e altre sostanze "fai da te", d'altra parte in relazione alla nocività dei liquidi disponibili in commercio cosiddetti "aromatizzati": un recente studio condotto dalla Harvard TH Chan School for Public Health ha messo in evidenza che i popolari prodotti di sigarette elettroniche venduti negli Stati Uniti risulterebbero contaminati da tossine batteriche. Lo studio, che ha esaminato 75 prodotti di sigarette elettroniche ha scoperto che il 27% di loro "conteneva tracce di endotossina e l'81% "conteneva tracce di glucano" che si trova nelle pareti cellulari della maggior parte dei funghi.

Alla luce di tali considerazioni, la FDA sta attualmente elaborando una guida per rimuovere dal mercato tutti gli aromi non-tabacco delle sigarette elettroniche nel breve periodo. Le aziende potranno procedere reintroducendo i propri gusti in un secondo momento, successivamente alla presentazione di una domanda formale all'ente e solo dopo specifica approvazione. Alcune città, quali Michigan, San Francisco, Boulder e Colorado avrebbero del tutto vietato le sigarette elettroniche aromatizzate.

Ad oggi, quindi, non vi sono studi specifici che dimostrino i rischi per la salute derivanti dall'utilizzo di e-cig e vaporizzatori, ma numerosi decessi e malanni che si sono verificati negli Stati Uniti sono stati ricondotti proprio all'utilizzo di tali prodotti.

In tale ottica, dunque, la pubblicizzazione delle sigarette elettroniche in assenza di indicazioni circa la loro nocività – od addirittura con la precisazione che non costituiscono rischi per la salute - rappresenterebbero non solo pubblicità ingannevole, ma anche un grave rischio per la salute della collettività e soprattutto dei giovani.

Pur in assenza di episodi analoghi a quelli avvenuti negli Stati Uniti in relazione alle sigarette elettroniche, anche le modalità promozionali delle Iqos sembrerebbero veicolare il messaggio che tale sigaretta sia la migliore scelta per la salute dei fumatori, comportando rischi minori rispetto alle sigarette tradizionali.

Anche in questo caso, si rileva che – in assenza di uno studio sulla minore nocività della Iqos – la campagna promozionale di Philip Morris appare illegittima.

CONSIDERATO CHE

1. Sulle Iqos.

Occorre in primo luogo soffermarsi sulla sigaretta Iqos, in relazione alla grandissima diffusione che la caratterizza. La Iqos, come anticipato, si basa su un meccanismo di funzionamento diverso da quello delle sigarette elettroniche e dei vaporizzatori, e basato sul

riscaldamento del tabacco senza combustione. La commercializzazione e la pubblicizzazione delle Iqos, tuttavia, devono essere sottoposte a precisi limiti, per i motivi che seguono:

a. I rischi per la salute derivanti dall'utilizzo di IQOS. Il principio di precauzione.

Orbene, l'affermazione secondo cui tale dispositivo sarebbe più sicuro della sigaretta tradizionale sembrerebbe non essere fondata su alcuno studio scientifico indipendente, non sembrando, dunque, provato il minor rischio per la salute in relazione all'utilizzo di IQOS. La stessa Philip Morris, ed in particolare il suo amministratore delegato, si è dimostrata, al momento del lancio della IQOS, cauta circa la sua ridotta tossicità rispetto alle sigarette tradizionali o alle sigarette elettroniche. In particolare l'amministratore delegato avrebbe dichiarato alla stampa che *"non possiamo affermare si tratti di un prodotto a rischio potenzialmente ridotto. Abbiamo iniziato una serie di test clinici che arriveranno a compimento tra poco più di un anno. Non è possibile trarre conclusioni fino a quando non sarà stato completato ed analizzato l'intero insieme dei risultati scientifici"* (cfr. articolo "Philip Morris lancia una sigaretta che non fuma", al link <https://www.wired.it/economia/2014/11/21/philip-morris-lancia-sigaretta-non-fuma/>).

Ad oggi, sembrerebbe che la ridotta tossicità di IQOS continui ed essere priva di dimostrazione certa, anche a causa del breve periodo di commercializzazione, che non permette di verificarne gli effetti a lungo termine. Da ultimo si è appresa la notizia che IQOS ha avuto il via libera alla vendita negli Usa da parte della Fda (*Food and drug administration*) (si veda il link: http://www.quotidianosanita.it/scienza-e-farmaci/articolo.php?articolo_id=73551), dopo un lungo periodo di attesa dovuto al fatto che, secondo l'autorità statunitense, non c'erano ancora prove sufficienti che dimostrassero un rischio ridotto di malattie dovute al tabacco grazie a questo dispositivo (cfr Repubblica online, al link http://www.repubblica.it/salute/2018/01/29/news/sigarette_elettroniche_dannose_per_il_dna-187559372/). In ogni caso, nonostante l'autorizzazione alla commercializzazione, la FDA ha rilevato che la Iqos *"dovrà comunque recare le etichette di avvertimento delle sigarette tradizionali e sarà soggetta alle stesse restrizioni sulla pubblicità televisiva, radiofonica e stampata. Restrizioni anche sulla commercializzazione su Internet"*.

La minore nocività della Iqos rispetto alle sigarette tradizionali, allora, non sembrerebbe dimostrata: Secondo uno studio presentato da Imperial Tobacco, predisposto dal chief scientist Steve Stotesbury, la IQOS non sarebbe, infatti, meno nociva delle sigarette tradizionali (<http://www.lanotiziogiornale.it/big-tobacco-guerra-tra-lobby-imperial-attacca->

[philip-morris-nel-mirino-pure-le-foto-di-renzi-con-i-vertici-della-multinazionale-usa/](#)).

Ancora, uno studio recentemente pubblicato sul giornale della European Respiratory Society (Ers) mostra che le Iqos potrebbero essere dannose quanto le sigarette tradizionali.

Netto nel bocciare le IQOS è stato, anche, il dott. Silvano Gallus dell'Istituto di ricerche farmacologiche Mario Negri: *“Tutti gli studi tossicologici realizzati finora sulla iQOS – ci conferma – sono stati condotti e finanziati dalla Philip Morris stessa. È lampante l'assenza di studi indipendenti condotti per quantificare il reale livello di tossicità di questi dispositivi. Finora è stato pubblicato soltanto uno studio sull'iQOS da colleghi giapponesi, ma in quel caso la ricerca mirava a stimare le percentuali di consapevolezza e di utilizzo di sigarette elettroniche e a base di tabacco riscaldato tra la popolazione giapponese, compresi i minori. Nessun controllo sulla tossicità. La verità è che l'iQOS, anche se non produce combustione, utilizza il caro vecchio tabacco, ovvero lo stesso prodotto attualmente responsabile soltanto in Italia di circa 70mila morti evitabili l'anno”,* continua Gallus. *“Pertanto, sebbene sia ragionevole pensare che la sigarette senza combustione sprigioni meno sostanze potenzialmente nocive rispetto alla sigaretta convenzionale, è di fondamentale importanza che le riduzioni delle emissioni di sostanze siano confermate da studi scientifici indipendenti, che dovrebbero essere promossi e finanziati dal ministero della Salute. Infine, è lecito domandarsi se una riduzione anche netta di sostanze tossiche sprigionate da iQOS si rifletta o meno in una riduzione altrettanto netta del rischio per la salute”* (Cfr. <https://ilsalvagente.it/2016/01/28/sigaretta-senza-fumo-fa-davvero-meno-danno/>).

Anche il professor Riccardo Polosa, ordinario di Medicina interna dell'Università di Catania, dopo aver affermato che *“sul tema delle sigarette a tabacco riscaldato non sono ancora disponibili ricerche indipendenti che possono confermare o meno la sicurezza del prodotto e la sua appartenenza alla categoria a rischio ridotto.* (cfr.:<http://www.testmagazine.it/2016/01/28/sigaretta-senza-fumo-fa-davvero-meno-danno/5455/>), ad oggi rileva che *“Per quanto riguarda la commercializzazione oltreoceano dei dispositivi Iqos, invece, va precisato che lo scorso 24 e 25 gennaio gli esperti scientifici di Philip Morris hanno presentato alcuni studi al Comitato Scientifico Consultivo per i Prodotti del Tabacco (TPSAC) della Food and Drug Administration degli Stati Uniti per chiedere al governo americano di commercializzare IQOS negli USA con l'etichetta di “Prodotto del Tabacco a Rischio Modificato. Il TPSAC ha riconosciuto nella documentazione sottomessa l'effettiva riduzione della formazione di sostanze dannose o potenzialmente dannose nell'aerosol generato dalle cosiddette IQOS ma non ha espresso voto favorevole su alcuni termini specifici da utilizzare nell'ambito della comunicazione ai consumatori relativamente al rischio e al danno”* (cfr. <https://www.skyvape.it/vape/index.php/news-italia/21-salute-italia/225-il-prof-riccardo-polosa-interviene-su-dna-e-iqos.html>).

