



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 9 giugno 2026;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e successive modificazioni (di seguito, "Codice del consumo");

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa*", adottato dall'Autorità con delibera del 5 novembre 2024, n. 31356 (di seguito, "Regolamento");

VISTA la comunicazione del 7 ottobre 2025 (prot.82452), con cui è stato avviato il procedimento PS12940 nei confronti della società Philip Morris Italia S.r.l.;

VISTO il proprio provvedimento del 7 ottobre 2025, con il quale è stato disposto l'accertamento ispettivo, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del consumo, presso la sede legale della società Philip Morris Italia S.r.l. e presso quella di Philip Morris Manufacturing & Technology Bologna S.p.A. (appartenente al gruppo Philip Morris);

VISTA la propria decisione del 4 maggio 2026, con la quale, in considerazione della richiesta di informazioni pervenuta dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCom) in data 30 aprile 2026, è stata disposta la proroga di dieci giorni del termine di conclusione del procedimento al fine di valutare l'eventuale parere;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. La società Philip Morris Italia S.r.l. (di seguito anche “PMI”, “Professionista” o “Società”; P.I: 06657521008) in qualità di Professionista ai sensi dell’articolo 18, lettera b), del Codice del Consumo, attiva nel settore della “*produzione a mezzo terzi di tabacchi lavorati e relativa vendita*”. PMI, per l’esercizio 2024, presenta un fatturato di €2.626.115.296,00, un MOL di €149.348.286,00¹ e un utile di €82.363.348,00².

2. *Altroconsumo*, associazione di consumatori, in qualità di Parte.

II. LA PRATICA COMMERCIALE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

3. La pratica commerciale in esame consiste nell’utilizzo diffuso da parte di PMI delle locuzioni e dei *claim* “*senza fumo*”, “*prodotti senza fumo*” e “*costruire/progettare/accelerare un futuro senza fumo*” per la promozione dei suoi prodotti senza combustione, ovvero: (a) dispositivi che riscaldano appositi *stick* con o senza tabacco; (b) sigarette elettroniche da utilizzare con ricariche di liquido e (c) prodotti per uso orale contenenti nicotina al fine di far ritenere che tali “*prodotti innovativi*” siano privi di effetti nocivi per la salute, o siano meno nocivi di altri.

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1. L’iter del procedimento

Attività pre-istruttoria

4. In data 3 marzo 2025, il Ministero della Salute (di seguito anche “Ministero”) ha segnalato una campagna pubblicitaria a mezzo stampa di Philip Morris Italia S.r.l. denominata “*In Italia per costruire insieme un futuro senza fumo*”. Secondo il Ministero, il testo e le immagini presenti nella campagna segnalata potevano veicolare un messaggio positivo verso prodotti

¹ Il MOL è stato calcolato sulla base dei dati presenti nel bilancio 2024 depositato.

² Fonte: Infocamere, Estratto camerale e Bilancio al 31 dicembre 2024.

dannosi per la salute.

5. In data 14 marzo 2025, alla luce di tale richiesta di intervento, è stata inviata una prima richiesta di informazioni a PMI.

6. In data 1° aprile 2025, il Professionista ha fornito riscontro alla prima richiesta di informazioni.

7. In data 3 giugno 2025, è stata inviata una seconda richiesta di informazioni a PMI.

8. In data 14 luglio 2025, il Professionista ha fornito riscontro alla seconda richiesta di informazioni.

9. In data 7 agosto 2025, è stata inviata a PMI una nota recante osservazioni in merito alle informazioni fornite.

Attività istruttoria

10. Con atto del 7 ottobre 2025, prot. n. 82452 è stato avviato il procedimento istruttorio PS/12940 nei confronti della società Philip Morris Italia S.r.l. per verificare l'esistenza di una possibile pratica commerciale scorretta consistente nella diffusione di informazioni ingannevoli e omissive in riferimento alla promozione dei prodotti senza combustione in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, e 22 del Codice del consumo nonché, in considerazione del fatto che si tratta di prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, in violazione dell'articolo 21, comma 3 del Codice del consumo. In particolare, i *claims* “senza fumo”, “prodotti senza fumo”, “un futuro senza fumo” possono risultare ingannevoli e omissivi per i consumatori circa le caratteristiche principali dei predetti “prodotti innovativi” a cui sono riferiti, perché, nonostante l'assenza di combustione, non sono privi di possibili effetti nocivi per la salute, né possono dirsi meno nocivi delle sigarette tradizionali; inoltre, possono creare dipendenze.

11. In data 15 ottobre 2025, si sono svolti accertamenti ispettivi a Roma presso la sede legale di PMI e presso quella di Philip Morris Manufacturing & Technology Bologna S.p.A. (appartenente al gruppo Philip Morris) di Crespellano (BO).

12. In data 16 ottobre 2025, il Professionista ha proposto la prima istanza di accesso agli atti che è stata positivamente riscontrata in data 20 ottobre 2025.

13. In data 25 ottobre 2025, l'associazione Altroconsumo ha chiesto di partecipare al procedimento depositando una segnalazione, corredata da allegati, che è stata accolta il successivo 29 ottobre 2025.

14. In data 4 novembre 2025, l'associazione Altroconsumo ha proposto istanza di accesso agli atti che è stata positivamente riscontrata in data 3 dicembre 2025.

- 15.** In data 5 novembre 2025, il Professionista ha presentato un'istanza di proroga di 30 giorni per il deposito delle informazioni rispetto al termine fissato (13 novembre 2025); l'istanza è stata parzialmente accolta, fissando il nuovo termine per il deposito al 28 novembre 2025.
- 16.** In data 11 novembre 2025, il Professionista ha chiesto una proroga di ventuno giorni del termine per depositare gli impegni. Il Collegio ha accolto l'istanza di proroga del termine per il deposito degli impegni che, pertanto, è stato fissato al 19 dicembre 2025.
- 17.** In data 28 novembre 2025, PMI ha depositato le informazioni richieste in sede di avvio.
- 18.** In data 19 dicembre 2025, PMI ha depositato il formulario recante una proposta di impegni e un'ampia memoria con allegato tecnico.
- 19.** In data 27 gennaio 2026, si è tenuta la prima audizione chiesta dal Professionista.
- 20.** In data 6 febbraio 2026, il Ministero della Salute ha riscontrato la richiesta di informazioni effettuata in data 2 febbraio 2026.
- 21.** Nell'adunanza del 17 febbraio 2026, l'Autorità ha deliberato il rigetto degli impegni presentati dalla Società.
- 22.** In data 19 febbraio 2026, il Professionista ha proposto la seconda istanza di accesso agli atti che è stata riscontrata positivamente in data 25 febbraio 2026.
- 23.** In data 20 febbraio 2026, il Professionista ha proposto istanza per una seconda audizione.
- 24.** In pari data, l'istanza di audizione è stata accolta dando facoltà al Professionista di indicare una data tra 23 e il 26 febbraio 2026 con ampia disponibilità di orari, per il suo svolgimento.
- 25.** In data 23 febbraio 2026, PMI ha proposto una seconda istanza di fissazione di audizione in data diversa da quella proposta dagli uffici.
- 26.** In pari data, la predetta istanza è stata accolta fissando l'audizione per il giorno 2 marzo 2026 alle ore 11.00.
- 27.** In data 26 febbraio 2026, PMI ha proposto una terza istanza di fissazione della data di audizione al fine di esaminare la documentazione acquisita in occasione del secondo accesso agli atti del 25 febbraio 2026.
- 28.** In data 3 marzo 2026, è stata riscontrata positivamente la terza istanza di fissazione della data di audizione proposta da PMI.
- 29.** In data 9 marzo 2026, è stata proposta e riscontrata positivamente la terza istanza di accesso agli atti da parte di PMI.

30. In data 10 marzo 2026, si è tenuta la seconda audizione chiesta dal Professionista il cui verbale è stato sottoscritto in pari data.

31. In data 10 marzo 2026, il Professionista ha depositato documentazione scientifica, nonché due ulteriori istanze al Collegio, una di proroga del termine di conclusione del procedimento e una di riesame della decisione di rigetto degli impegni.

32. In data 11 marzo 2026, è stata comunicata alle Parti la conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 17, comma 1, del Regolamento attraverso la comunicazione di contestazione degli addebiti.

Attività post-istruttoria

33. In data 11 marzo 2026, è stata trasmessa all'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni la documentazione istruttoria, successivamente integrata in data 1° aprile 2026 con la richiesta di parere.

34. In data 12 marzo 2026, è stata proposta e riscontrata positivamente la quarta istanza di accesso agli atti da parte di PMI.

35. In data 17 marzo 2026 è stato comunicato al Professionista il rigetto dell'istanze di proroga del termine di conclusione del procedimento e di riesame della decisione di rigetto degli impegni.

36. In data 24 marzo 2026 e 2 aprile 2026, la Federazione Italiana Tabaccai, ha avanzato e ribadito istanza di partecipazione e di accesso nell'odierno procedimento istruttorio. Tale istanza è stata riscontrata in data 5 maggio 2026 comunicando che essa è risultata inammissibile in quanto tardiva rispetto alla chiusura della fase istruttoria (11 marzo 2026).

37. In data 26 marzo 2026, l'Associazione dei Consumatori Adiconsum³ ha chiesto di essere sentita in audizione dall'Autorità al fine di fornire il suo contributo alla presente istruttoria. Tale istanza è stata riscontrata in data 5 maggio 2026 comunicando che essa è risultata inammissibile in quanto tardiva rispetto alla chiusura della fase istruttoria (11 marzo 2026).

³ Adiconsum ha collaborato a recenti iniziative sui prodotti del tabacco senza combustione nell'ambito di progetti realizzati con il contributo di PMI v., ad esempio, i seguenti articoli/interviste rinvenibili da fonti aperte su internet: <https://www.affaritaliani.it/economia/notizie-aziende/philip-morris-italia-presentata-a-roma-la-nuova-ricerca-istituto-piepoli-877277.html>; https://stream24.ilsole24ore.com/video/italia/tabagismo-de-masi-adiconsum-serve-campione-medici-base-che-certificchi-vantaggi-tabacco-riscaldato/AFBLItx?refresh_ce=1 e <https://adiconsum.it/dicono-di-noi/tabacco-riscaldato-lopunzione-dei-medici/> da cui si apre la pagina <https://formiche.net/2024/02/tabacco-riscaldato-lopunzione-dei-medici/#content>.

Ha inoltre partecipato a convegni sul tema promossi da PMI (cfr. Comunicato stampa Adiconsum del 3 maggio 2023 "Adiconsum al 1° Congresso nazionale sulla Sostenibilità" promosso da Philip Morris - <https://adiconsum.it/eventi/adiconsum-a-1-congresso-nazionale-sulla-sostenibilita-4-maggio-2023/>).

38. In data 1° aprile 2026, la Confederazione Nazionale Coldiretti ha chiesto di partecipare al presente procedimento e di essere audita dall’Autorità. Tale istanza è stata riscontrata in data 5 maggio 2026 comunicando che essa è risultata inammissibile in quanto tardiva rispetto alla chiusura della fase istruttoria (11 marzo 2026).⁴

39. In data 30 marzo 2026, è stata proposta e riscontrata positivamente la quinta istanza di accesso agli atti da parte di PMI.

40. In data 31 marzo 2026 (con protocollo del 1° aprile 2026), la Società ha depositato le controdeduzioni scritte al Collegio in replica alla comunicazione di contestazione degli addebiti.

41. In data 1° aprile 2026, è stata proposta e riscontrata positivamente la sesta istanza di accesso agli atti da parte di PMI.

42. In data 3 aprile 2026, è stata proposta la settima istanza di accesso agli atti da parte di PMI che è stata riscontrata positivamente in data 8 aprile 2026.

43. In data 23 aprile 2026, è stata proposta l’ottava istanza di accesso agli atti da parte di PMI che è stata riscontrata in pari data.

44. In data 27 aprile 2026, la Federazione Italiana Tabaccai ha depositato una diffida a volersi astenere dall’adozione dell’odierno provvedimento *“perlomeno sino all’adozione della decisione del T.A.R. Lazio, nell’ambito del procedimento R.G. 4834/2026, ad esito dell’udienza collegiale in camera di consiglio del 13.05.2026”*. In data 28 maggio 2026, il T.A.R. Lazio, con ordinanza n.3077/2026 ha rigettato il ricorso cautelare rilevando l’infondatezza della doglianza in quanto *“l’istanza di partecipazione al procedimento è stata presentata in un momento in cui la fase istruttoria era già conclusa”*.

45. In data 30 aprile 2026, l’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni ha trasmesso una richiesta di informazioni, ai sensi e per gli effetti del art. 17, comma 2 del Regolamento che è stata riscontrata in data 4 maggio 2026.

46. In data 4 maggio 2026, in considerazione della richiesta di informazioni di cui al punto precedente, l’Autorità ha deliberato una proroga tecnica di 10 giorni del termine di conclusione del procedimento dalla ricezione dell’eventuale parere dall’ all’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

47. In data 30 aprile 2026 (con protocollo del 4 maggio 2026), è stata proposta la nona istanza di accesso agli atti da parte di PMI successivamente

⁴ Il tratto comune delle iniziative della Federazione Italiana Tabaccai, dell’Associazione dei Consumatori Adiconsum e della Confederazione Nazionale Coldiretti è rappresentato dalla circostanza di aver rappresentato di aver avuto notizia del presente procedimento dal comunicato stampa pubblicato sul sito dell’Autorità in data 15 ottobre 2025 in occasione dell’avvio del medesimo (Cfr. <https://www.agcm.it/media/comunicati-stampa/2025/10/PS12940>.) e di aver, quindi, atteso oltre cinque mesi prima di proporre le loro istanze.

reiterata in data 6 maggio 2026. Tale istanza è stata riscontrata in data 1° giugno 2026.

48. In data 1° giugno 2026 è pervenuto il parere dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni.

III.2. Le evidenze acquisite

a) Il professionista

49. La Philip Morris Italia S.r.l.⁵ è una società interamente partecipata dalla società Philip Morris Products S.A. con sede in Svizzera e appartenente al gruppo internazionale Philip Morris International di cui si riporta, di seguito, l’organigramma⁶:

L’Organigramma sottostante mostra la struttura di controllo della società per il periodo d’imposta al 31.12.2023:



50. Philip Morris Italia S.r.l. si occupa della distribuzione all’ingrosso dei tabacchi lavorati, commercializzati dal gruppo Philip Morris International, dell’approvvigionamento di tabacco grezzo coltivato in Italia e della distribuzione all’ingrosso di dispositivi elettronici IQOS e dei tabacchi da inalazione senza combustione.

b) La pratica commerciale

51. La pratica commerciale in esame consiste nell’utilizzo diffuso da parte di PMI delle locuzioni e dei *claim* “senza fumo”, “prodotti senza fumo” e “costruire/progettare/accelerare un futuro senza fumo”. In particolare, le

⁵ Ricavi della Società 2.626.115.296 euro alla data del 31 dicembre 2024 (cfr. Infocamere, Bilancio al 31 dicembre 2024).

⁶ Cfr. doc. n. 19.1.46 del fascicolo istruttorio.

predette locuzioni/i *claim*, essendo incentrati sull'assenza di fumo, anche in considerazione delle modalità espressive utilizzate (ad esempio, testo, immagini ecc. - cfr. figura n. 1 dell'atto di avvio, di seguito riprodotta), possono risultare ingannevoli, confusori e omissivi circa le caratteristiche principali dei prodotti del tabacco senza combustione (qualificati da PMI anche come “*innovativi*”⁷ e/o “*prodotti a potenziale rischio ridotto - RRP*”⁸) a cui sono riferiti, trattandosi di prodotti che contengono tabacco e/o nicotina e che, pur essendo caratterizzati da assenza di combustione, possono produrre comunque vapori/emissioni, non risultano privi di possibili effetti nocivi per la salute umana e/o essere meno nocivi di altri; essi, inoltre, possono creare dipendenze.

