

La guerra al tabacco

L'inefficacia è un dettaglio secondario?

Pietro Monsurrò

Executive summary

In questo studio si analizzano le conseguenze sul mercato dei prodotti a base di tabacco di alcune regolamentazioni in discussione in sede europea: i divieti di esposizione nei punti vendita e gli obblighi di impiegare il packaging generico o gli avvertimenti grafici. Queste misure si sommano alle misure regolative già adottate da praticamente tutti i Paesi quali le accise sui prodotti a base di tabacco, i divieti pubblicitari e gli avvertimenti testuali.

Il divieto di esposizione impone ai distributori al dettaglio (cioè soprattutto le tabaccherie) di non mostrare i prodotti a base di tabacco se non su richiesta esplicita di un cliente, e di mostrare ai clienti soltanto un foglio con i nomi e i prezzi dei prodotti in vendita.

Gli avvertimenti grafici sono invece immagini da stampare obbligatoriamente sui pacchetti, dal contenuto raccapricciante oppure sarcastico, che servono a scioccare il consumatore e a convincerlo a fumare di meno. Sono considerati un rafforzamento degli avvertimenti testuali già oggi obbligatori in molti Paesi.

Il packaging generico, infine, è l'uso di pacchetti privi di marchi e decorazioni, dal colore uniforme, e con il nome del prodotto stampato in carattere standard. Rendere impossibile l'uso della grafica dei pacchetti come strumento di marketing dovrebbe secondo i proponenti di tale misura diminuire i consumi di tabacco.

In questo studio si è analizzata soprattutto l'efficacia delle misure proposte, definita come effettiva capacità della regolamentazione di ridurre il consumo di tabacco o il numero di fumatori, e successivamente possibili altre conseguenze sul mercato, quali eventuali danni ad alcuni settori economici e ipotizzabili effetti sulla concorrenza e sulla struttura del mercato.

In base all'analisi della letteratura su queste misure regolative, pubblicata dalle autorità pubbliche, dagli attivisti anti-fumo, dalle aziende produttrici e da ricercatori indipendenti, si può affermare che nessuna delle tre misure che sono state esaminate ha alcuna efficacia provata nella riduzione del consumo di tabacco o del numero di fumatori, che esistono alcuni indizi (non conclusivi) del fatto che in alcuni casi l'effetto pratico sia opposto rispetto alle intenzioni dei regolatori, e che potrebbero esserci danni economici ingenti per alcuni operatori, quali i tabaccai o i coltivatori.

Molti studi sul tabacco non danno una definizione precisa di efficacia e si ac-

Pietro Monsurrò è Fellow dell'Istituto Bruno Leoni. Nato a Roma nel 1979, ha conseguito un Dottorato in Ingegneria Elettronica e ha studiato economia alla London School of Economics. Per IBL ha recentemente realizzato "Uragani e terremoti: una nuova politica per la crescita?", IBL Briefing Paper n.100 e "La regolamentazione del tabacco in Europa. Ora basta", IBL Briefing Paper n. 103. Collabora regolarmente con il blog www.chicago-blog.it.

contentano di derivare conclusioni soltanto indirette. Gli studi, soprattutto provenienti dagli attivisti anti-tabacco, che affermano di aver provato l'efficacia di tali misure non si riferiscono, in genere, alla riduzione dei consumi o dell'incidenza del fumo, ma ad altri indicatori quali le intenzioni dichiarate dei consumatori, che non necessariamente influenzano le loro scelte effettive. Gli studi che invece hanno analizzato veramente l'efficacia delle misure esaminate, analizzando i dati sul consumo, alcuni dei quali commissionati dalle autorità pubbliche, non mostrano alcuna evidenza di efficacia.

Il divieto di esposizione nei punti vendita, ad esempio, costituirebbe un costo notevole, sia una tantum che ricorrente, per i dettaglianti come per le tabaccherie. Tali costi potrebbero ammontare complessivamente ad alcuni miliardi di euro, concentrati soprattutto nei Paesi con un elevato numero di esercizi specializzati nel commercio di prodotti a base di tabacco, come l'Italia, che ha il maggior numero di tabaccherie tra i Paesi europei. Gli effetti sull'occupazione nel settore potrebbero essere rilevanti, con la distruzione potenziale di migliaia o decine di migliaia di posti di lavoro.

Anche sugli avvertimenti grafici mancano prove affidabili della loro efficacia, nonostante siano stati implementati in vari Paesi. Addirittura uno studio recente, pubblicato su una rivista scientifica, mostra che la visione di immagini raccapriccianti aumenta lo stress dei soggetti fumatori, aumentando lo stimolo a fumare per rilassarsi. C'è dunque la possibilità che gli avvertimenti grafici siano addirittura controproducenti. I dati sul consumo fanno comunque pensare che siano semplicemente inutili.

Il packaging generico, non essendo mai stato implementato in nessun Paese, non può essere valutato direttamente in termini di efficacia. Tutti gli studi che si trovano in letteratura sono molto simili a quelli che analizzano l'efficacia degli avvertimenti grafici, soprattutto mediante sondaggi in cui si chiede l'opinione degli intervistati dopo aver mostrato loro i pacchetti. Molti di questi studi sono utilizzati per "provare" l'efficacia degli avvertimenti grafici, ma, data la mancanza di risultati credibili ottenuti analizzando i dati reali di consumo, è plausibile che anche i risultati sul packaging generico siano poco affidabili e significativi.

Altre misure ancora, quali i divieti o i limiti all'utilizzo di ingredienti, pur non avendo effetti diretti sulla produzione o il consumo complessivi di tabacco, potrebbero avere rilevanti effetti redistributivi a danno, in particolare, di Paesi come l'Italia. Infatti, da un lato favorirebbero le produzioni di tabacchi che non hanno bisogno di additivi (come il Virginia) e imporrebbero uno svantaggio competitivo a colture come il Burley (di cui l'Italia è, assieme alla Polonia, il maggior produttore in Europa). Dall'altro lato un simile provvedimento potrebbe favorire la contraffazione o il contrabbando, colpendo anche la produzione dai Paesi con maggiore controllo (come quelli europei). Sia nel breve sia nel lungo termine, dunque, ciò potrebbe arrecare importanti danni al settore della tabaccocultura italiana, che impiega oggi 56.500 addetti, e anche nelle ipotesi più ottimistiche implica una perdita di know-how e di stock di prodotto già in produzione.

I mercati illegali di prodotti a base di tabacco sono un fenomeno rilevante in molti Paesi, soprattutto dove le accise sono elevate. Accise elevate sono di norma giustificate in base ai danni per terze persone (esternalità) del fumo e sono l'unica misura regolativa di provata efficacia nel ridurre il consumo: però l'attuale livello di tassazione non è giustificato dall'entità effettiva di esternalità, e parte dell'efficacia nel ridurre il consumo legale di tabacco è persa per via dell'espansione del mercato illegale che l'elevata tassazione comporta. Si distingue tra contrabbando, che è la vendita di merci legali attraverso canali illegali, e contraffazione, che è la produzione di merci false.

È possibile che i divieti di esposizione aumentino il contrabbando e la contraffazione spostando la domanda dai punti vendita legali a rivenditori illegali che sarebbero più

visibili e riconoscibili per i consumatori. Tale eventualità non sembra però molto verosimile. È invece più probabile che il packaging generico faccia aumentare la contraffazione rendendo più semplice l'imitazione dell'aspetto esteriore dei pacchetti, o addirittura producendo pacchetti più appetibili o più comodi per i consumatori. Oltre ad aumentare i profitti della criminalità organizzata, tale misura ridurrebbe i ricavi dei produttori legali, dei tabaccaj e dei coltivatori di tabacco che riforniscono il mercato legale. Questi ultimi potrebbero essere danneggiati soprattutto da misure quali la regolamentazione degli ingredienti, di cui si tratterà brevemente in seguito, ma è verosimile che anche i divieti di esposizione e il packaging generico danneggerebbero i tabacchicoltori.

Le regolamentazioni analizzate possono infine influenzare il livello di competizione sui mercati. Ad esempio, è possibile che il divieto di esposizione e l'obbligo di usare il packaging generico riducano la concorrenza sul mercato e l'innovazione di prodotto, rendendo più difficile per nuovi produttori e per nuovi prodotti attirare l'attenzione del cliente, rafforzando dunque il potere di mercato dei produttori già presenti sul mercato e rendendo più stabili le quote di mercato dei vari marchi.

Complessivamente non c'è evidenza sull'efficacia delle nuove misure in discussione: imporre un'analisi di efficacia sulle misure proposte rallenterebbe il processo regolativo, che nelle società contemporanee è andato ben oltre il razionalmente giustificabile; esso è il frutto delle naturali tendenze illiberali del potere e delle burocrazie ad espandersi a danno dell'autonomia decisionale degli individui. Di certo il mondo non soffre di carenza di regole asfissianti ed infondate, e razionalizzare i processi di regolamentazione non può che limitare i danni all'efficienza economica e alla libertà individuale che le attività politiche spesso comportano.

Introduzione

La guerra al tabacco va avanti da decenni, sin da quando è cominciata ad irrobustirsi l'evidenza dei suoi effetti potenzialmente nocivi sulla salute. Gli strumenti concepiti per combattere questa guerra "umanitaria" per salvare una parte consistente della popolazione dalle conseguenze delle proprie libere scelte sono innumerevoli: le tasse sul tabacco, i divieti alla pubblicità, i divieti per i minori, gli avvertimenti testuali sui pacchetti, etc.

L'evidenza empirica su questi provvedimenti è però estremamente debole, fatta eccezione per il livello di tassazione, che ha un effetto rilevante per ridurre l'incidenza del fumo. Di fatto non esiste evidenza convincente che quasi tutte le altre *policies* abbiano una qualche rilevanza per spiegare la riduzione della percentuale di fumatori tra la popolazione che va avanti da diversi decenni.

Questo articolo si concentra su tre innovazioni regolative che sono in discussione in Europa da qualche tempo: gli avvertimenti grafici (*pictorial warnings*), il *packaging* generico (*plain packaging*) e i divieti di esposizione (*display ban*). Queste tre *policies* sono state implementate in vari Paesi (tranne il *packaging* generico) e si può dire che non abbiano grandi effetti sull'incidenza del fumo. Data la mancanza di evidenza empirica su una misura che non è mai stata implementata come il *packaging* generico, si è scelto di analizzare l'evidenza sugli avvertimenti grafici perché si ritiene che i due strumenti regolativi siano simili, e l'inefficacia dell'uno potrebbe aiutare a gettare luce sull'inefficacia dell'altro.

In questo articolo si analizza la letteratura in materia, sia quella proveniente dall'industria del tabacco che quella proveniente dai governi e dalle organizzazioni non-governative. L'intuizione è che il primo filone di letteratura tenderà a fornire evidenza che le regolamentazioni sono inefficaci, e il secondo che sono al contrario efficaci: in realtà sul *packaging* generico, sia per i divieti di esposizione che per gli avvertimenti grafici, l'evidenza dell'inefficacia sembra abbastanza robusta, anche a detta di studi commissionati dalle autorità pubbliche. Ogni studio che verrà riassunto sarà analizzato per i suoi meriti e non in base ai committenti. Esiste poi la letteratura scientifica ufficiale, della cui parzialità non è facile dire a priori, ma che di norma soddisfa requisiti metodologici più stringenti e dunque tende ad essere più affidabile.

Occorre sottolineare che in un sistema complesso come l'economia non esistono affermazioni testabili empiricamente in maniera definitiva, e che dunque è estremamente difficile valutare l'effetto di una data politica su un certo mercato. L'econometria è una scienza inesatta, non tanto perché la statistica su cui si basa lo sia, ma perché la realtà sottostante non si presta ad una chiara ed univoca identificazione dei rapporti causa-effetto. Ogni nuova *policy* agisce in un mondo complesso e in concomitanza con decine di altri fattori: nello stesso anno possono esserci variazioni nelle *policies*, nei gusti dei consumatori, nel marketing delle sigarette, nel prezzo del tabacco, che influenzano la prevalenza e il consumo, e ogni variazione della situazione del mercato può mostrare i suoi effetti con mesi o anni di ritardo. Isolare il singolo fattore causale può dunque essere molto difficile.

Questo *paper* non analizza l'evidenza riguardante i rischi per la salute del fumo (che sono evidenti,¹ almeno per il fumo diretto), l'efficacia delle accise nel ridurre il consumo di tabacco (che è già ben appurata) e l'efficacia dei divieti pubblicitari e dei divieti di fumo nei locali pubblici (che sono stati tralasciati per focalizzare l'attenzione sulle nuove forme di regolamentazione in discussione). Si analizza inoltre l'effetto delle va-

rie *policies* sul mercato nero, la contraffazione e il contrabbando.

In definitiva, parrebbe risultare che molte delle misure in discussione siano inefficaci, e che dunque l'uso (o l'abuso) del potere legislativo e regolativo per combattere la guerra al tabagismo non abbiano allo stato attuale giustificazione non tanto perché tali misure siano ingiuste, ma perché inutili. In merito alla "giustizia" dell'uso della coercizione pubblica per convincere i fumatori a smettere, si dirà qualcosa nelle conclusioni: in linea di massima è incompatibile col liberalismo un approccio secondo cui le persone possano essere "costrette" con la forza a fare ciò che è "nel loro bene". Di sedicenti guardiani di armenti umani il mondo ne ha visti già abbastanza.

Questo articolo è stato suddiviso in tre parti. Nella prima si descriveranno i provvedimenti regolativi che ci si è proposti di analizzare. Nella seconda si riassumerà l'evidenza empirica pro e contro questi provvedimenti: per fare ciò ci si porrà una serie di domande su ogni provvedimento, che riguarderà l'efficacia nel ridurre l'incidenza del fumo e i possibili effetti collaterali. Verranno inoltre analizzate le possibili conseguenze di queste misure regolative sul mercato della coltivazione del tabacco.

Nella terza parte si tireranno le somme dell'analisi della letteratura e si trarranno le conclusioni politiche.

I provvedimenti

Gli strumenti regolativi che consideriamo in questo studio sono principalmente tre. Il divieto di esposizione nei punti vendita (e, per estensione, il divieto all'uso di distributori automatici) fa parte della categoria chiamata "regolamentazione del punto vendita" (*point of sale regulation*, POSR). L'obbligo di scrivere avvertenze testuali o grafiche, e di adottare un determinato formato grafico standard vengono invece chiamati genericamente "appropriazione dello spazio del pacchetto" (*pack space appropriation*, PSA), in quanto specificano come impiegare le superfici del pacchetto di sigarette, vietando di stampare o scrivere ciò che si vuole. In questa sezione verranno descritte queste tre forme di regolamentazione.

Divieto di esposizione

Il divieto di esposizione è un provvedimento che vieta ai dettaglianti, soprattutto le tabaccherie ma in generale chiunque venda prodotti a base di tabacco, di esporre la merce nel negozio. La merce va nascosta e mostrata solo se un cliente la richiede, e l'unica cosa che il cliente può vedere è una lista di marche e di prezzi. Il divieto di esposizione fa parte della classe di regolamentazioni chiamata "regolamentazione del punto vendita".

Secondo i proponenti, il divieto di esposizione riduce:

- L'incidenza del fumo.
- L'acquisto occasionale di sigarette che può iniziare un percorso di dipendenza o porre fine ad un tentativo di smettere da parte di un fumatore.

Secondo i critici, però, questo provvedimento:

- Non ha efficacia nel ridurre l'incidenza del fumo.
- Parrebbe esserci addirittura evidenza che in alcuni casi il divieto di esposizione abbia determinato un aumento dell'incidenza del fumo tra i minorenni.
- Ha costi elevati per gli esercenti.
- Ha costi che si concentrano soprattutto sulle tabaccherie e va a vantaggio degli

altri canali di distribuzione il cui “core business” non è vendere sigarette.

- Influenza negativamente il grado di concorrenza sul mercato del tabacco, riducendo l’innovazione e l’introduzione di nuovi prodotti.

Queste argomentazioni saranno analizzate nella prossima sezione: in linea di massima, l’evidenza a favore dell’efficacia di questa misura sulla riduzione dell’incidenza del fumo è estremamente limitata, anche a detta di studi commissionati dai regolatori pubblici.