In considerazione di quanto esposto appare evidente – in applicazione del principio di precauzione, di cui subito si dirà - come appaia esigenza imprescindibile, a tutela della salute umana, l'effettuazione di studi scientifici indipendenti relativi alla eventuale nocività della Iqos, studi che ad oggi non sembrerebbero essere stati effettuati.

In tal senso il Codacons, già nel maggio 2018, aveva preso contatti con la Philip Morris al fine di discutere delle modalità di comunicazione dell'azienda relative alla Iqos (all.1).

Come noto, il principio di precauzione trova il suo fondamento nell'articolo 191 del Trattato Sul Funzionamento Dell'Unione Europea che in tema di tutela ambientale – che comprende anche la protezione della salute umana - impone una politica fondata sui principi della precauzione e dell'azione preventiva. In ragione dell'ampio margine di interpretazione che tale articolo comporta, la Commissione Europea è intervenuta per chiarirne l'effettiva portata: con la Comunicazione della Commissione sul principio di precauzione del 2000 è stato, infatti, chiarito che *“la sua portata è molto più ampia ed esso trova applicazione in tutti i casi in cui una preliminare valutazione scientifica obiettiva indica che vi sono ragionevoli motivi di temere che i possibili effetti nocivi sull'ambiente e sulla salute degli esseri umani, degli animali e delle piante possano essere incompatibili con l'elevato livello di protezione prescelto dalla Comunità”*.

Lo scopo di tale principio, infatti, è garantire un alto livello di protezione grazie a delle prese di posizione preventive in caso di rischio.

Ebbene, il principio di precauzione può essere invocato quando un fenomeno, un prodotto o un processo può avere effetti potenzialmente pericolosi, individuati tramite una valutazione scientifica ampia ed obiettiva, se questa valutazione non consente di determinare il rischio con sufficiente certezza. Il ricorso al principio si iscrive, pertanto, nel quadro generale dell'**analisi del rischio** (che comprende, oltre la valutazione del rischio, la gestione e la comunicazione del rischio) e più particolarmente nel quadro della **gestione del rischio** che corrisponde alla fase di presa di decisione.

Per invocare il principio di precauzione, dunque, è sufficiente che il rischio per la salute umana sia anche solo potenziale.

Ebbene, appare evidente che ove fosse confermata l' assenza di studi scientifici sulle Iqos, ci si potrebbe trovare, nel caso che ci occupa, dinanzi a quello che la stessa Commissione definisce *“incertezza scientifica”* e che *“può derivare da controversie sui dati esistenti o dalla mancanza di dati [...] L'incertezza può riguardare elementi qualitativi o quantitativi dell'analisi”*, **con**

conseguente illegittimità dell'autorizzazione alla commercializzazione sino al consolidarsi di dati certi.

b. Il divieto di pubblicità ingannevole.

Peraltro, in relazione alle Iqos, appare altresì imprescindibile provvedere ad una segnalazione chiara e inequivocabile nell'ambito delle campagne promozionali circa i rischi ed inevitabili danni che l'utilizzo di un prodotto contenente tabacco, quale è quello di cui si tratta, comporta per il consumatore.

Le campagne promozionali e pubblicitarie della IQOS poste in essere dalla Philip Morris Italia S.r.l., invece, così come si sono descritte in premessa, appaiono idonee ad indurre in errore il consumatore in relazione ai rischi che l'utilizzo del prodotto può comportare per il consumatore. Quest'ultimo infatti è portato a ritenere, in ragione degli slogan proposti, che IQOS non sia nociva per la salute ed in ogni caso sia meno nociva della sigaretta tradizionale, essendo presenti sia in rete che presso i rivenditori autorizzati continui inviti alla prova gratuita e richiami alla minor pericolosità del prodotto.

Tali campagne pubblicitarie, pertanto, devono essere inquadrare nell'ambito delle pratiche commerciali scorrette, in violazione dell'art. 21 del D. Lgs. 206/2005, secondo il quale *“E' considerata ingannevole una pratica commerciale che contiene informazioni non rispondenti al vero o, seppure di fatto corretta, in qualsiasi modo, anche nella sua presentazione complessiva, induce o è idonea ad indurre in errore il consumatore medio riguardo ad uno o più dei seguenti elementi e, in ogni caso, lo induce o è idonea a indurlo ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso:*

a) l'esistenza o la natura del prodotto;

b) le caratteristiche principali del prodotto, quali la sua disponibilità, i vantaggi, i rischi, l'esecuzione, la composizione, gli accessori, ... la descrizione, l'origine geografica o commerciale o i risultati che si possono attendere dal suo uso, o i risultati e le caratteristiche fondamentali di prove e controlli effettuati sul prodotto”.

In punto di messaggi pubblicitari relativi ai prodotti da tabacco, peraltro, la Corte di Cassazione, con sentenza n. 794 del 2009, ha stabilito che *“L'apposizione, sulla confezione di un prodotto, di un messaggio pubblicitario considerato ingannevole (nella specie il segno descrittivo «light» sul pacchetto di sigarette) può essere considerato come fatto produttivo di danno ingiusto, obbligando colui che l'ha commesso al risarcimento del danno, indipendentemente dall'esistenza di una specifica disposizione o di un provvedimento, che vieti l'espressione impiegata”.*

Inoltre, si richiama il già citato D. Lgs. 6 del 2016, che, all'art. 14, con disposizione che trova immediata applicazione a tutti i prodotti contenenti tabacco immessi in commercio,

prevede che “L'etichettatura delle confezioni unitarie e dell'eventuale imballaggio esterno e il prodotto del tabacco in se' non comportano alcun elemento o caratteristica che: a) promuova un prodotto o ne incoraggi il consumo dando un'impressione errata quanto alle caratteristiche, agli effetti sulla salute, ai rischi o alle emissioni; le etichette non contengono alcuna informazione riguardo al contenuto di nicotina, catrame o monossido di carbonio del prodotto del tabacco; b) lasci intendere, fermo restando quanto stabilito dall'articolo 20, che un determinato prodotto del tabacco sia meno nocivo di altri o miri a ridurre l'effetto di alcuni elementi nocivi del fumo o abbia proprieta' rivitalizzanti, energizzanti, curative, di ringiovanimento, naturali, biologiche o produca altri benefici per la salute o lo stile di vita”. Pertanto, devono essere ritenute illegittime le campagne promozionali effettuate in relazione alla sigaretta IQOS, in quanto in contrasto con le disposizioni legislative in tema di informazione e presentazione dei prodotti da tabacco.

2. Sulle sigarette elettroniche.

Quanto alle sigarette elettroniche, occorre rilevare che i recenti avvenimenti negli stati Uniti pongono l'interrogativo della legittimità della attuale pubblicizzazione e diffusione delle e-cig in Italia.

Si ritiene, in particolare, che sussista l'obbligo, in capo alle Autorità in indirizzo, di intervenire a tutela della salute dei cittadini, per i motivi che seguono:

a. I rischi per la salute derivanti dall'utilizzo di sigarette elettroniche. Il principio di precauzione.

In primo luogo, nonostante la diversa disciplina – rispetto a quella statunitense – delle sigarette elettroniche in Italia, appare evidente che tali prodotti non possono che essere considerati nocivi, e, dunque, devono essere oggetto di monitoraggio e regolamentazione restrittiva da parte delle Autorità preposte.

In proposito, si rileva che l'Organizzazione Mondiale della Sanità ha definito il fumo di tabacco come *"la più grande minaccia per la salute nella Regione Europea"* in ragione del fatto che provoca più decessi di alcol, aids, droghe, incidenti stradali, omicidi e suicidi messi insieme

(Fonte http://www.salute.gov.it/portale/temi/p2_5.jsp?lingua=italiano&area=stiliVita&menu=fumo). Nel Rapporto “Prevenzione e controllo del tabagismo” redatto da Ministero della Salute per l'anno 2017 si riporta che *“L'uso dei prodotti del tabacco è tuttora nel nostro Paese la principale causa di morbosità e mortalità prevenibile. La prevenzione e la cura del tabagismo, pertanto, sono un obiettivo prioritario da perseguire attraverso misure efficaci (interventi normativi, attività di educazione e promozione della salute, sviluppo di metodologie e farmaci per favorire la cessazione) per*

ottenere una progressiva diminuzione dei consumi dei prodotti del tabacco, il calo della prevalenza dei fumatori e la conseguente riduzione delle gravissime patologie fumo correlate”.