52. Il presente procedimento trae origine da una richiesta di intervento del Ministero della Salute che, di concerto con l'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli, ha segnalato all'Autorità un possibile profilo di ingannevolezza nella campagna pubblicitaria a mezzo stampa promossa da Philip Morris Italia S.r.l. dal titolo “*In Italia per costruire insieme un futuro senza fumo*” a partire almeno da dicembre 2024, “*nella misura in cui il testo e le immagini (dati sull'occupazione e sull'impatto economico immagine accattivante dei soggetti ritratti) possano far intendere un messaggio positivo verso prodotti che sono dannosi per la salute, in assenza di avvertenze sulla loro pericolosità*”⁹.

53. Nello specifico, il *Ministero* ha richiamato l'attenzione sul seguente messaggio: “*In Italia per costruire insieme un futuro senza fumo. Da oltre 60 anni Philip Morris sceglie l'Italia. Qui abbiamo costruito una filiera integrata con circa 8.000 imprese e oltre 40.000 persone*. Qui 10 anni fa è iniziato il nostro futuro senza fumo grazie a ingenti investimenti sul territorio e su nuove tecnologie. Ed è qui, in Italia, che continueremo a dare forma al nostro domani*” (cfr. figura n. 1).

⁷ Cfr. docc. nn.19.1.19, 19.1.64, 19.1.79 e 19.1.99 del fascicolo istruttorio.

⁸ Cfr. doc. n.19.1.81 del fascicolo istruttorio.

⁹ Cfr. doc. n. 1 del fascicolo istruttorio.



Figura n. 1: Pagina promozionale di Philip Morris sul Corriere della Sera del 10 dicembre 2024¹⁰

54. La diffusione di tali messaggi incentrati sulla locuzione “*senza fumo*” è avvenuta; (i) sul sito *web* del Professionista <https://www.pmi.com/markets/italy/it/philipmorrisitalia>, nelle pagine di presentazione di alcuni prodotti senza combustione a marchio Philip Morris¹¹, tra cui, la sigaretta a tabacco riscaldato Iqos, la sigaretta elettronica Veev o i sacchetti di nicotina ZYN¹²; (ii) nella campagna pubblicitaria a mezzo stampa denominata “*In Italia per costruire insieme un futuro senza fumo*”, così come segnalata dal Ministero della Salute¹³, e (iii) sul *Sito* per descrivere la visione aziendale, gli obiettivi e i progetti della Società¹⁴:

¹⁰ Cfr. *ibidem*, all. n. 1.

¹¹ Cfr. doc. n. 3 del fascicolo istruttorio “*L’attuale portafoglio di prodotti senza fumo di PMI include: stick con o senza tabacco che vengono riscaldati con dispositivi elettronici; Sigarette elettroniche; e Prodotti per uso orale con nicotina*”.

¹² Come definiti dallo stesso Professionista (cfr. doc. n. 7 del fascicolo istruttorio).

¹³ Cfr. doc. n. 1 del fascicolo istruttorio.

¹⁴ Cfr. doc. n. 10 del fascicolo istruttorio.

La nostra visione aziendale



Share



In Philip Morris International stiamo vivendo una profonda trasformazione, che riguarda la nostra mission e identità aziendale. L'obiettivo è quello di **costruire un futuro senza fumo**: un futuro in cui tutti i fumatori adulti che diversamente continuerebbero a fumare abbandonino le sigarette per passare a **nuovi prodotti senza combustione**, valide alternative al fumo tradizionale. Si tratta di un obiettivo ambizioso, che ha richiesto una profonda trasformazione del modello di business e dell'organizzazione, e che necessita di competenze nuove e di altissimo livello in ogni ambito del business.

Smettere di fumare o non iniziare mai rimangono le scelte migliori in assoluto, ma per coloro che non smettono la vision aziendale è quella di **sostituire le sigarette con valide alternative senza combustione**, capaci di soddisfare le aspettative dei fumatori adulti che altrimenti continuerebbero a fumare. **Tali prodotti non sono tuttavia privi di rischi e contengono nicotina, una sostanza che dà dipendenza.**

Per raggiungere questo obiettivo il più rapidamente possibile, le attività dell'azienda sono state innovate profondamente. L'innovazione si sostanzia in un **investimento strategico costante** nella trasformazione della nostra attività: **per quattro anni consecutivi abbiamo dedicato il 99% della nostra spesa per attività di Ricerca & Sviluppo** dedicati ai prodotti senza combustione che oggi rappresentano oltre il 38% dei ricavi netti aziendali.

CHI SIAMO

Philip Morris in Italia

I prodotti senza combustione

Philip Morris International

Figura n. 2: Sezione “La nostra visione aziendale” dal Sito <https://www.pmi.com/markets/italy/it/chi-siamo/la-nostra-visione/>

55. Il Professionista, nell’ambito delle informazioni fornite¹⁵, ha precisato che il portafoglio di prodotti a cui è associata la locuzione “*senza fumo*” include: (a) dispositivi che riscaldano appositi *stick* con o senza tabacco; (b) sigarette elettroniche da utilizzare con ricariche di liquido e (c) prodotti per uso orale contenenti nicotina.

56. In particolare, per quanto concerne i prodotti *sub* (a), essi vengono utilizzati mediante un dispositivo elettronico (“*Riscaldatore*”), a marchio IQOS o LIL e i prodotti possono contenere tabacco (denominati HEETS, TEREA, DELIA e FIIT) e *stick* senza tabacco ma con nicotina (denominati LEVIA).

¹⁵ Cfr. doc. n. 38 del fascicolo istruttorio.



Figura n. 3 All.1 (Informazioni) All.1 estratto (Quarta animazione) 21 giugno 2023 al 14 ottobre 2023_v2.mp4



Figura n. 4- All.1 (Informazioni) estratto Campagna live dal 10 ottobre 2024 al 6 aprile 2025.mp4



Figura n. 5- All.1 (Informazioni) Campagna live dal 7 novembre 2024 fino al 6 aprile 2025.mp4

57. In ordine alle *Sigarette elettroniche e ricariche di liquido contenenti nicotina*, prodotti *sub* (b), la Società altresì commercializza, con il marchio VEEV, dispositivi elettronici da utilizzare con apposite ricariche di liquido contenenti nicotina (“*Pods*”).

Philip Morris lancia VEEV ONE e accelera il processo verso un futuro senza fumo

24 July 2023

News
Leggi tutte le novità

- VEEV ONE, la nuova versione della sigaretta elettronica VEEV, introduce una serie di miglioramenti rispetto al modello precedente, tra cui una esperienza di utilizzo migliorata, un nuovo design e una nuova tecnologia di riscaldamento.
- Philip Morris mette a disposizione dei fumatori adulti che continuerebbero a fumare un'ulteriore alternativa al fumo. Sono oltre 2 milioni i fumatori adulti in Italia che hanno abbandonato le sigarette per passare ai prodotti senza combustione di Philip Morris International.

Roma, 24 luglio 2023 – Philip Morris Italia, l'unica azienda nel settore del tabacco ad aver annunciato l'impegno per la costruzione di un futuro senza fumo, lancia oggi sul mercato VEEV ONE, la nuova sigaretta elettronica della famiglia VEEV. Con il nuovo dispositivo Philip Morris amplia il proprio portafoglio dei prodotti senza combustione al fine di rispondere alle diverse esigenze dei consumatori italiani ed eliminare le sigarette tradizionali nel minor tempo possibile.

Figura n. 6: Sezione “News” dal Sito <https://www.pmi.com/markets/italy/it/news/philip-morris-lancia-veev-one-e-accelera-il-processo-verso-un-futuro-senza-fumo/>

58. Quanto, infine, ai *Prodotti per uso orale contenenti nicotina*, sub (c) PMI commercializza, sotto il marchio ZYN, sacchetti di nicotina senza tabacco da posizionare tra labbra e gengiva (“*Sacchetti di Nicotina*” o “*ZYN*”). Una volta inseriti, tali prodotti rilasciano gradualmente la nicotina tramite le mucose orali¹⁶.

Philip Morris accelera verso un futuro senza fumo con ZYN

06 March 2025

News
Leggi tutte le novità

L'azienda lancia in Italia i nuovi sacchetti di nicotina ZYN, diversificando l'offerta di prodotti senza combustione per quei fumatori adulti che altrimenti continuerebbero a fumare sigarette.

Milano, 06 marzo 2025 – Philip Morris International (PMI) lancia oggi in Italia i sacchetti di nicotina ZYN, l'ultima novità del suo portafoglio di prodotti senza combustione.

ZYN consiste in bustine di cellulosa, prive di foglie di tabacco, pensate per essere una soluzione alternativa alla sigaretta tradizionale. ZYN non produce fumo, vapore, cenere o odore.

Con ZYN – il brand leader a livello mondiale nella categoria dei prodotti contenenti nicotina per uso orale¹ – l'azienda amplia ulteriormente il suo portafoglio di prodotti senza combustione che comprende già: IQOS, il sistema per il riscaldamento elettronico del tabacco numero uno al mondo², con oltre 2 milioni di utilizzatori esclusivi³ in Italia; e VEEV, leader di mercato in Italia nella categoria delle sigarette elettroniche a sistema chiuso⁴.

Figura n. 7: Sezione “News” dal Sito <https://www.pmi.com/markets/italy/it/news/philip-morris-accelera-verso-un-futuro-senza-fumo-con-zyn/>

¹⁶ Cfr. doc. n. 38 del fascicolo istruttorio. Il Professionista precisa che i Sacchetti di Nicotina sono stati lanciati in Italia, in fase di test in alcune città a ottobre del 2024, mentre su scala nazionale solo a partire da marzo 2025. La Società ritiene che i Sacchetti di Nicotina sarebbero estranei al perimetro della contestazione: mancherebbe del tutto, infatti, il processo di produzione e inalazione di vapori/aerosol assimilabili al fumo.



Figura n. 8 (Informazioni) All.1 estratto (Campagna live dal 24 ottobre 2025 al 19 giugno 2025.mp4)



Figura n. 9 (Informazioni) All.1 estratto (Quarta animazione) COMUNICAZIONI – CANALE RETAIL

1.1 Diffusione dei prodotti senza combustione e volume delle vendite

59. La Società ha indicato che “*i prodotti innovativi di PMI sono oggi disponibili in 95 mercati, con una stima di 38,6 milioni di utilizzatori adulti in tutto il mondo*”¹⁷. Per quanto concerne le vendite e il fatturato del Professionista in Italia, rileva la tabella che segue e che presenta i dati relativi al fatturato e al volume delle vendite generate dal 2023 ad ottobre 2025, con riferimento ai prodotti da fumo e senza fumo precisando che, per i prodotti “innovativi”, vengono forniti i dati relativi sia ai dispositivi (*i.e.* Riscaldatori e Dispositivi Elettronici) sia ai prodotti c.d. consumabili (*i.e.* Stick, Pods e Sacchetti di Nicotina)¹⁸.

[*omissis*]*

60. Come si può osservare, il fatturato derivante dalla vendita dei prodotti “innovativi” e degli accessori per il loro utilizzo risulta significativamente superiore a quello dei c.d. prodotti da fumo tradizionali. Nello specifico emerge che per l’anno 2023, il fatturato complessivo derivante dal settore prodotti “innovativi” ammonta ad € [1.500.000,00-2.000.000,00] – circa doppio - rispetto a quello di € [500.000,00-1.000.000,00] derivante dai prodotti da fumo tradizionali. La tendenza si mantiene sostanzialmente costante per il 2024 (€[1.500.000,00-2.000.000,00] rispetto a €[500.000,00-1.000.000,00]) e per i primi 10 mesi del 2025 (€[1.500.000,00-2.000.000,00] rispetto a €[500.000,00-1.000.000,00]) evidenziando il ruolo cruciale che i prodotti innovativi e la loro promozione hanno per il Professionista.

61. In merito alla tendenza e alla “crescita” dei prodotti “innovativi”, senza combustione, essi rappresentano più del 40% dei ricavi della Società, percentuale che nel 2030 dovrebbe raggiungere i 2/3 dei ricavi¹⁹. La crescita di tali prodotti emerge anche dal grafico che segue dal quale si evince la diffusione dei prodotti da inalazione senza combustione nel periodo 2014-2024²⁰:

¹⁷ Cfr. doc. n. 19.1.64 del fascicolo istruttorio.

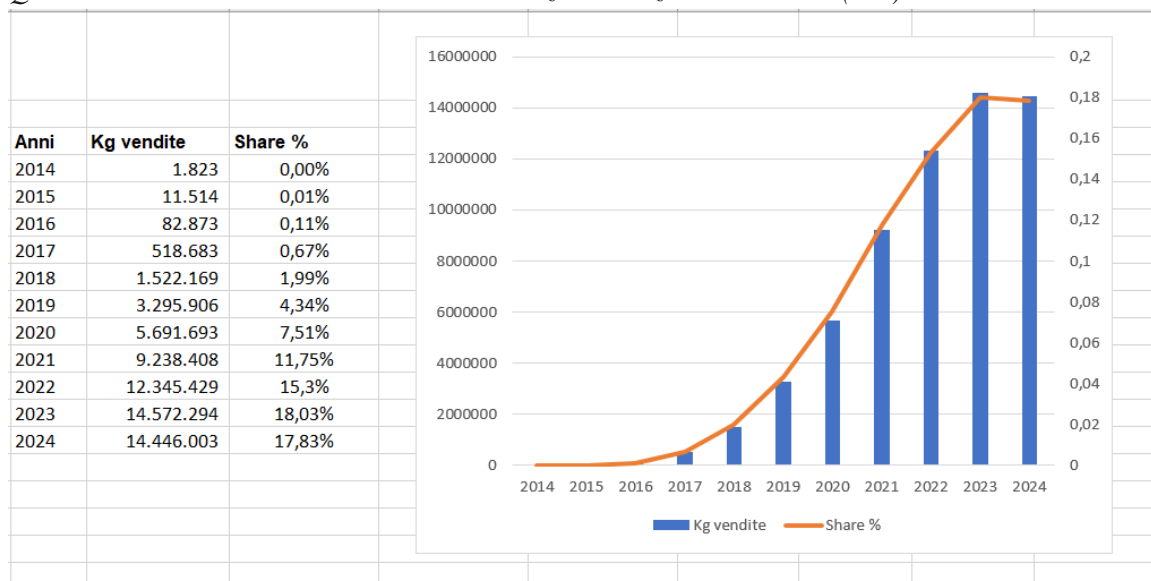
¹⁸ Cfr. doc. n. 38 del fascicolo istruttorio.

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

¹⁹ Cfr. doc. n. 19.1.7 del fascicolo istruttorio. A tale proposito, si veda anche il comunicato stampa di cui al doc. n. 19.1.45 del fascicolo istruttorio e il documento “*Briefing Intervista Pasquale Frega – Il Sole 24 ore*” di cui al doc. n. 19.1.74 del fascicolo istruttorio.

²⁰ Cfr. doc. n. 48 del fascicolo istruttorio (allegato 2).

QUANTITA' VENDUTE DI Prodotti da Inalazione senza combustione (KG)



1.2 La domanda dei prodotti senza combustione: la crescita del policonsumo

62. Appare di rilievo analizzare la domanda di tali prodotti e, in particolare, il fenomeno del c.d. “*policonsumo*”.

63. Dalle informazioni pervenute dal Ministero della Salute emerge che complessivamente, il 68,3% degli utilizzatori di prodotti a tabacco riscaldato (di seguito, anche “HTP”, “*Heated Tobacco Products*”) è costituito da utilizzatori duali²¹.

