

World No Tobacco Day, 31 maggio 2025 Giù la maschera!

Vincenzo Zagà, Marco Scala, Silvano Gallus

Il 31 maggio si celebra la Giornata Mondiale senza Tabacco (*World No Tobacco Day*, WNTD), lanciata ogni anno dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) per sensibilizzare sui danni del fumo e sulle strategie commerciali dell'industria del tabacco. Per il 2025, il tema scelto è: "Giù la maschera: smascherare le strategie dell'industria per rendere attrattivi i prodotti a base di tabacco e nicotina" [1]. L'obiettivo è denunciare pubblicamente il modo in cui l'industria del tabacco e della nicotina continua a confezionare la dipendenza come un prodotto seducente, soprattutto per i più giovani. Oggi, una delle sfide più urgenti per la salute pubblica è proprio l'attrattiva che questi prodotti riescono ancora a esercitare, particolarmente sui più giovani. Attraverso l'aggiunta di aromi, dolcificanti e agenti che ne migliorano gusto, odore e aspetto, i prodotti diventano più piacevoli e meno respingenti, facilitando l'ini-

ziamento all'uso e mantenendo la dipendenza [2].

Tra le strategie più utilizzate dall'industria del tabacco troviamo:

- *marketing* accattivante attraverso *packaging* curato, colori vivaci e gusti "alla moda" che sono pensati per catturare l'attenzione, soprattutto sui *social* e tra i giovanissimi;
- *design* ingannevole con alcuni dispositivi che ricordano caramelle, *snack* o giochi, resi così visivamente familiari e innocui agli occhi dei più piccoli;
- additivi e refrigeranti che rendono l'inalazione più gradevole e meno irritante, favorendo l'uso continuato e ostacolando l'abbandono.

Queste strategie contribuiscono a un inizio precoce del fumo o dell'uso di prodotti a base di nicotina, con gravi potenziali ripercussioni sulla salute. Rendendo questi prodotti più accattivanti, l'industria non solo amplia la propria base

World No Tobacco Day, May 31th 2025 Unmasking the appeal!

Vincenzo Zagà, Marco Scala, Silvano Gallus

On 31 May, World No Tobacco Day (WNTD) is observed globally—an initiative promoted annually by the World Health Organization (WHO) to raise awareness about the harms caused by tobacco use and the commercial strategies of the tobacco industry. The theme for 2025 is: "Unmasking the Appeal: Exposing Industry Tactics on Tobacco and Nicotine Products" [1].

This year's campaign aims to expose how the tobacco and nicotine industry continues to market addiction as an appealing product, especially targeting young people. One of today's most urgent public health challenges is the persistent appeal of tobacco, nicotine, and related products among adolescents and youth. Through the addition of flavours, sweeteners, and agents that enhance taste, smell, and appearance, these products are made more pleasant and less repellent—facilitating initiation and reinforcing dependence [2].

ation and reinforcing dependence [2].

The most common tactics used by the tobacco industry include:

- Glamorous marketing – carefully crafted packaging, vibrant colours, and trendy flavours are designed to capture attention, especially on social media and among younger audiences.
- Deceptive product design – some devices resemble sweets, snacks, or toys, making them look harmless and familiar to children.
- Coolants and additives – these substances make inhalation smoother and less irritating, increasing the likelihood of continued use and making quitting harder.

These strategies contribute to early initiation of smoking or nicotine use, with serious long-term consequences for health. By making their products more attractive, the in-

di consumatori, ma rende anche più difficile interromperne l'uso, prolungando l'esposizione a sostanze nocive e aumentando il rischio di dipendenza e malattie croniche.

L'impiego di dispositivi a base di nicotina come sigarette elettroniche e bustine di nicotina è in rapida crescita tra i più giovani. Si stima che nella Regione europea dell'OMS il 12,5% degli adolescenti abbia utilizzato sigarette elettroniche, a fronte di appena il 2% degli adulti. In alcuni Paesi, l'uso tra i ragazzini in età scolare risulta 2-3 volte superiore al consumo di sigarette tradizionali, un dato allarmante che evidenzia l'urgenza di interventi concreti e tempestivi. Nonostante in Italia esista un divieto nazionale di vendita ai minorenni delle sigarette tradizionali, sigarette elettroniche e tabacco riscaldato, nel nostro Paese siamo di fronte a una vera e propria emergenza adolescenti. I dati del



dustry not only expands its immediate consumer base but also increases the difficulty of quitting, prolonging exposure to harmful substances and raising the risk of chronic diseases.