I danni alla salute derivanti dal fumo sono ampliati a causa della dipendenza provocata dalla nicotina presente nelle sigarette che spinge all'aumento costante del consumo. Si definisce tabagismo *“Uso abituale e prolungato di tabacco, in genere come tabacco da fumo, associato a un insieme di alterazioni organiche e funzionali, più o meno gravi a seconda della quantità complessiva di tabacco consumata, dovute sia alla nicotina e ad altre sostanze presenti nel tabacco, sia ai prodotti di combustione del tabacco stesso, degli additivi usati per la sua concia e della carta delle sigarette”.* In ragione della pericolosità della dipendenza da fumo e delle conseguenze negative sulla salute dei soggetti fumatori e di coloro che ne subiscono gli effetti indirettamente si sono susseguiti molteplici interventi legislativi finalizzati alla regolamentazione del fumo e della sua messa in commercio e pubblicizzazione. A tutela della salute collettiva ed in ragione della comprovata pericolosità del fumo la Legge n. 584 dell'11 novembre 1975 stabiliva, all'art. 1, il divieto di fumare in determinati luoghi quali corsie di ospedali, aule scolastiche o metropolitane.

Fatta questa premessa in relazione ai prodotti tradizionali da tabacco, si rileva ancora che, per quanto attiene alle e-cig, il meccanismo di funzionamento di vaporizzatore e sigaretta elettronica risulta essere lo stesso: il soggetto aspira vapore acqueo – e non anidride carbonica - che deriva dal riscaldamento di un composto in forma liquida o solida ad opera di una lamina in metallo che non supera mai i 300° e, pertanto, non ne provoca la combustione. La differenza principale tra i vaporizzatori ed le e-cig riguarda il contenuto da vaporizzare: le e-cig richiedono un liquido specifico – chiamato e-liquid-, mentre nel vaporizzatore è possibile fumare anche erbe (tra le quali anche tabacco).

Gli e-liquid sono liquidi prodotti appositamente per l'utilizzo mediante e-cig e sono tutti accumulati da una miscela di base contenente glicole propilenico e glicerina vegetale ai quali si possono aggiungere acqua, aromi e nicotina. Tale aggiunta viene generalmente effettuata dai venditori delle e-cig sulla base delle indicazioni e dei gusti dell'acquirente, ma lo stesso fumatore può miscelare i componenti in autonomia. I vaporizzatori, invece richiedono l'utilizzo di una componente solida che generalmente è costituita da tabacco che anziché essere bruciato unitamente alle altre sostanze nocive – si veda ad esempio il catrame – viene riscaldato e, appunto, vaporizzato.

Nonostante l'assenza di regolamentazione circa l'impiego di e-cig e vaporizzatori nei luoghi pubblici e circa la loro pubblicizzazione va sottolineato che non sono ancora noti i reali effetti sulla salute a fronte dell'utilizzo costante di tali prodotti né nel breve periodo né a lungo termine. Tuttavia, numerosi studi si sono mossi nella direzione della potenziale

nocività di tali prodotti confrontando l'inquinamento ambientale conseguenza delle emissioni che producono con quello causato dalle sigarette tradizionali (http://www.tabaccologia.it/filedirectory/PDF/1_2017/06-tabaccologia1_2017.pdf).

Nello studio citato sono state testate tre diverse tipologie di sigarette, tutte consumate da fumatori volontari e "sani":

- Sigarette Elettroniche (EC): modello "Elips Serie C" (Ovale Europe Srl), caricato con cartucce contenenti 16mg/mL di nicotina. Ogni sessione di "vaping" è durata circa 2 o 3 ore al fine di accumulare sufficiente particolato sui filtri del campionatore.
- Sigarette heat-not-burn (Iqos): sono state testate un totale di 10 Iqos aromatizzate al mentolo e 14 senza mentolo. Durante ogni sessione, durata circa 3 ore, i dispositivi sono stati utilizzati in cicli da 7 minuti per fumatore, seguiti da una breve pausa di 3 minuti per cambiare HeatStick.
- Sigarette tradizionali (CC): durante ogni sessione sono state fumate un totale di 9 sigarette tradizionali, ciascuna per circa 7 minuti e seguita da 3 minuti di pausa. Black Carbon (BC): le sigarette tradizionali hanno mostrato il più alto livello di concentrazione di BC, con una media di 78,00 e 2,30 mcg/m³ rispettivamente a 370 nm UV e 880 nm IR. I livelli di BC associati alle sessioni dei fumatori che fumavano CC hanno mostrato un rapido aumento rispetto al background con una differenza statisticamente significativa ($p < 0,05$).

I risultati dello studio indicano che tali dispositivi non sono definibili innocui e privi di fattori di rischio. Le emissioni invece riguardanti i composti organici, in particolare formaldeide, acetaldeide e acroleina, richiederebbero una particolare cautela nell'utilizzo di questi nuovi prodotti non regolamentati, soprattutto in spazi pubblici nei quali altre persone potrebbero essere esposte al fumo passivo.

Ed allora, una prima fonte di pericolo per la salute derivante dall'utilizzo di e-cig potrebbe riguardare i liquidi che vengono adoperati.

Negli Stati Uniti, come sopra anticipato, la FDA ha manifestato la propria preoccupazione circa la diffusione dell'uso tra i giovani di prodotti a base di nicotina e liquidi aromatizzati, anche "fai da te", nonché dell'incertezza relativa ai loro effetti sulla salute pubblica. Come anticipato, infatti, sono stati numerosi i ricoveri negli Stati Uniti a seguito di problemi lamentati al sistema respiratorio che sono stati ricondotti all'utilizzo diretto di sigarette elettroniche (<https://www.ilpost.it/2019/09/04/sigarette-elettroniche-malesseri-ricoveri-stati-uniti/>).

Tra i possibili pericoli associati all'uso delle sigarette elettroniche non va dimenticato quello legato all'intossicazione per contatto accidentale con il liquido a base di nicotina contenuto nelle cartucce, possibile se la sigaretta elettronica viene usata quando si è sdraiati

(<http://www.airc.it/cancro/informazioni-tumori/corretta-informazione/la-sigaretta-elettronica-e-meno-pericolosa-della-sigaretta-di-tabacco>).

Le maggiori preoccupazioni derivano dall'impiego dei liquidi vaporizzati e, soprattutto, dalle combinazioni "fai da te" che i consumatori possono comporre in autonomia ed utilizzare a proprio piacimento.

Sul punto, come anticipato, le normative italiana e statunitense differiscono.

La disciplina italiana è costituita dal Decreto legislativo 12/01/2016, n. 6 che disciplina, tra le altre cose "*[...] d) l'obbligo di effettuare una notifica dei prodotti del tabacco di nuova generazione; e) l'immissione sul mercato e l'etichettatura di alcuni prodotti correlati ai prodotti del tabacco, ossia le sigarette elettroniche e i contenitori di liquido di ricarica e i prodotti da fumo a base di erbe; [...]*" (art. 1 co.2). Il d.lgs. definisce come sigaretta elettronica "*un prodotto utilizzabile per il consumo di vapore contenente nicotina tramite un bocchino o qualsiasi componente di tale prodotto, compresi una cartuccia, un serbatoio e il dispositivo privo di cartuccia o di serbatoio. Le sigarette elettroniche possono essere usa e getta o ricaricabili mediante un contenitore di ricarica o un serbatoio oppure ricaricabili con cartucce monouso*" (Art. 2 co.1 lett. r) e per "*contenitore di liquido di ricarica: flacone che contiene un liquido contenente nicotina utilizzabile per ricaricare una sigaretta elettronica*" (lett. s).

L'art. 21 impone ai fabbricanti ed agli importatori di sigarette elettroniche e di contenitori di liquido di ricarica di notificare al Ministero della salute ed al Ministero dell'economia e delle finanze gli eventuali prodotti di tale tipo che intendono immettere sul mercato includendo numerose informazioni quali l'elenco di tutti gli ingredienti contenuti nel prodotto e delle emissioni risultanti dal suo impiego nonché i correlati dati tossicologici ed informazioni sulle dosi e sull'assorbimento di nicotina in condizioni di consumo normali o ragionevolmente prevedibili.

Dunque, in Italia sono ammesse in commercio unicamente le sigarette elettroniche contenenti nicotina i cui dati ed ingredienti siano stati preventivamente notificati ai Ministeri competenti.

In ragione di quanto detto, a fronte delle allarmanti notizie provenienti dagli Usa, in Italia si è sostenuto che i liquidi "fai da te" ritenuti responsabili delle malattie polmonari negli Usa, non sarebbero presenti in Italia.