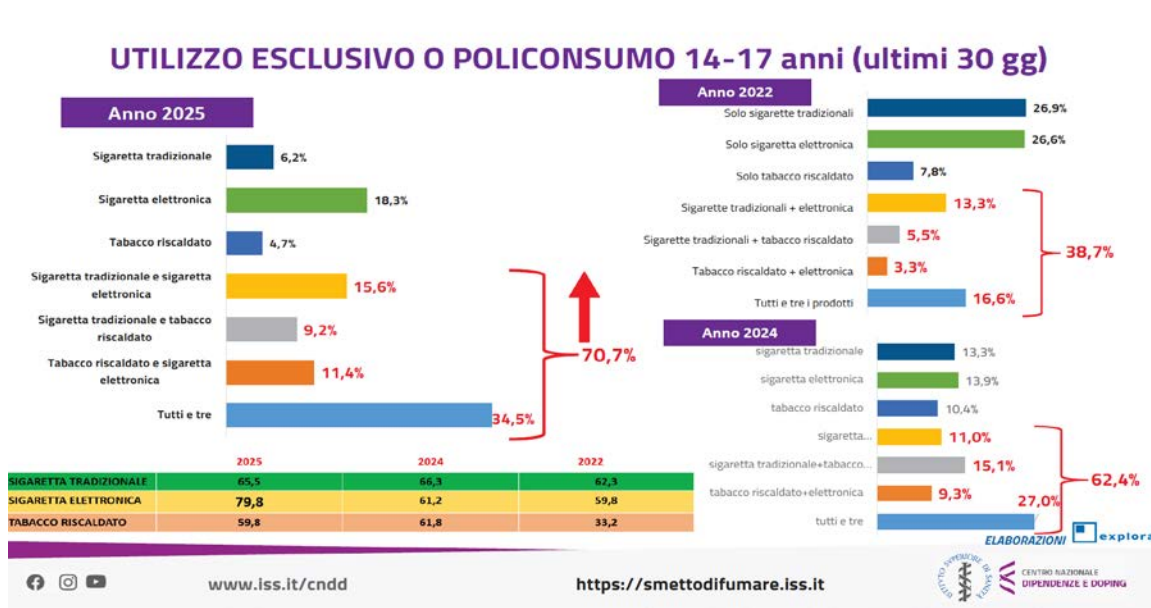
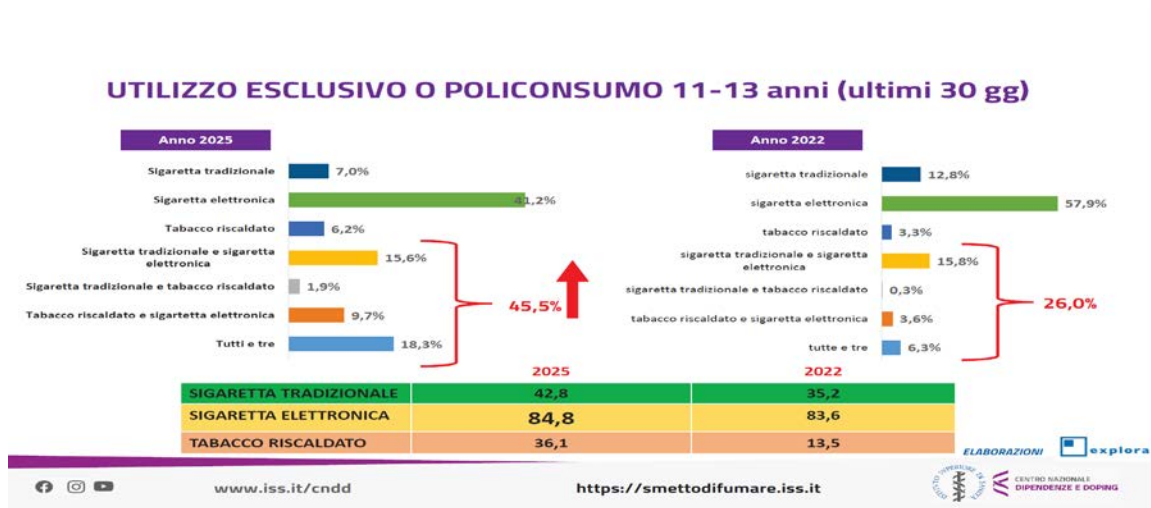
64. A tale proposito, appare significativa una *survey* dell’Istituto Superiore della Sanità, condotta nel 2025 tra gli studenti italiani di età compresa tra gli 11 e i 17 anni²², che ha messo in evidenza come il 45,5% dei minori tra gli 11 e i 13 anni e il 70,7% tra i 14 e i 17 anni ha utilizzato, nei trenta giorni antecedenti l’intervista, almeno due prodotti contenenti tabacco o nicotina (sigarette tradizionali, HTP o sigarette elettroniche) (cfr. figura sotto).

65. Inoltre, il *trend* osservato è in forte crescita: infatti, una precedente *survey*²³, nel 2022, aveva rilevato che il 26% minori di età compresa tra gli 11 ed i 13 anni ed il 38,7% tra i 14 ed i 17 anni avevano utilizzato, in maniera combinata, diversi prodotti del tabacco (cfr. figure sotto).

²¹ Cfr. doc. n. 48 del fascicolo istruttorio.

²² Cfr. doc. n. 52 del fascicolo istruttorio. Il Rapporto Nazionale sul consumo di tabacco e nicotina: prevalenze e abitudini degli studenti/giovani consumatori.

²³ Cfr. doc. n. 52 del fascicolo istruttorio. - Mastrobattista L, Mortali C, Solimini R, et al. “*Il rapporto nazionale sul tabagismo 2023. Tabaccologia 2023*”.



66. Al riguardo, appare significativo che - come emerso dai documenti acquisiti in ispezione - il Professionista dedichi al consumo giovanile un'ampia sezione, intitolata "Il consumo giovanile in Italia", nell'ambito della presentazione "Italian Overview". In particolare, i documenti acquisiti attestano come PMI guardi con attenzione al bacino di utenza rappresentato dai minori a partire dagli 11 anni di età, benché la vendita ad essi dei prodotti del tabacco senza combustione sia vietata²⁴.

²⁴ doc. n. 19.1.87 del fascicolo istruttorio. A tale proposito, si veda anche il doc. n. 19.1.20 del fascicolo istruttorio in cui viene dedicato un apposito paragrafo al consumo dei minori "Prevalenza negli adolescenti (11-17aa)" e l'articolo "Iniziazione e giovanissimi, la situazione italiana" di cui al doc.19.1.36 fascicolo istruttorio. Al riguardo, si veda anche il doc. n. 19.1.70 fascicolo istruttorio. Rileva anche il doc.n.19.1.39 fascicolo istruttorio nella sezione intitolata "PREVALENZA DEL FUMO IN ITALIA - Studenti 11-13aa e 14-17aa".

(“*Identify strategic blockers/opportunities per il mercato*”) è emerso proprio un “*Forte percepito di youth initiation*”²⁵.

68. La rilevanza del tema della “iniziazione al fumo” dei giovani (tra i 15 e i 24 anni) è, altresì, rinvenibile in un documento di PMI dal titolo “*Iniziazione e giovanissimi – I dati italiani*” redatto a fronte dell’analisi dei dati emersi dalla “*Global Youth Tobacco Survey (GYTS)*” condotta dall’Istituto Superiore della Sanità. In particolare, nel documento il Professionista evidenzia, tra l’altro, che “*Nell’ambito della salute pubblica, il tema dell’iniziazione al fumo e del suo contrasto è tra i più sentiti, sia dalle istituzioni sanitarie, sia da parte degli esperti e della comunità scientifica. [in quanto] nei giovani l’uso di prodotti alternativi possa rappresentare l’anticamera del fumo*”²⁶.

1.3 La comunicazione dei prodotti senza combustione attraverso il claim “senza fumo”

69. La centralità della locuzione “senza fumo” nella strategia di marketing di PMI emerge con chiarezza dalle dichiarazioni del neo presidente e amministratore delegato della Società secondo cui “*L’eliminazione del fumo rappresenta una delle principali sfide di salute pubblica di questo secolo*”²⁷, nonché “*L’obiettivo dell’azienda è quello di costruire un futuro senza fumo nel minor tempo possibile, consegnando al cimitero la sigaretta tradizionale. Un futuro basato su nuovi prodotti potenzialmente meno dannosi*”²⁸ e anche “*siamo di fronte a una delle principali sfide di salute pubblica: l’eliminazione del fumo*”²⁹.

70. Dai documenti istruttori emerge che il dibattito tra le varie articolazioni della Società in merito all’uso della locuzione “senza fumo” fosse in corso già dal 2017 e, in tale ambito, venisse evidenziato che “*Lo sviluppo di contenuti con il claim Tabacco senza fumo e’ condizione necessaria (non sufficiente)*”

²⁵ Cfr. doc. n. 19.1.10 del fascicolo istruttorio.

²⁶ Cfr. doc. n. 19.1.36 del fascicolo istruttorio.

²⁷ Cfr. doc. n. 19.1.10 del fascicolo istruttorio.

²⁸ Cfr. articolo “*Investiamo un miliardo in dieci anni per un’Italia senza fumo*” pubblicato su “*Il Sole24Ore*” del 8 aprile 2025.

²⁹ Cfr. doc. n. 19.1.1 del fascicolo istruttorio. A tale proposito si veda anche il doc. n. 19.1.5 del fascicolo istruttorio nel quale, tra i target da raggiungere emerge chiaramente quello di far sì che “*I decisori politici e gli enti regolatori, i principali SKOL, i consumatori, le terze parti e l’opinione pubblica*” si spostino “*verso una più ampia accettazione di alternative migliori al fumo*”.

per la nostra seo strategy³⁰ a supporto dell'OB 2018 di costruire e guidare la categoria. [enfasi aggiunta].³¹

71. A tale proposito, rileva che PMI ha dapprima utilizzato la locuzione “*senza combustione*” per descrivere i prodotti c.d. “innovativi”, sostituendola con l’espressione “*senza fumo*” almeno a partire dal giugno 2022, come si può osservare dalla pagina del sito ³² <https://www.pmi.com/markets/italy/it/chiamo/nostri-prodotti/> nella versione del 31 gennaio 2022 (prima figura con “*senza combustione*”) e versione del 28 giugno 2022 (seconda figura con “*senza fumo*”). Su tale profilo, peraltro, la parte non ha presentato rilievi e/o contestazione.

³⁰ La SEO o Search Engine Optimization è l’insieme delle conoscenze utili a gestire il rapporto tra un sito *web* e i principali motori di ricerca, allo scopo di migliorare la visibilità e il posizionamento organico dello stesso. (cfr. https://www.seogarden.net/guida-seo/#Definizione_SEO).

³¹ Cfr. doc. n. 19.1.91 del fascicolo istruttorio. Circa l’utilizzo dell’espressione “*senza fumo*” si vedano anche i due articoli del 2018 di cui al doc. n. 19.1.99 del fascicolo istruttorio.

³² Cfr. doc. n. 19.1.71 del fascicolo istruttorio

I nostri prodotti

Il nostro obiettivo è sostituire le sigarette con valide alternative senza combustione

Share



Siamo noti per i nostri marchi di sigarette, ma stiamo costruendo un nuovo portafoglio di valide alternative. Oggi produciamo e commercializziamo in 180 mercati sei dei primi quindici marchi internazionali di sigarette nel mondo, tra cui *Marlboro*. Oltre al nostro portafoglio di prodotti tradizionali, stiamo sviluppando e commercializzando anche alternative senza combustione, come prodotti a tabacco riscaldato e sigarette elettroniche.

I nostri prodotti senza combustione

La categoria dei prodotti senza combustione di Philip Morris include quattro piattaforme differenti, in diversi stadi di sviluppo e commercializzazione. Tutte progettate per generare un vapore contenente nicotina ed evitare la combustione, i prodotti a tabacco riscaldato utilizzano tabacco senza bruciarlo – il primo grazie a componenti elettronici, come *IQOS*, il secondo no. I prodotti senza tabacco, invece, generano un vapore contenente nicotina attraverso soluzioni tecniche differenti che possono utilizzare componenti elettroniche.

IQOS è stato il primo prodotto senza combustione presentato da Philip Morris: un dispositivo elettronico che scalda stick di tabacco a una temperatura controllata e inferiore a quella necessaria per sviluppare la combustione. Lanciato nel 2014, a Nagoya (Giappone) e a Milano, *IQOS* è oggi presente in oltre 70 mercati nel mondo, dove ha incontrato il favore di oltre 14,9 milioni di utilizzatori che hanno abbandonato completamente le sigarette.

I nostri marchi di sigarette

Al centro del portafoglio di marchi locali e internazionali di sigarette di Philip Morris in Italia c'è *Marlboro*, il marchio di sigarette più venduto al mondo. I marchi mid-price di proprietà sono *Chesterfield*, *Philip Morris*, *Merit* e *Muratti*.

CHI SIAMO

La nostra visione

Le nostre pratiche di prevenzione accesso ai minori

Prodotti innovativi per i fumatori

Figura n. 10 - <https://www.pmi.com/markets/italy/it/chi-siamo/nostri-prodotti/> nella versione del 31 gennaio 2022

Prodotti senza combustione

Un portafoglio di valide alternative alle sigarette per costruire un futuro senza fumo

Share



La visione di Philip Morris è quella di fornire delle valide alternative alla sigaretta tradizionale capaci di soddisfare le aspettative dei fumatori adulti che altrimenti continuerebbero a fumare. Nell'ottica di differenziare il portafoglio di prodotti e venire incontro alle diverse esigenze espresse dai fumatori adulti, Philip Morris ha introdotto sul mercato diverse piattaforme in diversi stadi di sviluppo e commercializzazione, come riscaldatori di tabacco e sigarette elettroniche.

I prodotti senza combustione come i riscaldatori di tabacco *IQOS* e *il Solid 2.0*, sono appositamente progettati per riscaldare stick di tabacco senza bruciarli, generando un vapore contenente nicotina. Le sigarette elettroniche, come *VEEV*, vaporizzano un liquido contenente nicotina. Entrambe le tipologie di dispositivo pensate da Philip Morris costituiscono una valida alternativa alle sigarette ma non sono prive di rischi e contengono nicotina, una sostanza che dà dipendenza.

IQOS, il primo prodotto senza combustione commercializzato dal gruppo Philip Morris a partire dal 2014, è oggi presente in 71 Paesi. Secondo le stime aziendali oltre 15 milioni di fumatori adulti nel mondo – 2 milioni dei quali in Italia – utilizzano *IQOS* e hanno completamente abbandonato le sigarette.

Nel giugno del 2022, Philip Morris Italia ha sottoscritto il Codice volontario [presentato da Eurispes](#) di autoregolamentazione per la comunicazione e vendita dei prodotti senza combustione.

CHI SIAMO

La nostra visione

Le nostre pratiche di prevenzione accesso ai minori

Prodotti innovativi per i fumatori

Figura n. 11 - <https://www.pmi.com/markets/italy/it/chi-siamo/nostri-prodotti/> nella versione del 28 giugno 2022

72. Risulta anche significativa l'e-mail con la quale il responsabile delle attività scientifiche di PMI evidenzia che per promuovere il modello di *business* basato sul “*futuro senza fumo*”, “*dal 2008 l'azienda ha investito oltre 14 miliardi di dollari per sviluppare, sostanziare scientificamente e commercializzare i prodotti senza combustione, realizzando oltre 500 pubblicazioni scientifiche*”³³.

73. La centralità della strategia volta a presentare i prodotti “innovativi”, senza combustione, nell'ambito di un “*futuro senza fumo*” è attestata anche da una mail trasmessa a tutti i dipendenti attraverso la quale si evidenzia che “*la Commissione europea ha proposto un aumento significativo delle tasse su tutti i prodotti del tabacco e della nicotina, inclusi quelli che produciamo in MTB. Se questa proposta venisse approvata, potrebbe comportare forti aumenti di prezzo sia in Italia sia nei Paesi europei in cui esportiamo i prodotti che utilizzano la tecnologia del tabacco riscaldato dal nostro stabilimento di MTB.*” E ancora “*Questo rischia di ostacolare i progressi che abbiamo fatto finora nella trasformazione del nostro settore verso un futuro senza fumo ed impattare fortemente la filiera italiana, a fianco della quale lavoriamo ogni giorno e che negli ultimi anni è stata protagonista di un processo virtuoso di crescita e di consolidamento sui nostri territori, da nord a sud.*”³⁴.

1.4 La strategia promozionale basata sul concetto di minore nocività dei prodotti senza combustione e di riduzione del rischio

74. Risulta ricorrente nella documentazione interna di PMI il concetto della sostanziale inefficacia delle politiche volte alla cessazione del consumo delle sigarette tradizionali e delle potenzialità positive di strategie di riduzione del rischio attraverso il passaggio dei consumatori ai prodotti qualificati come “*innovativi*”, senza combustione³⁵.