Avvertimenti grafici

Gli avvertimenti grafici sono fotografie, in genere raccapriccianti (come arti amputati per via della cancrena) oppure sarcastiche (per ridurre l’*appeal* del fumo) che servono a veicolare l’informazione che il fumo fa male ed è estremamente importante non iniziare, o, se si è iniziato, smettere. Gli avvertimenti grafici sono un esempio di regolamentazione chiamata “pack space appropriation”.

Al giorno d’oggi in Italia ci sono già gli avvertimenti testuali (“il fumo uccide”), che coprono una certa percentuale dei pacchetti di sigarette, e ciò è un obbligo legale. Gli avvertimenti grafici sono visti come un rafforzamento di quelli testuali.

In entrambi i casi si considera importante l’area occupata dagli avvertimenti, cioè la percentuale della superficie del pacchetto che per legge deve essere loro dedicata.

Secondo i fautori di queste regolamentazioni:

- Gli avvertimenti grafici riducono l’incidenza del fumo.
- I tentativi da parte dei fumatori di evitare di guardare gli avvertimenti grafici sono indice di tentativi di smettere di fumare.
- Gli avvertimenti grafici hanno effetti più duraturi nel tempo di quelli testuali.
- Gli avvertimenti grafici aumentano il livello di informazione del pubblico, soprattutto di bassa estrazione sociale e bassi livelli intellettivi ed educativi.
- Gli avvertimenti grafici sono particolarmente efficaci in combinazione col *packaging* generico.

Secondo i critici, invece:

- Gli avvertimenti grafici non hanno influenza sull’incidenza del fumo.
- Gli avvertimenti grafici sono spesso raccapriccianti e di cattivo gusto.
- Gli avvertimenti grafici possono portare a stati d’ansia che sono associati ad un maggiore anziché ad un minore consumo di sigarette.

Dato che alcuni Paesi hanno già adottato questa misura, esiste qualche dato per valutarne l’efficacia, e in linea di massima questa sembra essere pressoché nulla. I dettagli verranno descritti nella prossima sezione.

Packaging generico

Il *packaging* generico è un’altra forma di “pack space appropriation” in cui si vieta di usare loghi e altre forme di design sui pacchetti, obbligando i produttori ad adottare pacchetti di colore uniforme, senza decorazioni e con solo l’indicazione del marchio, scritta con carattere standard e senza usare loghi stilisticamente curati.

Secondo i fautori di tale misura:

- Il *packaging* generico riduce l’incidenza del fumo, soprattutto in combinazione

con gli avvertimenti grafici.

- Il *packaging* generico riduce l'*appeal* dei marchi e dunque depotenzia l'immaginario associato al fumo creato dal marketing, riducendo gli incentivi a fumare.

Secondo i critici:

- Il *packaging* generico ridurrebbe il premio sulle sigarette di lusso e provocherebbe una riduzione del valore dei marchi che spingerebbe verso una guerra dei prezzi, con la conseguenza di una riduzione dei prezzi delle sigarette e di un aumento dei consumi.
- Il *packaging* generico ridurrebbe la possibilità di accedere al mercato da parte di nuovi concorrenti impedendo la concorrenza tramite il marketing, e pertanto aumenterebbe il potere di mercato dei produttori attuali, spingendo ad un aumento dei loro profitti. Si noti che quest'ultima argomentazione è in contraddizione con la precedente: quale sia più verosimile verrà discusso in seguito.
- Il *packaging* generico faciliterebbe la contraffazione delle sigarette, aumentando i profitti delle mafie e creando rischi per la salute in quanto le merci contraffatte possono essere di qualità inferiore.

Allo stato attuale nessun Paese ha adottato una tale misura ed è dunque difficile valutarne l'efficacia. In ogni caso, è probabile che la scarsa efficacia mostrata dagli avvertimenti grafici indichi una altrettanto scarsa efficacia per il *packaging* generico.

Questa misura ha però notevoli impatti potenziali sulla dinamica del mercato che i soli avvertimenti grafici di per sé non hanno, e dunque il *packaging* generico non va analizzato solo come uno strumento per veicolare l'attenzione sugli avvertimenti, ma anche come una potenziale rivoluzione per le dinamiche del marketing dei prodotti a base di tabacco. In quest'ottica gli effetti potrebbero essere simili a quelli del divieto di esposizione, che impedisce ai nuovi prodotti di attrarre l'attenzione dei consumatori.

Un'analisi di tale *policy* deve dunque considerare entrambe le questioni.

Gli argomenti

In letteratura si trovano parecchi argomenti sia a favore che contro questa o quell'altra forma di regolamentazione. La maggior parte degli argomenti riguardanti l'efficacia delle misure analizzate non sembra avere solide fondamenta empiriche, e dunque si può concludere che o l'utilità di queste regolamentazioni è pressoché nulla (o forse addirittura negativa), o che comunque non esiste una base scientifica credibile per giustificare la regolamentazione in questione.

L'argomento principale di ogni forma di regolamentazione del fumo è che riduce il consumo di sigarette e altri beni a base di tabacco. Questo obiettivo è di stampo paternalistico perché si ritiene che le persone debbano essere costrette a non fare ciò che desiderano fare per "il loro bene". Un approccio più liberale alla questione è chiedersi se il fumo danneggi gli altri, e se questi danni debbano essere ricompensati tramite una tassazione (pigouviana) sul tabacco che risarcisca del danno provocato dal fumo

(esternalità).

Anche a volersi fermare all'incidenza, occorre distinguere due cose: la riduzione della percentuale di fumatori sulla popolazione, cioè la riduzione dell'incidenza del fumo, e la riduzione del numero delle sigarette fumate da parte dei fumatori, cioè la riduzione del consumo individuale di tabacco. Se il numero di fumatori dimezzasse, o se il numero di sigarette fumate dimezzasse, il consumo totale di tabacco diminuirebbe di un fattore due. Anche se c'è evidenza che entrambe le cose hanno effetti benefici sulla salute², non fumare è certamente più efficace che fumare di meno, visto che alcuni effetti negativi permangono anche per chi fuma relativamente poco e per chi ha smesso di fumare. Dunque in un'ottica "salutistica" la riduzione dell'incidenza del fumo è più importante della riduzione del consumo individuale, e pertanto le due cose vanno analizzate separatamente.

Questa argomentazione ha come naturale applicazione l'impiego di accise sul consumo di tabacco. Come già argomentato in uno studio precedente³, con ogni probabilità l'attuale livello di tassazione del fumo è eccessivo rispetto alle esternalità verosimilmente imputabili a tale attività (senza contare che la maggior parte di queste esternalità non derivano dal fumo in sé, ma dalla natura pubblica del sistema sanitario che permette a chi ha abitudini di vita più rischiose di ottenere cure a prezzi scontati, con perdite a carico di chi ha abitudini più sane).

I regolatori pubblici però raramente si accontentano di internalizzare le esternalità tramite tassazioni pigouviane, e ricorrono di norma a migliaia e migliaia di regolamenti dettagliati che influenzano ogni singolo aspetto della vita umana e dell'interazione sociale. Le ragioni di questa preferenza sono oggetto di studio dell'analisi economica della politica e non ci interessano in questa sede, ma questa preferenza è evidente in ogni Paese. I burocrati tendono a preferire l'uso di strumenti amministrativi e regolativi invasivi della sfera di autonomia individuale. Tali tendenze andrebbero considerate, dal punto di vista liberale, negativamente, ma sono così pervasive nelle nostre società da far pensare che purtroppo i cittadini ci abbiano fatto l'abitudine.

Possono esistere dei buoni argomenti per favorire la regolamentazione alla tassazione delle esternalità, ad esempio quando far pagare la tassa pigouviana è eccessivamente costoso dal punto di vista dei costi di transazione. Se far pagare le tasse è troppo difficile per problemi di carattere amministrativo, un divieto può essere più efficace ed efficiente in certe condizioni. Non sembra però questo il caso delle regolamentazioni che andremo ad analizzare, che vengono ritenute efficaci, ma che non lo sono (o perlomeno non c'è evidenza che lo siano), e dovrebbero servire ad internalizzare costi esterni che però sono già probabilmente internalizzati (forse addirittura eccessivamente) dalla tassazione attuale.

Il divieto di esposizione riduce l'incidenza del fumo

Chi sostiene l'introduzione di divieti di esposizione ritiene che nascondere le sigarette dalla vista dei clienti dei supermercati o delle tabaccherie riduca l'incidenza del fumo.

² Monsurrò 2011.

³ Monsurrò 2011. Si noti come la stessa conclusione è stata raggiunta, implicitamente, dalla Banca Mondiale (World Bank 1999), affermando che dal 6% al 15% dei costi della sanità sono imputabili al tabacco (p. 4), ma che considerando anche la minore aspettativa di vita i costi netti del tabacco sono solo "un po' maggiori" (p. 4), cosa che, in un'ottica di tassazione pigouviana, giustificerebbe un livello di accise molto inferiore a quello attuale. Si ricorda che oggi le tasse sul tabacco ammontano complessivamente a circa il 15% dei costi della sanità in Italia. In diversi altri Paesi le tasse sono ben maggiori.

Per queste persone, limitare la visibilità del tabacco ha effetti benefici sulle scelte dei clienti: riduce la tentazione di iniziare, o, nel caso di ex-fumatori, di ricominciare, a fumare.

L'Islanda – probabilmente il primo Paese a vietare l'esposizione del tabacco nei negozi – ha adottato tali misure nel 2001. Un report di Citigroup, riguardante lo stato di salute delle industrie del tabacco⁴ e la possibile incidenza delle future regolamentazioni, nota, *en passant*, che non c'è stato alcun effetto visibile in Islanda nelle statistiche di incidenza del fumo, che fondamentalmente possono essere approssimate come una retta decrescente che va dal 33% del 1987 al 18% del 2008. Non sembra esserci alcun cambiamento prima e dopo il 2001.

Questo tipo di analisi grafica ha i suoi limiti, soprattutto per valutare effetti di piccola entità che possono essere nascosti da fenomeni ben più rilevanti. Le analisi statistiche sono di norma unanimi nel ritenere che i prezzi siano una delle poche variabili importanti e significative per la spiegazione dei livelli di incidenza,⁵ e potrebbe ad esempio darsi che l'introduzione del divieto di esposizione sia avvenuto in concomitanza con una riduzione dei prezzi che ne hanno cancellato l'effetto (ciò è estremamente improbabile: le accise di norma aumentano nel tempo⁶). Per questo sono importanti le analisi multivariate, che considerano contemporaneamente un elevato numero di variabili potenzialmente in grado di spiegare l'incidenza del fumo. Probabilmente, se l'effetto del divieto di esposizione non fosse trascurabile, anche un'ispezione grafica sarebbe sufficiente a mostrarlo, ma evidentemente l'effetto è di piccole proporzioni.

Uno studio commissionato da Phillip Morris⁷ mostra che l'efficacia è stata nulla. Sul piano econometrico però lo studio è dubbio in quanto non controlla per la non-stazionarietà delle serie, e dunque i risultati delle analisi di regressione possono non essere affidabili. Lo studio riporta anche che l'introduzione degli avvertimenti testuali e il divieto di fumo nei locali pubblici (in alcune ma non in tutte le regressioni) hanno effetti statisticamente significativi e anche rilevanti, a differenza del divieto di esposizione. La debolezza statistica del *paper* è stata notata in un report di Rand commissionato dall'Unione Europea⁸, ma senza entrare nei dettagli. Il *paper* usa serie probabilmente non-stazionarie, non controlla per la non-stazionarietà, e usa una metodologia, il “difference in differences” (DID), che potrebbe portare ad un eccesso di ottimismo sugli intervalli di confidenza.

Questo sospetto è confermato in un *paper* di Bertrand *et al*⁹ che mostra che lo stimatore DID tende, in presenza di errori positivamente correlati, a sottostimare l'incertezza. Dato che la correlazione dei dati è probabilmente molto forte e positiva, questo è probabilmente il caso del *paper* di Padilla. Sottostimare l'incertezza significa fornire conclusioni erroneamente certe quando in realtà non si può dire nulla di statisticamente significativo: ciò che era statisticamente significativo rimane probabilmente tale, ciò che sembrava esserlo probabilmente non lo era. Dunque questo tipo di *bias* non elimina la validità del risultato che il divieto di esposizione è stato irrilevante. Non è detto che sia

4 Citigroup 2011.

5 HMRC 2010, Deloitte 2011, p. 19.

6 Anni fa in Canada ci fu un rilevante taglio delle imposte sulle sigarette perché i canadesi per pagare di meno ricorrevano al mercato nero ed evadevano le accise, come si dirà in seguito.

7 Padilla 2009.

8 Rand 2010, p. 194.

9 Bertrand *et al* 2001.

l'unico *bias* dei dati, però, visto che la stima di serie non-stazionarie pone sempre dei problemi, e le serie usate nel *paper* è possibile che lo siano, almeno ad un'ispezione grafica (non sono stati fatti test di stazionarietà nel *paper*).

Molta letteratura sul divieto di esposizione non si chiede se questo riduce l'incidenza del fumo, ma si basa su sondaggi o interviste sulla percezione dei consumatori riguardanti i loro acquisti quando si trovano nei negozi dove possono vedere i prodotti esposti. Ad esempio, Wakefield *et al.*,¹⁰ attraverso un sondaggio condotto su quasi 3.000 persone (di cui circa 500 fumatori), mostrano come i fumatori che hanno asserito di voler smettere nell'anno precedente al sondaggio (il 40% dei fumatori) avevano una buona probabilità di riportare che il vedere i pacchetti in esposizione li portava a fare acquisti non preventivati che frustravano il loro tentativo di smettere di fumare. Questo risultato riguardava meno del 20% di chi aveva affermato di voler smettere di fumare, cioè 40 persone in tutto il campione.

A parte la piccolezza del campione, e l'alta probabilità che organizzando male il sondaggio si influenzino le risposte, creando distorsioni nelle stime finali, tali studi sono di scarsa o nulla importanza per valutare l'effettiva efficacia delle misure regolative, perché non si basano su ciò che i consumatori fanno, ma su ciò che i consumatori dicono all'intervistatore di voler fare. Dato che diversi Paesi hanno implementato il divieto di esposizione, esiste la possibilità di analizzare l'incidenza del fumo in questi Paesi per valutare l'efficacia di questa misura regolativa. Chi vuole dimostrare che la misura è efficace dovrebbe almeno provare ad analizzare dati del genere.

In due studi di Europe Economics¹¹ commissionati da Japan Tobacco Group sono stati analizzati i dati riguardanti l'Islanda, la Thailandia e le province del Canada in cui è stato introdotto un divieto di esposizione. Nessun effetto visibile è stato riscontrato nell'analisi dei dati sull'incidenza del fumo, né tra i giovani né nella popolazione in generale.

Lo studio analizza i dati di dieci province canadesi dal 1999 al 2008. Quasi tutte le province avevano adottato questa misura di *policy* in uno degli anni del periodo preso in esame. La tecnica analizzata sembra robusta e l'analisi correttamente eseguita.

I risultati dicono che il prezzo delle sigarette riduce il consumo e il numero di fumatori, ma solo per tutta la popolazione, e non per quella di età compresa tra 15 e 19 anni. Questo risultato è controintuitivo e anche non in linea con quanto normalmente affermato in letteratura. Inoltre il divieto di esposizione riduce il numero di sigarette fumate solo nella popolazione complessiva e non tra i giovani, mentre aumenta del 2% l'incidenza del tabagismo tra i teenager. Le statistiche hanno un basso R-quadro e dunque sono modelli che fittano molto poco i dati, per via dell'uso del metodo "first difference", ma l'articolo riporta i dati anche senza usare questa trasformazione e i risultati sono in linea con i precedenti, tranne il prezzo, che diventa rilevante anche per i giovani (come si trova di norma in letteratura) e il coefficiente R-quadro che diventa molto alto.¹²

Altri dati sugli effetti del divieto di esposizione in Canada, Thailandia e Islanda sono riportati in uno studio dell'Institute of Economic Affairs,¹³ ma si tratta di pochi dati che se da un lato mostrano che non c'è alcun effetto immediatamente evidente a confrontare l'incidenza del fumo nei due anni precedenti e successivi l'introduzione del bando, dall'altro non sono certo sufficienti a valutare statisticamente l'efficacia o meno della

¹⁰ Wakefield *et al* 2007.