Tale conclusione non può in alcun modo essere condivisa: la notifica ai Ministeri di cui si è detto, infatti, non esclude la pericolosità dell'utilizzo di tali prodotti in ragione della circostanza che sembrerebbero non noti i reali effetti sulla salute né delle sigarette che impiegano l'utilizzo di sostanze liquide né di quelle che prevedono sostanze solide (tra le quali principalmente tabacco). Inoltre, va sottolineato che, anche in Italia, è possibile

acquistare prodotti “fai da te” sui siti di vendita online di liquidi per le sigarette elettroniche (si v. a titolo semplificativo i siti <https://www.smo-kingshop.it/it/> che mette in vendita liquidi di vario genere ovvero <https://www.cannabe.it/e-liquid-cbd-per-sigarette-elettroniche.htm> e <https://www.svapoboss.it/articoli/liquido-sigaretta-elettronica-con-thc> che pubblicizzano e vendono un liquidi alla cannabis realizzati con CBD).

Non solo: la regolamentazione italiana trova applicazione esclusivamente ai prodotti che contengono nicotina lasciando un ampio margine di produzione e vendita senza specifici limiti o cautele per tutti quei liquidi e quei prodotti che ne sono privi. La presenza della nicotina rende, infatti, il prodotto un rischio per la salute in ragione della dipendenza che essa crea rispetto all'utilizzo della sigaretta che può contenere anche tabacco. Tuttavia, i casi di ricoveri segnalati, soprattutto negli Stati uniti, sono legati non alla presenza di nicotina nelle sigarette, bensì alle conseguenze provocate dall'inalazione di liquidi dannosi in sé nonché ai problemi respiratori causati dall'inazione massiccia del vapore.

Se la normativa italiana è priva di una specifica regolamentazione dell'immissione in commercio di liquidi privi di nicotina e, come si dirà nel prosieguo, della relativa pubblicizzazione, appare allora evidente che – anche nel nostro paese – sussiste un concreto rischio per la salute che interessa coloro che utilizzano le e-cig.

A quanto detto si aggiunga che, peraltro, nessuna evidenza scientifica dimostra che la pericolosità delle sigarette elettroniche sia legata unicamente ai liquidi utilizzati. Invero, esistono studi che sembrano collegare i danni alla salute all'utilizzo del dispositivo, o comunque dal contenuto di alcuni, specifici liquidi aromatizzati sempre presenti in caso di utilizzo delle e-cig (si veda l'articolo apparso su NEJM - New England Journal of Medicine - , che conclude nel senso che sostanze quali il propylene glycol o il glycerin distruggono la struttura cellulare e sono responsabili di infezioni polmonari – “Hidden Formaldehyde in E-Cigarette Aerosols”, al link: <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJMc1413069>).

In ragione di quanto esposto le evidenze relative ai rischi per la salute dell'utilizzo di sigarette elettroniche di entrambe le tipologie richiedono il tempestivo intervento delle intestate Autorità affinché facciano definitivamente luce sulle reali conseguenze sulla salute tanto delle e-cig quanto dei vaporizzatori e sollecitino, per l'effetto, una puntuale e specifica regolamentazione a tutela della collettività.

Sul punto, infatti, appare evidente, che in una tale ed incerta situazione circa la nocività dell'utilizzo di e-cig e vaporizzatori e, soprattutto, in un'ottica di maggior tutela della salute dell'intera collettività, non si possa non applicare il “**principio di precauzione**”, già analizzato nei precedenti paragrafi ai quali, dunque, si rimanda.

Nel caso di cui trattasi i dati concernenti i rischi alla salute sembrerebbero essere assenti per quanto attiene a specifici eccipienti presenti negli e-liquid, e contraddittori rispetto all'impiego delle sigarette elettroniche.

In ragione della profonda incertezza sugli effetti potenzialmente nocivi per la salute di tali dispositivi è estremamente necessario tutelare preventivamente la salute della collettività intervenendo sulla commercializzazione di tali prodotti nell'ottica del principio di precauzione. È evidente, pertanto il ruolo del Ministero della Salute nella determinazione delle linee guida relative all'impiego dei prodotti nocivi.

È bene evidenziare che anche l'articolo 32 della Costituzione, oltre a definire la salute come "inviolabile"- impegnando lo Stato verso il raggiungimento del benessere dei propri cittadini- stabilisce interventi ispirati essenzialmente ad una logica di prevenzione dei mali, piuttosto che ad una cura di essi. In sostanza, perciò, quando si parla di tutela della salute, anche nel dettato costituzionale è presente un principio precauzionale.

Ebbene, il Ministero della Salute è già intervenuto in via precauzionale sul commercio delle e-cig e dei vaporizzatori. Infatti, con ordinanza del Ministro della salute del 4 agosto 2011 (G.U. Serie Generale , n. 232 del 05 ottobre 2011, reiterata il 28 settembre 2012) è stato vietato l'acquisto, da parte dei minori di anni 16, di *e-cigarettes* contenenti nicotina. Ebbene, nelle premesse di tale provvedimento è riportato *"Tenuto conto che mancano le conoscenze, relativamente alla maggior parte dei sistemi elettronici per l'inalazione di nicotina, sugli effetti sulla salute dei composti organici e dei prodotti per la vaporizzazione in essi utilizzati: Preso atto che sono presenti nel mercato nazionale articoli di tale fattispecie, venduti come sigarette elettroniche o inalatori di nicotina, nelle diverse denominazioni commerciali; Considerato che non si può escludere l'esistenza di un rischio che i sopraindicati sistemi elettronici inducano la dipendenza da nicotina nei soggetti minori ai quali questi articoli sono liberamente venduti, promuovendo contemporaneamente il successivo avvio e transizione al fumo di sigaretta"* e si stabilisce all'art. 1 *" Per le motivazioni in premessa, è vietata la vendita a soggetti minori di anni 16 di sigarette elettroniche con presenza di nicotina"*.

Il divieto è stato giustificato – in applicazione del principio di precauzione – dalla mancanza di evidenza scientifica circa la non pericolosità per la salute umana dei dispositivi in questione.

In conclusione l'incertezza relativa alla pericolosità anche dei prodotti non contenenti nicotina richiede l'intervento del Ministero affinché vengano adottate specifiche misure di precauzione aventi ad oggetto la totalità delle sigarette elettroniche ed indirizzati all'intera collettività.

*** **

b. Il divieto di pubblicità ingannevole.

In secondo luogo, in relazione ai prodotti di cui si tratta, non può ritenersi legittima alcuna forma di sponsorizzazione e/o alcun messaggio che ne veicoli l'assenza di rischi.

A tal proposito occorre ricordare che l'obiettivo di tutela della salute ha portato, altresì, alla **regolamentazione della pubblicità** avente ad oggetto i prodotti da fumo: il **Decreto Lgs. n. 300 del 16 dicembre 2004** recante *“Attuazione della direttiva 2003/33/CE in materia di pubblicità e di sponsorizzazione dei prodotti del tabacco”*, infatti, fatta salva la disposizione di cui all'articolo unico della legge 165/1962 che vieta *“la propaganda pubblicitaria di qualsiasi prodotto da fumo, nazionale ed estero”* stabilisce, all'art. 2, il divieto specifico di *“pubblicità a mezzo stampa e mediante altre pubblicazioni stampate”*. Ai sensi e per gli effetti di tale disciplina deve intendersi per sponsorizzazione *“qualsiasi forma di contributo pubblico o privato ad un evento, un'attività o una persona che abbia lo scopo o l'effetto, diretto od indiretto, di promuovere un prodotto del tabacco”*.

Il divieto di pubblicità avente ad oggetto prodotti del tabacco colpisce l'effetto propagandistico del prodotto posto in essere da chiunque ed in qualunque modalità, a prescindere dal fine concreto della condotta, tanto in presenza di propaganda diretta che indiretta. Sul punto autorevole giurisprudenza si è espressa sottolineando che *“Il divieto di propaganda pubblicitaria dei prodotti da fumo (art. 1 l. 10 aprile 1962 n. 165 e art. 8 d.l. 10 gennaio 1983 n. 4, conv. in l. 22 febbraio 1983 n. 52), è riferito al comportamento, da chiunque posto in essere, rivolto al pubblico ed idoneo a sollecitarlo all'acquisto ed al consumo dei prodotti da fumare; esso coinvolge sia forme direttamente evocative dei prodotti suddetti con effetto propagandistico, sia forme il cui effetto sia conseguito con modalità indirette e occulte, ciò senza che sia consentito, ai fini dell'esistenza dell'illecito graduare la maggiore o minore intensità dell'effetto vietato. Pertanto, incorre nel divieto anche il produttore dei beni diversi dai prodotti da fumo (nella specie, produttore e venditore di astucci per uso scolastico raffiguranti pacchetti di note marche di sigarette) il quale utilizzi elementi distintivi di un prodotto da fumo, anche al di fuori di possibilità di confusione tra i prodotti, se ed in quanto detta utilizzazione, ancorché realizzata con l'offerta in vendita, conservi un effetto evocativo del prodotto”* (Cassazione civile, sez. un., 06/10/1995, n. 10508”).