75. In questa prospettiva, il *claim* “*senza fumo*” si connette direttamente al tentativo di PMI di affermare la minore nocività dei prodotti “*innovativi*”, senza combustione, definiti dallo stesso professionista come “*valide*

³³ Cfr. doc. n. 19.1.3 del fascicolo istruttorio.

³⁴ Cfr. docc. nn. 19.1.66 e 20.1.13 del fascicolo istruttorio.

³⁵ Cfr. docc. nn. 19.1.24 e 19.1.25 del fascicolo istruttorio.

alternative”³⁶ o *“alternative migliori rispetto alle sigarette”*³⁷, o ancora *“RRP – prodotti a potenziale rischio ridotto”*³⁸. Sul punto, appare significativo quanto rappresentato nelle *“Linee Guida per i Global Talking Points”* nelle quali, in riferimento al prodotto *“innovativo” - “LIL Solid 2.0”* - il Professionista rappresenta che *“Prodotti a potenziale rischio ridotto” (RRP) è il termine che impieghiamo per indicare quei prodotti che comportano o hanno il potenziale di comportare un minor rischio di danno per i fumatori quando sono usati in sostituzione delle sigarette. Abbiamo un assortimento di RRP in diverse fasi di sviluppo, valutazione scientifica e commercializzazione. Dato che i nostri RRP non bruciano il tabacco, essi producono un aerosol che contiene quantitativi significativamente inferiori di componenti dannose o potenzialmente dannose rispetto al fumo delle sigarette”*³⁹.

76. [omissis]⁴⁰.

77. [omissis]

78. In termini generali, il concetto di riduzione del rischio viene utilizzato in maniera ricorrente da parte del Professionista, ad esempio attraverso affermazioni quali *“esiste, tuttavia, un’ampia fascia di adulti che continua a fumare. La nostra visione assolve proprio a questo compito: offrire un’alternativa a questi fumatori, in un’ottica di potenziale riduzione del rischio.”*⁴¹ E ancora, *“La riduzione del danno è un principio riconosciuto sin dagli anni 70 in ambito medico-scientifico e applicato in molteplici settori al fine di mitigare gli effetti negativi di un determinato comportamento, quando non è possibile eliminarlo. Tale principio si applica anche all’utilizzo di*

³⁶ Cfr. doc. n. 19.1.77 fascicolo istruttorio. A tale proposito, appare significativa la circostanza che l’introduzione presentazione destinata ai venditori di cui al doc. n. 19.1.72 del fascicolo istruttorio si legga: *“Reduced Risk Products («RRPs») is the term we use to refer to Smoke-Free Products that present less risk of harm to smokers who fully switch to these products versus continued smoking.”*.

³⁷ Cfr. doc. n. 19.1.79 fascicolo istruttorio. Si veda anche il doc. n. 19.1.18 fascicolo istruttorio in cui viene evidenziato che *“accanto al rafforzamento delle attuali strategie di prevenzione all’iniziazione e cessazione del fumo è importante adottare un approccio di riduzione del rischio”*. A tale proposito, rileva anche il doc. n. 19.1.19 fascicolo istruttorio: *“La visione di Philip Morris International di un futuro senza fumo, sostanziata dallo sviluppo, validazione scientifica e commercializzazione di prodotti senza combustione assolve proprio a questo compito: offrire un’alternativa ai fumatori adulti che continuerebbero a fumare, in un’ottica di potenziale riduzione del rischio.”*.

³⁸ Cfr. doc. n. 19.1.81 del fascicolo istruttorio.

³⁹ Cfr. doc. n. 19.1.81 del fascicolo istruttorio.

⁴⁰ Cfr. doc. n. 19.1.52 del fascicolo istruttorio.

⁴¹ Cfr. doc. n. 19.1.42 del fascicolo istruttorio. Si veda, al riguardo anche il doc. n. 19.1.86 del fascicolo istruttorio intitolato emblematicamente *“Il principio di riduzione del danno e l’esempio del settore automotive”* nell’ambito del quale viene criticata la posizione delle autorità sanitarie italiane: *“il principio di riduzione del rischio o del danno non rientra tra le strategie di salute pubblica, mirando queste ultime unicamente alla disassuefazione e cessazione dell’utilizzo di prodotti a base di tabacco o contenenti nicotina.”* e si afferma che *“Dopotutto, vogliamo tutti la stessa cosa: che tutte le persone che non smettono di fumare - abbiano la possibilità di scegliere in modo consapevole e informato soluzioni e alternative con solide basi scientifiche. Questo può essere un approccio alternativo a integrazione delle attuali politiche di cessazione e riduzione del fumo.”* (sottolineatura aggiunta).

tabacco combusto, un'abitudine dannosa con un forte impatto sociale. Interpretando questo principio, al fine di offrire soluzioni alternative ai fumatori adulti che non smettono di fumare, Philip Morris ha introdotto sul mercato prodotti quali le sigarette elettroniche, che utilizzano sistemi di vaporizzazione di liquidi, i prodotti a tabacco riscaldato, che scaldano il tabacco generando un vapore contenente nicotina e i sacchetti di nicotina, bustine di cellulosa contenenti nicotina di grado farmaceutico. Consentire ai fumatori adulti l'accesso a informazioni complete e fattuali in merito a tali alternative al fumo di sigaretta, contribuisce in maniera significativa – insieme ad adeguate politiche di prevenzione, contrasto e cessazione – a ridurre o eliminare il fumo di sigaretta tradizionale.”⁴².

79. PMI era ben consapevole dell'efficacia sui consumatori di una strategia di comunicazione commerciale fondata sulla potenziale minore nocività dei prodotti del tabacco “innovativi”, senza combustione; ciò emerge, in maniera alquanto evidente, dal sondaggio commissionato da PMI ad Eurispes, datato luglio 2020. In particolare, dall'indagine effettuata su consumatori di prodotti del tabacco senza combustione è emerso che il 47,7 % degli intervistati alla domanda “*perché ha scelto di usare prodotti senza combustione*” ha risposto “*Perché rispetto alle sigarette tradizionali hanno meno impatti negativi sul mio corpo (denti, pelle, unghie...)*”⁴³. E, in termini ancora più netti, il 92,8% degli intervistati concordano con l'affermazione “*Rispetto alle sigarette tradizionali hanno meno impatti negativi sul mio corpo*”⁴⁴. Tali considerazioni sui minori impatti negativi di tali prodotti cd “innovativi” hanno spinto l'89,6 degli intervistati a “*consigliare ad altri fumatori i prodotti senza combustione*”⁴⁵.

80. In tal senso, rileva anche il contenuto della pubblicazione “*GLI ITALIANI E IL FUMO - 1° Rapporto Censis su fumo di sigaretta e prodotti senza combustione in Italia - sintesi*” (2022), anch'esso realizzato con il contributo di PMI, nel quale viene rappresentato che “*Tra le motivazioni del cambio delle preferenze a favore dei prodotti smoke free, prevale tra tutte quella legata alla convincione che siano potenzialmente meno dannosi per la salute e lo pensano sia gli attuali consumatori di prodotti tradizionali che hanno utilizzato i prodotti senza combustione (38,3%) che coloro che*

⁴² Cfr. doc. n. 19.1.67 del fascicolo istruttorio.

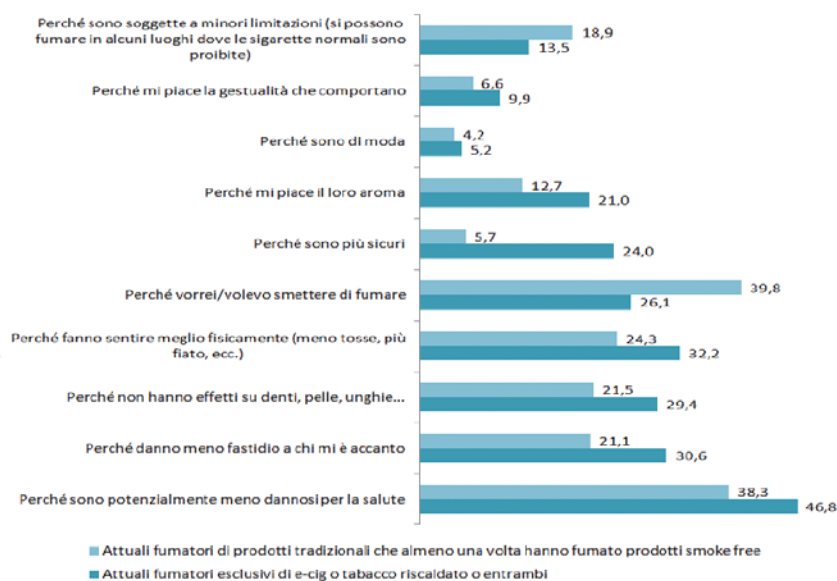
⁴³ Cfr. doc. n. 19.1.80 del fascicolo istruttorio.

⁴⁴ Cfr. *ibidem*.

⁴⁵ Cfr. *ibidem*.

attualmente li utilizzano in modo esclusivo (46,8%)⁴⁶ come meglio rappresentato nel grafico che segue:

Fig. 7 - Motivi della scelta di usare prodotti senza combustione (sigarette elettroniche o e-cig/prodotti a tabacco riscaldato) (val. %)



Il totale non è uguale a 100 perché erano possibili più risposte
Fonte: indagine Censis, 2021

81. Come si vede, il 46,8% degli intervistati indica come motivazione per la quale utilizzare sigarette elettroniche e/o a tabacco riscaldato la circostanza che tali prodotti *“sono potenzialmente meno dannosi per la salute”*.

82. Il tentativo di accreditare il concetto di minore nocività dei prodotti del tabacco senza combustione emerge altresì con chiarezza in una presentazione al Capo della Segreteria Tecnica del Ministero della Salute datata 9 gennaio 2024 nella quale, dopo aver evidenziato le criticità dei prodotti da fumo tradizionali ed i vantaggi dei prodotti *“innovativi”* conclude: *“La nicotina, sebbene induca dipendenza e non sia priva di rischi, non è la causa primaria delle patologie fumo-correlate”* cercando di rafforzare il concetto che i prodotti *“innovativi”* risultano meno dannosi di quelli tradizionali⁴⁷.

83. Analogamente, nell’ambito della presentazione di uno studio effettuato da Motore Sanità⁴⁸ *“con il contributo incondizionato”* di PMI intitolato emblematicamente *“Riduzione del rischio come strategia per un futuro senza fumo”* si afferma che *“È obiettivo prioritario dunque perseguire una strategia progettuale che focalizzi l’attenzione sul concetto di riduzione del rischio dei prodotti alternativi senza combustione”* e ancora *“I recenti progressi*

⁴⁶ Cfr. doc. n. 19.1.16 del fascicolo istruttorio.

⁴⁷ Cfr. doc. nn. 19.1.22 e 19.1.32 del fascicolo istruttorio (versioni dello stesso documento).

⁴⁸ Cfr. <https://www.motoresanita.it/chi-siamo/>.

tecnologici hanno permesso lo sviluppo di una categoria di prodotti alternativi non a combustione, che proprio per il fatto che potenzialmente riducono il rischio, offrono una valida opportunità per i fumatori adulti.” e rispetto ai prodotti cd. “innovativi”, “le Istituzioni del nostro Paese non possono rimanere indifferenti, ma dovrebbero promuovere un confronto. Per fare ciò, è necessario anche dare maggiore evidenza ai risultati scientifici degli studi condotti fatti su questa categoria di prodotti ed analizzare i risultati con spirito olistico”.⁴⁹

84. D'altra parte, PMI era consapevole della mancanza di dati certi sulla minore nocività dei prodotti innovativi, senza combustione, come emerge, tra l'altro, da una scheda tecnica acquisita nel corso dell'accertamento ispettivo: “Le evidenze disponibili inducono quindi a ritenere che questi prodotti smoke-free possano costituire una valida strategia per il THR, sebbene molti clinici, associazioni di pazienti ed Enti Regolativi mantengano una posizione ferma sulla totale astinenza da qualsiasi tipo di prodotti del tabacco come l'unico modo per combattere le malattie tabacco correlate, sottolineando l'assenza di evidenze di lungo periodo sulla riduzione del rischio, la pericolosità della nicotina e la marginale riduzione di sostanze tossiche”⁵⁰.

85. In altro documento ispettivo è contenuta una dichiarazione significativa del *Coordinator Scientific and Medical Affairs* del Professionista: “Si ritiene rilevante, anche in ottica regolatoria, sottolineare che i modelli sperimentali impiegati mirano ad analizzare non solo l'aerosol nella sua interezza, ma anche i singoli componenti (nicotina, glicerina vegetale, glicole propilenico, aromi), testati separatamente e in diverse concentrazioni. A oggi, non sono noti effetti dannosi derivanti dall'assimilazione gastrointestinale di tali componenti. Tuttavia, non vi è ancora evidenza scientifica sufficiente per

⁴⁹ Cfr. doc. n. 19.1.85 del fascicolo istruttorio. Al riguardo, si veda anche il doc. n. 19.1.31 fascicolo ispettivo di Roma, ove è indicato “*Philip Morris International sta guidando una trasformazione radicale del settore e punta a eliminare le sigarette nel più breve tempo possibile, sviluppando e commercializzando valide alternative senza combustione basate su scienza e tecnologia per i fumatori che non smettono. [...]. Non esistono prodotti del tabacco o della nicotina privi di rischi per la salute o non dannosi. La scelta migliore è non iniziare, o abbandonare completamente il tabacco e i prodotti contenenti nicotina. I prodotti tecnologici senza combustione non sono privi di rischi e creano dipendenza. La domanda, quindi, non è se questi prodotti facciano male, ma quali sono i diversi profili di emissioni e di tossicità di questi prodotti rispetto alle sigarette e quali studi devono essere condotti per verificare nel medio e lungo periodo le implicazioni dal punto di vista clinico. Se il dibattito resta concentrato solo sulla prima domanda (i.e., i prodotti senza combustione fanno comunque male?), il rischio è quello di non fornire al fumatore adulto che non smette un'informazione riguardo le differenze tra i prodotti con e senza combustione che gli consentirebbe di fare una scelta informata e consapevole*”.

⁵⁰ Cfr. doc. n. 19.1.40 del fascicolo istruttorio.

escludere potenziali rischi legati all'assimilazione per via inalatoria, che rappresenta la modalità di esposizione più rilevante per questi dispositivi."⁵¹.

86. La mancanza di dati scientifico-sanitari certi sulla minore nocività dei prodotti del tabacco senza combustione emerge anche da altro documento ispettivo con riguardo all'incidenza di tali prodotti sull'apparato dentario: *“Le evidenze disponibili suggeriscono che il fumo di sigaretta influisca significativamente sulla stabilità del colore e che le macchie sullo smalto non possono essere eliminate con procedure di ri-lucidatura. Sia le e-cig sia il THS mostrano un cambiamento di colore inferiore, che sembra essere facilmente recuperabile (con procedure di ri-lucidatura o sbiancamento) entro le soglie di accettabilità clinica, sebbene le evidenze siano ancora poco numerose.”*⁵².

87. In senso analogo, appare significativa la circostanza che la dirigente di una primaria compagnia assicurativa, nel proporre all'attuale amministratore delegato della Società iniziative in favore dei consumatori, afferma: *“Ho fatto una riflessione con i miei colleghi e ti sottopongo una proposta a mio avviso interessante per dimostrare l'attenzione di PM al tema salute. Abbiamo pensato di non inserire esami tossicologici o altro perché potrebbe esserci un outcome negativo e quindi meglio evitare l'associazione con PM: la proposta quindi verte sull'igiene orale.”*⁵³.

88. Sulla consapevolezza di PMI circa la mancanza di evidenze scientifiche certe sulla minore nocività dei prodotti “innovativi”, senza combustione, rileva anche un'e-mail interna trovata in ispezione nella quale viene commentato un articolo di stampa sottolineando che *“il piano di ricerca premiato con il Balzan Prize 2019 (riconoscimento scientifico internazionale), si è focalizzato sugli effetti dell'esposizione all'aerosol delle E-cig, alla luce della crescente diffusione di questi dispositivi. Secondo il gruppo di ricerca, le E-cig sono spesso percepite come alternative più sicure e strumenti per la cessazione del fumo, ma la scarsità di studi longitudinali e la presenza di casi clinici gravi (non vengono riportati nel testo i riferimenti) hanno sollevato interrogativi sulla loro sicurezza. Tra gli effetti diretti ipotizzati dal gruppo di lavoro: alterazioni della funzione respiratoria, modifiche del microbioma orale e*

⁵¹ Cfr. docc. nn. 19.1.7 e 19.1.60 del fascicolo istruttorio riferita ad articolo pubblicato su Repubblica 4 ottobre 2025 *“Così le E-cig causano malattie gravi che danneggiano anche i vostri figli”*.