¹¹ Europe Economics 2008, Europe Economics 2009.

¹² Europe Economics 2009, p. 59.

¹³ Basham 2010.

misura.

Dopo aver riassunto la letteratura, e affermato che in gran parte si basa su sondaggi e non su analisi delle scelte effettive dei consumatori,¹⁴ anche uno studio della Rand commissionato dall'Unione Europea afferma che non è possibile valutare quantitativamente l'efficacia di una tale misura.¹⁵ Mettendo assieme più misure (bando dei distributori automatici, divieto di esposizione, etc.) lo studio stima che l'effetto sull'incidenza del fumo sarebbe una riduzione dello 0,12%,¹⁶ cioè, a tutti gli effetti, zero, ma non è chiaro come si sia ottenuto un tale risultato.

Non sarebbe la prima volta in questi anni, data anche la gestione della crisi finanziaria, che l'Islanda ci informa su ciò che non andrebbe fatto. I vantaggi della diversità istituzionale sono molti, tra cui quello di poter fare esperimenti di *policy* su piccola scala e valutarne le conseguenze senza regolamentare e potenzialmente danneggiare molti milioni di persone. Questo è un ottimo motivo per non lasciare le politiche di regolazione del tabacco all'Unione Europea, ma ai singoli Stati.¹⁷

Il divieto di esposizione danneggia soprattutto le tabaccherie

Secondo i critici, il divieto di esposizione nei punti vendita imporrebbe pesanti costi ai commercianti, soprattutto quelli specializzati in tabacco, come le tabaccherie. Tali costi includono le spese per adattare i punti vendita, ad esempio comprando o modificando gli espositori per nascondere i pacchetti di sigarette e gli altri prodotti, lasciando soltanto una lista di prodotti con i relativi prezzi, ma anche costi potenziali legati alla riduzione della competitività delle piccole tabaccherie rispetto ai supermercati o ad altri punti vendita non specializzati in tabacco e per cui i prodotti da fumo rappresentano una frazione minore dei ricavi complessivi. Inoltre si ritiene che il divieto di esposizione favorisca il contrabbando e la contraffazione.

Secondo lo studio della Rand commissionato dall'Unione Europea,¹⁸ in Italia i punti vendita al dettaglio sono circa 27.000, un numero molto maggiore che negli altri Paesi europei (la seconda è la Spagna, con circa 12.000 esercizi commerciali, mentre in tutta Europa sono all'incirca 64.000), dove probabilmente le vendite avvengono soprattutto nei supermercati o in altre strutture commerciali di maggiori dimensioni. Gli stessi dati sono evidenti per l'occupazione, con circa 50.000 occupati in Italia, 20.000 in Spagna e 150.000 in tutta Europa. Una misura volta a colpire il mercato della vendita al dettaglio di tabacco avrebbe effetti negativi sproporzionati in Italia, dove si concentra un terzo dell'occupazione e più di un terzo degli esercizi commerciali al dettaglio. Lo studio della Rand riconosce questo rischio esplicitamente.¹⁹

Uno studio dell'Institute of Economic Affairs²⁰ argomenta che la vendita di tabacco è particolarmente importante per i piccoli supermercati "di prossimità" (ogni Paese ha diverse strutture commerciali, in Italia ad essere colpite ovviamente sarebbero le tabaccherie). Nel 2008, riporta l'articolo, circa un settimo dei negozi di prossimità ha

14 Rand 2010, p. 194.

15 Rand 2010, p. 195.

16 Rand 2010, p. 201.

17 Monsurrò 2011.

18 Rand 2010, p. 71.

19 Rand 2010, p. 73.

20 Basham 2010, p. 200.

chiuso i battenti, e le perdite per questi esercizi sono dovuti in parte al contrabbando di sigarette che toglie mercato ai dettaglianti onesti.

Sfortunatamente i dati sono pochi e nessuna analisi statistica viene tentata. Le perdite del 2008 potrebbero essere dovute alla crisi finanziaria, e per farne un'analisi significativa sarebbe stato necessario confrontare le perdite e le chiusure in vari altri settori commerciali, per periodi di vari anni, includendo variabili per l'introduzione dei divieti di esposizione nelle varie province. Sarebbe stato necessario, cioè, rifare ciò che è stato fatto negli studi di Europe Economics precedentemente citati, ma per analizzare lo stato di salute degli esercizi commerciali anziché l'incidenza del consumo di tabacco. Nessuno studio siffatto è stato trovato.

Lo studio della Rand riporta per i dettaglianti costi una tantum di circa 5.000€ all'introduzione di un divieto di esposizione, più costi ricorrenti pari a 10.000€ l'anno per esercizio commerciale.²¹ Stime di questo tipo sono piuttosto difficili: vari studi citati da Rand stimano costi una tantum da 610 a 5.500€ e ricorrenti da 330 a circa 11.000€.

Rand riporta costi complessivi che vanno da 320 milioni di euro a 2,3 miliardi, con costi annui che vanno da 640 milioni a 4,6 miliardi nel breve termine, e circa la metà nel lungo termine, quando il personale avrà imparato le nuove procedure. L'enorme variabilità dei dati dipende dal numero di dettaglianti in Europa che, riporta la Rand, non è chiaro. Dato che quasi la metà dei dettaglianti e circa un terzo dell'occupazione europei è in Italia, una gran parte (da un terzo alla metà) di questi costi sarebbero pagati dal nostro Paese. Questi costi, potenzialmente molto gravosi, avrebbero probabilmente un effetto anche sui livelli di occupazione. I costi di questa misura per i dettaglianti, dunque, sarebbero "potenzialmente notevoli".²²

Il divieto di esposizione riduce la concorrenza sul mercato

È probabile che il divieto di esposizione riduca la capacità di nuovi marchi o aziende di entrare nel mercato per togliere quote ai prodotti già in commercio. Questo potrebbe ridurre il livello di concorrenza, creando rendite di posizione per chi è già sul mercato, cristallizzando le quote di mercato dei vari produttori e riducendo l'innovazione di prodotto (ad esempio l'introduzione di nuovi marchi). Queste possibilità sono state analizzate nello studio di Europe Economics precedentemente citato,²³ che verrà discusso più dettagliatamente in seguito, quando si analizzeranno i possibili impatti sulla concorrenza del *packaging* generico.

Gli avvertimenti grafici riducono l'incidenza del fumo

Gli avvertimenti testuali sono presenti sulle sigarette di tutti i Paesi europei da ormai diversi anni. Alcuni Paesi, non paghi di ciò, hanno introdotto anche avvertimenti grafici per spaventare i fumatori e indurli a smettere di fumare, o addirittura a non iniziare proprio.

La maggior parte degli studi si basa di fatto su sondaggi in cui si chiede alle persone se dopo aver visto l'avvertimento siano o meno più propense a smettere. Nei sondaggi in questione, le persone affermano di norma di voler smettere. Questo non significa che lo faranno, ovviamente quello che conta è ciò che si fa, non ciò che si dice di voler fare.

²¹ Rand 2010, p. 207.

²² Rand 2010, p. 227.

²³ Europe Economics 2009.

Non ha molto senso dunque riportare che “il 33% dei cittadini europei ritiene efficaci gli avvertimenti testuali” o che “il 55% di essi ritiene che un avvertimento grafico aumenterebbe l'efficacia rispetto ad un avvertimento solamente testuale”.²⁴ Questo tipo di informazione è inutile perché al più (se il sondaggio è affidabile) ci dice ciò che i cittadini credono (senza aver analizzato la questione, come di norma accade per via dell'ignoranza razionale, il problema in base al quale investire nella comprensione delle *policies* non è razionale e dunque i cittadini si accontentano di livelli di informazione estremamente bassi e di scarsa qualità) e non se ciò che credono è o meno fondato.

Lo stesso discorso vale per informazioni come le seguenti: il 37% delle persone dopo aver letto gli avvertimenti “ha riflettuto sulla propria salute” e il 63% “ha discusso degli effetti sulla salute del tabacco con gli amici e i familiari”.²⁵

Secondo lo studio della Rand commissionato dall'Unione Europea, l'introduzione di avvertimenti grafici in grado di coprire il 40% della superficie del retro del pacchetto potrebbero ridurre l'incidenza del fumo dello 0,5%: una tale percentuale è così bassa che è difficile immaginare di poterla valutare statisticamente in maniera robusta, e tanto per farsi un'idea è così bassa che un aumento di solo l'1% del prezzo delle sigarette (corrispondente ad un aumento dell'1,5% della tassazione sul tabacco) avrebbe lo stesso effetto.²⁶ Il medesimo documento riporta alla pagina successiva che non esiste una stima affidabile dell'efficacia degli avvertimenti. Del resto, lo 0,5% riportato non è frutto di uno studio accurato, ma di una stima qualitativa contenuta in un documento del Dipartimento della Sanità britannico.²⁷

Per motivi tecnici, è difficile ottenere una stima accettabile di qualcosa che è molto prossimo allo zero, e le difficoltà di trovare evidenze convincenti sono legate proprio all'inefficacia della misura regolativa in questione. Se gli avvertimenti testuali abbattessero l'incidenza del fumo del 5%, una qualsiasi analisi delle serie storiche sull'incidenza del fumo mostrerebbe una tale diminuzione con poche elaborazioni statistiche. Ma per effetti che non sono molto distanti dallo zero, è difficile dimostrare che un effetto c'è.

Ha senso distinguere tra significatività statistica, cioè la bassa probabilità che la stima ottenuta sia dovuta a coincidenze, e significatività economica, cioè l'entità o meno degli effetti di una determinata politica. È possibile che un effetto economicamente trascurabile (come una riduzione del numero di fumatori dello 0,1%) possa essere stimato statisticamente in maniera affidabile, e che un effetto economicamente rilevante (una riduzione dell'incidenza del fumo del 10%) possa non essere valutabile per via delle limitazioni nei dati. Non sembra questo il caso: anche quando si riesce a misurare qualcosa di statisticamente significativo, con rare eccezioni, si tratta di effetti di piccola entità.

Come affermato dalla stessa Rand, gran parte dell'“evidenza” non riguarda l'incidenza del fumo, ma solo la consapevolezza da parte dei fumatori dei rischi associati al tabagismo e l'intenzione dichiarata di voler smettere.²⁸

²⁴ Eurobarometro 2008, citato in Deloitte 2011, p. 16.

²⁵ Rand 2010, p. 129. Continua a p. 130 con altre statistiche altrettanto irrilevanti.

²⁶ Rand 2010, p. 128.

²⁷ UKDH 2007.

²⁸ ITC 2009.

Sambrook,²⁹ in un report scritto per l'Unione Europea, riassume la letteratura sull'efficacia degli avvertimenti testuali e grafici, e include un'analisi del *packaging* generico. Nemmeno uno dei *paper* citati, e la ricerca bibliografica sembra ben eseguita, parla di efficacia in termini di riduzione del consumo di tabacco o dell'incidenza del tabagismo. La parola "efficacia" è impiegata decine e decine di volte, mai per indicare effetti reali sul consumo di tabacco, ma al più per indicare effetti sul livello di informazione dei consumatori. Sul *packaging* generico vengono riscontrate le stesse identiche limitazioni, ma almeno in questo caso c'è un motivo: non esistono dati sulla sua efficacia reale. Insomma, le stesse autorità pubbliche commissionano studi sull'efficacia delle loro misure regolative, e non riescono a trovare nulla di rilevante.

Secondo l'ITC (International Tobacco Control)³⁰ gli avvertimenti grafici scioccanti aumentano i tentativi da parte dei fumatori di non guardare il pacchetto, ad esempio coprendolo con un copripacchetto. Questo, secondo lo studio, è associato ad un aumento dei tentativi di smettere di fumare. Probabilmente è semplicemente associato al buongusto. Il documento non mostra alcuna evidenza che l'incidenza del tabacco diminuisca con l'introduzione degli avvertimenti testuali.

Lo studio della Deloitte (commissionato da British American Tobacco) mostra i risultati di un'analisi quantitativa sull'efficacia della dimensione degli avvertimenti (sia testuali che grafici), e conclude che non c'è evidenza di efficacia. Gli effetti stimati non sono statisticamente significativi neanche al 10%, sia a considerare l'anno di introduzione della misura regolativa che l'anno successivo (per tener conto di effetti ritardati).³¹

Lo studio analizza 27 Paesi, 14 con economie avanzate e 13 in via di sviluppo, e ne esclude altri per limitazioni dei dati disponibili (scarsa qualità dei dati, oppure mancanza delle serie temporali per i prezzi delle sigarette).³² I dati di consumo derivano da fonti di British American Tobacco, e sono derivati dalle imposte pagate.

L'analisi mostra che i coefficienti per l'estensione degli avvertimenti grafici sono molto simili a quelli per avvertimenti testuali, ma non è corretto trarre inferenze da questa similitudine perché la significatività statistica del risultato è bassa. La probabilità che il parametro da stimare sia uguale a zero (nessun effetto) per gli avvertimenti testuali è del 10-15% a seconda della specificazione del modello, ma sale all'85% per gli avvertimenti grafici. I *p-values* sono ancora più bassi per gli effetti sull'anno successivo. È probabile che l'errore estremamente elevato sulla stima dei parametri dell'effetto degli avvertimenti grafici sia legato alla carenza di dati: essendo la loro introduzione risalente al 2006, ci sono solo cinque dati utili (i dati sono annuali) per valutare l'efficacia della misura. Si tratta di effetti estremamente piccoli, dunque, tanto piccoli che è difficile valutare se non siano nulli.³³

Lo studio aggiunge che anche non considerando l'estensione degli avvertimenti, ma la presenza o meno di questi, non si ottengono risultati statisticamente significativi. Dunque non solo la percentuale di area occupata è irrilevante, ma anche la presenza stessa degli avvertimenti³⁴ non ha influenza. I *p-values* relativi a queste variabili *dummy* sono

29 Sambrook 2009.

30 ITC 2009.

31 Deloitte 2011, p. 19.

32 Deloitte 2011, p. 65.

33 Deloitte 2011, p. 73.

34 Deloitte 2011, p. 21.

estremamente bassi.³⁵

Oltre all'analisi di regressione statistica (una tecnica econometrica standard), lo studio esegue anche un'analisi "ad eventi" in cui si cerca nelle serie temporali del volume di vendite di sigarette (in Australia) dal 1990 al 2010 se l'avvento di innovazioni regolative abbia modificato o meno il livello dei consumi. L'analisi non mette in evidenza alcun risultato né per gli avvertimenti testuali né per quelli grafici. Le serie temporali sono state analizzate con tecniche econometriche per stabilire "punti di rottura" associati alle innovazioni regolative, senza trovare alcunché. Siccome i dati partono dal 1990, gli eventi analizzati sono stati l'aumento dell'estensione degli avvertimenti testuali (1995) e l'introduzione degli avvertimenti grafici (2006), mentre non è possibile analizzare l'impatto originario dell'introduzione degli avvertimenti testuali, essendo la legge del 1987, ed entrata pienamente in vigore nel 1990.³⁶

L'analisi si concentra sul consumo di tabacco legale (essendo del resto i dati di consumo derivati dai pagamenti fiscali). Gli effetti delle regolamentazioni sui mercati illegali saranno analizzati in seguito.

Un tentativo di mostrare l'efficacia degli avvertimenti grafici è stato fatto dal Cancer Council Victoria,³⁷ che mostra un'immagine del consumo di sigarette in Australia dal 1970 al 2005. Secondo lo studio l'introduzione degli avvertimenti, il loro rafforzamento e il loro allargamento hanno avuto effetti visibili sul trend del consumo di tabacco. È difficile vedere ciò che viene asserito dalla figura mostrata nell'articolo, soprattutto in assenza di un'analisi econometrica. Dal 1970 al 1976 il trend sembra stazionario, per poi scendere più o meno uniformemente. I tre "eventi" descritti dallo studio sono avvenuti nel 1972, nel 1988, nel 1996, a giudicare dalla figura, e in prossimità di questi tre anni non succede nulla, tranne nel terzo caso dove c'è un calo improvviso, seguito da un appiattimento per tornare al trend precedente.