Per quanto attiene alle sigarette elettroniche ed ai vaporizzatori che non contengono nicotina si rileva che non esiste analogo divieto di pubblicità sebbene non sia ancora definita la questione circa la effettiva pericolosità del loro utilizzo nei termini sopra meglio specificati.

Per quanto attiene alla pubblicità di tali prodotti contenenti nicotina, invece, il D.lgs. 6/2016 stabilisce, all'art. 21 co. 10, il divieto di *“a) le comunicazioni commerciali nei servizi della società dell'informazione, sulla stampa e altre pubblicazioni stampate, aventi lo scopo o*

l'effetto diretto o indiretto di promuovere le sigarette elettroniche e i contenitori di liquido di ricarica [...] b) le comunicazioni commerciali via radio aventi lo scopo o l'effetto diretto o indiretto di promuovere le sigarette elettroniche e i contenitori di liquido di ricarica; c) qualunque forma di contributo pubblico o privato a programmi radiofonici aventi lo scopo o l'effetto diretto o indiretto di promuovere le sigarette elettroniche e i contenitori di liquido di ricarica; d) qualunque forma di contributo pubblico o privato a eventi, attività o persone singole aventi lo scopo o l'effetto diretto o indiretto di promuovere le sigarette elettroniche e i contenitori di liquido di ricarica e a cui partecipino o che si svolgano in vari Stati membri o che comunque abbiano ripercussioni transfrontaliere; e) per le sigarette elettroniche e i contenitori di liquido di ricarica le comunicazioni commerciali audiovisive a cui si applica la direttiva 2010/13/UE del Parlamento europeo e del Consiglio.”. Ne consegue che risulta vietata ogni forma di pubblicità diretta o semplicemente evocativa di tutti quei prodotti che impieghino l'utilizzo di nicotina.

Per i motivi su esposti circa l'incertezza scientifica della dannosità dei prodotti elettronici anche privi di nicotina e del richiamato principio di precauzione è auspicabile la previsione di un analogo divieto di pubblicità di tutti i prodotti da fumo indipendentemente dall'impiego di nicotina.

Alla luce di tali considerazioni, inoltre, ne consegue inevitabilmente che tutte le pubblicità che invocano la non pericolosità delle sigarette elettroniche e le presentano quale strumento alternativo alle sigarette tradizionali e che sono prive di avvertimenti relativi al fumo tra i minori debbano essere altresì considerate pubblicità ingannevole ai sensi del D.Lgs. 145/2007 e del Codice del Consumo.

A normativa citata, infatti, attuando l'articolo 14 della direttiva 2005/29/CE sulla pubblicità ingannevole stabilisce, infatti, “Art.1 1. *Le disposizioni del presente decreto legislativo hanno lo scopo di tutelare i professionisti dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali, nonché di stabilire le condizioni di liceità della pubblicità comparativa.*

2. *La pubblicità deve essere palese, veritiera e corretta...*

Art.6 1. *È considerata ingannevole la pubblicità che, riguardando prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei soggetti che essa raggiunge, omette di darne notizia in modo da indurre tali soggetti a trascurare le normali regole di prudenza e vigilanza.*

Art.7 1. *È considerata ingannevole la pubblicità che, in quanto suscettibile di raggiungere bambini ed adolescenti, abusa della loro naturale credulità o mancanza di esperienza o che, impiegando bambini ed adolescenti in messaggi pubblicitari, fermo quanto disposto dall'articolo 10 della legge 3 maggio 2004, n. 112, abusa dei naturali sentimenti degli adulti per i più giovani.*

2. *È considerata ingannevole la pubblicità, che, in quanto suscettibile di raggiungere bambini ed adolescenti, può, anche indirettamente, minacciare la loro sicurezza”.*

Inoltre, ai sensi dell'**art. 20 del Codice del Consumo** sono vietate le pratiche commerciali scorrette in quanto idonee *“a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico, in relazione al prodotto, del consumatore medio che essa raggiunge o al quale è diretta[...].”*

I prodotti in questione vengono pubblicizzati come utili a smettere di fumare, sebbene sembrerebbe che la sigaretta elettronica in realtà non sia utile a raggiungere tale obiettivo ma, anzi, mantenendo costanti i livelli di nicotina nell'organismo del fumatore, ne alimenta la dipendenza. Secondo il Ministero della Salute, nel 2017 è stata confermata la tendenza per la quale l'83,4% delle persone che utilizza la sigaretta elettronica continua comunque a fare uso di tabacco. Sembra, cioè, che solo nel 14,4% dei casi l'e-cig abbia rimpiazzato totalmente le sigarette tradizionali.

La pubblicità ingannevole si configura, pertanto, sotto un duplice profilo:

- le pubblicità che affermano che le sigarette elettroniche non sono nocive o che sono meno nocive delle sigarette tradizionali, ingannano il consumatore sulle reali qualità dei prodotti alterandone il comportamento;
- le pubblicità che affermano la capacità della sigaretta elettronica di aiutare il fumatore a cessare l'utilizzo delle sigarette tradizionali, ingannano il consumatore sui reali effetti di dipendenza di tali prodotti indicendolo in errore sulle proprie scelte.

A fronte di quanto detto, e ferma restando la necessità di inibire e/o regolamentare la pubblicizzazione delle sigarette elettroniche presenti sul mercato alla luce delle distorsioni che si sono rappresentate in premessa, ove il “fumo elettronico” viene presentato come non nocivo, si rileva in questa sede che l'azienda produttrice delle Juul, in particolare, sembrerebbe violare entrambi i profili con le proprie pubblicità. Si legge, infatti, sul sito internet ufficiale con riferimento alla missione della società *“Immaginiamo un mondo in cui coloro che fumano sigarette abbiano a disposizione un'alternativa per ridurre o eliminare il loro consumo, se lo desiderano”* e che *“riteniamo che il vaping possa avere un impatto positivo sui fumatori”*. In tema di nocività si legge *“La nostra soluzione alternativa contiene nicotina e attualmente non ci sono prove che questa possa causare il cancro, ma può creare dipendenza”* senza alcun riferimento alla nocività del prodotto in sé. Non solo: le campagne pubblicitarie di Juul richiamano un pubblico molto giovane, avvicinandosi ad un mercato particolarmente vulnerabile tutelato dalla normativa richiamata.

Alla luce di tutto quanto esposto appare evidente come sia necessario un tempestivo intervento delle intestate Autorità al fine di adottare tutti i provvedimenti necessari per tutelare la collettività dai rischi connessi all'utilizzo delle sigarette elettroniche tanto attraverso una disciplina specifica sulla produzione e commercializzazione quanto

attraverso una puntuale normativa sulla pubblicizzazione dei prodotti da fumo nella loro interezza prescindendo dalla presenza di nicotina.

*** **

CONSIDERATO ALTRESÌ CHE

I fatti che si sono esposti, stante il pericolo che incombe sulla salute pubblica, fondano un interesse diretto, concreto ed attuale del Codacons all'ostensione di ogni eventuale studio scientifico indipendente relativo ai dispositivi oggetto del presente atto, con particolare riferimento alla Iqos.

In punto di sussistenza di ogni requisito relativo alla legittimazione all'accesso, peraltro, si rileva quanto segue.

Come detto, il Codacons è "associazione di protezione ambientale" ai sensi della legge 8 luglio 1986, n. 349, nonché "associazione di promozione sociale" ai sensi degli artt. 2 e 7 della legge 7 dicembre 2000, n. 383, e dunque, quale associazione di tutela del consumatore e ambientalista, è legittimata ad agire in giudizio per la tutela dell'ambiente, in relazione agli interessi di salvaguardia del territorio e dell'incolumità pubblica, al fine di assicurare la vita in un contesto salubre.

La scrivente associazione, dunque, può avvalersi dello "speciale regime" di accesso alla documentazione amministrativa previsto dal d.lgs. 19 agosto 2005, n. 195 in materia di "informazioni ambientali", ove si prevede, fra l'altro, che: *"L'autorità pubblica rende disponibile, secondo le disposizioni del presente decreto, l'informazione ambientale detenuta a chiunque ne faccia richiesta, senza che questi debba dimostrare il proprio interesse"* (art. 3 del citato d.lgs.).