⁵² Cfr. doc. n. 19.1.35 del fascicolo istruttorio. A tale proposito, si vedano anche i docc. nn.19.1.27 e 19.1.29 del fascicolo istruttorio in relazione alla pubblicazione [omissis]. Si veda anche il doc. n.19.1.68 del fascicolo istruttorio.

⁵³ Cfr. doc. n. 19.1.73 del fascicolo istruttorio.

delle vie aeree, patologie parodontali, soppressione immunitaria, effetti cardiovascolari e rischi per la gravidanza e lo sviluppo fetale.⁵⁴.

89. L'assenza di dati scientifici certi, idonei ad attestare la minore nocività dei prodotti senza combustione emerge anche dal contenuto di uno studio di PMI del 2024 che attesta: “In attesa che studi clinici sugli esiti a lungo termine possano dimostrare la riduzione del danno cardiovascolare/respiratorio/oncologico in fumatori adulti che passano da sigarette ad un sistema a tabacco riscaldato (Tobacco Heating System - THS), si possono utilizzare, per questi sistemi, dei biomarcatori del rischio di danno (cosiddetti biomarcatori di danno potenziale – BoHP) che fungano da indicatori di esito, surrogati di quelli clinici delle patologie fumo-correlate. Ciò per avere quantomeno un’indicazione preliminare sulla potenziale riduzione del rischio.”⁵⁵. A tale proposito, rileva quanto riportato in un documento interno rinvenuto in ispezione nel quale si attesta che “In assenza di dati clinici a lungo termine, è possibile valutare, attraverso specifici modelli, se la ridotta esposizione” derivante dall’uso di prodotti cd “innovativi” rispetto alle sigarette “si traduca in un rischio ridotto di sviluppo di patologie fumo correlate. L’utilizzo di modelli matematici predittivi può fornire informazioni utili a capire quali possano essere i potenziali benefici ottenibili con il passaggio a questi prodotti”⁵⁶. In altri termini, in assenza di dati clinici certi circa l’effettiva nocività dei prodotti senza combustione, il Professionista non può che ricorrere a modelli meramente “predittivi”.

90. Ancora, in ordine alla consapevolezza della mancanza di dati clinici a lungo termine indispensabili per valutare i rischi per la salute dei prodotti senza combustione rileva la circostanza che in un documento intitolato “Scheda approfondimento evidenze scientifiche” viene proposto, a tal fine, l’utilizzo di strumenti predittivi “utili a capire quali possano essere i potenziali benefici ottenibili con il passaggio a questi prodotti”.⁵⁷ In questo senso appare significativo - come detto - anche lo scambio di mail avente ad oggetto il commento all’articolo “Così le E-cig causano malattie gravi che danneggiano anche i vostri figli” nella parte il cui uno dei dirigenti della società afferma: “Si ritiene rilevante, anche in ottica regolatoria, sottolineare che i modelli sperimentali impiegati mirano ad analizzare non solo l’aerosol nella sua interezza, ma anche i singoli componenti (nicotina, glicerina vegetale, glicole propilenico, aromi), testati separatamente e in diverse

⁵⁴ Cfr. doc. n. 19.1.33 del fascicolo istruttorio.

⁵⁵ Cfr. doc. n. 19.1.38 del fascicolo istruttorio.

⁵⁶ Cfr. doc. n. 19.1.79 del fascicolo istruttorio.

⁵⁷ Cfr. doc. n. 19.1.3 del fascicolo istruttorio.

concentrazioni. A oggi, non sono noti effetti dannosi derivanti dall'assimilazione gastrointestinale di tali componenti. Tuttavia, non vi è ancora evidenza scientifica sufficiente per escludere potenziali rischi legati all'assimilazione per via inalatoria, che rappresenta la modalità di esposizione più rilevante per questi dispositivi.⁵⁸.

91. Infine, per mera completezza, rispetto alla mancanza di evidenze certe sulla minore nocività dei prodotti “*innovativi*” senza combustione, rileva la documentazione rappresentata da studi scientifici depositati dal Professionista⁵⁹ che confermano come a livello scientifico/sanitario, allo stato, non si è ancora giunti a conclusioni definitive sull'asserita non/minore nocività per la salute dei prodotti del tabacco senza combustione⁶⁰.

1.5 La posizione delle Istituzioni Sanitarie in merito ai prodotti senza combustione

1.5.1 Il Ministero della Salute

92. Il Ministero della Salute, nella risposta alla richiesta di informazioni, in ordine alla nocività dei prodotti “*senza fumo*” ha avuto modo di chiarire quanto segue: “occorre preliminarmente osservare che nella Decisione COP/10/9 dell'OMS [...] i prodotti del tabacco riscaldato (HTP), emettono prodotti della pirolisi come aldeidi volatili; pertanto, tale aerosol, ricade nella definizione scientifica di «fumo». Conseguentemente, il fumo emesso dai

⁵⁸ Cfr. docc. n.19.1.7 e 19.1.60 del fascicolo istruttorio.

⁵⁹ Cfr. doc. n. 78 del fascicolo istruttorio.

⁶⁰ Cfr. articolo n.17 della documentazione scientifica di cui al documento n.78 del fascicolo (Bellosta et al 2026. *Heated tobacco product aerosol emission compared to cigarette smoke: A scoping review – ScienceDirect*) in cui viene evidenziato che le autorità sanitarie internazionali riconoscono che gli aerosol di HTP contengono costituenti cancerogeni e mutageni, sebbene a concentrazioni sostanzialmente inferiori rispetto al fumo di tabacco da fiuto, il che suggerisce una potenziale riduzione del rischio, sebbene non confermata. Nel complesso, gli utilizzatori di HTP sono esposti a una minore esposizione a sostanze tossiche rispetto ai fumatori di tabacco da fiuto; tuttavia, sono necessarie ulteriori indagini indipendenti e a lungo termine per determinare l'effettivo impatto sulla salute dell'uso prolungato di HTP.

Cfr. articolo n.18 della documentazione scientifica di cui al doc. n. 78 del fascicolo (Andreozzi et al. 2026. *Heated tobacco products vs conventional cigarettes: a scoping review of cardiovascular and respiratory clinical outcomes | Internal and Emergency Medicine | Springer Nature Link*) nel quale si rappresenta che considerando l'introduzione relativamente recente degli HTP, in contrasto con i lunghi periodi di latenza tipicamente richiesti per lo sviluppo di malattie croniche legate al fumo, nonché l'evoluzione della progettazione e della composizione di questi prodotti, non sorprende che le conclusioni definitive sul loro impatto clinico e sulla salute pubblica sollevino la necessità di integrarli con prove a lungo termine derivate da studi condotti in modo indipendente.

Cfr. articolo n. 20 della documentazione scientifica di cui al doc. n. 78 del fascicolo (Mallock et al. 2019. *Heated Tobacco Products: A Review of Current Knowledge and Initial Assessments. Front Public Health.* 2019 Oct 10;7:287. doi: 10.3389/fpubh.2019.00287. *Frontiers | Heated Tobacco Products: A Review of Current Knowledge and Initial Assessments*) nel quale si evidenzia che, con riguardo agli htp, i dati non sono ancora sufficienti per una valutazione affidabile o il riconoscimento di presunti rischi per la salute ridotti.

prodotti del tabacco riscaldato si profila come «fumo di tabacco». In secondo luogo, si rappresenta che i prodotti a tabacco riscaldato, pur presentando valori inferiori, rispetto alle sigarette tradizionali, relativamente all'emissione di alcune sostanze (ad esempio la CO₂), mantengono comunque un alto profilo di nocività dovuta alla presenza della nicotina, della formaldeide, delle nitrosammine, nonché di altre sostanze tossiche. Pertanto, allo stato, non ci sono prove in grado di dimostrare che tali prodotti siano meno dannosi dei prodotti del tabacco convenzionale.”⁶¹.

93. Successivamente, lo stesso Ministero ha avuto modo di puntualizzare “con specifico riguardo al documento «Decisione COP/10/9» dell’OMS [...] si precisa che tale documento costituisce un contributo prettamente tecnico, privo di valenza normativa ed è stato pertanto fornito ferma restando la definizione che il legislatore italiano ha dato ai prodotti in parola con l’art.25-bis del decreto legge 13 giugno 2023, n.69.”⁶².

1.5.2 L’Istituto Superiore della Sanità

94. In data 6 dicembre 2018 (prot. n. 37055) l’Istituto Superiore della Sanità (ISS) ha comunicato al Ministero della Salute l’esito dell’istanza della stessa PMI ai sensi dell’articolo 2 del Decreto 7 agosto 2017 che reca le procedure e modalità di valutazione delle informazioni e degli studi di cui all’articolo 20 del Dlgs. n. 6/2016⁶³.

95. Il rapporto tecnico elaborato dall’Istituto Superiore di Sanità rappresenta l’esito di un’articolata istruttoria volta a valutare l’istanza presentata da Philip Morris Italia per il riconoscimento del ‘*rischio ridotto*’ dei propri prodotti a tabacco riscaldato. Il documento si apre chiarendo che la valutazione non si limita alla semplice verifica della riduzione delle sostanze tossiche emesse, ma si estende all’impatto complessivo sulla salute dei consumatori e della popolazione generale. L’approccio adottato dall’ISS è improntato al principio di precauzione, analizzando se i dati forniti dal produttore siano sufficienti a sostenere un cambiamento della percezione del rischio sanitario rispetto alle sigarette tradizionali.

⁶¹ Cfr. doc. n. 48 del fascicolo istruttorio.

⁶² Cfr. doc. n. 76 del fascicolo istruttorio.

⁶³ Cfr. allegato doc. n. 48 del fascicolo istruttorio “Rapporto di valutazione dell’istanza di valutazione della Philip Morris Italia S.r.l. al fine di riconoscere la riduzione di sostanze tossiche ovvero il potenziale rischio ridotto dei prodotti del tabacco di nuova generazione rispetto ai prodotti da combustione, a parità di condizioni di utilizzo”. **Non risultano analoghe istanze aventi lo stesso oggetto depositate da PMI.**

96. L'ISS analizza i dati relativi alle sostanze nocive e potenzialmente nocive, comunemente indicate con l'acronimo HPHC⁶⁴. In particolare, il rapporto evidenzia con preoccupazione che esistono diverse sostanze che risultano presenti nell'*aerosol* in concentrazioni superiori rispetto al fumo di sigaretta tradizionale, o che sono del tutto peculiari di questo nuovo sistema⁶⁵. L'ISS sottolinea come la tossicità di queste sostanze emergenti non sia ancora stata pienamente studiata, rendendo prematura una valutazione definitiva sugli effetti dannosi per la salute umana, in particolare per i consumatori in giovane età.⁶⁶.

97. L'Istituto solleva dubbi sulla capacità dei test sperimentali condotti in vitro e in vivo di prevedere gli effetti cronici a lungo termine nell'uomo.⁶⁷ Un punto di particolare criticità riguarda l'apparato respiratorio e cardiovascolare: l'esposizione costante a particolato ultrafine e a composti organici volatili, pur se in dosi ridotte, potrebbe comunque contribuire allo sviluppo di patologie infiammatorie o endoteliali.⁶⁸ La mancanza di studi epidemiologici indipendenti di lunga durata è considerata dall'ISS una lacuna informativa significativa.⁶⁹

98. L'ISS osserva, inoltre, che i prodotti a tabacco riscaldato forniscono livelli di nicotina simili a quelli delle sigarette tradizionali. Inoltre, il fenomeno del cosiddetto “uso duale”, ovvero il consumo contemporaneo di sigarette tradizionali e tabacco riscaldato, viene identificato come un rischio concreto che vanifica gran parte dei potenziali benefici legati alla riduzione chimica⁷⁰.

⁶⁴ Viene riconosciuto che, grazie all'assenza di combustione, i prodotti a tabacco riscaldato emettono livelli significativamente inferiori di molte sostanze cancerogene classiche, come il monossido di carbonio e alcuni idrocarburi policiclici aromatici.

⁶⁵ Cfr. p. 15 doc. cit. *“Tuttavia si fa presente che l'analisi effettuata da PMI mostra che per circa l'8% dei composti considerati la concentrazione nell'aerosol del THS era superiore a quella nel fumo delle sigarette tradizionali”*.

⁶⁶ Cfr. p. 17, doc. cit. Risulta significativo che *“le THS utilizzate con ricariche contenenti nicotina come riportate nel dossier tecnico PMI, presentano potenziali livelli di assunzione per i quali non si possono escludere effetti dannosi per la salute umana, in particolare per i consumatori in giovane età. Poiché gli effetti osservati consistono principalmente nell'aumento della frequenza cardiaca e della pressione arteriosa si ritiene che i dispositivi in esame possano costituire un rischio per le persone ipertese o affette da cardiopatie.”*.

⁶⁷ Circa i limiti dei dati sottoposti da PMI si vedano le sezioni “Commenti allo studio” alle pp. 15, 19, 23, 25, 27, 28, 29, 37, 42, 58, 68 doc. cit.

⁶⁸ Cfr. p.15. doc. cit. A tale proposito, rispetto al fumo passivo, l'ISS afferma *“L'esposizione passiva a sostanze rilasciate in base all'uso di questi dispositivi, è direttamente associata all'emissione degli utilizzatori che espirano una parte del quantitativo inalato. Si ritiene che l'uso del dispositivo THS in ambienti indoor in particolare se da parte di uno o più consumatori forti possa essere associato a esposizione passiva a nicotina per la quale non si può escludere un potenziale rischio per gli astanti in particolare se affetti da problemi cardio vascolari.”*.

⁶⁹ Cfr. p. 38 doc. cit.

⁷⁰ Cfr. p. 67 doc. cit. *“Il dato più rilevante sembra essere legato al fatto che la maggioranza degli utilizzatori (67,3%) di THS rimane comunque un consumatore duale di HS e CC, pertanto sorgono perplessità legate*

99. Le conclusioni raggiunte dall’Istituto Superiore di Sanità sono improntate a una notevole cautela e, di fatto, non avallano le pretese di PMI. L’ISS dichiara esplicitamente che non è possibile, allo stato attuale delle evidenze scientifiche, affermare che il prodotto a tabacco riscaldato riduca il rischio di malattie tabacco-correlate rispetto ai prodotti da combustione.⁷¹ L’incertezza legata alle nuove sostanze identificate nell’aerosol, unita alla mancanza di prove cliniche su esiti patologici definiti, impedisce di validare la tesi del rischio ridotto. L’Istituto ribadisce quindi che la strategia prioritaria per la tutela della salute pubblica deve rimanere l’incoraggiamento alla cessazione totale e il contrasto all’iniziazione, specialmente tra i giovani⁷².

1.5.3 Organizzazione Mondiale della Sanità

100. L’Organizzazione Mondiale della Sanità (di seguito, OMS) ha confermato che i prodotti a tabacco riscaldato (HTP), pur essendo commercializzati come a “*rischio ridotto*”, contengono nicotina e sostanze tossiche spesso presenti in concentrazioni uguali o superiori alle sigarette tradizionali. Stando ai dati dell’OMS, non esistono prove che questi dispositivi siano meno dannosi; al contrario, emettono sostanze chimiche uniche e potenzialmente cancerogene, i cui effetti sulla salute e sull’esposizione passiva (che causa sintomi come asma e mal di testa) sono ancora oggetto di studio ma preoccupanti⁷³.