Il punto è che un'analisi di questo genere richiede di considerare l'effetto del reddito (dunque della crescita e dei cicli economici) e dei prezzi delle sigarette, perché se le modifiche regolative avvengono in concomitanza con riduzioni del reddito o aumenti dei prezzi, è probabile che si possa avere una riduzione, anche se la misura in sé è totalmente inefficace, e addirittura contraria agli scopi. Questo è dovuto al fatto che reddito e prezzo sono variabili (le uniche, secondo lo studio Deloitte) significative per determinare la domanda. Se l'effetto fosse grande, forse sarebbe visibile anche senza un'analisi di regressione multivariata, ma dato che stiamo parlando eventualmente di effetti trascurabili, serve un'analisi accurata per verificare l'esistenza di un effetto.

Il *regulatory impact assessment* (RIA) del Department of Health del governo britannico sugli avvertimenti grafici non mostra alcun risultato rilevante per questo studio.³⁸ Affermando che non c'è alcuna evidenza dell'efficacia di questa misura regolativa nel ridurre l'incidenza del fumo tra la popolazione, si assume che la riduzione dell'incidenza sarà simile a quella prevista per gli avvertimenti testuali, lo 0,5%. Il risultato per gli avvertimenti testuali a sua volta era stato trovato ipotizzando che avessero il 20% dell'efficacia dei divieti sulla pubblicità, stimati al 2,5%. Quest'ultima cifra era stata ottenuta "valutando le ragioni dei fumatori per smettere". Insomma: una valutazione di impatto basata sul nulla, che fa pensare che queste attività per migliorare la qualità della regolazione non siano molto prese sul serio. In teoria i RIA dovrebbero servire

³⁵ Deloitte 2011, p. 77.

³⁶ Deloitte 2011, p. 68.

³⁷ CCV 2011, p. 20.

³⁸ DH 2007.

a fare regole migliori, ma se diventano una formalità da sbrigare svogliatamente non servono a nulla.

Lo studio della Rand cita un *paper* di Gospodinov e Irvine³⁹ sull'effetto degli avvertimenti grafici in Canada. Introdotti nel 2001, secondo lo studio non hanno avuto alcun impatto misurabile sull'incidenza del consumo di tabacco, mentre hanno ridotto il consumo di sigarette di chi già fumava, anche se la stima è piuttosto rumorosa e il livello di confidenza dunque piuttosto basso. La riduzione del numero di sigarette fumate è stata di poco più di 2 per settimana, che probabilmente è molto poco, ma occorre considerare che la popolazione analizzata aveva livelli di consumo di 24 sigarette per settimana, dunque la riduzione parrebbe essere del 9%, che non è trascurabile (anche se il livello di confidenza rimane basso e dunque il dato potrebbe essere spurio). L'effetto medio è -2,2 sigarette per settimana, la deviazione standard (cioè l'incertezza sulla stima) è 1,5, dunque il dato non è significativo al 5%, nel senso che la probabilità che sia dovuto solo ad una coincidenza è superiore al 5%. Il dato non è significativo neanche al 10% (soglia oltre la quale l'analisi statistica tende a rifiutare i risultati), secondo i nostri conti. I risultati non cambiano a tener conto delle varie fasce di età.

Gli autori suggeriscono che il dato, pur non significativo statisticamente, potrebbe indurre, se l'effetto effettivamente esiste, una riduzione dell'incidenza del fumo, in quanto la riduzione del consumo in un certo periodo è positivamente correlata con lo smettere di fumare.⁴⁰ Qui occorre notare una cosa: lo studio citato, di Falba *et al* dimostra che la correlazione è forte per chi diminuisce il numero di sigarette del 50%, e un po' meno forte per riduzioni tra il 25% e il 50%. Non dice cosa succede per riduzioni inferiori (l'effetto stimato da Gospodinov e Irvine è pari a circa il 9% di riduzione). L'articolo di Falba *et al* non mostra al contrario alcun aumento della probabilità di smettere di fumare per diminuzioni del numero di sigarette fumate inferiori al 25%, almeno a giudicare dal grafico che gli stessi autori propongono.

Lo studio di Gospodinov e Irvine è stato effettuato su un campione di fumatori che fumavano 24 sigarette in media per settimana, cioè circa 3,5 al giorno. La media europea è 14,4 sigarette al giorno,⁴¹ dunque o i fumatori australiani sono estremamente morigerati, o il campione non è indicativo della popolazione.

Due altri studi, di Borland *et al*,⁴² riconoscono che non c'è un impatto misurabile degli avvertimenti grafici sulla riduzione dell'incidenza del fumo, anche se le persone reagiscono alla lettura degli avvertimenti dicendo di avere intenzione di smettere, oppure addirittura affermando di averci provato. Sebbene questi comportamenti siano statisticamente significativi, non c'è alcun legame sostanziale con l'effettiva riduzione del tabagismo. Nessun dato, sostengono gli autori, mostra un aumento effettivo della probabilità di smettere di fumare.

Uno studio di Hammond *et al*⁴³ ha analizzato la risposta cognitiva (cioè di fatto le intenzioni dichiarate) dei fumatori all'esposizione ad avvertimenti grafici, ma l'analisi non ha portato invece risultati significativi riguardanti l'effettivo smettere di fumare.

Di recente è anche stato pubblicato un articolo che argomenta come gli avvertimen-

39 Gospodinov e Irvine 2004.

40 Falba *et al*, 2004.

41 Eurobarometro 2010.

42 Borland *et al*, 2009a, Borland *et al* 2009b.

43 Hammond *et al* 2003.

ti scioccanti possano aumentare l'incidenza del fumo perché la loro visione provoca stress emotivo che il fumatore tende a ridurre accendendo una sigaretta.⁴⁴ Questo fenomeno sembra valido per chi fuma molto, ma non per chi fuma poco. Il *paper* utilizza test psicologici standard per valutare il desiderio di fumare, lo stato d'ansia e il livello di attenzione dopo aver osservato avvertimenti grafici o altre immagini, dunque non stima direttamente l'effetto sull'incidenza del fumo o il consumo di sigarette. Si tratta di un risultato nuovo e potenzialmente interessante, ma che andrà confermato da futuri studi.

Gli avvertimenti grafici aumentano il livello di informazione dei consumatori

Un'altra argomentazione dei fautori della regolazione è che gli avvertimenti grafici aiutino a comprendere gli effetti del fumo. Secondo lo studio della Rand, questo effetto sarebbe forte soprattutto sui fumatori meno istruiti e più poveri.⁴⁵ Queste persone “potrebbero avere problemi a capire avvertimenti puramente testuali”.⁴⁶ Evidentemente sono considerate così stupide che non capiscono la scritta “Il fumo uccide”, pensando che sia il titolo di un libro giallo: un'analisi più sensata farebbe notare che “Il fumo uccide” sia sintatticamente sufficientemente semplice da poter essere compresa anche da una persona povera che si è fermata alla terza media.

Non si capisce poi quale informazione vada fornita ai consumatori: tutti sanno che il fumo fa male. Ci sono dubbi sulla pericolosità del fumo passivo e spesso le persone – anche per via delle regolamentazioni sul tabacco – sono convinte che le sigarette con meno nicotina, catrame e monossido di carbonio facciano meno male (il che è anche verosimile, ma pare che i fumatori inalino le sigarette leggere più pesantemente per compensare la minore quantità di nicotina, eliminando in tal modo eventuali benefici sulla salute⁴⁷). Anzi c'è forse una tendenza ad esagerare la pericolosità del fumo con stime eccessivamente alte della probabilità di insorgenza di alcune malattie collegate al tabacco.⁴⁸

È riportato in alcuni studi che alcune malattie sono meno associate al tabacco nelle opinioni dei fumatori di altre come il cancro ai polmoni. Sembra cioè esserci un numero di persone maggiore che non è al corrente degli effetti del tabacco sugli infarti o l'impotenza, ad esempio⁴⁹. Che aumentare la percentuale di persone cosce di questi rischi riduca l'incidenza del fumo è però poco verosimile: pressoché tutti sanno che fumare regolarmente aumenta l'incidenza del cancro ai polmoni, e non per questo smettono. Non si vede perché dovrebbero smettere venendo a conoscenza di altre malattie associate al tabagismo. Quello che probabilmente conta è che sappiano che il fumo fa male, e questo praticamente nessuno lo ignora. Inoltre, questo non è un argomento per gli avvertimenti grafici: basta infatti aggiungere avvertimenti relativi alle patologie che si ritengono sottovalutate dai fumatori.

44 Loeber *et al* 2011.

45 Rand 2010, p. 138.

46 Rand 2010, p. 136, e UKDH 2007.

47 Lo studio di Falba *et al* precedentemente citato conclude però che questi fenomeni di compensazione comunque non annullano del tutto i benefici per la salute, dunque è probabile che fumare sigarette “leggere” faccia effettivamente meno male alla salute. Questo punto richiederebbe un'analisi più accurata.

48 Viscusi 1990.

49 ITC 2009.

È possibile che nei Paesi in via di sviluppo il livello di informazione dei consumatori sia minore, e potenzialmente gli avvertimenti testuali, le campagne di informazione e, ammesso che aggiungano qualcosa, gli avvertimenti grafici potrebbero portare a conoscenza dei fumatori i pericoli associati a questa attività. Secondo uno studio della Banca Mondiale,⁵⁰ le campagne di informazione sono efficaci nelle prime fasi dell'espansione del consumo di tabacco ("epidemia", secondo la strana terminologia dell'articolo, come se si trattasse di una malattia e non di una scelta), perché evidentemente in queste prime fasi il livello di comprensione dei rischi del tabacco è piuttosto basso.

Secondo lo stesso studio, le persone tendono a sottovalutare i rischi propri rispetto a quelli degli altri fumatori. Questo è un comportamento che dalla teoria economica standard sarebbe considerato irrazionale, a meno di non avere dei motivi teorici per classificare sé stessi in una diversa categoria di rischio rispetto agli altri. Inoltre i fumatori sembrano sottovalutare la dannosità del fumo rispetto ai non-fumatori.⁵¹ Questo fenomeno sembra un palese *bias* cognitivo, cioè un meccanismo più o meno inconsapevole attraverso cui la mente per stare meglio falsifica l'elaborazione dell'informazione: questi fenomeni sono presenti ovunque, tant'è che le persone tendono a dare più peso alle prove a loro favore che a quelle per loro negative anche in molti altri ambiti della vita, come ad esempio la politica. Non si tratta in alcun modo di un problema di scarsa informazione, e dunque non è probabilmente possibile ridurlo con campagne di stampa o avvertimenti sui pacchetti (a meno di non fare campagne per spiegare l'economia comportamentale alla popolazione, sul cui insuccesso nutrirei pochi dubbi).

Il packaging generico riduce l'incidenza del fumo

Dato che nessuno ha implementato il *packaging* generico, non esistono dati per dimostrarne l'efficacia o l'inefficacia. La proposta di *policy* è stata analizzata da diversi governi, ma nessuno ha deciso di passare all'implementazione, finora.

Uno studio del Cancer Council Victoria⁵² riassume la letteratura sul *packaging* generico, ma nessuno studio citato mostra dati econometrici affidabili, trattandosi solo di sondaggi compiuti in vari Paesi. Gli studi citati mostrano dunque dati inutili quali il numero di persone che ritiene che il *packaging* generico sarebbe efficace nel ridurre l'incidenza del fumo.

Per farsi un'idea di quanto possano essere affidabili questi studi, è forse sufficiente confrontare gli analoghi studi riguardanti gli avvertimenti grafici: nessuno dimostra effetti apprezzabili sull'incidenza del fumo, ma in tutti i sondaggi sembra che i consumatori siano convinti che siano estremamente utili ed efficaci. C'è un iato enorme tra i risultati dei sondaggi e gli effetti concreti degli avvertimenti grafici, dunque, e questo può essere verificato empiricamente perché gli avvertimenti grafici sono già stati implementati in diversi Paesi.

È possibile estendere questi risultati al *packaging* generico? In assenza di dati reali non possiamo dire che sarà inefficace, ma possiamo dire che se l'evidenza a favore è analoga a quella per gli avvertimenti, questa evidenza non ha probabilmente molto valore per le ragioni esposte.

Negli studi esistenti, si ritiene che il *packaging* generico ridurrebbe l'*appeal* delle sigar-

⁵⁰ WB 1999, p. 45.

⁵¹ WB 1999, p. 30.

⁵² CCV 2011, p. 11.

rette, riducendo il potere del marchio sui consumatori, e riducendo l'immagine associata al marchio, e dunque gli incentivi "sociali" a consumare un determinato tipo di sigarette.

Si ritiene inoltre che il *packaging* generico, unito agli avvertimenti, testuali o grafici, possa convincere un maggior numero di persone a smettere di fumare, agendo sia sull'informazione riguardante gli effetti sulla salute che sull'*appeal* del marchio in merito alle scelte dei consumatori. Anche in questo caso, le informazioni sono soltanto derivate da sondaggi, non essendoci dati reali da analizzare.

Lo studio della Rand riassume l'evidenza sull'efficacia del *packaging* generico in questi termini: anche se non ci sono dati reali da analizzare, bisogna affidarsi a dati indiretti seppure evidentemente meno affidabili⁵³, mentre i *paper* delle aziende produttrici non vanno presi sul serio proprio perché per le aziende produttrici il *packaging* è un importante strumento di marketing. Non sembra un'analisi molto sofisticata.

Più interessante lo studio di Wakefield *et al*, secondo cui ai consumatori piacciono di più i pacchetti normali di quelli generici, e quello di Moodie secondo cui alcune strategie grafiche, come usare colori tenui per il pacchetto, tendono a dare la sensazione che le sigarette siano più leggere e meno dannose per la salute. Secondo lo stesso autore, la grafica del pacchetto distrae poi il fumatore, che non dà attenzione agli avvertimenti testuali.

Nello studio di Wakefield *et al*⁵⁴ si sono mostrati ad un certo numero di partecipanti diversi pacchetti, alcuni identici a quelli effettivamente venduti, e altri che avevano sempre meno grafica, fino ad arrivare ad un *packaging* generico di colore marrone, senza loghi, con il numero di sigarette e la marca del pacchetto scritti in caratteri standard. Come era prevedibile, i consumatori hanno considerato meno "alla moda", attraenti e adatte a persone socievoli e giovanili i pacchetti generici. Senza grafica, inoltre, è stato anche più difficile per i consumatori valutare se le sigarette erano a basso o alto contenuto di nicotina, catrame e monossido di carbonio,⁵⁵ e se la qualità del tabacco era buona o meno.

Padilla e Watson⁵⁶ hanno pubblicato un articolo commissionato da Phillip Morris sull'efficacia del *plain packaging*. L'articolo è molto tecnico e parla soprattutto dei limiti dei sondaggi e delle altre tecniche usate nella letteratura per valutare gli effetti di determinate regolamentazioni. Riassume gran parte della letteratura sull'argomento del *packaging* generico e di ogni *paper* analizza gli argomenti e i limiti. È probabile che voler fare dei sondaggi affidabili presenti delle difficoltà insormontabili e dei costi notevoli, e ciò limita la credibilità degli studi attualmente esistenti. D'altra parte c'è il rischio di "avvelenare il pozzo" e imporre standard di prova eccessivamente elevati che rendono impossibile trovare dati convincenti.

È però molto interessante il loro argomento secondo cui gli studi dovrebbero analizzare cosa succederebbe se ci fossero solamente pacchetti generici, e non confrontare pacchetti generici e pacchetti standard. In questo secondo caso, il consumatore infatti può scegliere e chiaramente preferirà il pacchetto più gradevole, più informativo, più curato. Se il *packaging* generico diventasse realtà, tutti i pacchetti (tranne quelli contraffat-

53 Rand, p. 131.

54 Wakefield *et al* 2008.

55 I fumatori sono in grado di ottenere informazione sulla pesantezza delle sigarette osservando dettagli grafici come il colore del pacchetto. Questo rende più facile scegliere il prodotto.