In particolare, il d.lg. n. 195 del 2005 ha introdotto una disciplina particolare dell'accesso, estendendo la conoscenza delle informazioni relative all'ambiente a chiunque ne faccia richiesta senza che questi debba dimostrare il proprio interesse. In particolare, ai sensi degli articoli 1 e 2 del D. Lgs. citato deve essere garantito il diritto all'informazione per garantire, ai fini della più ampia trasparenza, che l'informazione ambientale sia sistematicamente e progressivamente messa a disposizione del pubblico e diffusa in forma o formati consultabili. La p.a. è tenuta a rendere l'informazione ambientale detenuta a chiunque ne faccia richiesta senza che questi debba dichiarare e dimostrare il proprio interesse. Pertanto, con riferimento alla richiesta di informazione avente carattere ambientale, sussiste il diritto di accedere agli atti richiesti, possedendo il regime di pubblicità in materia ambientale carattere tendenzialmente integrale, sia per ciò che concerne la legittimazione attiva, con un ampliamento dei soggetti legittimati all'accesso, e sia per il profilo oggettivo, prevedendosi un'area di accessibilità alle informazioni ambientali svincolata dai più restrittivi presupposti

dettati in via generale dagli art. 22 e ss. l. n. 241 del 1990 (cfr. Tar Catanzaro, Sez. I, sentenza n. 1747 del 19.11.2015, Tar Bologna, Sez. II, sentenza n. 1050 del 2.12.2015).

Peraltro, la giurisprudenza amministrativa ha precisato che *"Il diritto di accesso alle informazioni possedute dall'Amministrazione, in materia di ambiente, spetta non solo ai cittadini, ma anche alle associazioni di protezione ambientale"* (Tar Salerno, sez. II, sent. n. 4082 del 10.12.2008);

Infatti, l'ente iscritto nell'elenco delle associazioni di protezione ambientale ex art. 13 l. n. 349 del 1986, è portatore di un interesse specifico e differenziato alla conoscenza dei documenti concernenti le informazioni ambientali.

La disciplina dettata dalla l. n. 349 del 1986 in tema di informazione ambientale, successivamente consacrata nel d.lg. 25 febbraio 1997 n. 39, ha dato attuazione ai principi dettati dalla direttiva n. 90/313/Cee, riconoscendo, all'art. 3, il diritto all'informazione ambientale come diritto della persona, senza alcun collegamento ad un interesse particolare che il soggetto richiedente debba dimostrare.

Orbene, le informazioni di carattere ambientale, per le quali sussiste nell'ordinamento un diritto speciale all'accesso di cittadini e associazioni rappresentative di interessi collettivi e diffusi, che va anche oltre i limiti di cui all'art. 22 L. 241/90, **ricomprendono anche le informazioni attinenti agli studi effettuati in relazione alla nocività e all'impatto sull'ambiente delle sigarette elettroniche e di quelle a tabacco riscaldato, in regione della tutela della salute pubblica.**

Il Codacons, inoltre, ed è altresì titolare delle prerogative previste dall'art. 27 della legge 7 dicembre 2000, n. 383, secondo cui le associazioni di promozione sociale *"sono legittimate: a) a promuovere azioni giurisdizionali e ad intervenire nei giudizi promossi da terzi, a tutela dell'interesse dell'associazione; b) ad intervenire in giudizi civili e penali per il risarcimento dei danni derivanti dalla lesione di interessi collettivi concernenti le finalità generali perseguite dall'associazione; c) a ricorrere in sede di giurisdizione amministrativa per l'annullamento di atti illegittimi lesivi degli interessi collettivi relativi alle finalità di cui alla lettera b)";*

Di conseguenza, può avvalersi del "regime privilegiato di accesso" previsto dall'art. 26 della legge citata, secondo cui *"1. Alle associazioni di promozione sociale è riconosciuto il diritto di accesso ai documenti amministrativi di cui all'art. 22, comma 1, della legge 7 agosto 1990, n. 241"* (comma 1), con la precisazione che *"2. Ai fini di cui al comma 1 sono considerate situazioni giuridicamente rilevanti quelle attinenti al perseguimento degli scopi statutari delle associazioni di promozione sociale"* (comma 2);

Il Codacons, dunque, è legittimato ad esercitare il diritto di accesso ove lo stesso sia **preordinato alla tutela dell'ambiente e della salute**, anche in virtù del fatto che all'istante è

stata più volte riconosciuta la legittimazione ad esercitare il diritto di accesso (e ad azionare la correlativa tutela processuale) in ordine a documenti amministrativi che attengono a interessi collettivi e diffusi tutelati dall'associazione, relativi a consumatori, utenti e risparmiatori (cfr. T.A.R. Toscana, Sez. II, 22/12/2003, n.6233, secondo cui *'il Codacons ... è titolare di una posizione privilegiata alla conoscenza dell'attività della Pubblica amministrazione con riferimento agli interventi di quest'ultima che incidano sugli interessi dei consumatori, in virtù dell'art. 5 della L. n. 281 del 1998 e seppure è vero che le associazioni rappresentative di interessi collettivi non possono considerarsi titolari di un potere generale ed indiscriminato di controllo sull'attività amministrativa, tuttavia, allorquando la necessità di conoscenza del documento detenuto da una Pubblica amministrazione sia collegato strettamente alla salvaguardia di un interesse giuridicamente rilevante, nonché concreto ed effettivo, di cui sia portatore anche l'associazione e non solo l'aderente ad essa (...), non si pongono dubbi sulla legittimazione dell'associazione stessa'*).

Ed infatti il Consiglio di Stato, con la sentenza n. 7/2012 , ha evidenziato del ruolo di RILIEVO COSTITUZIONALE del Codacons nella tutela e difesa dei cittadini, affermando espressamente: *"Il Collegio non intende mettere in discussione l'emersione e la progressiva affermazione del ruolo che le associazioni dei consumatori e degli utenti dei servizi pubblici ha assunto nell'ordinamento, e il contributo che la loro azione arreca alla realizzazione dei valori accolti nella Costituzione"*.

**** *

Tutto ciò premesso e considerato, il CODACONS ed ARTICOLO 32-97 nell'interesse dei consumatori che rappresentano ed assistono per la realizzazione delle proprie finalità statutarie

CHIEDONO

- Al Ministero della Salute, in persona del Ministro p.t., di voler intervenire nelle situazioni descritte in narrativa, e, per l'effetto, di provvedere, sia con riferimento a Iqos che alle sigarette elettroniche, all'adozione di atti e/o provvedimenti comunque denominati (comprendenti anche, ove necessario, il divieto di commercializzazione) al fine di vigilare sulla corretta messa in commercio di tali prodotti in un'ottica di massimizzazione della tutela della salute della collettività in particolare promuovendo specifici studi al fine di superare le incertezze scientifiche; altresì nelle more, sulla scorta del principio di precauzione, vietando la pubblicità delle Iqos e delle e-cig al pari dei prodotti da fumo tradizionali ed imponendo l'introduzione su tutti i prodotti in vendita dell'avviso circa i rischi per la salute derivante dal loro utilizzo.

Si chiede altresì di convocare un tavolo tecnico ai fini della costituzione di una commissione scientifica indipendente sui temi oggetto della presente, che preveda la partecipazione di

esperti nominati dalle Associazioni dei Consumatori nonché di esperti nominati dalla Società Scientifica Di Tabaccologia (SITAB).

- All'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni di voler utilizzare ogni strumento investigativo consentito dalla legge e dal rito allo scopo di predisporre tutti i controlli necessari per accertare quanto esposto, verificando il configurarsi di eventuali illeciti relativamente alla violazione delle norme sulla pubblicità ingannevole e sulla pubblicità di prodotti da tabacco oltre che, in caso affermativo, di irrogare le relative sanzioni ed inibire i relativi comportamenti.

E CONTESTUALMENTE DIFFIDANO

Juul Labs Italia S.R.L., nonché Philip Morris Italia S.r.l., in persona dei rispettivi legali rappresentanti p.t., a cessare la campagna pubblicitaria avente ad oggetto le Iqos e le sigarette elettroniche poiché pubblicità ingannevole ai sensi del D.Lgs. 145/2007 e del Codice del Consumo.