101. Per quanto concerne le sigarette elettroniche, l’OMS sottolinea che si tratta di prodotti non sicuri che espongono gli utenti a sostanze cancerogene e a rischi immediati come avvelenamenti, lesioni e disturbi cardiovascolari. Inoltre, la nicotina nelle *e-cigarette* danneggia lo sviluppo cerebrale di bambini, adolescenti e feti, mentre il c.d. poliuso (sigarette elettroniche e tradizionali insieme) risulta potenzialmente più pericoloso del fumo esclusivo.

all’effetto combinato dei due prodotti (rispetto ad una completa transizione verso THS) sulla salute del consumatore. I risultati dello studio, infatti, suggeriscono che gli utilizzatori di THS probabilmente ridurranno il loro consumo di sigarette anche se continueranno a fare un doppio uso di HSe CC. Mancano dati a supporto della teoria di un eventuale passaggio effettivo da CC a THS. Infine, una serie di importanti bias rilevati nel disegno dello studio e nella selezione della popolazione rendono i risultati dello studio inadeguati a fornire dati affidabili e definitivi sul tasso di iniziazione, cessazione e ricaduta nei fumatori.”

⁷¹ Cfr. p.93 doc. cit.

⁷² Cfr. pp. 88 e ss. doc. cit. “*Conclusioni*”. Appare significativo che gli studi presentati da PMI, “*che dovrebbero dimostrare che il THS risulti poco attraente per i non fumatori o gli ex-fumatori, mostrano invece percentuali che destano preoccupazione in termini di impatto sulla salute pubblica, nelle categorie di fumatori con intenzione di smettere, ex fumatori e non fumatori. Sono stati rilevati infatti cambiamenti comportamentali, almeno nelle intenzioni dichiarate, che il nuovo prodotto può generare sulle fasce di popolazione che non hanno (o non hanno più) abitudine tabagica (non fumatori o ex fumatori), e nella popolazione dei fumatori che intendono smettere di fumare (obiettivo ottimale per ogni fumatore”.*

⁷³ Cfr. doc. n. 12 del fascicolo istruttorio “*Effects of tobacco on health*”.

102. In ordine alle bustine di nicotina, l’OMS, nel rilevare che queste possono causare aumenti della frequenza cardiaca e della pressione sanguigna, esprime preoccupazione per la composizione chimica di tali prodotti, che possono contenere nicotina sintetica dagli effetti metabolici ignoti o residui di nitrosammine cancerogene derivate dal tabacco.

103. Per quanto concerne il profilo definitorio, rileva un recente documento presentato dall’OMS alla COP10 dell’FCTC (FCTC (2023)⁷⁴ nell’ambito del quale alla domanda: *“Gli aerosol dei prodotti del tabacco nuovi ed emergenti possono qualificarsi come <<fumo di tabacco>>?”* segue la risposta: *“Sì. In generale, il fumo si produce ogni volta che le sostanze vengono riscaldate oltre una temperatura alla quale si verifica la pirolisi, indipendentemente dal fatto che tali temperature siano raggiunte tramite combustione o altri mezzi...omissis... I prodotti del tabacco nuovi ed emergenti, in particolare i prodotti a tabacco riscaldato (HTP), emettono prodotti di pirolisi come le aldeidi volatili; pertanto, questi aerosol rientrano chiaramente nella definizione scientifica di «fumo», e qualsiasi fumo emesso dagli HTP è inequivocabilmente «fumo di tabacco».*⁷⁵[enfasi aggiunta].

104. Il tema viene ripreso anche nell’ambito del documento riassuntivo della COP 10 (FCTC (2024) in cui viene precisato quanto segue: (paragrafo 84): *“i rappresentanti dell’OMS hanno specificato che il fumo è un tipo di aerosol, definito come un sistema costituito da particelle sospese in un gas. Sebbene le emissioni prodotte dagli HTP non comportino il processo di combustione normalmente associato al fumo, le sostanze contenute nei liquidi utilizzati in tali prodotti vengono trasformate, quando riscaldate, in altre sostanze attraverso un processo di pirolisi; il vapore risultante si qualifica pertanto come fumo. Le emissioni dei prodotti del tabacco nuovi ed emergenti sono quindi aerosol che rientrano nella definizione scientifica di fumo e qualsiasi aerosol emesso dagli HTP è fumo di tabacco. Il livello effettivo di nicotina in tali emissioni varia a seconda del prodotto e della temperatura alla quale il liquido viene riscaldato, ma tutti gli HTP contengono tabacco e, pertanto, generano nicotina in concentrazioni variabili.”* e ancora (paragrafo 89): *“I rappresentanti dell’OMS hanno spiegato che, [...], l’uso degli HTP da parte dei consumatori è in rapido aumento. La maggior parte dei dati disponibili è prodotta dall’industria del tabacco; infatti, 29 dei 40 studi clinici esistenti*

⁷⁴ La COP10 dell’FCTC è la decima sessione della Conferenza delle Parti (*Conference of the Parties*) della Convenzione quadro dell’OMS per il controllo del tabacco (WHO FCTC). Si tratta dell’organo decisionale supremo del trattato, incaricato di esaminare l’attuazione della Convenzione e adottare decisioni per rafforzare la lotta globale contro il tabagismo. Si è svolta a Panama City (Panama) dal 5 al 10 febbraio 2024.

⁷⁵ Cfr. doc. n. 48 del fascicolo istruttorio *“Challenges posed by and classification of novel and emerging tobacco products - Report by the Convention Secretariat. FCTC/COP/10/9 pag. 4-5”*.

sugli HTP sono stati condotti da istituzioni affiliate all'industria. Secondo le evidenze disponibili, gli HTP risultano dannosi; sebbene possano ridurre l'esposizione degli utilizzatori ad alcuni componenti nocivi, aumentano l'esposizione ad altri. Le evidenze attualmente disponibili sono insufficienti a supportare le affermazioni di riduzione del rischio o di riduzione del danno associate agli http [...]"⁷⁶ [enfasi aggiunte].

105. Quanto alle caratteristiche dei prodotti a tabacco riscaldato, l'OMS, in un documento pubblicato nel 2020, ha fornito le indicazioni che seguono:

“Gli HTP:

- *contengono tabacco e sono prodotti del tabacco;*
- *non aiutano i fumatori a smettere di fumare;*
- *emettono sostanze tossiche simili a quelle presenti nel fumo di sigaretta, molte delle quali possono causare il cancro;*
- *espongono gli utenti a emissioni tossiche, alcune delle quali sono specifiche degli HTP e potrebbero esporre anche le persone presenti;*
- *contengono sostanze tossiche: sebbene generalmente inferiori a quelle presenti nelle sigarette convenzionali, i livelli di alcune sostanze tossiche sono più elevati e sono presenti nuove sostanze assenti nel fumo di tabacco che potrebbero nuocere alla salute umana (in particolare: più di 20 sostanze chimiche nocive e potenzialmente nocive sono significativamente più elevate rispetto al fumo di sigaretta);*
- *hanno livelli di sostanze tossiche ridotti rispetto alle sigarette convenzionali, anche se ciò non si traduce necessariamente in una riduzione dei rischi per la salute;*
- *contengono nicotina, che crea forte dipendenza, a livelli simili a quelli delle sigarette convenzionali e la nicotina è collegata a danni alla salute, in particolare nei bambini e negli adolescenti; e*
- *hanno un impatto sulla salute a lungo termine sconosciuto in termini di utilizzo ed esposizione alle loro emissioni e, poiché attualmente non vi sono prove indipendenti sufficienti sul rischio relativo e assoluto, sono necessari studi indipendenti per determinare il rischio per la salute che comportano per gli utenti e le persone presenti.*⁷⁷

⁷⁶ Cfr. doc. n. 48 del fascicolo istruttorio “Report of the Tenth session of the Conference of the Parties to the WHO Framework Convention on Tobacco Control. FCTC/COP/10/26) paragrafi 84 e 89”.

⁷⁷ Cfr doc. n. 48 del fascicolo istruttorio.

106. Inoltre, l’OMS, come evidenziato dal Ministero della Salute, “sta lanciando numerosi allarmi circa l’ingerenza dell’industria del tabacco nei confronti delle nuove generazioni. Sia il tema della giornata mondiale contro il fumo 2024 (Protecting Children from Tobacco Industry Interference) che quella del 2025 (Unmasking the Appeal: Exposing Industry Tactics on Tobacco and Nicotine Products) hanno messo in evidenza gli intenti manipolatori dell’industria del tabacco nei confronti dei giovani. In particolare, con il tema scelto nel 2024 ha voluto mettere in evidenza come l’industria del tabacco prenda di mira i giovani attraverso strategie di marketing manipolative, in particolare sui social media, per creare una dipendenza dalla nicotina che dura tutta la vita. Con il tema proposto per il 2025 ha voluto nuovamente focalizzare l’attenzione sulle tattiche manipolative utilizzate dalle industrie del tabacco e della nicotina per rendere i prodotti più attraenti, in particolare per i giovani, sottolineando come queste tattiche reclutino nuovi consumatori e impediscano a quelli attuali di smettere, garantendo così i profitti dell’industria.”⁷⁸.

107. Più recentemente, in un documento aggiornato al 2023, l’OMS conclude che:

“Le prove esistenti:

- indicano che gli HTP (prodotti a tabacco riscaldato, Heated Tobacco Product) probabilmente non sono innocui per gli utenti e per chi li circonda e che, sebbene i fumatori che passano completamente dai CC (Conventional Cigarettes) agli HTP possano ridurre la loro esposizione ad alcuni HPHC (Harmful and Potentially Harmful Constituents), non riducono la loro esposizione a tutti questi;
- non sono conclusive sul fatto che i fumatori che passano completamente dai CC agli HTP siano esposti a minori rischi di malattie correlate al tabacco rispetto ai fumatori che continuano a utilizzare i CC; e
- non sono conclusive sul fatto che gli HTP contribuiscano complessivamente alla transizione dei fumatori dai CC, sia parzialmente che completamente”.⁷⁹

1.5.4 La Fondazione Veronesi⁸⁰

⁷⁸ Cfr. *ibidem*.

⁷⁹ Cfr. doc. n. 48 del fascicolo istruttorio. (Heated tobacco products: summary of research and evidence of health impacts. Geneva: World Health Organization; 2023).

⁸⁰ Cfr. doc. n. 11 del fascicolo istruttorio “Prodotti a tabacco riscaldato o htp”.

108. In merito ai prodotti senza combustione, la Fondazione Veronesi (*Fondazione*) sottolinea che, essendo in uso da pochi anni “è ancora impossibile trarre conclusioni definitive sugli effetti dei riscaldatori di tabacco sulla salute, soprattutto sul lungo termine”. Inoltre, evidenzia che condurre studi indipendenti è reso complicato anche dalla continua immissione in commercio di nuove versioni dei riscaldatori di tabacco.

109. La *Fondazione* rappresenta che le sigarette a tabacco riscaldato espongono gli utilizzatori ad alcuni prodotti dannosi o potenzialmente dannosi della combustione del tabacco. Gli *stick* e il fumo generato da questi prodotti contengono sostanze chimiche presenti nelle sigarette classiche e la nicotina, “sostanza che crea dipendenza”. Gli studi disponibili, condotti principalmente dai produttori dei dispositivi, indicano che il contenuto di nicotina è simile a quello delle sigarette tradizionali, ma che il livello di altre sostanze tossiche è più basso.

110. Secondo la *Fondazione*, “desta preoccupazione un possibile rischio tossico legato all’uso degli aromi, sostanze di cui non si conoscono con certezza gli effetti sul sistema respiratorio; in più gli aromatizzanti rendono i prodotti contenenti tabacco più gradevoli e invitanti per i giovani, che sono così portati a iniziare a usarli”.

111. Ad avviso della *Fondazione* “Il ruolo delle sigarette a tabacco riscaldato nell’insorgenza dei tumori del polmone potrà essere stabilito solo col tempo. Il fatto che il contenuto di nicotina sia simile a quello delle sigarette comuni rende veramente improbabile che questi strumenti possano favorire la disassuefazione dal fumo”.

112. Infine, la stessa *Fondazione* richiama la Convenzione quadro dell’OMS per la lotta al tabagismo (*WHO Framework Convention on Tobacco Control – FCTC*) nella quale sono state formulate raccomandazioni per la tutela della salute pubblica, invitando le autorità competenti in ogni nazione a adottare misure atte a:

- (i) prevenire l’iniziazione all’uso degli HTP;
- (ii) proteggere le persone dall’esposizione alle emissioni degli HTP, estendendo a questi prodotti le stesse leggi che riguardano le sigarette convenzionali;
- (iii) controllare la pubblicità e la promozione degli HTP, in particolare in merito a eventuali rivendicazioni di un loro effetto benefico per la salute, per esempio il pubblicizzarle come meno pericolose.

1.6 La posizione di PMI in merito ai prodotti senza combustione emersa dai documenti ispettivi

113. PMI stigmatizza la posizione assunta rispetto ai prodotti senza combustione da parte delle istituzioni che operano nel settore della salute affermando: *“Le nostre autorità sanitarie (Ministero della Salute e Istituto Superiore di Sanità) si trincerano dietro al tradizionale «no», “senza se e senza ma”, alle dipendenze nell’area del fumo, e sembrano non cogliere – anzi negano esplicitamente – i valori insiti nella riduzione del danno applicata alla lotta al tabagismo.”* e *“L’Oms, invece, anche nel luglio scorso ha denunciato la potenziale dannosità della sigaretta elettronica e del tabacco riscaldato, ribadendo l’esigenza di regolamentarne l’uso e auspicando la realizzazione di studi più approfonditi. Nel frattempo bisognerebbe «stare fermi». Il «principio di precauzione» sbaraglia, così, quello della «riduzione del rischio». Smettere di fumare, e basta.”*⁸¹.

114. Dai documenti ispettivi risulta che PMI intrattiene una fitta rete di contatti con il mondo accademico finalizzata alla produzione di studi sui prodotti c.d. “innovativi”. In tal senso, rileva l’affermazione di aver *“avviato un lungo percorso di produzione di evidenze scientifiche, che ha affiancato alla riduzione dell’esposizione crescenti evidenze sul piano clinico e preclinico, con l’obiettivo di sostanziare il profilo differenziato dei prodotti innovativi rispetto alle sigarette.”*⁸².

115. Lo stretto legame con il mondo accademico risulta attestato, tra gli altri, dal messaggio indirizzato a un dirigente della Società e riferito alla pubblicazione del libro [omissis] e avente il seguente tenore: *“per tua visione e approvazione. Prof. vuole mandare in stampa entro venerdì.”*⁸³. Nel medesimo senso appare il messaggio destinato ad altro accademico nel quale, si introduce il testo *“Sarà un vero piacere incontrarLa di persona, insieme a tutto il nostro team, prima dell’evento – sia a Roma che a Padova, a seconda della Sua disponibilità – per approfondire i Suoi lavori, valutare possibili iniziative comuni e discutere insieme di futuri eventi di interesse condiviso”*. Successivamente si afferma *“Abbiamo letto con grande interesse il Suo percorso accademico e clinico, così come le recenti pubblicazioni che ha gentilmente segnalato. Il Suo impegno nella ricerca sugli effetti del fumo passivo e sui prodotti a rischio ridotto rappresenta un contributo prezioso al*

⁸¹ Cfr. doc. n. 19.1.80 del fascicolo istruttorio.

⁸² Cfr. doc. n. 19.1.42 del fascicolo istruttorio.

⁸³ Cfr. doc.n.19.1.14 del fascicolo istruttorio. A tale proposito, si veda anche il doc. n. 19.1.71 del fascicolo istruttorio.

*dibattito scientifico sulla riduzione del danno, e siamo certi che la Sua presenza arricchirà il confronto durante l'incontro.”*⁸⁴.

116. Accanto a tale modalità, si pone la significativa attività di organizzazione di eventi volti a promuovere prodotti senza combustione. Tra i tanti, rileva *“il workshop Lotta al fumo: tra prevenzione e riduzione del rischio organizzato e gestito da Avventura Urbana con il contributo di Philip Morris Italia”* che *“ha promosso un dialogo fra alcuni importanti portatori di interesse impegnati sul tema del fumo e ha stimolato un confronto sulle politiche di riduzione del rischio e di contrasto all'iniziazione.”*⁸⁵.