The use of nicotine products such as electronic cigarettes (e-cigarettes) and nicotine pouches is rising rapidly among youth. In the WHO European Region, an estimated 12.5% of adolescents have used e-cigarettes, compared to only 2% of adults. In some countries, use among school-aged children is two to three times higher than cigarette smoking – an alarming trend that calls for immediate action.

Although Italy has a national ban on the sale of cigarettes, e-cigarettes, and heated tobacco products to minors, the country is facing a true adolescent nicotine emergency.

Data from the Global Youth Tobacco Survey (GYTS) – a surveillance system targeting 13–15-year-olds in 75 countries – show that in 2019, more than half of Italian adolescents (55%) had tried e-cigarettes at least once, placing Italy first worldwide [3]. Current use of e-cigarettes also increased from 18% in 2018 to 20% in 2022 [4].

Once addicted to nicotine, young people often shift from e-cigarettes to also smoking conventional cigarettes. It is no coincidence that Italy has the highest prevalence of 16-year-old cigarette smokers among European countries. This was highlighted by the European School Survey Project on Alcohol and other Drugs (ESPAD), which involves nearly 100,000 16-year-old students across 35 countries. In Italy, nearly one in three (32%) smokes con-

“Global Youth Tobacco Survey” (GYTS), un sistema di sorveglianza condotto su adolescenti di età compresa tra i 13 e i 15 anni in 75 Paesi nel mondo, rivelano che in Italia nel 2019 più della metà degli adolescenti (55%) ha provato le sigarette elettroniche almeno una volta, posizionandosi al primo posto a livello mondiale [3], mentre l'uso attuale di sigarette elettroniche è aumentato dal 18% nel 2018 al 20% nel 2022 [4].

Inevitabilmente, una volta dipendenti dalla nicotina, i giovani adolescenti passano dal consumo di sigarette elettroniche a consumare (anche) sigarette tradizionali. Non è un caso che tra i Paesi europei, l'Italia sia il Paese con la più alta prevalenza di sedicenni fumatori di sigarette tradizionali. Questo è stato visto dai dati dell'*European School Survey Project on Alcohol and other Drugs* (ESPAD), che coinvolge quasi 100.000 studenti di 16 anni provenienti da 35 Paesi europei. In Italia quasi un giovane su tre (32%) fuma sigarette tradizionali [5]. Anche i prodotti a tabacco riscaldato (HTP) sono frequenti tra i giovani italiani: 23% dei giovani ha provato questo prodotto, e il 14% lo utilizzava nel 2022 [4].

Gli ultimi dati del sistema di sorveglianza *Health Behaviour in School-aged Children* (HBSC), relative all'anno 2022

ventional cigarettes [5]. Heated tobacco products (HTPs) are also widespread: 23% of Italian youth have tried them and 14% were using them in 2022 [4].

According to 2022 data from the Health Behaviour in School-aged Children (HBSC) surveillance system, adolescent girls are the most frequent users of nicotine-containing products in Italy [6].

The 2025 World No Tobacco Day campaign has three main goals [1]:

- Raise awareness about how the industry manipulates the design and appeal of tobacco and nicotine products.
- Advocate for stronger policies, including bans on flavours and additives, comprehensive bans on advertising (including digital platforms), and regulation of product and packaging design to limit appeal.
- Reduce demand, particularly among young people, by revealing the strategies that fuel addiction and by promoting a nicotine- and smoke-free environment.

These issues will be addressed, by way of example, in the awareness-raising event “The Smoke Behind the Smoke... Hidden Truths from the Tobacco Industry,” organized in Rome by the CAF of Policlinico Umberto I (head Dr. Maria Teresa Leporini) and UNITAB - Tabaccologia Unit of Sapienza University (head Prof. Maria Sofia Cattaruzza).