56 Padilla e Watson 2010

ti) sarebbero generici, e dunque studi come quello di Wakefield *et al* che confrontano pacchetti generici e pacchetti standard sono poco significativi.

Infine, quello del non fidarsi degli studi dei produttori non rappresenta invece un valido argomento (appartiene alla classe di fallacie detta: “argomenti *ad personam*”), e comunque vale per tutti, anche per le società private pagate dalle autorità pubbliche per eseguire studi di fattibilità a favore di *policies* che esse stesse intendono promuovere, e per le organizzazioni di attivisti antitabacco, a volte altrettanto dipendenti finanziariamente dal settore pubblico. Semplicemente si tratta di argomenti non validi, cioè di fallacie logiche.

Il packaging generico è efficace perché i produttori vi si oppongono

Non è da considerarsi un argomento di cui tener conto la seguente tesi: il *packaging* generico deve essere considerato efficace perché altrimenti l'industria del tabacco non sarebbe così spaventata da proposte che vanno in tale direzione.⁵⁷ Gli argomenti *ad hominem* inquinano già abbastanza il dibattito pubblico. Del resto, i costi del *packaging* generico in termini di modifiche dei macchinari per impacchettare le sigarette e le incertezze sugli effetti di queste misure sulle dinamiche competitive del mercato possono essere da soli un buon motivo per i produttori per opporsi.

Lo studio del Cancer Council Victoria cita una dichiarazione di Citigroup riguardante i pericoli del *packaging* generico per la profittabilità delle attività dei produttori di sigarette: “il *packaging* generico è il più grande pericolo regolativo per l'industria, perché il *packaging* è il più importante modo per cui le imprese del tabacco comunicano con il consumatore e differenziano i loro prodotti”.

Sarebbe stato opportuno citare il resto della frase, però: “se il *branding* fosse rimosso, temiamo che i consumatori avranno meno ragioni per comprare le marche più costose, e i profitti su queste ultime sono maggiori di quelle sulle sigarette economiche”.⁵⁸ Insomma: Citigroup è preoccupata non per l'efficacia del *packaging* generico, ma per l'effetto della maggiore concorrenza sui profitti delle imprese, che porterebbe ad una riduzione dei costi e a un aumento dei consumi, come si dirà più avanti.

Questo è particolarmente evidente se si legge il report di Citigroup:⁵⁹ i marchi di lusso si vendono a circa 1£, escluse tasse e margini per i dettaglianti (il prezzo finale nel Regno Unito è superiore a 5€), mentre le sigarette economiche valgono solo 0,20£. La differenza è in linea di massima quasi tutto profitto, dato che i costi di produzione, assicura Citigroup, sono simili. Ridurre dunque i margini sui marchi di lusso indubbiamente ridurrebbe la profittabilità dei produttori di tabacco, facendone potenzialmente crollare i titoli in borsa. La preoccupazione di Citigroup è dunque legata a questo, e non afferma invece nulla sull'efficacia del *packaging* generico.

L'argomento, insomma, non ha alcuna validità: la preoccupazione è per la riduzione dei margini, non per la riduzione dei consumi. Per capire se i profitti si ridurranno o meno, però, occorrerà investigare l'effetto del *packaging* generico sulle dinamiche competitive del mercato del tabacco, e questo sarà fatto in seguito.

57 Cancer Council Victoria 2011, p. 16.

58 Financial Times 2010.

59 Citigroup 2011.

Il packaging generico è illegale

Questo studio si concentra sull'evidenza economica e non sugli aspetti legali della regolamentazione, ma per completezza si cita che per i produttori di tabacco il *packaging* generico è da considerarsi una violazione delle leggi internazionali sul libero commercio e sulla proprietà intellettuale, in questo caso sui diritti di proprietà sui marchi.⁶⁰

Il documento di Citigroup precedentemente citato riassume i tre argomenti, nel caso del dibattito sull'introduzione del *packaging* generico in Gran Bretagna (dato che molte delle leggi citate sono internazionali, l'argomento si può estendere a molti altri Paesi che hanno firmato gli accordi relativi). Le tre argomentazioni sono:

- la perdita dei diritti di proprietà intellettuale richiede una piena compensazione da parte dei regolatori, con pagamenti a favore del settore del tabacco che possono arrivare a cifre considerevoli, forse addirittura centinaia di milioni di euro, se non oltre il miliardo;
- i diritti sui marchi sono protetti da diversi accordi internazionali sul commercio, legati all'Organizzazione Mondiale del Commercio (WTO);
- nell'Unione Europea il diritto di regolamentare i pacchetti non è degli Stati membri, ma dell'Unione.

Secondo Citigroup, le ultime due argomentazioni sono molto deboli e probabilmente infondate sul piano legale. Nel terzo caso, le leggi europee permettono di adottare misure più stringenti di quelle europee a livello locale, se ci sono problemi di salute pubblica. Il secondo argomento sembra un po' più robusto, ma dato che gli accordi in questione permettono eccezioni in caso di problemi di salute pubblica, è possibile che tali eccezioni siano applicabili al mercato del tabacco.

La prima argomentazione è invece potenzialmente importante perché la Carta dei Diritti Fondamentali dell'Unione Europea riconosce il diritto di proprietà, e assicura che nel caso di limitazioni di questo per ragioni di pubblico interesse ci debba essere una equa e tempestiva compensazione del danno da parte delle autorità pubbliche. Secondo Citigroup, questa argomentazione è valida o meno a seconda dell'interpretazione che ne daranno le Corti in eventuali processi.

Secondo le organizzazioni non-governative anti-tabacco, non esistono invece problemi legali, perché i "Governi non intendono usare i marchi e l'industria del tabacco manterrà pieni diritti legali sui loro loghi e i loro marchi; semplicemente non saranno più liberi di usarli come strumenti di marketing sui pacchetti di sigarette".⁶¹ Questa è più o meno la stessa argomentazione di Citigroup riguardo l'interpretazione del principio davanti alle corti.

Queste argomentazioni sono state citate per completezza e non si farà alcun tentativo di valutarne la validità. È però interessante notare come il "diritto di proprietà" sia poco più di una farsa quando la legge impedisce che venga violato apertamente ma permette che venga regolamentato fino a renderlo inutile. Parlare di proprietà dei marchi quando si può vietarne l'utilizzo sembra più una presa in giro che una vera tutela legale dei diritti individuali nei confronti delle autorità pubbliche. Tutto sommato, abolire il diritto di proprietà e regolamentare in maniera asfissiante sia l'uso che il trarne utilità sono fondamentalmente la stessa cosa.

⁶⁰ Deloitte 2011, p. 28.

⁶¹ CCV 2011.

Il commercio illegale di tabacco

Molti ritengono che il *packaging* generico faciliterebbe la vita alle organizzazioni criminali dedite alle vendite illegali di tabacco. In questa sottosezione si analizza il problema del mercato illegale del tabacco, nella prossima come questo è collegato alle accise sul fumo (praticamente l'unica forma di regolazione efficace), e infine come il *packaging* generico potrebbe influenzare il mercato nero del tabacco.

Molti ritengono che il commercio illegale e la contraffazione siano problemi rilevanti per il mercato del tabacco, in termini di sicurezza (le merci illegali possono essere di qualità inferiore e provocare dunque problemi di salute), entrate fiscali e anche profitti per le organizzazioni malavitose (si pensi alle decine di miliardi che le mafie guadagnano ogni anno grazie al proibizionismo).

Per definizione, il contrabbando è la vendita illegale di merci autentiche, la contraffazione è invece la vendita di merci non autentiche. Ad esempio, si ha contrabbando quando si comprano pacchetti di sigarette evadendo le tasse e si ha contraffazione quando si commercializza (attraverso canali ovviamente illegali) un pacchetto con un marchio senza il permesso del proprietario del marchio. Per motivi fiscali e di lotta alla criminalità la contraffazione e il contrabbando di sigarette sono stati anche analizzati da enti pubblici quali le polizie e le agenzie delle entrate dei vari Paesi.

L'argomento è stato anche usato dalle organizzazioni di attivisti anti-fumo, a volte per criticare il supposto eccessivo allarmismo delle industrie del tabacco su questi temi e altre per sottolineare al contrario gli effetti positivi sulla salute e sulle entrate fiscali che la lotta alla contraffazione può comportare. Ad esempio, uno studio di Joossens *et al* del 2009⁶² stima il mercato illecito al 12% del mercato mondiale, e considera estremamente importante per la salute dei consumatori che questo mercato venga combattuto, visto che i prezzi minori incentivano il consumo.

I dati forniti dai produttori di tabacco sull'incidenza del tabacco illegale in Australia sono stati criticati⁶³ dallo studio del Cancer Council Victoria sostenendo che lo studio su cui si basano non è indicativo per una serie di limiti statistici, e che i dati reali sono circa un decimo: l'1,2% degli australiani fuma almeno la metà delle volte sigarette di contrabbando. Inoltre si sostiene che l'uso di marchi anti-contraffazione sui pacchetti potrebbe rendere più difficili le attività illegali. Il fatto è che molte fonti, sia governative che di ONG anti-fumo, hanno sottolineato la pesante incidenza del mercato nero nelle vendite di tabacco.

L'evidenza sull'incidenza del contrabbando e della contraffazione sul mercato del tabacco mostra che a seconda del Paese si può andare da pochi punti percentuali a praticamente metà del mercato. Una ONG anti-tabacco ha stimato⁶⁴ che il tabacco illegale è passato in Canada dal 7% del 2002 al 27% del 2007, con un rapido aumento evidente in tutte le principali province, sia in quelle tradizionalmente ad alta incidenza del mercato illegale, come il Quebec, che in quelle dove il fenomeno originariamente era trascurabile.

Secondo lo studio non sembra esserci una correlazione evidente tra il livello di tassazione delle varie province (misurato nel 2008) e l'incidenza del mercato illegale (con dati di anno non specificato, probabilmente il 2007).

Non c'è nulla che assomigli però ad un'analisi econometrica: si sarebbe dovuto corre-

62 Joossens *et al* 2009.

63 Cancer Council Victoria 2011, p. 4

64 PfaSFC 2008

lare l'incidenza del mercato nero per ogni provincia con il livello di tassazione locale, possibilmente per i vari anni. Purtroppo con solo una decina di province e cinque anni di dati probabilmente non sarebbe uscita un'analisi statistica attendibile per l'insufficienza dei dati. Buon motivo per non trarre alcuna conclusione, non per trarne di avventate.

Lo studio riporta anche rilevanti aumenti della tassazione in varie regioni: Nuova Scozia (2\$ in più nel marzo 2007), Alberta (5\$ ad aprile 2007), Prince Edward Island (5\$ nell'aprile 2008). Inoltre c'è stato un aumento di 0,59\$ su scala nazionale, in un anno non specificato. Questi dati sono inutilizzabili perché i dati sull'incidenza del mercato illegale si fermano proprio al 2007.

Uno studio di un'altra ONG anti-tabacco mostra del resto che l'incidenza del tabacco illegale è piuttosto elevata, all'incirca il 12% del mercato mondiale,⁶⁵ con perdite fiscali per 31 miliardi di dollari in tutto il mondo. L'eliminazione del mercato illegale porterebbe ad un aumento dei prezzi del 4% e ad una riduzione del consumo di sigarette del 2%, in base ai dati standard sull'elasticità del consumo rispetto ai prezzi. Il dato di aumento dei prezzi è stato ottenuto ipotizzando che le sigarette illegali costino di meno per un ammontare pari a due terzi delle accise: se un pacchetto da 4€ ha 3€ di accise, dunque, si suppone che sul mercato nero costi 2€, e porti 3€ di perdite fiscali.

L'Unione Europea, in un comunicato stampa, afferma che il contrabbando costa 10 miliardi di euro complessivamente ai Paesi europei, e le perdite nel Regno Unito "sarebbero circa tre volte maggiori per via delle più alte tasse britanniche".⁶⁶ Il problema, come sempre, in econometria è dimostrarlo: la verosimiglianza non basta, e del resto ragionamenti puramente teorici non sono mai sufficienti a determinare la rilevanza quantitativa di un fenomeno, visto che la legge secondo cui "la domanda cala con il prezzo" è vera sia se cala del 99% che se cala dell'1%, ma nel secondo caso sarebbe irrilevante.

È verosimile che l'incidenza del tabacco illegale possa essere ridotta tramite opportune misure di sicurezza pubblica, tant'è che in vari Paesi, come l'Italia, la Spagna e la Gran Bretagna, il mercato illegale è notevolmente calato rispetto agli anni '90.⁶⁷

Parrebbe strano comunque che i governi riescano a fare con il tabacco ciò che non riescono minimamente a fare con la droga: le mafie italiane devono alla droga decine di miliardi di euro di fatturato ogni anno, ed è strano che nel nostro Paese il commercio illegale di sigarette sia solo il 2% del totale, probabilmente un record per i Paesi OCSE.

Questa stranezza può essere dovuta al fatto che buona parte del mercato illegale delle sigarette riguarda il contrabbando di prodotti autentici, e non la contraffazione dei prodotti, e che buona parte del contrabbando è legata al settore all'ingrosso. Infatti ci sono tre principali modi per contrabbandare:⁶⁸ il contrabbando all'ingrosso, il "turismo" per andare a comprare sigarette in Paesi a bassa tassazione e la vendita di contrabbando su piccola scala.

Lo studio di Joossens *et al* fa pensare che la lotta al contrabbando su larga scala, se le autorità pubbliche sono disposte a farla, può avere successo e cancellare il mercato nero relativo. Questa pare sia la ragione della forte riduzione del mercato nero in Gran Bretagna, Spagna e Italia riportata da Joossens *et al*. D'altra parte, il mercato nero rima-

65 Joossens *et al* 2009.

66 Europa.eu 2010.

67 Joossens *et al* 2009.

68 Joossens *et al* 2008.

ne forte in Gran Bretagna, anche se meno di alcuni anni fa (si è passati dal 21% al 13%, secondo Joossens *et al*), probabilmente perché l'elevato differenziale di prezzo tra Gran Bretagna e gli altri Paesi incentiva anche il contrabbando su piccola scala. Secondo il comunicato stampa dell'Unione Europea, due terzi delle sigarette illegali sequestrate è contraffatta e non semplicemente contrabbandata,⁶⁹ inoltre, sebbene il documento consideri un "serio problema" il contrabbando su piccola scala, non offre dati a riguardo. Se è relativamente facile eliminare il contrabbando su grande scala grazie alla tracciabilità dei canali di vendita, non è altrettanto facile combattere contraffazione e contrabbando su piccola scala, oltre ai canali legali per ottenere sigarette a basso prezzo (dai *duty free* alle riserve indiane, passando per il turismo *low cost*). Questo è del resto sottolineato anche da Joossens *et al*.⁷⁰

La HM Revenues and Customs in uno studio del 2006 ha espresso la stessa opinione,⁷¹ notando che il 13% del mercato delle sigarette è ancora "nero", come anche il 50% del tabacco sfuso ("da rollare").

Il contrabbando può costituire un problema di sicurezza e di salute pubbliche perché arricchisce le mafie e perché riducendo i prezzi aumenta l'incidenza del fumo. D'altra parte, essendo merce autentica non si hanno problemi di qualità del prodotto, a differenza della contraffazione, che potenzialmente pone problemi di salute ben maggiori. L'aumento delle accise produrrà sempre un aumento del mercato nero, in base a elementari principi della logica economica, ma in alcuni canali, particolarmente ben controllati, è possibile che le autorità siano efficaci nel combatterlo. La cosa sembra meno probabile per il contrabbando su piccola scala e per la contraffazione.