CHIEDONO ALTRESÌ

Al Ministero della Salute, in persona del Ministro p.t., ai sensi degli art.li 22 e seguenti della L. 241/1990, di prendere visione ed estrarre copia della seguente documentazione:

- **atti e documenti relativi ad eventuali studi scientifici indipendenti effettuati con riferimento alle sigarette elettroniche e/o alle sigarette a tabacco riscaldato, con riferimento, a titolo esemplificativo e non tassativo, alla Iqos.**

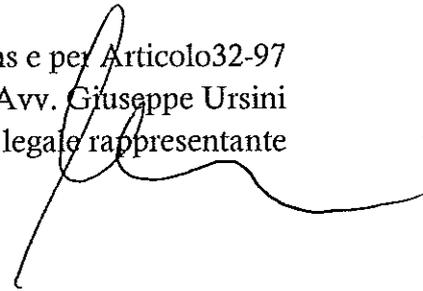
Assegnandosi il termine di gg. 30 per adempiere con l'avvertimento che in mancanza, nonché in caso di illegittimo diniego, si provvederà a richiedere l'opportuna tutela innanzi al Tribunale Amministrativo Regionale.

Si allega:

- 1) Missive inoltrate dal Codacons a Philip Morris
- 2) pubblicità della Juul presente nelle stazioni della metropolitana di Roma.

Con Osservanza

Per il Codacons e per Articolo32-97
Avv. Giuseppe Ursini
n.q. legale rappresentante



Roma 11 Maggio 2018

Spett.le

Philip Morris Italia S.r.l.

Via Po 11-13-15

00198 - Roma

RICHIESTA DI INFORMAZIONI E CHIARIMENTI A NORMA DEL D. Lsvo 206/05

Prat. n. 398 AC1505018

Attraverso un monitoraggio effettuato dalla scrivente Associazione, si è rilevato che la Vostra azienda svolge una suggestiva attività di marketing sul vs. prodotto "IQOS" con messaggi pubblicitari del seguente tenore *"Tabacco senza fumo? Oggi si può IQOS è il sistema rivoluzionario sviluppato da Philip Morris International che scalda e non brucia il tabacco. Poiché non c'è combustione, come avviene con le sigarette, IQOS non produce fumo, né cenere, né odore persistente. Grazie alla HeatControl Technology, IQOS consente ai fumatori adulti di assaporare con soddisfazione il gusto autentico del vero tabacco. IQOS si utilizza esclusivamente con gli stick di tabacco appositamente progettati... l'innovativa tecnologia "senza fumo"*

Inoltre, dalla documentazione fotografica pervenuta, è emerso che nei cartelloni apposti sulle vetrine dei rivenditori autorizzati di IQOS la sigaretta è sponsorizzata nei seguenti termini: *"IQOS – una migliore alternativa alla sigaretta: senza fumo, senza cenere – provalo gratuitamente qui"*, con la semplice avvertenza, peraltro riportata con un carattere di gran lunga più piccolo rispetto alla premessa *"Prodotto non privo di rischi. Destinato ai soli fumatori adulti"*. Inoltre, sembrerebbe che sui pacchetti delle "Heets" appaiano messaggi promozionali quali *"the pleasure of heated tobacco"* e *"stop burning, enjoy heating"*.

Infine, la sigaretta IQOS viene sponsorizzata anche attraverso pagine web a carattere promozionale anche sui principali social network. In particolare su facebook si trova la pagina IQOS LOVERS ITALIA (link <https://it-it.facebook.com/iqositalia/>), contenente messaggi quali *"IQOS è sempre una buona idea!", "In ogni singolo momento!", "Scalda e non brucia!"*. Sul

sito di IQOS (https://www.iqos.it/index.php?sef_rewrite=)1 si trova il messaggio “IQOS cambia tutto – prenota la tua prova gratuita”.

La sigaretta IQOS è stata definita dagli organi di stampa una nuova tipologia di "sigaretta che scalda il tabacco e non lo brucia, riducendo in questo modo i rischi per la salute delle persone".

Orbene, abbiamo attentamente osservato la vs. campagna pubblicitaria, rinvenendo forti criticità.

Innanzitutto, a noi appare che attraverso allusioni (dirette) voi vogliate far pervenire al consumatore il messaggio che il prodotto sia meno nocivo per la salute, rispetto alla sigaretta tradizionale.

D'altra parte, in alternativa, non si spiegherebbero affermazioni come “Iqos è sempre una buona idea...In ogni singolo momento” e il persistente riferimento al fatto che non produca fumo, ne cenere e che non funzioni, a differenza di una normale sigaretta, a combustione.

Si è discusso sulla possibilità che Iqos sia meno nociva per la salute e gli articoli scientifici sul punto non mancano, ma concordano nell'evidenziare che, al momento, non vi è alcuna evidenza scientifica in tal senso.

Al riguardo, il dott. Silvano Gallus dell'Istituto di ricerche farmacologiche Mario Negri ha evidenziato: “Tutti gli studi tossicologici realizzati finora sulla iQOS – ci conferma – sono stati condotti e finanziati dalla Philip Morris stessa. È lampante l'assenza di studi indipendenti condotti per quantificare il reale livello di tossicità di questi dispositivi. Finora è stato pubblicato soltanto uno studio sull'iQOS da colleghi giapponesi, ma in quel caso la ricerca mirava a stimare le percentuali di consapevolezza e di utilizzo di sigarette elettroniche e a base di tabacco riscaldato tra la popolazione giapponese, compresi i minori. Nessun controllo sulla tossicità. La verità è che l'iQOS, anche se non produce combustione, utilizza il caro vecchio tabacco, ovvero lo stesso prodotto attualmente responsabile soltanto in Italia di circa 70mila morti evitabili l'anno”, continua Gallus. “Pertanto, sebbene sia ragionevole pensare che la sigarette senza combustione sprigioni meno sostanze potenzialmente nocive rispetto alla sigaretta convenzionale, è di fondamentale importanza che le riduzioni delle emissioni di sostanze siano confermate da studi scientifici indipendenti, che dovrebbero essere promossi e finanziati dal ministero della Salute. Infine, è lecito domandarsi se una riduzione anche netta di sostanze tossiche sprigionate da iQOS si rifletta o meno in una riduzione altrettanto netta del rischio per la salute“ (Cfr. <https://ilsalvagente.it/2016/01/28/sigaretta-senza-fumo-fa-davvero-meno-danno/>).

Anche il professor Riccardo Polosa, ordinario di Medicina interna dell'Università di Catania, dopo aver affermato che "sul tema delle sigarette a tabacco riscaldato non sono ancora disponibili ricerche indipendenti che possono confermare o meno la sicurezza del prodotto e la sua appartenenza alla categoria a rischio ridotto. (crf.:<http://www.testmagazine.it/2016/01/28/sigaretta-senza-fumo-fa-davvero-meno-danno/5455/>), ad oggi rileva che "Per quanto riguarda la commercializzazione oltreoceano dei dispositivi Iqos, invece, va precisato che lo scorso 24 e 25 gennaio gli esperti scientifici di Philip Morris hanno presentato alcuni studi al Comitato Scientifico Consultivo per i Prodotti del Tabacco (TPSAC) della Food and Drug Administration degli Stati Uniti per chiedere al governo americano di commercializzare IQOS negli USA con l'etichetta di "Prodotto del Tabacco a Rischio Modificato. Il TPSAC ha riconosciuto nella documentazione sottomessa l'effettiva riduzione della formazione di sostanze dannose o potenzialmente dannose nell'aerosol generato dalle cosiddette IQOS ma non ha espresso voto favorevole su alcuni termini specifici da utilizzare nell'ambito della comunicazione ai consumatori relativamente al rischio e al danno" (cfr. <https://www.skyvape.it/vape/index.php/news-italia/21-salute-italia/225-il-prof-riccardo-polosa-interviene-su-dna-e-iqos.html>).

A riprova di ciò, vi è la circostanza che sembra da organi di stampa che la FDA abbia bocciato perentoriamente la possibilità, in riferimento alla Iqos, di vantare claim come "fa meno male alla salute".

Ne consegue, che la diligenza professionale richiesta dal Cod. del Consumo vi impone di non fuorviare il consumatore con allusioni che possono portarlo a credere che il vs. prodotto abbia un impatto sulla salute minore.

Vi ricordiamo che ai sensi degli artt. 18 e ss. Cod. Cons. una pratica commerciale è scorretta anche se, nella sua complessiva presentazione, sia in grado di trarre in inganno i riceventi.

Ed è evidente che la vs. imponente campagna di marketing; i continui riferimenti atti a distinguere il prodotto da una normale sigaretta, sono in grado di deviare indebitamente le scelte di acquisto dei consumatori che credono, a forte torto, che rinunciando alla tradizionale sigaretta a favore della Iqos possano trarne vantaggio per la propria salute.