Unmasking these tactics means exposing addiction for what it is: a product created and marketed for profit. It is a necessary step to protect the health of current and future generations.



mostrano come siano le adolescenti femmine coloro che consumano più prevalentemente prodotti contenenti nicotina [6].

Gli obiettivi della campagna 2025 della WNTD [1] sono pertanto quelli di:

- informare e sensibilizzare l'opinione pubblica sui metodi manipolativi adottati dall'industria per rendere più desiderabili i propri prodotti;
- promuovere politiche più rigorose, come il divieto di aromi e additivi, il bando totale della pubblicità (anche sui canali digitali), e la regolamentazione del *design* di prodotto e confezioni per limitarne l'*appeal*;
- ridurre la domanda, in particolare tra i giovani, rendendo visibili le strategie commerciali che alimentano la dipendenza e promuovendo un ambiente libero da nicotina e fumo.

Queste tematiche verranno affrontate, a titolo di esempio, nell'evento di sensibilizzazione "Il Fumo dietro il Fumo..."

Verità nascoste dall'industria del tabacco", organizzato a Roma dal CAF del Policlinico Umberto I (responsabile dott.ssa Maria Teresa Leporini) e dall'UNITAB - Unità di Tabaccologia de La Sapienza Università di Roma (responsabile prof.ssa Maria Sofia Cattaruzza).

Svelare queste strategie significa fare luce sulla dipendenza come prodotto commerciale e proteggere la salute delle generazioni presenti e future.

Vincenzo Zagà

Caporedattore di Tabaccologia;

Medico Pneumologo, Bologna;

Giornalista medico-scientifico

✉ caporedattore@tabaccologia.it

Marco Scala

Laboratorio di Ricerca sugli Stili di Vita, Dipartimento di Epidemiologia Medica, Istituto di Ricerche Farmacologiche "Mario Negri" IRCCS, Milano

Silvano Gallus

Laboratorio di Ricerca sugli Stili di Vita, Dipartimento di Epidemiologia Medica, Istituto di Ricerche Farmacologiche "Mario Negri" IRCCS, Milano

Bibliografia

1. World Health Organization (WHO). World No Tobacco Day: Unmasking the appeal. <https://www.who.int/news/item/11-11-2024-no-tobacco-day-2025--unmasking-the-appeal>
2. Ackary SJ, Cabrera PJDL, Santiago AJA, Amul GGH. Examining the flavor descriptors of e-cigarettes, heated tobacco products, and nicotine pouches in the Philippines: regulatory challenges and opportunities. *PLOS Glob Public Health* 2025;5:e0004248. <https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0004248>
3. Sreeramareddy CT, Acharya K, Manoharan A. Electronic cigarettes use and 'dual use' among the youth in 75 countries: estimates from Global Youth Tobacco Surveys (2014-2019). *Sci Rep* 2022; 12: 20967. <https://doi.org/10.1038/s41598-022-25594-4>
4. Istituto Superiore di Sanità. EpiCentro – L'epidemiologia per la sanità pubblica. Sistema di sorveglianza GYTS 2022: i dati nazionali. 2023. <https://www.epicentro.iss.it/gyts/Indagine-2022-dati-nazionali>
5. Cerrai S, Benedetti E, Colasante E, Scalese M, Gorini G, Gallus S, et al. E-cigarette use and conventional cigarette smoking among European students: findings from the 2019 ESPAD survey. *Addiction* 2022;117:2918-32. <https://doi.org/10.1111/add.15982>
6. Istituto Superiore di Sanità. EpiCentro – L'epidemiologia per la sanità pubblica. Health Behaviour in School-aged Children. Indagine 2022 – Fumo. <https://www.epicentro.iss.it/hbsc/indagine-2022-fumo>

HOW TO CITE

Zagà V, Scala M, Gallus S. World No Tobacco Day, May 31st 2025. Unmasking the appeal! *Tabaccologia* 2024; XXII(4):3-5. <https://doi.org/10.53127/tblg-2024-A018>



OPEN ACCESS

L'articolo è open access e divulgato sulla base della licenza CCBY-NC-ND (Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale). L'articolo può essere usato indicando la menzione di paternità adeguata e la licenza; solo a scopi non commerciali; solo in originale. Per ulteriori informazioni: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>