Il commercio illegale di tabacco e le accise

Lo studio della Deloitte precedentemente ricordato sottolinea che l'aumento della tassazione riduce il consumo di sigarette legali ma aumenta quello di sigarette illegali, e l'effetto è tanto più forte tanto più le sigarette legali e quelle illegali sono viste come sostituti, cioè come merci fondamentalmente equivalenti.⁷² Un tale risultato si può facilmente immaginare, ed è stato riportato in letteratura anche in uno studio di Stehr,⁷³ che cita un *paper* secondo cui in base ai dati ottenuti dalle accise pagate, l'elasticità tra prezzo e consumo in Canada è pari a -0,72 (1% di aumento di prezzo provocano una riduzione dello 0,72% del consumo), ma è solo -0,47 nelle regioni dove il mercato nero è molto contenuto. Questa elasticità è molto più simile a quella ottenuta dalle indagini sulle famiglie, che tengono probabilmente conto anche delle sigarette illegali, a differenza dei dati derivati dalle accise. L'aumento delle accise fa diminuire dunque le vendite di tabacco legale molto più delle vendite di tabacco totali, e dunque fa probabilmente aumentare la vendita di tabacco illegale. Lo studio di Stehr riporta che l'evasione fiscale del tabacco è di pochi punti percentuali negli stati americani con tasse più basse, e sale fino al 18% a Washington, dove le tasse sono le maggiori nel periodo preso in esame.

Lo studio riporta che la dimensione del mercato illegale di sigarette è intorno al 10% in Europa, con perdite fiscali per circa 10 miliardi di euro, mentre è molto maggiore in

69 Europa.Eu 2010.

70 Joossens *et al* 2008.

71 HMRC 2006.

72 Deloitte 2011, p. 21.

73 Stehr 2005.

Canada (27%), Australia (16%) e Gran Bretagna (13%).⁷⁴

Il contrabbando può essere all'ingrosso oppure su piccola scala. Infine, ci sono vari modi per eludere le imposte sul fumo, come ad esempio comprare sigarette all'estero, o (negli USA) in stati con tasse inferiori, o in luoghi soggetti a tassazione inferiore come i *duty-free* oppure (in Nord America) le riserve indiane. Molte di queste attività sono legali, anche se lo scopo è lo stesso delle attività illegali: ottenere il bene economico desiderato ad un prezzo migliore.

C'è un curioso argomento secondo cui le tasse non influenzano il livello del mercato nero perché nei Paesi in via di sviluppo l'incidenza del mercato illegale è ben maggiore che in quelli sviluppati, nonostante le tasse siano più basse. Ad esempio, lo studio riporta che nei Paesi poveri le sigarette costino 1,13\$ e il mercato nero ammonti al 16,8%; nei Paesi a metà classifica costino 1,89\$ e il mercato nero sia l'11,8%; nei Paesi ricchi i dati siano 4,91\$ e 9,8%, rispettivamente. Si fa fatica però a capire cosa si vuole dimostrare: ovviamente ogni Paese avrà cause specifiche di incidenza del mercato nero, e tendenzialmente i Paesi poveri sono caratterizzati da livelli di legalità e rispetto delle regole ben minori dei Paesi ricchi. Inoltre, 1,13\$ in un Paese povero sono una percentuale di reddito probabilmente molto più elevata che 4,91\$ in un Paese ricco.

I dati dello studio precedente sul Canada in teoria avrebbero potuto essere utilizzati per valutare l'effetto delle tasse sulla diffusione del contrabbando, ma quelli di questo studio non servono a nulla, data l'elevatissima eterogeneità tra i vari Paesi. La domanda da porsi è quale sia l'elasticità dell'incidenza del contrabbando al livello delle accise o della regolamentazione dei punti vendita o della regolamentazione dei pacchetti di sigarette. Tale domanda in questi due studi non è stata neanche formulata.

Uno studio del Dipartimento Statale di Sanità di New York⁷⁵ sulle tecniche usate dai fumatori per pagare meno tasse a New York fa pensare che i prezzi, come suggerisce l'intuizione economica, siano un fattore importante per le scelte dei consumatori anche nel campo del mercato nero delle sigarette. New York infatti ha una tassazione elevatissima sulle sigarette, data dalla somma della tassa federale, di quella statale e di quella comunale, per complessivi 3,89\$ a pacchetto. Gli abitanti dello stato di New York però hanno un semplice strumento perfettamente legale per evitare di pagare queste tasse: fare acquisti nelle riserve indiane, che sono zone *tax-free*. Ma esiste anche un modo illegale per fare la stessa cosa, che è portare le sigarette dalle riserve indiane a Manhattan, dove subiscono una notevole rivalutazione per via dell'elevata tassazione sulle sigarette legali. Anche le importazioni da stati con tassazione inferiore, e gli acquisti su Internet non soggetti a tasse locali, sono strumenti comunemente usati dagli abitanti per evitare di pagare i quasi 4\$ a pacchetto di tasse. Circa la metà dei fumatori newyorkesi, nel 2004, ha usato questi strumenti, sia legali che illegali, per ottenere prezzi migliori. Si tratta di comportamenti estremamente eterogenei, che variano con la quantità di sigarette fumate, con l'etnia del fumatore, il reddito, la scolarizzazione, la vicinanza ad una riserva indiana, etc. Questa eterogeneità fa sì che confrontare semplicemente livelli di incidenza del mercato illegale e tasse potrebbe non mostrare alcuna correlazione rilevante, anche se le due cose sono legate in maniera statisticamente significativa.

D'altra parte, New York è piccola ed è facile trovare sigarette a prezzi inferiori attraverso canali di vendita alternativi, legali o meno. Cosa succede ad un'intera nazione, considerando che è più facile per un abitante di New York andare in una riserva indiana, che

⁷⁴ Deloitte 2011, p. 45.

⁷⁵ NYS DH 2006.

per un abitante di Liverpool andare a Roma?

Uno studio della HM Revenue and Customs inglese⁷⁶ mostra che il consumo di sigarette in Inghilterra dipende in maniera statisticamente significativa dal livello del cambio tra sterlina ed euro, facendo pensare che i differenziali di prezzo tra Paesi limitrofi siano importanti per le scelte di consumo. Mentre in passato le sigarette contraffatte rappresentavano il 15% dei sequestri, nel 2003/04 la loro incidenza era salita al 48%. Evidentemente la lotta al contrabbando è efficace finché si occupa delle catene di vendita su grande scala, mentre la lotta alla contraffazione è molto più complessa perché non c'è una rete di vendita ufficiale da controllare e da tracciare.

Il mercato illegale del tabacco e il packaging generico

Un motivo per cui il *packaging* generico potrebbe aumentare la contraffazione è che rende più facile contraffare i pacchetti, che non avendo alcuna specificità di design sono di fatto imitabili senza particolari complicazioni. Un altro motivo è che non essendoci una differenza visibile tra pacchetti illegali e legali, la differenza di prezzo (in gran parte dovuta alla tassazione) diventa meno giustificabile agli occhi del consumatore.

Infine, riducendo l'immagine del *brand* e aumentando la concorrenza tra vari produttori di sigarette, aumenta anche la concorrenza rispetto ai produttori illegali. Addirittura, nella misura in cui i consumatori danno importanza agli aspetti grafici del pacchetto, è possibile che i pacchetti illegali non generici siano considerati di qualità superiore a quelli legali generici.⁷⁷

Non esistendo alcuna esperienza pratica con il *packaging* generico, non è possibile affermare quanto questi argomenti siano fondati. Alcuni studi da parte di organizzazioni non-governative antitabacco hanno ad esempio obiettato che per scongiurare la falsificazione sarebbe sufficiente imporre dei marchi fiscali sulle sigarette, difficili da falsificare. L'idea è cioè quella di fare qualcosa di difficile da imitare, tanto quanto i pacchetti di sigarette normali, ma al contempo priva di elementi grafici che potrebbero costituire una forma di marketing per le aziende produttrici di sigarette. Che questo possa essere efficace sembra improbabile.

Il packaging generico influenza la concorrenza e il livello dei prezzi delle sigarette

Un'altra argomentazione critica nei confronti del *packaging* generico è che potrebbe aumentare la concorrenza tra produttori, ed indurli a sostituire alle politiche di marketing basate sui marchi politiche di prezzo basate su sconti. Data l'elevata elasticità del prezzo del consumo di sigarette, ciò potrebbe provocare un aumento del consumo. Ad esempio, una riduzione dei prezzi del 10% potrebbe provocare un aumento del 5% dei consumi, secondo le stime normalmente considerate in letteratura.⁷⁸

Secondo lo studio della Deloitte in realtà ci sono due possibili scenari: nel primo, il *packaging* generico produce un aumento della competizione sui prezzi e dunque una riduzione di questi ultimi, provocando aumenti nei livelli di consumo. Questo è dovuto al fatto che tutti i marchi sembrerebbero equivalenti e dunque la sostituibilità tra un marchio e l'altro aumenterebbe, rendendo più elastica la domanda per la singola

⁷⁶ HMRC 2010.

⁷⁷ Deloitte 2011, p. 47.

⁷⁸ Deloitte 2011, p. 26.

impresa. Inoltre in assenza di capitale accumulato in termini di marchio, sarebbe più facile l'ingresso di nuovi produttori.

Lo stesso argomento era stato impiegato da Citigroup per affermare che il *packaging* generico avrebbe ridotto la profittabilità dei produttori di sigarette del settore "premium", molto più alta che nel settore delle sigarette economiche.

Alcuni ritengono che questo problema possa essere ridotto aumentando la tassazione sul tabacco, a patto ovviamente che il contrabbando non aumenti troppo.

Un altro studio afferma invece che al contrario il *packaging* generico aumenterebbe il potere dei marchi dominanti, ridurrebbe la competizione e dunque farebbe aumentare i prezzi, riducendo i consumi. Questo scenario è stato analizzato da Europe Economics,⁷⁹ e sembra anch'esso abbastanza verosimile sul piano teorico (ovviamente, i due scenari sono incompatibili tra loro).

Secondo Europe Economics, il *packaging* generico ridurrebbe la possibilità di nuovi marchi di entrare sul mercato, cristallizzando la posizione dei produttori e dei marchi attualmente già presenti sul mercato, e rallentando l'innovazione di prodotto. In questo modo, si creerebbero rendite di posizione a vantaggio di chi è già presente sul mercato, che avrebbe meno da preoccuparsi per la concorrenza. Ciò potrebbe fare aumentare i prezzi e ridurre dunque il consumo.

Lo studio analizza empiricamente gli effetti delle dinamiche competitive dei divieti di esposizione in Islanda e Thailandia. Non esistono ovviamente dati empirici sul *packaging* generico, ma è verosimile che gli effetti sulla concorrenza siano molto simili, e probabilmente l'effetto del *packaging* generico sarebbe ben maggiore. Apparentemente i dati islandesi confermano la tesi dell'articolo, ma l'autore afferma che non sono attendibili e sono difficili da interpretare per via del piccolo numero di anni incluso nelle serie temporali analizzate.

Successivamente, lo studio analizza il livello di concentrazione del mercato prima e dopo il divieto di esposizione, sia per quanto riguarda il numero di produttori che il numero di prodotti. Il livello di concentrazione è misurato con lo Herfindhal-Hirschman Index (HHI), che è più basso per mercati poco concentrati (più competitivi) e cresce quando ci sono poche imprese con elevate quote di mercato.⁸⁰

I dati mostrano che il divieto di esposizione ha rallentato l'aumento della concorrenzialità del mercato (misurata in base all'indice HHI dei produttori) che si stava avendo negli anni precedenti. Dal punto di vista del numero di prodotti, si è avuto un effetto simile, con un trend negativo della concentrazione del mercato che si ferma circa 18 mesi dopo l'introduzione del divieto di esposizione.

I dati thailandesi sull'indice di concentrazione dei produttori mostrano invece un aumento iniziale e poi una diminuzione prima dell'introduzione del divieto di esposizione, e successivamente un livello costante di concentrazione. L'indice per i prodotti invece è simile a quello islandese: prima una forte riduzione dell'indice, e poi, subito dopo l'introduzione del divieto, un andamento fondamentalmente costante.

Quale delle due interpretazioni è corretta? In linea di massima, i marchi giocano un ruolo fondamentale in mercati che, in assenza di essi, sarebbero altamente disfunzionali per problemi quali ad esempio le asimmetrie informative. I marchi infatti consentono ai consumatori di associare determinate caratteristiche ad un prodotto, consentono

79 Europe Economics 2009.

80 Europe Economics 2008, p. 30.

ai produttori di sviluppare una reputazione per i loro prodotti e, dunque, riducono sia i costi per ottenere informazione che i problemi di informazione asimmetrica. In un mercato anonimo dove i consumatori non sono informati della qualità dei prodotti, ad esempio, i produttori anonimi con prodotti di qualità inferiore potrebbero invadere il mercato e danneggiare i produttori di qualità. Ma se ogni azienda ha un marchio, i consumatori imparerebbero a distinguere i prodotti di qualità da quelli mediocri e, dunque, i secondi avrebbero maggiori difficoltà ad entrare sul mercato. Pertanto i marchi rappresentano di norma uno strumento fondamentale per l'efficienza del mercato.

D'altra parte, i marchi possono anche rappresentare un problema di concorrenza perché rendono più difficile l'ingresso di nuovi operatori, privi di reputazione, sul mercato. Dunque è possibile che a volte in alcuni mercati i marchi generino delle rendite di posizione e riducano l'efficienza del mercato. Dato però che qualunque entrante che abbia un minimo di capacità finanziaria può affacciarsi nel mercato attraverso politiche dei prezzi, di fatto la barriera all'ingresso può essere facilmente aggirata, soprattutto se i consumatori possono passare da un marchio all'altro senza particolari complicazioni, come avviene appunto nel mercato delle sigarette.

Che i divieti di esposizione, e per estensione il *packaging* generico, possano aumentare la concorrenza sul mercato eliminando i segmenti *premium* e spingendo tutti ad adottare politiche di prezzo aggressive non sembra particolarmente probabile. Le sigarette di qualità continuerebbero ad essere viste come sigarette migliori, e il marchio continuerebbe ad essere rilevante. Però sarebbe molto meno visibile, più difficilmente memorizzabile e sarebbe meno probabile dunque per il consumatore provare un nuovo marchio perché incuriosito dall'aspetto grafico: attirare la sua attenzione sarebbe più difficile. Dunque ci sarebbe da aspettarsi una riduzione della concorrenza, e l'analisi di Europe Economics fornisce qualche elemento empirico a favore di questa tesi. D'altra parte è possibile che, in assenza di canali pubblicitari per diffondere un nuovo marchio, si adottino strategie di promozione basate su prezzi bassi, almeno all'inizio, e ciò effettivamente potrebbe far aumentare il consumo di sigarette.

L'idea che il mercato *premium* esista solo perché il reparto marketing delle relative imprese è bravo si basa però sull'idea che i consumatori siano irrazionali. Odore, gusto, persistenza, aroma, leggerezza e altre variabili sono almeno altrettanto importanti per i fumatori del design del logo. Questa osservazione "aneddotica" è confermata dai dati dell'Eurobarometro: il 78% degli europei ritiene che il gusto sia un fattore rilevante per la scelta, il prezzo lo è per il 50%, il livello di catrame, nicotina e monossido per il 39%, e il *packaging* è considerato rilevante solo per il 15% della popolazione. Ovviamente è possibile che le persone intervistate sovrastimino il loro livello di razionalità, però il mercato dei prodotti di tabacco, come tutti i mercati, premia i prodotti migliori e più a buon mercato, e il marketing non è un sostituto per la qualità e l'economicità.

Effetti sulla coltivazione

In questa sezione si analizzano i potenziali effetti delle regolamentazioni prese in considerazione in questo studio sui coltivatori di tabacco.

I divieti di esposizione nei punti vendita, e l'obbligo di usare il *packaging* generico o

gli avvertimenti grafici non sembrano avere efficacia nel ridurre il consumo di tabacco o il numero di fumatori. Ne segue che non dovrebbero avere effetti diretti sulla coltivazione di tabacco, almeno in aggregato. D'altra parte, potrebbero avere effetti indiretti, riducendo i prezzi del tabacco greggio, o facilitando la contraffazione dei prodotti finiti. Tali effetti potrebbero in particolare avere natura redistributiva, mettendo fuori mercato alcuni coltivatori (tipicamente quelli legali e, sul piano geografico, quelli europei e italiani) e favorendone altri.