Si aggiunga, come forse sarà a voi noto, che l'articolo 13 Dir 2014/40/UE stabilisce "L'etichettatura delle confezioni unitarie e dell'eventuale imballaggio esterno e il prodotto del tabacco in sé non comportano alcun elemento o caratteristica che: a) promuova un prodotto o ne incoraggi il consumo dando un'impressione errata quanto alle caratteristiche, agli effetti sulla salute, ai rischi o alle emissioni; le etichette non contengono alcuna informazione riguardo al contenuto di nicotina, catrame o monossido di carbonio del prodotto del tabacco; b) lasci

intendere che un determinato prodotto del tabacco sia meno nocivo di altri o miri a ridurre l'effetto di alcuni elementi nocivi del fumo o abbia proprietà rivitalizzanti, energizzanti, curative, di ringiovanimento, naturali, biologiche o produca altri benefici per la salute o lo stile di vita; c) richiami un gusto, un odore, un aroma o altri additivi o la loro assenza; d) assomigli a un prodotto alimentare o cosmetico; e) suggerisca che un determinato prodotto del tabacco presenti una maggiore biodegradabilità o altri vantaggi ambientali”.

Inoltre, la Direttiva 2003/33/CE relativa alle pubblicità di prodotti a base di tabacco stabilisce “Articolo 3 Pubblicità a mezzo stampa e mediante i servizi della società dell'informazione 1. La pubblicità a mezzo stampa e mediante altre pubblicazioni stampate è consentita soltanto nelle pubblicazioni destinate esclusivamente ai professionisti del commercio del tabacco e nelle pubblicazioni stampate e edite in paesi terzi, che non siano principalmente destinate al mercato comunitario. È vietata qualunque altra pubblicità a mezzo stampa e mediante altre pubblicazioni stampate. 2. La pubblicità che non è permessa a mezzo stampa e mediante altre pubblicazioni stampate non è consentita nei servizi della società dell'informazione. Articolo 4 Pubblicità e sponsorizzazione radiofonica 1. Sono vietate tutte le forme di pubblicità radiofonica a favore dei prodotti del tabacco. 2. I programmi radiofonici non devono essere sponsorizzati da imprese la cui principale attività sia la fabbricazione o la vendita dei prodotti del tabacco. Articolo 5 Sponsorizzazione di eventi 1. La sponsorizzazione di eventi o attività che coinvolgano o abbiano luogo in vari Stati membri o che producano in altro modo effetti transfrontalieri è vietata. 2. È vietata qualsiasi distribuzione gratuita di prodotti del tabacco nel contesto della sponsorizzazione degli eventi di cui al paragrafo 1 che abbia lo scopo o l'effetto diretto o indiretto di promuovere tali prodotti”.

La vs. comunicazione commerciale a noi appare violi tutte le citate disposizioni e, quindi, oltre ad integrare una pratica commerciale scorretta, si pone in diretto contrasto con norme imperative di matrice europea, giacché state svolgendo un imponente campagna pubblicitaria destinata ai consumatori dipingendo elementi differenziali della Iqos forieri di inganno, soprattutto, sul piano salutistico.

In ogni caso, per tutti i motivi esposti, al fine di evitare, nel prosieguo, ulteriori nostri interventi, Vi invitiamo a fornirci maggiori chiarimenti rispetto alle eccezioni avanzate con la presente.

Vi preghiamo volerci dare riscontro, entro 15 giorni dal ricevimento della presente.

Indirizzo di riscontro: Associazione Articolo 32 Via San Tommaso D'Aquino, 5 Roma, 00136

Mezzo di riscontro suggerito: raccomandata a/r anticipata via fax al n. 06.3701709.

OGGETTO DELLA RICHIESTA

Per tutte le ragioni suesposte, Vi invitiamo modificare la campagna pubblicitaria secondo le ns. indicazioni e a tal fine vi invitiamo ad aderire ad un incontro per discuterne i dettagli.

Il tutto entro e non oltre 15 giorni dal ricevimento della presente avvertendovi che, in difetto, promuoveremo azioni di impulso dinanzi gli organi tutori.

Nell'attesa di urgente riscontro di benessere e regolarità, inviamo distinti saluti.

Per Articolo 32

Dott. Alessandro Sproviero



Roma 8 Ottobre 2018

Spett.le

Philip Morris Italia S.r.l.

Via Po 11-13-15

00198 - Roma

RICHIESTA DI INFORMAZIONI E CHIARIMENTI A NORMA DEL D. Lsvo 206/05

Prat. n. 398 AC1505018

Spett. Azienda,

in riscontro alla vs. ultima del 28 giugno us vi significhiamo quanto segue.

Abbiamo analizzato con attenzione la documentazione inviata, numerosa per mole e quantità, tuttavia, essa più che dissipare i ns. dubbi li ha aumentati sulle reali caratteristiche del vs. prodotto.

Innanzitutto, preme evidenziarvi che rispetto all'oggetto della nostra richiesta ovvero gli effetti di IQOS sulla salute umana, in confronto ad una sigaretta normale, degli studi sono inconferenti e, quindi, è stato inutile inviarceli (*"Nicotine without smoke Tabacco harm reduction"*).

In secondo luogo, dobbiamo notare con profonda perplessità che la maggior parte degli studi inviateci non siano terzi e indipendenti ma sempre da voi commissionati e, quindi, le dichiarazioni di assenza di conflitto d'interesse, in essi contenuti, è evidente che perdano di valore.

Entrando nel merito,

vi è numerosa incertezza, innanzitutto, su quante e quali sostanze nocive abbia il vs. prodotto in meno rispetto alla sigaretta normale.

In secondo luogo, ancora più incertezza si ha sulla possibilità che la IQOS abbia un impatto minore sulla salute rispetto alla sigaretta.

Gli studi da voi commissionati parlano addirittura del 90 % altri studi, con più prudenza, valutano questa percentuale nel 50 %.

In ogni caso eloquente quanto affermato dal Public Health England secondo cui, pur riconoscendo che sia possibile un impatto inferiore sulla salute umana, per sostenerlo con certezza sono necessarie ulteriori, più indipendenti, ricerche scientifiche.

Quindi, analizzando nel complesso la vs. documentazione, non possiamo non scorgere forte incertezza su caratteristiche ed effetti del vs. prodotto e non a caso l'FDA sembra abbia bocciato la richiesta per commercializzare la IQOS come un prodotto più sicuro.

Ha affermato infatti l'FDA "La commissione ha dichiarato che IQOS non riduce il rischio di malattie da uso di tabacco" ([://simri.it/simri/idPage/102/idNews/754/IQOS%2C-la-FDA-si-pronuncia.html](http://simri.it/simri/idPage/102/idNews/754/IQOS%2C-la-FDA-si-pronuncia.html)).

Quindi, ad oggi non si può assolutamente affermare che IQOS abbia sicuramente un impatto a lungo termine inferiore rispetto alle sigarette ed ogni claim che, anche indirettamente, comunichi ciò ai consumatori è sleale ed ingannevole.

Quindi claim come "*CAMBIA IN MEGLIO*" o "*scopri una migliore alternativa alla sigaretta*" o "*fumo e cenere appartengono ormai al passato, il sistema rivoluzionario che scalda e non brucia il tabacco, eliminando gli effetti sgradevoli del fumo*" o "*cambia in meglio IL TUO STILE*" sono assolutamente scorretti per i consumatori e debbono essere sospesi e modificati, poiché inducono palesemente a pensare i riceventi che il vs. prodotto, rispetto ad una normale sigaretta, sia migliore sotto il profilo salutistico.

Pertanto, vi invitiamo e diffidiamo entro e non oltre 15 giorni dal ricevimento della presente a modificare il claim secondo le nostre indicazioni avvertendovi che in difetto investiremo l'Antitrust della questione.

Inoltre, ci rendiamo disponibili ad un incontro per concordare modifiche alla vs. campagna pubblicitaria.

Infine, vi informiamo che abbiamo già reso nota la vs. campagna pubblicitaria alla GdF per ogni opportuno accertamento.

Cordialmente

indirizzo per il riscontro: Associazione Articolo 32/97 – Associazione Italiana per i diritti del Malato – presso SIIPAC Via San Tommaso D'Aquino 15, Roma, 00136.

Mezzo di riscontro suggerito: raccomandata a/r anticipata via fax al n. 06.3701709.

Per Articolo 32

Dott. Alessandro Sproviero

Policlinico

JUUL

Made in the States

Laura è passata a JUUL.

L'Alternativa per Fumatori Adulti.

100 mg/ml

Prodotto contenente nicotina, sostanza che crea un'elevata dipendenza. Per info e piani di acquisto.