117. A tale proposito e sotto il profilo dell'affermazione dei prodotti senza combustione, appare significativa anche l'articolata campagna rivolta ai consumatori dal titolo *“Sfumature”* che, attraverso l'invio periodico di una serie di mail si propone lo scopo di *“informare, coinvolgere e discutere su come eliminare le sigarette. Attraverso questa newsletter, esploreremo insieme le soluzioni possibili e i diversi approcci oggi disponibili, cogliendo le opportunità messe a disposizione dalla scienza e dalla tecnologia, e guardando anche a cosa avviene in altri Paesi”* e nell'ambito della quale viene evidenziato criticamente che *“Per quanto riguarda in particolare i dispositivi che riscaldano il tabacco senza bruciarlo, è interessante notare come le valutazioni siano diverse a livello internazionale. In Italia, il Ministero della Salute, basandosi sui dati disponibili al 2018, ha rilevato l'assenza di prove sufficienti per stabilire la riduzione di sostanze tossiche e la riduzione del rischio di questi prodotti rispetto alle sigarette tradizionali”* mentre *“Al contrario, alcune autorità sanitarie di altri Paesi hanno esaminato i dispositivi a tabacco riscaldato e riconosciuto una riduzione delle sostanze tossiche rispetto alle sigarette.”*⁸⁶.

118. Sul punto, appare altresì emblematica la posizione che il Professionista assume verso l'Istituto Superiore di Sanità (ISS) rispetto alle conclusioni che questo raggiunge nell'ambito della verifica dei prodotti appartenenti al portafoglio LEVIA. In particolare l'ISS, anche in ossequio al c.d. criterio della precauzione, afferma che *“la nicotina può dar luogo a effetti avversi per la salute anche a concentrazioni molto basse [e che] tali effetti [...] possono costituire un rischio per le persone ipertese o affette da cardiopatie”*, suggerendo *“di valutare l'opportunità che la confezione includa adeguate specifiche avvertenze a maggior tutela della salute dei consumatori»* [n.d.r. principio di precauzione]. A fronte di tale autorevole conclusione, PMI

⁸⁴ Cfr. doc. n. 19.1.37 del fascicolo istruttorio.

⁸⁵ Cfr. doc. n. 19.1.44 del fascicolo istruttorio.

⁸⁶ Cfr. doc. n. 19.1.97 del fascicolo istruttorio.

replica: “ci permettiamo di evidenziare come tale affermazione sia generica e non supportata da alcun approfondimento tecnico e/o motivazione nella Relazione.”⁸⁷. In una successiva nota viene anche precisato dal Professionista che “Il suggerimento, ove recepito dal Ministero, si porrebbe in contrasto con il quadro normativo europeo e nazionale applicabile, imponendo un obbligo: (i) sproporzionato rispetto ad altri prodotti, come ad esempio le sigarette tradizionali, che contengono nicotina in quantità superiori ma per i quali non sono previste le avvertenze specifiche suggerite invece per LEVIA nella Relazione; (ii) irragionevole in mancanza di qualsivoglia segnalazione e/o situazione emergenziale legata all’uso dei Prodotti.”⁸⁸.

119. Quanto alla necessità di “normalizzare” le evidenze circa “i prodotti del tabacco da inalazione senza combustione” appare significativa la modalità attraverso la quale il Professionista si rivolge all’ISS a proposito del sondaggio da questo promosso e intitolato “Indagine sui prodotti a tabacco riscaldato – smettodifumare.iss.it” rispetto alla quale, dopo aver sollevato una serie di rilievi conclude: “Riteniamo tuttavia che l’iniziativa in oggetto mostri lacune tecniche e metodologiche che potrebbero essere suscettibili di restituire risultanze imprecise o, peggio, fondate su condotte non appropriate o scorrette da parte dei rispondenti.”⁸⁹.

120. Infine, a fronte della pubblicazione della ricerca “Il fumo in Italia tra abitudini consolidate e nuove tendenze - Il ruolo dei nuovi strumenti nella logica di riduzione del rischio” da parte dell’istituto Eurispes, il Professionista evidenzia che “le indagini illustrate nel Rapporto sono state realizzate, nel corso degli ultimi anni, dall’Istituto Eurispes con il sostegno di Philip Morris Italia, nella forma di contribuzioni erogate all’Istituto a fronte di Piani di Ricerca che lo stesso ha voluto condividere con l’Azienda e che la stessa ha deciso di supportare.” E, quindi, “Vi preghiamo, inoltre, di poter essere informati preventivamente in futuro, nei modi e nei tempi consentiti rispetto alla pianificazione delle attività dell’Istituto, di eventuali nuove iniziative di divulgazione pubblica, anche a mezzo stampa, di indagini o ricerche realizzate con il contributo di Philip Morris Italia, per le quali coerentemente comparirà il riferimento al nome dell’Azienda.”⁹⁰.

⁸⁷ Cfr. doc. n. 19.1.53 del fascicolo istruttorio.

⁸⁸ Cfr. doc. n. 19.1.58 del fascicolo istruttorio.

⁸⁹ Cfr. doc. n. 19.1.9 del fascicolo istruttorio.

⁹⁰ Cfr. doc. n. 19.1.80 del fascicolo istruttorio

IV. LE ARGOMENTAZIONI DIFENSIVE DEL PROFESSIONISTA

121. La Società ha depositato una memoria difensiva accompagnata da un allegato tecnico (documento di sintesi) (19 dicembre 2025), è stata sentita due volte in audizione (27 gennaio 2026 e 10 marzo 2026) e ha effettuato nove accessi agli atti del procedimento.

122. Nella memoria, *[omissis]*.

123. *[omissis]*

124. *[omissis]*

125. *[omissis]*

126. *[omissis]*

127. *[omissis]*

128. *[omissis]*

129. *[omissis]*⁹¹

130. *[omissis]*

131. Il “*Documento di sintesi*”⁹² allegato alla memoria *[omissis]*

132. *[omissis]*

133. Nel corso delle audizioni, la Società ha rappresentato che l’eliminazione della dicitura “*senza fumo*” non sarebbe né necessaria né sufficiente a superare i dubbi dell’Autorità, trattandosi di un *claim* veritiero e basato su caratteristiche reali dei prodotti. Tale espressione rappresenterebbe la traduzione letterale dei termini inglesi *smoke-less* o *smoke-free*, utilizzati da oltre un decennio a livello globale da istituzioni e comunità scientifica, nonché dalla quasi totalità dei *competitor*. La stessa Direttiva Tabacco del 2014 utilizzerebbe ufficialmente il termine per indicare i prodotti privi di combustione, categoria che comprenderebbe una serie eterogenea di dispositivi.

134. Inoltre, la locuzione “*senza fumo*” sarebbe supportata dal fatto che il fumo è il prodotto della combustione, assente nei propri dispositivi; per tale ragione, numerose Corti europee ne avrebbero confermato la correttezza. Anche qualora si volesse eliminare tale dicitura, mancherebbe una valida alternativa: l’uso del termine “*senza combustione*” risulterebbe analogo e rischierebbe di generare lo stesso effetto comunicativo ipotizzato dall’Autorità.

135. Le contestazioni dell’Autorità, ad avviso della Società, sarebbero infondate, poiché si riferirebbero a comunicazioni di natura istituzionale e non

⁹¹ *[omissis]*.

⁹² Buona parte della documentazione scientifica depositata in allegato al documento n.78 del fascicolo istruttorio è citata nel testo del “*Documento di Sintesi*”.

commerciale. Al contrario, il materiale promozionale chiarirebbe inequivocabilmente la dannosità e la dipendenza generate dai prodotti. Il focus dell'Autorità si sarebbe spostato su tematiche tecnico-scientifiche particolarmente complesse che non dovrebbero essere oggetto di una valutazione da parte della stessa.

V. CONTRODEDUZIONI DELLA PARTE ALLA COMUNICAZIONE DI CONTESTAZIONE DEGLI ADDEBITI

136. In data 31 marzo 2026 (con protocollo del 1° aprile 2026), la società Philip Morris Italia S.r.l. ha depositato una memoria accompagnata da due allegati tecnici allo scopo di presentare al Collegio controdeduzioni in replica alla comunicazione di contestazione degli addebiti trasmessa in data 11 marzo 2026.

137. In ordine alla visione aziendale, la Società evidenzia di far parte del gruppo PMI, impegnato da oltre un decennio in una “*radicale trasformazione del suo core business*”. L’obiettivo consisterebbe nel sostituire progressivamente “*il consumo di sigarette attraverso prodotti senza fumo*”. Tale percorso si inserirebbe in un’evoluzione globale del settore, sostenuta dal consenso scientifico secondo cui l’attenuazione del danno alla salute pubblica derivi dalla sostituzione della combustione con tecnologie alternative. In questo contesto, l’espressione “*senza fumo*” rappresenterebbe il fulcro del cambiamento aziendale. In tale ottica andrebbero collocate le comunicazioni poste alla base della presente istruttoria.

138. In particolare, in ordine alle dichiarazioni rilasciate dall’Amministratore Delegato di PMI, la società evidenzia che sarebbero incentrate sul piano di investimenti previsto per la filiera italiana nell’ambito del processo di trasformazione del *business* aziendale. Le risposte all’intervista si svilupperebbero attraverso una narrazione volta a enunciare le linee guida del mandato del nuovo AD a cui spetterebbe la comunicazione “alta” dei valori, dei risultati e delle strategie aziendali per rafforzarne la reputazione presso gli *stakeholder*, distinguendosi nettamente dalla comunicazione operativa volta a promuovere l’acquisto dei singoli prodotti.

139. Nello stesso contesto andrebbe collocata l’inserzione sul quotidiano “*Corriere della Sera*”, allegata dal Ministero della Salute, dal momento che non conterrebbe alcun riferimento ai prodotti senza combustione né ai relativi

marchi. Il messaggio risulterebbe quindi intrinsecamente inidoneo a incidere sulle scelte d'acquisto, non contenendo nemmeno la parola “*prodotti*”.

140. Analoghe considerazioni vengono svolte per il sito istituzionale che avrebbe un tono esclusivamente informativo e descrittivo: i prodotti verrebbero citati in modo generico e funzionale allo *storytelling*, senza nomi commerciali, marchi o immagini e ogni menzione di alternative alle sigarette sarebbe accompagnata da avvertenze chiare. Anche il comunicato sul prodotto ZYN sarebbe descritto come informativo e non promozionale, privo di enfasi o riferimenti ai benefici per la salute, e peraltro con un impatto limitato in termini di traffico sul sito. Dalla natura delle comunicazioni sopra descritte, il Professionista farebbe discendere la circostanza che queste non possono essere ricondotte al concetto di pratica commerciale.

141. Peraltro, la Società avrebbe confidato in precedenti orientamenti dell'Autorità, citando in particolare il caso “Fileni” (PS12496). In tale sede, l'Autorità avrebbe chiarito che il Codice del consumo non sarebbe applicabile a quelle comunicazioni volte a informare il pubblico su obiettivi aziendali di lungo periodo, come la neutralità climatica. Secondo il Professionista, i messaggi di PMI relativi a un “futuro senza fumo” sarebbero del tutto analoghi a tali dichiarazioni d'intento, rappresentando sforzi di riconversione industriale che dovrebbero, pertanto, restare estranei a giudizi di ingannevolezza commerciale.

142. Quanto alle tempistiche del presente procedimento, il Professionista ha mosso specifiche contestazioni, rilevando come la prima audizione fosse stata dedicata, “*d'intesa con gli Uffici*”, all'esposizione degli impegni proposti. In tale sede, la Società avrebbe manifestato la “*più ampia disponibilità a rafforzarne ulteriormente il contenuto*”, confidando in una seconda audizione di merito; pertanto, il rigetto degli impegni sarebbe avvenuto con sorpresa e “*senza alcun previo confronto*”.

143. La Società ha inoltre evidenziato che l'accesso al fascicolo del 25 febbraio 2026 avrebbe rivelato la presenza di “*centinaia di studi e documenti*”, inclusa una segnalazione del 2020 sulla medesima fattispecie. Solo dopo “*reiterate richieste*”, il Professionista sarebbe riuscito a ottenere la fissazione di un'audizione tecnica per il 10 marzo 2026. Infine, per replicare alla mole di atti istruttori, la Parte ha prodotto trentatré documenti “*di importante valore scientifico*”, richiedendo una proroga del termine di conclusione del procedimento, poi non accolta, per consentire agli Uffici un esame approfondito del materiale depositato (enfasi aggiunta).

144. Il Professionista ha anche eccepito una presunta violazione del principio del *ne bis in idem* dal momento che, tramite l'accesso agli atti, avrebbe scoperto l'esistenza di una segnalazione del 2020 riguardante la promozione del dispositivo IQOS. L'istanza sarebbe stata archiviata “*per inapplicabilità della legge*” nel 2021 e, quindi, il presente procedimento sarebbe stato avviato in violazione al richiamato principio del *ne bis in idem*.

145. PMI lamenta anche la violazione del diritto al contraddittorio in quanto l'Autorità, in relazione all'audizione difensiva inizialmente fissata a ridosso dell'accesso agli atti concesso solo il 25 febbraio 2026, avrebbe ignorato le richieste di rinvio necessarie per esaminare la vasta documentazione scientifica emersa dall'accesso stesso. Nonostante il rinvio dell'audizione al 10 marzo, l'effettivo confronto sarebbe stato vanificato dall'“*incomprensibile accelerazione impressa dagli Uffici*”: la notifica della comunicazione di contestazione degli addebiti è avvenuta infatti poche ore dopo il deposito di una corposa produzione scientifica, rendendone impossibile un'adeguata analisi da parte degli Uffici. L'Autorità avrebbe così “cristallizzato” gli addebiti senza considerare quanto emerso dall'audizione e le successive prove depositate. Infine, la concessione del termine minimo di venti giorni per le repliche e il rigetto delle proroghe avrebbero aggravato la compressione del diritto di difesa, risultando l'istruttoria parziale e orientata a confermare la posizione iniziale dell'Autorità.

146. Secondo il Professionista, dalla comunicazione degli addebiti emergerebbe una grave carenza dell'attività istruttoria dal momento che un accertamento su pratiche commerciali sarebbe stato trasformato in un'analisi tecnica di aspetti scientifici estranei alle competenze tecniche dell'Autorità. L'addebito di ingannevolezza risulterebbe confinato a pochi passaggi generici, basati sull'assunto non dimostrato che il *claim* “*senza fumo*” equivalga per il consumatore a “*senza danno*”. Anche i documenti citati a supporto risulterebbero inconferenti: in particolare, il riferimento alla strategia SEO del 2018 riguarderebbe solo un dibattito interno alla Società, inidoneo a provare l'attitudine ingannevole dei messaggi attuali. Stesso dicasi per gli esiti di un sondaggio Eurispes dal momento che tale indagine non avrebbe avuto alcuna finalità di *marketing*, essendo stata svolta esclusivamente per agevolare le interlocuzioni con gli *stakeholder* istituzionali e i professionisti del settore sanitario su temi medico-scientifici e fiscali.

147. PMI riterrebbe del tutto irrilevante anche il richiamo al rapporto Censis “GLI ITALIANI E IL FUMO - 1° Rapporto Censis su fumo di sigaretta e prodotti senza combustione in Italia - sintesi”, dal momento che si tratterebbe

di una ricerca indipendente, svolta per finalità scientifiche e interlocuzioni istituzionali.

148. Parimenti inconferente risulterebbe il riferimento ai dati di consumo che, secondo l’Autorità, dimostrerebbero l’efficacia “*delle attività di marketing incentrate sulla locuzione «senza fumo»*” attraverso la crescita dei prodotti innovativi, specie tra i giovani. Si tratterebbe di ipotesi prive di riscontro poiché nel fascicolo non vi sarebbe alcun elemento volto a dimostrare un nesso causale tra i messaggi diffusi e l’incremento delle vendite.

149. Del tutto inconferenti sarebbero le prove relative alla diffusione dei prodotti presso i minori e al cosiddetto “policonsumo”, trattandosi di dati statistici parziali e non attendibili mentre i dati ufficiali dell’Istituto Superiore di Sanità dimostrerebbero che i prodotti a tabacco riscaldato avrebbero il minor livello di utilizzo combinato tra i minori e smentirebbero l’esistenza di un effetto “*gateway*” (ovvero il passaggio dai prodotti senza combustione alle sigarette), posto che nella quasi totalità dei casi l’iniziazione avverrebbe direttamente con la sigaretta tradizionale.