In Italia la coltivazione di tabacco riguarda 6.500 aziende, un numero in diminuzione rispetto ai valori di un decennio fa, più che doppi. Il settore dà lavoro a 56.500 persone, più di un quarto degli occupati italiani nel settore del tabacco, ed è il secondo settore più importante sul piano dell'occupazione dell'industria del tabacco, dopo quello delle vendite al dettaglio.⁸¹

Alcune forme di regolamentazione, come il divieto di usare ingredienti⁸² avrebbero certamente grandi effetti sul settore della tabacchicoltura, ad esempio perché renderebbero difficile usare il tabacco Burley, che rappresenta un quarto della produzione europea, soprattutto in Italia e Polonia.⁸³ Lo stesso accadrebbe con le varietà Orientali di tabacco, la cui produzione è concentrata invece in Bulgaria e Grecia.⁸⁴ In termini di numero di aziende agricole europee, quelle che coltivano Burley ed Orientali rappresentano circa il 70% del totale. L'introduzione del divieto di usare ingredienti dunque avrebbe effetti evidenti sul settore della tabacchicoltura, riducendo la produzione di varietà di tabacco che richiedono ingredienti aggiuntivi, a vantaggio di quelle che non ne richiedono, come il Virginia. Dato l'elevato peso del tabacco Burley nel settore italiano, l'effetto sarebbe sicuramente assai rilevante. D'altra parte, ammesso che nel lungo termine sia possibile riconvertire la produzione verso altre varietà, ciò costituirebbe una perdita in termini di *know-how* e di *stock* di prodotto già in produzione, dalla fase di acquisto delle sementi fino alla fase di essiccazione e immagazzinamento. In ogni caso, al di là degli aspetti agronomici e climatici, la conversione verso altre varietà richiederebbe investimenti ingenti (ad esempio per i forni di essiccazione del Virginia) ed una profonda modifica della struttura dimensionale delle aziende agricole ipotizzabile solo sulla carta.

Le misure regolative che potrebbero aumentare le vendite di merci contraffatte probabilmente danneggerebbero i produttori legali, perché è verosimile che il tabacco usato per produrre beni contraffatti provenga da altri produttori e da altri Paesi con meno controlli. Il contrabbando al contrario non dovrebbe avere alcun effetto sui coltivatori, trattandosi di merci genuine ma vendute attraverso canali illegali.

I divieti di esposizione potrebbero facilitare la contraffazione, avvantaggiando i canali di vendita illegali attraverso i quali le merci contraffatte verosimilmente vengono smerciate. Dunque tale misura regolativa potrebbe danneggiare non solo le tabaccherie, ma anche i coltivatori legali di tabacco, aumentando invece le vendite dei coltivatori di tabacco che riforniscono il mercato dei prodotti contraffatti.

La possibilità che l'obbligo di introdurre avvertimenti grafici aumenti la contraffazione, ad esempio facendo preferire ai contribuenti pacchetti privi di immagini raccapricciant-

⁸¹ Nomisma 2010.

⁸² Monsurrò 2011.

⁸³ Nomisma 2010.

⁸⁴ Nomisma 2010.

ti, sembra invece più remota, a meno che questo non si unisca ad un incremento esasperato delle superfici destinate agli avvertimenti, tale da ottenere, per via surrettizia, il medesimo effetto del pacchetto generico.

È invece possibile che l'introduzione del *packaging* generico faciliti la contraffazione e il contrabbando. L'aumento della quantità di merci contraffatte vendute, al pari di quanto è stato detto per i divieti di esposizione, andrebbe a danneggiare i coltivatori legali di tabacco. Nel caso in cui il tabacco contraffatto provenga da Paesi terzi, come sarebbe facilmente immaginabile, danneggerebbe la tabacchicoltura europea ed italiana, che ne rappresenta circa un terzo.

Il divieto di esposizione nei punti vendita non ha effetti provati sul consumo di tabacco e il numero di fumatori, ma c'è evidenza⁸⁵ che può avere un impatto sul livello di innovazione e di concorrenza del mercato. Una minore concorrenza e innovazione può ridurre i rendimenti derivanti dalla coltivazione di tabacco, ad esempio diminuendo il numero di produttori e dunque la concentrazione del mercato e il loro potere contrattuale rispetto ai tabacchicoltori. Quanto plausibile sia questo rischio è però difficile da valutare. La riduzione della concorrenza potrebbe al contrario aumentare i margini di profitto per l'industria in generale e parte di questi profitti addizionali potrebbero passare ai coltivatori, sebbene sia più probabile che questi eventuali profitti extra rimangano con i produttori. Gli effetti delle dinamiche concorrenziali sulla redditività della coltivazione di tabacco sono dunque dubbi.

Anche gli avvertimenti grafici non sembrano avere influenza diretta sull'uso di prodotti derivati dal tabacco, e dunque sul volume d'affari della tabacchicoltura. Non influenzando neanche la concorrenza sul mercato, è plausibile che non abbiano neanche alcun effetto indiretto sul settore agricolo.

Come per il divieto di esposizione, è verosimile che l'introduzione del *packaging* generico riduca la concorrenza sul mercato e dunque aumenti il potere di mercato dei produttori e dei prodotti già in commercio e noti al pubblico. Che questo abbia o meno effetti sulla profittabilità della coltivazione del tabacco è altrettanto difficile da valutare.

Nel caso in cui invece il *packaging* generico aumentasse la concorrenza, riducendo il valore dei *brand* dei marchi affermati e riducendo dunque le barriere all'ingresso per nuovi prodotti e concorrenti, è possibile che l'accresciuta concorrenza sui prezzi dei prodotti finiti e, di conseguenza, sui costi di acquisto del tabacco greggio e la contrazione del segmento *premium* del mercato riduca i redditi anche per i coltivatori di tabacco.

Il trend del consumo legale di tabacco e del numero di fumatori è da molti anni ormai negativo in gran parte dei Paesi europei, e probabilmente ciò rispecchia sia il continuo aumento delle accise – probabilmente l'unica misura regolativa di cui è stata provata l'efficacia – sia cambiamenti nelle preferenze dei consumatori. È probabile che ciò contribuirà alla riduzione della superficie coltivata a tabacco e dei ricavi dei tabacchicoltori.⁸⁶ Non sembra invece verosimile che le misure regolative qui analizzate possano accelerare questo processo, essendo probabilmente inefficaci, mentre ulteriori aumenti delle accise, oltre a non essere giustificati in termini di esternalità negative, sicuramente danneggerebbero i coltivatori di tabacco, contribuendo alla riduzione della produzione del tabacco italiano.

85 Europe Economics 2008.

86 Rand 2010.

Complessivamente si ritiene che le misure analizzate non avranno effetti diretti sulla tabacchicoltura perché non andranno a diminuire i consumi di prodotti a base di tabacco, ma alcune di esse, soprattutto il *packaging* generico, potrebbero, facilitando la contraffazione, danneggiare i coltivatori legali a vantaggio di coloro che riforniscono il settore illegale. Ciò potrebbe spostare la domanda di tabacco dai tabacchicoltori italiani a quelli di altri Paesi, particolarmente Paesi terzi rispetto all'UE, nel caso in cui le merci contraffatte provengano dall'estero.

È altresì del tutto evidente che l'impatto negativo sulla tabacchicoltura non si risolverebbe sul solo settore primario, ma coinvolgerebbe tutta l'industria di prima trasformazione e l'indotto, dalla produzione delle sementi, alla meccanica specializzata, alla logistica ai servizi assicurativi, determinando effetti devastanti sull'intera economia di alcune aree del Paese, spesso in ritardo di sviluppo, molto concentrate e specializzate, e su alcune decine di migliaia di addetti, spesso poco specializzati e, quindi, con ancora maggiori problemi di ricollocazione.

Conclusioni

In queste conclusioni viene riassunto quanto analizzato precedentemente, e si allarga la discussione a temi meno "pratici" ma di fondamentale importanza per interpretare le dinamiche della regolamentazione del fumo.

L'evidenza sulle regolamentazioni

È assodato che fumare troppo faccia male alla salute.⁸⁷ D'altra parte, la gran parte delle misure di *policy* non è efficace, ed è difficilmente giustificabile in un'ottica di efficienza (minimizzazione del danno provocato dal fumo sulle altre persone) e soprattutto di libertà di scelta individuale. L'unica misura che sembra essere efficace tra quelle analizzate è da individuarsi nelle accise, che hanno già raggiunto livelli elevati, e difficilmente giustificabili se rapportati agli effetti danni del fumo verso terze persone.

Non c'è infatti evidenza di un'efficacia che non sia trascurabile, e così piccola da essere anche dubbia data l'incertezza delle misure, per gli avvertimenti testuali e gli avvertimenti grafici sui pacchetti, e i divieti di esposizione negli esercizi commerciali al dettaglio.

Non ci sono dati di alcun tipo sul *packaging* generico, ma non c'è alcun motivo per credere che possa essere efficace. Se possibile, potrebbe addirittura aumentare l'incidenza del fumo riducendo i prezzi del mercato legale tramite una maggiore concorrenza, e i prezzi su quello illegale per via della maggiore facilità nel contrabbando e nella contraffazione.

Non c'è evidenza che i rischi del tabacco siano sottovalutati dai cittadini, perlomeno nei Paesi avanzati (i Paesi in via di sviluppo possono fare eccezione) anche se di norma le persone non conoscono tutte le malattie associate al fumo, sebbene praticamente tutti sappiano del tumore al polmone e della gran parte dei rischi al sistema cardio-circolatorio. Chiedere di più ai cittadini richiede loro di avere una conoscenza di carattere tecnico la cui effettiva utilità ai fini delle scelte di consumo è piuttosto dubbia.

C'è evidenza che elevate accise, divieti di vendita e altre misure che possono ridurre la disponibilità del tabacco, aumentarne i costi, e probabilmente anche ridurre la qualità

87 Monsurò 2011.

(si pensi alla regolamentazione degli ingredienti⁸⁸), stimolino i mercati illegali. Alcune forme di illegalità sembrano essere facilmente contrastabili, altre di meno: l'esperienza della lotta alla droga mostra i limiti dell'azione delle autorità pubbliche nelle politiche proibizioniste, che di norma rappresentano solo un favore alle organizzazioni malavito-se, che si ritrovano a gestire flussi di denaro sempre più consistenti grazie alle buone intenzioni dei proibizionisti.

Non è stata effettuata in questo studio un'analisi sull'efficacia dei divieti pubblicitari, già presenti in praticamente tutti i Paesi del mondo, perché si è preferito concentrarsi sulle novità regolative in discussione in questo periodo nelle sedi europee, pertanto non si è in grado di riassumere la letteratura sull'efficacia di queste misure.

Per lo stesso motivo, non è stata analizzata l'efficacia dei divieti di fumo nei locali pubblici ("Legge Sirchia") e nei luoghi di lavoro.

La regolamentazione del fumo entro limiti liberali

I dati mostrano che il livello dei prezzi, determinato principalmente dalle accise e dalle altre tasse sul fumo, sia l'unica variabile regolativa di una certa rilevanza per ridurre l'incidenza del fumo, in base alla normale legge della domanda che si studia su ogni libro di testo di economia. Le stime variano, ma in linea di massima un aumento dell'1% dei prezzi produce una riduzione dell'incidenza dello 0,5%, in prima approssimazione.

Qual è il livello ottimo di tassazione? La risposta dipende a seconda della giustificazione etica che si vuole dare alle misure di *policy*. I professionisti della coercizione salustica tendono a non dare alcun valore al diritto altrui di fare della propria vita ciò che si vuole,⁸⁹ e dunque non vedono limiti nell'azione coercitiva dello Stato nel vietare le sigarette, che non siano le elementari norme dello stato di diritto.⁹⁰ A giudicare dalla totale mancanza di interesse nelle valutazioni di efficacia effettiva, si direbbe che per gran parte degli attivisti l'inefficacia non sia un problema, e i divieti siano un valore in sé, indipendentemente dal fatto che siano o meno "utili" per raggiungere il fine desiderato.

In un contesto di efficienza, il livello ottimale di tassazione è quello che permette di minimizzare le esternalità, perlomeno quelle che non possono essere internalizzate tramite liberi accordi tra adulti consenzienti. Gli "atti di capitalismo tra adulti consenzienti" di Nozick devono in questo contesto essere liberi, finché non vanno a danneggiare terze parti (esternalità negative), o finché non vanno ad avvantaggiarle al punto da rendere impossibile la fornitura di un bene considerato utile (esternalità positive). La teoria di Coase dimostra che l'approccio classico alle esternalità e ai beni pubblici è in realtà erroneo perché queste sono condizioni necessarie ma non sufficienti per giustificare l'intervento dello Stato: per questo non ci riferiamo a tutte le esternalità, ma solo a quelle che non sono internalizzabili tramite accordi tra le parti.

In questo contesto, gran parte delle esternalità legate al fumo nascono non dalla natura del tabacco, ma dalla natura dei sistemi sanitari e previdenziali. Un sistema sanitario pubblico permette a chi ha abitudini di vita pericolose di ottenere cure a prezzi più economici, spostando i costi su coloro che hanno stili di vita relativamente più sani.

88 Monsurrò 2011.

89 La "perversione liberale" del "diritto di fare ciò che si vuole del proprio corpo", già criticata dai nazisti, continua ad essere un principio alieno ai valori politici dominanti (Gabb 2005).

90 A volte forse neanche queste, come nei casi di operatori sociali che hanno tolto i figli ai genitori per via del loro tabagismo. Non esiste nulla di sacro e inviolabile per certi crociati della salute, parrebbe.

Se non si vogliono eliminare questi problemi alla radice, trasformando le scelte mediche e previdenziali in scelte private in cui le persone decidono cosa fare della propria vita, invece che subire le decisioni della classe politica, può essere ottimale tassare le sigarette per aumentarne il costo e compensare gli effetti negativi netti del fumo. In quest'ottica, un livello di accise pari al livello delle esternalità può essere giustificabile, ma con ogni probabilità il livello di accise attuale è già pienamente sufficiente per compensare ogni concepibile effetto esterno.⁹¹

Inoltre, le accise, che siano o meno giustificate, stimolano il mercato nero, arricchendo la criminalità organizzata e danneggiando lo stato di diritto riducendo il rispetto che i cittadini hanno per la legalità, usata del resto in maniera scriteriata dagli entusiasti dell'uso della coercizione a fin di bene, e aumentando i contatti tra cittadini onesti, anche minorenni, e gli ambienti criminali. Non è detto che un livello di accise tale da compensare le esternalità (che sarebbe più o meno pari all'attuale, o probabilmente anche minore) non sia già troppo elevato per evitare grandi profitti dei contraffattori e dei contrabbandieri. Livelli di tassazione punitivi per i fumatori, non giustificati da considerazioni di efficienza, sarebbero ovviamente ancora più vantaggiosi per le mafie.

Siccome in un'ottica di libertà l'unica giustificazione per usare la coercizione su una persona è evitare che le sue azioni danneggino i diritti di altre persone, è preoccupante che spesso tutti i tipi di costo siano considerati per promuovere una regolamentazione, anche i costi privati:⁹² questi però sono frutti di scelte private, e tali dovrebbero rimanere, come del resto i benefici privati. Per giustificare l'uso della forza pubblica tramite tasse, divieti, obblighi, regole e altre forme di coercizione occorre, adottando punto di vista liberale, spiegare in che modo lasciare libere le persone di fare ciò che vogliono danneggerebbe gli altri.

Il liberalismo tratta le persone come adulti e ciò cozza col paternalismo implicito in ogni tentativo di imporre con la forza alle persone scelte calate dall'alto e fatte per il "bene" della persona stessa: fare del bene tramite la coercizione, per un liberale, è un po' come curare una malattia col cianuro. Il paternalismo e la mancanza di interesse, se non addirittura il disprezzo, per la libertà individuale fanno però purtroppo parte integrante della cultura politica contemporanea.

D'altra parte è difficile ritenere che anche i minorenni (per quanto arbitraria sia la definizione di minorenne) possano essere trattati da adulti, e misure atte a difenderli da attività comunque rischiose per la salute possono essere giustificate.

In quest'ottica i divieti di vendita del tabacco ai minorenni possono avere senso, ma è da vedersi quanto questi siano efficaci, e se non sia preferibile evitare che per ottenere sigarette debbano avere sin dalle scuole medie contatti frequenti con la malavita. Quale sia il vantaggio sociale di queste politiche è difficile valutare. Di certo, se si riducesse l'incidenza della dipendenza da nicotina, ci sarebbe un vantaggio in termini di salute, ma affinché ciò accada è necessario che le regolamentazioni sul fumo minorile siano efficaci. Gli studi qui analizzati mostrano al contrario che di prove empiriche dell'efficacia di queste misure non ve ne sono.

Fatti associati e policies efficaci

Questo studio si è concentrato sull'efficacia. Questa non è certo una condizione suffi-

91 Monsurò 2011. Senza dirlo esplicitamente, anche la Banca Mondiale (World Bank 1999) giunge a conclusioni simili.

92 Ad esempio, Rand 2010, UKDH 2007.

ciente: non tutto ciò che ha effetti evidenti ha necessariamente effetti positivi. È però una condizione necessaria, perché essendo la coercizione pubblica un male che se possibile bisognerebbe evitare, come minimo bisogna fare in modo che venga usata solo se serve a qualcosa, e non per soddisfare il desiderio di qualche attivista politico che si sforza di credere di lottare per un mondo migliore attraverso la coercizione.

Se l'uso della coercizione può essere giustificato qualora degli individui non riescano ad ottenere il risultato che vorrebbero conseguire senza vincolarsi ad obbedire a determinate scelte che potrebbero non avere incentivo a rispettare, questa è ben lungi dall'essere una condizione sufficiente per giustificare l'intervento pubblico.

Supponiamo infatti che il libero mercato, cioè il frutto delle libere scelte di produzione, scambio e consumo di miliardi di persone, non sia in grado, per una ragione o per un'altra, di produrre un bene (pubblico) chiamato ad esempio Graal, che sarebbe producibile con una spesa di un miliardo di euro, ma che nessuno vorrebbe se costasse più di due. Supponiamo che lo Stato sia in grado di produrlo ma, data la sua naturale inefficienza, solo al costo di tre miliardi. Ha ancora senso produrre il bene pubblico in questione? No.

La branca dell'economia che studia le anomalie e le inefficienze dei processi decisionali pubblici si chiama *public choice*, e fondamentalmente dimostra quanto i fallimenti dello Stato siano ben più gravi e sistematici di quelli del mercato. Non tutti i risultati sono così critici nei confronti della politica (si pensi al teorema dell'elettore stocastico), però c'è un'enorme quantità di materiale più che sufficiente per costringersi a dubitare della natura salvifica dell'intervento dello Stato che è ancora oggi parte integrante della cultura popolare.

Uno dei problemi più gravi della politica è che tende perennemente ad espandersi, indipendentemente dalla sua utilità, in base alle sue spinte interne. In quest'ottica, introdurre dei vincoli che limitino queste tendenze intrinsecamente illiberali della politica sarebbe estremamente utile ed importante. Oggi soffriamo di un eccesso di politicizzazione, e la sfera di intervento dello Stato non ha alcun limite evidente, e dunque non c'è nulla che stia al sicuro dalle dinamiche politiche. Una condizione che potrebbe ridurre l'uso della coercizione pubblica, oltre ad imporre che sia usata solo per internazionalizzare i costi esterni, è che le misure adottate siano efficaci.

La necessità di dover mostrare prove scientifiche sull'efficacia delle *policies* per controllare che le spontanee dinamiche politiche non annodino infiniti lacci attorno alla società non può essere sottovalutata. Imporre una condizione di provata efficacia alle regole che si vogliono introdurre, ed eliminare automaticamente ogni esperimento regolativo che non abbia dato luogo agli effetti sperati in un arco di tempo ragionevole, imporrebbe una disciplina che rallenterebbe i processi regolamentativi, e occasionalmente eliminerebbe parte dell'ipertrofia regolativa che la bulimia legislativa dei Parlamenti e delle altre fonti di legislazione naturalmente tende a produrre.

Si tratterebbe ovviamente di un requisito formale, e non sostanziale: senza definire cos'è l'efficacia, si rischia di spacciare per efficaci misure che aumentano la percentuale di persone che "riflettono sulla loro salute", anziché aumentare la percentuale di persone che smettono di fumare. Ed esattamente come la proprietà, che sulla carta è un diritto quasi inalienabile, e perlomeno alienabile solo con piena compensazione del danno, in pratica diventa una farsa, perché il potere legislativo può, senza violare formalmente il diritto di proprietà, regolamentarne l'uso e il godimento dei benefici, fino a privarla di ogni valore. Si rischia cioè di introdurre distinzioni irrilevanti sul piano

pratico.

La speranza è che questi requisiti formali influenzino la cultura politica e la prassi giuridica fino a diventare dei vincoli sostanziali all'abuso e all'uso scriteriato del potere politico in ambiti in cui non dovrebbe intervenire, come le scelte di consumo individuale, comprese quelle che danneggiano la salute. In quest'ottica sarebbe bello non leggere più "Regulatory Impact Assessment" come quelli del Dipartimento della Sanità britannico che stima l'efficacia degli avvertimenti grafici affermando "supponiamo che sia la stessa che era stata stimata per quelli testuali, che era stata considerata pari al 20% di quella dei divieti pubblicitari", senza uno straccio di dati a supporto.

Paternalismo o libertà individuale?

Il paternalismo sembra spesso parte integrante della mentalità delle *lobby* anti-fumo, in quanto, sebbene l'unico motivo "liberale" per giustificare misure restrittive sul fumo riguardi i potenziali danni su terze persone, che già oggi sembrano ampiamente compensati dalle accise, questo non soddisferebbe minimamente gli attivisti anti-tabacco, secondo cui innumerevoli misure, necessariamente coercitive, sono necessarie per costringere i fumatori a scegliere stili di vita più sani.

Il paternalismo, l'idea cioè che le persone devono essere costrette a "scegliere" ciò che è bene per loro perché da sole non sono all'altezza di vivere la loro vita, è evidente sin dal linguaggio. Il consumo di tabacco è considerato un'epidemia,⁹³ proprio come la peste o la spagnola. Eppure le malattie si prendono senza volerlo, a differenza delle sigarette, che si sceglie di fumare: evidentemente la volontà non è un fattore determinante per decidere cosa è una malattia e cosa no. Le persone, secondo il paternalismo, devono essere liberate dalla propria libertà di scelta. Stranamente, e qui non si capisce come si possa giustificare una tale curiosa eccezione, non si chiede di privarli del diritto di voto, neanche coloro che non capiscono le scritte "Il fumo uccide" di cui parla lo studio Rand: ma se non è possibile scegliere per sé stessi, come si fa a scegliere per gli altri?

Un'altra autocensura con palesi finalità edulcoranti (e auto-giustificatorie) è che nessuno se la prende direttamente con chi consuma il tabacco, ma si preferisce considerare i fumatori una massa di incapaci vittime delle multinazionali delle sigarette. La retorica degli attivisti anti-tabacco è tutta incentrata sull'offerta, come se potesse esistere un'offerta senza una domanda, come se lo scambio tra produttori e consumatori non fosse uno scambio consensuale. Suona sicuramente meglio prendersela con le multinazionali che con i fumatori, anche se alla fine le prime non fanno che soddisfare la domanda dei secondi, e al massimo i fumatori vengono considerati come malati di "epidemia", o minorati irrazionali bisognosi di supporto e consiglio da parte delle autorità.

Non è forse il caso di parlare di "fascismo della salute", come fanno alcuni autori?⁹⁴ È però vero che la pubblicizzazione, la politicizzazione del corpo degli individui è uno dei marchi del collettivismo.

Il problema della sottovalutazione della libertà individuale, che caratterizza le nostre società, non sembra particolarmente evidente nel caso del tabacco perché è ovvio e risaputo che il tabacco fa male. Così sembra intuitivo pensare che la libertà di fare cose potenzialmente nocive non sia una vera e propria libertà, e poco male se questa

93 World Bank 1999.

94 Gabb 2005.

viene ridotta dalla coercizione delle autorità pubbliche. Eppure fiori di liberali hanno sottolineato l'importanza del diritto di fare cose stupide come attributo fondamentale della libertà individuale.⁹⁵ Del resto, chi decide cosa è stupido? Le autorità? E allora si rischia che, togliendo una fetta un giorno e un'altra il giorno dopo, il salame pian piano finisca.

Tutto si può dire tranne che nel mondo contemporaneo ci sia un difetto di politica e un eccesso di libertà di scelta individuale. Purtroppo gli incentivi imperanti nei processi decisionali politici e spesso la psicologia dell'attivismo politico spingono verso una riduzione degli spazi individuali a favore del pubblico, inteso non senza una forzatura semantica ("spazio pubblico" non significa certo questo) come collettivo, statale, politico.

La fonte del problema è triplice: prima, burocrazie che devono il loro budget alla quantità di regole che impongono alla società, e alla loro complessità e spesso incomprensibilità, poi, innumerevoli gruppi di attivisti che per dare maggior significato alle proprie vite si impegnano in politica per giustificare nuove forme di riduzione dell'autonomia individuale, e spesso vivono a spese del contribuente e dunque hanno un interesse pecuniario diretto nell'estensione del potere dello Stato sulla società, infine, una classe politica che più la politicizzazione della società avanza, più acquisisce potere.

Il mondo è sin troppo pieno di persone che ritengono di poter fare del bene agli altri usando contro di loro la coercizione, sotto forma di tasse, divieti, obblighi e regolamentazioni. Dato che, in ogni ambito della vita sociale, in fin dei conti queste persone avvelenano anche voi, dite loro di smettere.

Riferimenti

- Basham, P.; 2010; "Canada's ruinous tobacco display ban: economic and public health lessons".
- Bertrand, M., Duflo, E., Mullainathan, S.; 2001; "How much should we trust differences in differences estimates?"; MIT working papers.
- Borland, R., Wilson, N., Fong, G. T., Hammond, D., Cummings, K. M., Yong, H.-H., Hosking, W., Hastings, G., Thrasher, J., McNeill, A.; 2009; "Impact of graphic and text warnings on cigarette packs: findings from four countries over five years"; *Tobacco control*.
- Borland, R., Yong, H.-H., Wilson, N., Fong, G. T., Hammond, D., Cummings, K. M., Hosking, W., McNeill, A.; 2009; "How reactions to cigarette packet health warnings influence quitting: findings from the ITC Four-Country survey"; *Addiction*.
- Cancer Council Victoria; 2011; "Plain *packaging* of tobacco products: a review of the evidence".
- Citigroup; 2011; "Tobacco: UK government may announce plans for generic *packaging* next week. Beware the Ides of March!".
- Deloitte; 2011; "Tobacco *packaging* regulation. An international assessment of the intended and unintended impacts".
- Eurobarometer; 2010; "Tobacco"; Special Eurobarometer 332.
- Europe.eu; 2010; "Contraband and counterfeit cigarettes: frequently asked questions".
- Europe Economics; 2008; "Economic analysis of a display ban and/or a plain packs requirement in the UK. A report by Europe Economics".
- Europe Economics; 2009; "The impacts of restrictions on the display of tobacco products. A supplemental report by Europe Economics".
- Falba, T., Jofre-Bonet, M., Busch, S., Duchovny, N., Sindelar, J.; 2004; "Reduction in quantity smoked predicts future cessation among older smokers"; *Addiction*.

- Financial Times; 2010; "Australia to ban cigarette packet branding".
- Gabb, S.; 2005; *Smoking, class and the legitimation of power*; The Hampden Press, London.
- Gospodinov, N., Irvine, I. J.; 2004; "Global health warnings on tobacco *packaging*: evidence from the Canadian experiment"; *Topics in economic analysis & policy*.
- Hammond, D., Fong, G. T., McDonald, P. W., Cameron, R., Brown, K. S.; 2003; "Impact of the graphic Canadian warning labels on adult smoking behavior"; *Tobacco control*.
- HM Revenue and Customs; 2006; "New responses to new challenges: Reinforcing the Tackling Tobacco Smuggling Strategy".
- HM Revenue and Customs; 2010; "Econometric analysis of cigarette consumption in the UK"; HMRC Working Paper n° 9.
- International tobacco control; 2009; "Tobacco warning labels. Evidence and recommendations from the ITC project".
- Joossens, L., Raw, M.; 2008; "Progress in combating cigarette smuggling: controlling the supply chain"; *Tobacco control*.
- Joossens, L., Merriman, D., Ross, H., Raw, M.; 2009; "How eliminating the global illicit cigarette trade would increase tax revenue and save lives"; International union against tuberculosis and lung disease.
- Loeber, S., Vollstaedt-Klein, S., Wilden, S., Schneider, S., Rockenbach, C., Dinter, C., von der Goltz, C., Hermann, D., Wagner, M., Winterer, G., Kiefer, F.; 2011; "The effect of pictorial warnings on cigarette packages on attentional bias of smokers"; *Pharmacology, biochemistry and behavior*.
- Mises, L.; 1999; *Politica economica*; LiberiLibri Editore.
- Monsurrò, P.; 2011; "La regolamentazione del tabacco in Europa. Ora basta", *IBL Briefing Paper*.
- New York State Department of Health; 2006; "Cigarette purchasing patterns among New York smokers: implications for health, price and revenue."
- Nomisma; 2010; "La filiera del tabacco in Italia, XIV Rapporto".
- Padilla, J.; 2009; "The effectiveness of display bans: the case of Iceland"; LECG Consulting.
- Padilla, J., Watson, N.; 2010; "A critical review of the literature on generic *packaging* for cigarettes"; LECG Consulting.
- Physicians for a smoke-free Canada; 2008; "Estimating the volume of contraband sales of tobacco in Canada".
- Rand; 2010; "Assessing the impacts of revising the tobacco products directive".
- Sambrook Research International; 2009; "A review of the science base to support the development of health warnings for tobacco packages".
- Stehr, M.; 2005; "Cigarette tax avoidance and evasion"; *Journal of health economics*.
- UK Department of Health; 2007; "The introduction of picture warnings on tobacco packs"; *Final regulatory impact assessment*.
- Viscusi, W. K.; 1990; "Do smokers underestimate risks?"; *Journal of political economy*.
- Wakefield, M., Germain, D., Henriksen, L.; 2007; "The effect of retail cigarette pack displays on impulse purchase"; *Addiction*.
- Wakefield, M. A., Germain, D., Durkin, S. J.; 2008; "How does increasingly plainer cigarette *packaging* influence adult smokers' perceptions about brand image? An experimental study"; *Tobacco control*.
- World Bank; 1999; "Curbing the epidemic. Governments and the economics of tobacco control"; *Development in practice*.

IBL Special Report

CHI SIAMO

L'Istituto Bruno Leoni (IBL), intitolato al grande giurista e filosofo torinese, nasce con l'ambizione di stimolare il dibattito pubblico, in Italia, promuovendo in modo puntuale e rigoroso un punto di vista autenticamente liberale. L'IBL intende studiare, promuovere e diffondere gli ideali del mercato, della proprietà privata, e della libertà di scambio. Attraverso la pubblicazione di libri (sia di taglio accademico, sia divulgativi), l'organizzazione di convegni, la diffusione di articoli sulla stampa nazionale e internazionale, l'elaborazione di brevi studi e briefing papers, l'IBL mira ad orientare il processo decisionale, ad informare al meglio la pubblica opinione, a crescere una nuova generazione di intellettuali e studiosi sensibili alle ragioni della libertà.

COSA VOGLIAMO

La nostra filosofia è conosciuta sotto molte etichette: "liberale", "liberista", "individualista", "libertaria". I nomi non contano. Ciò che importa è che a orientare la nostra azione è la fedeltà a quello che Lord Acton ha definito "il fine politico supremo": la libertà individuale. In un'epoca nella quale i nemici della libertà sembrano acquistare nuovo vigore, l'IBL vuole promuovere le ragioni della libertà attraverso studi e ricerche puntuali e rigorosi, ma al contempo scevri da ogni tecnicismo.