150. La Società respinge l’ipotesi di un interesse commerciale verso il target giovanile. L’attenzione dedicata al monitoraggio dei dati sui minori non deriverebbe da finalità di *marketing*, ma dalla responsabilità di settore volta a rafforzare i presidi per debellare il fenomeno. Per orientare il *marketing*, PMI utilizzerebbe strumenti di indagine specifici come *[omissis]*, e non prenderebbe in considerazione documenti nati per scopi istituzionali o scientifici, come il sondaggio Eurispes, che risulterebbe ormai datato e privo di attualità commerciale.

151. Inoltre, la Società afferma che gli addebiti si baserebbero su un uso improprio di documentazione scientifica interna, costituita da scambi di *e-mail* e bozze mai destinati al pubblico. Tali documenti non proverebbero una presunta consapevolezza dell’assenza di evidenze scientifiche e riporterebbero riflessioni decontestualizzate di gruppi di lavoro o citazioni di terzi.

152. Verrebbe contestata l’acquisizione acritica di stralci di studi scientifici presso istituzioni sanitarie relative a temi complessi estranei a un procedimento per pratiche commerciali.

153. Secondo il Professionista, le contestazioni dell’Autorità concluderebbero per la sussistenza di una pratica commerciale ingannevole pur in assenza di una verifica puntuale degli elementi costitutivi richiesti dal Codice del consumo. In assenza di una connessione dimostrata tra la comunicazione aziendale e l’effettivo inganno del consumatore, si dovrebbe procedere con l’archiviazione.

154. Inoltre, la Società asserisce che vi sarebbe stato uno sviamento dell'attività istruttoria in quanto gli Uffici avrebbero qualificato i messaggi istituzionali di PMI come pratica commerciale ingannevole senza operare alcuna decodifica dei testi, concentrandosi invece sulla visione aziendale e contestando le evidenze scientifiche sulla riduzione dei rischi. Tale approccio arriverebbe ad adombrare il sospetto di indebiti condizionamenti verso il mondo accademico, giungendo a ipotizzare una distorsione delle prove per asservire le conclusioni di stimati esperti agli scopi commerciali della Società. Non verrebbe spiegato, in sintesi, come da tali elementi si possa inferire l'uso ingannevole della dicitura “*senza fumo*”.

155. La società sottolinea, inoltre, come la propria condotta sarebbe in linea con i precedenti della stessa Autorità, citando il caso GLO HYPER X2. In quell'occasione, la censura non avrebbe colpito l'evocazione dell'assenza di fumo in sé, ma l'omissione di avvertenze fondamentali sulla nicotina e sul divieto per i minori. Più nel dettaglio, PMI sostiene che l'Autorità, a fronte di una comunicazione recante la dicitura “*senza fumo*”, non ne avrebbe censurato in quanto tale l'utilizzo, soffermandosi piuttosto sull'assenza di specifiche avvertenze concernenti la pericolosità dei prodotti e il divieto di consumo da parte dei soggetti minori di età. Alla luce di quanto esposto, non sarebbe possibile imputare alla Società alcuna responsabilità in ragione del legittimo affidamento maturato nelle indicazioni fornite dalla regolazione di settore e dalle precedenti decisioni dell'Autorità su aspetti essenziali per la corretta determinazione delle sue condotte commerciali.

156. Inoltre, dalla natura istituzionale dei messaggi scrutinati nel corso del presente procedimento, PMI fa discendere l'esclusione della loro natura promozionale e, quindi, l'assenza di una pratica commerciale che sarebbe stata collegata a una presunta strategia di *marketing*, senza tuttavia provare che il consumatore medio associ immediatamente i *brand* alla Società o percepisca i testi come una sollecitazione all'acquisto.

157. Ove si dovesse ritenere configurabile una pratica commerciale, secondo PMI, non sussisterebbero comunque i presupposti per qualificarla come ingannevole dal momento che non sarebbero state mosse contestazioni specifiche alla comunicazione commerciale esplicita riferita ai prodotti stessi. Inoltre, Parlare di una strategia di *marketing* basata sul concetto di riduzione del rischio sarebbe smentito dai fatti dal momento che sarebbero utilizzati strumenti di indagine sistematici e periodici gestiti da soggetti terzi su campioni rappresentativi di migliaia di utilizzatori. I risultati di tali analisi dimostrerebbero chiaramente che il “*rischio ridotto*” non figurerebbe tra le

principali ragioni d'acquisto, né tra le caratteristiche associate dai consumatori al marchio.

158. Quanto alla locuzione “*senza fumo*”, il professionista rivendica la sua intrinseca veridicità in quanto i c.d. prodotti innovativi sarebbero oggettivamente caratterizzati dall’assenza di combustione e, per tale ragione, il loro utilizzo non genererebbe fumo. Essa rappresenterebbe la traduzione letterale dei termini inglesi “*smokeless*” o “*smoke-free*”, espressioni utilizzate a livello globale da industria, istituzioni, comunità scientifica e regolatori di settore, e ormai entrate nell'uso comune da oltre un decennio.

159. Si tratterebbe di una dicitura neutra e veritiera, priva di artifici semantici o grafici che possano renderla ingannevole comunemente utilizzata da tutta l’industria come attestato dal *modus operandi* dei diretti *competitor* della Società e, più in generale, tutti i principali *stakeholder* della filiera del tabacco⁹³. Ogni ipotetico effetto distorsivo verrebbe comunque annullato dalle rigorose avvertenze informative che presidiano la comunicazione commerciale rivolta ai consumatori. Qualora tali circostanze non fossero ritenute sufficienti a escludere interamente la violazione, la Società riterrebbe che esse dovrebbero quanto meno attestare l'assoluta tenuità e la mancanza di gravità della condotta contestata.

160. Secondo il Professionista, la correttezza della correlazione tra assenza di combustione e dicitura “*senza fumo*” per i prodotti in questione sarebbe desumibile anche da alcuni interventi giurisprudenziali.⁹⁴

161. Inoltre, PMI sostiene l'insussistenza della gravità della condotta contestata sulla base della selezione del *target* e della portata limitata della diffusione. Verrebbe inoltre respinta ogni ipotesi di influenza sui minori, sottolineando l'adozione di rigorosi presidi tecnici (come i filtri per la verifica dell'età sui siti) e l'impegno costante in campagne che promuovono la cessazione totale del fumo come migliore alternativa. In secondo luogo, i

⁹³ Negli ultimi tredici mesi, attraverso comunicazioni istituzionali diffuse in Italia e del tutto analoghe a quelle di PMIT oggetto di scrutinio, tali operatori avrebbero utilizzato la locuzione senza fumo in 1858 e la sola British American Tobacco Italia S.p.A. (“BAT”) ben 399 volte. Pertanto, le medesime contestazioni dovrebbero essere mosse ai competitors.

⁹⁴ Il Professionista richiama gli interventi giurisprudenziali che seguono. Il Tribunale Amministrativo di Braunschweig, in Germania, in considerazione dell’ accertata assenza di combustione che caratterizza l’ utilizzo dei consumabili IQOS denominati HEETS, ha infatti annullato la decisione dell’ Ufficio Federale per la Protezione dei Consumatori e la Sicurezza Alimentare (BVL) che aveva negato la classificazione degli HEETS come prodotti del tabacco senza fumo. È stato in particolare rilevato che la categoria di prodotti in questione “*soddisfa anche i requisiti di un «prodotto del tabacco senza fumo» ai sensi dell’ articolo 2, paragrafo 5, della direttiva sui prodotti del tabacco, poiché non viene consumato mediante un processo di combustione. Di conseguenza, nell’ ambito del processo di autorizzazione, deve essere classificato come prodotto del tabacco senza fumo*”. Nello stesso senso, è intervenuto anche il Tribunale Amministrativo di Stoccolma, ribadendo la correttezza della classificazione dei prodotti PMIT come “*senza fumo*”, in quanto non prevedono combustione.

canali utilizzati, il sito istituzionale e la stampa quotidiana, avrebbero una portata intrinsecamente ridotta. Il sito *internet* avrebbe una funzione meramente informativa e non commerciale, con sezioni dedicate ai prodotti “*senza fumo*” collocate in posizione secondaria e consultate da un numero esiguo di visitatori.

162. La campagna stampa su un singolo quotidiano nazionale non sarebbe idonea a determinare quella capillarità necessaria a configurare una condotta di particolare gravità.

163. In ordine alla diligenza professionale, PMI sostiene sempre di aver agito correttamente e contesta la pertinenza del richiamo al principio di precauzione. Verrebbe precisato che le disposizioni citate (articolo 13 Direttiva Tabacco e articolo 14 *D.Lgs. n. 6/2016*) riguarderebbero esclusivamente l’etichettatura e l’imballaggio, ambiti nei quali PMI non avrebbe mai utilizzato le espressioni contestate; pertanto, tali norme sarebbero irrilevanti per definire lo standard di diligenza nella comunicazione generale al pubblico.

164. Inoltre, verrebbe respinta la tesi di una “*speciale responsabilità*” legata alle dimensioni di PMI, ribadendo che la Società non avrebbe mai diffuso messaggi rassicuranti sulla minore nocività dei prodotti. Al contrario, la comunicazione commerciale sarebbe sempre stata accompagnata da chiare avvertenze sui rischi e sulla presenza di nicotina.

165. PMI, inoltre, respinge come non vere le interpretazioni riguardanti una presunta “*particolare attenzione*” al bacino dei minori e le insinuazioni su una gestione distorta dei rapporti con il mondo scientifico, rivendicando invece un impegno attivo nella prevenzione e nel dibattito tecnologico a beneficio della collettività.

166. Le condotte di PMI si sarebbero basate sul legittimo affidamento generato da indicazioni precise della regolazione di settore e della prassi dell’Autorità. L’uso della dicitura “*senza fumo*” risulterebbe infatti previsto dalla Direttiva Tabacco, rendendo di fatto inimmaginabile per il Professionista l’ipotesi di incorrere in una violazione per l’impiego di una definizione ufficiale.

167. In conclusione, il Professionista ribadisce che “*l’ipotesi accusatoria formalizzata nella comunicazione degli addebiti derivi da un’istruttoria caratterizzata da gravi vizi procedurali e sia del tutto infondata nel merito*” e pertanto chiede l’archiviazione del procedimento.

168. Il Professionista esprime preoccupazione che la decisione possa erroneamente suggerire l’assenza di differenze di rischio tra sigarette e prodotti senza combustione, inducendo gli utenti a tornare al fumo

tradizionale. Secondo la difesa, l'eventuale rischio di ingannevolezza dovrebbe essere risolto non proibendo la dicitura “senza fumo”, ma prescrivendone l'uso unitamente a specifici *disclaimer* (già adottati dalla Società) che chiariscano la presenza di rischi e nicotina, in linea con la prassi consolidata dell'Autorità.

VI. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

169. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche tramite i Siti del Professionista e a mezzo stampa, in data 1° aprile 2026 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCom), ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

170. In data 30 aprile 2026, l'AGCom ha trasmesso una richiesta di informazioni, ai sensi e per gli effetti del art. 17, comma 2 del Regolamento che ha comportato la sospensione del termine di conclusione del procedimento, per un periodo massimo di trenta giorni o comunque sino alla data in cui pervenga il relativo parere. Tale richiesta è stata riscontrata in data 4 maggio 2026.

171. Con delibera n. 124/26/CONS del 27 maggio 2026 pervenuta in data 1° giugno 2026, AGCom – dando atto del riscontro fornito dall'Autorità in data 4 maggio 2026 alla richiesta di informazioni della stessa AGCom e riservandosi “*di verificare se la pubblicità in esame sia stata effettuata anche sui servizi di media audiovisivi*” ai sensi del d.lgs. 8 novembre 2021, n. 208 - ha espresso il proprio parere ex art. 27, comma 6, del Codice del consumo, esprimendo le proprie valutazioni all'attitudine degli specifici mezzi di comunicazione, utilizzati per diffondere la pratica commerciale, a incidere e amplificare l'eventuale ingannevolezza e/o scorrettezza della medesima pratica.

172. In particolare, la suddetta Autorità, considerato che “*con riferimento al caso di specie, i mezzi di comunicazione utilizzati, in relazione al servizio offerto dalla Società, risultano idonei a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate*”, ha ritenuto che “*allo stato della*

documentazione in atti, nel caso di specie Internet e la stampa siano degli strumenti di comunicazione idonei a influenzare significativamente la realizzazione della pratica commerciale rispetto alla quale è richiesto il parere a questa Autorità”⁹⁵.

VII. VALUTAZIONI

VII.1. Questioni preliminari

Sull’asserita carenza di contraddittorio

173. La doglianza di PMI in ordine alla violazione del diritto al contraddittorio risulta infondata. L’interlocuzione sull’oggetto del presente procedimento è iniziata attraverso una significativa attività preistruttoria costituita da due richieste di informazioni e dalle relative risposte nell’ambito delle quali erano chiaramente emersi gli elementi di criticità posti alla base del presente approfondimento istruttorio.

174. Dopo l’avvio dell’istruttoria, al fine di consentire il pieno esercizio del diritto alla difesa, il Professionista ha chiesto e ottenuto due ampie proroghe, la prima (di quindici giorni) per la risposta alla richiesta di informazioni⁹⁶ e per memoria, la seconda (di ventuno giorni) per la presentazione degli impegni. PMI ha autonomamente sfruttato il più ampio termine accordato in occasione di tale ultima proroga (19 dicembre 2025), per depositare una dettagliata memoria corredata da un ampio allegato tecnico⁹⁷. Inoltre, la Società ha avuto plurimi accessi agli atti del procedimento.

175. Sempre con riferimento al completo esercizio del diritto di difesa, rileva che PMI, su sua richiesta, è stata sentita due volte in audizione (27 gennaio 2026 e 10 marzo 2026), audizioni che hanno avuto ad oggetto, oltre che gli impegni, anche profili di merito. Inoltre, PMI ha depositato documenti e ampia e diffusa memoria di replica alla comunicazione di contestazione degli addebiti.

176. Pertanto, non trova fondamento l’asserita violazione del diritto di difesa che è stato garantito nell’ambito di tutta la fase istruttoria oltre che nella preistruttoria. Rileva, piuttosto, un atteggiamento aggressivo e dilatorio da

⁹⁵ Nel parere si dà anche conto delle audizioni svolte con Adiconsum e FIT e delle posizioni ivi espresse.

⁹⁶ In sede di avvio era stato dato un termine di trenta giorni anziché venti, termine concesso dall’Autorità secondo prassi.

⁹⁷ Si ricorda che in tale allegato tecnico venivano citati molti degli articoli che la Società ha successivamente depositato e che pertanto non rappresentavano un elemento di novità.

parte del Professionista il quale, peraltro, non ha fornito delle informazioni ad esso richieste nel corso del procedimento⁹⁸.

Asserita violazione del legittimo affidamento

177. Secondo quanto affermato dal Professionista, nei confronti di PMI si sarebbe costituito un legittimo affidamento circa la correttezza dei propri *claims*, in quanto, a detta di PMI, una segnalazione avente a oggetto i medesimi comportamenti contestati con il presente procedimento sarebbe stata archiviata dall’Autorità nel 2021. Inoltre, secondo PMI, si sarebbe costituito un legittimo affidamento nella misura in cui l’Autorità, nel procedimento PS12524 - *GLO HyperX2*, non avrebbe censurato la locuzione “*senza fumo*” comunque presente in alcuni *claim*. Le argomentazioni sono palesemente infondate.

178. In primo luogo, quanto all’archiviazione effettuata nel 2021, come indicato dalla stessa PMI, essa ha avuto contezza di tale archiviazione solo in occasione dell’accesso agli atti del fascicolo istruttorio, avvenuto in data 25 febbraio 2026. Pertanto, alcun legittimo affidamento può essersi formato sulla base di un atto che alla Società non era noto sino allo scorso 25 febbraio 2026.

179. Inoltre, contrariamente a quanto tenta di sostenere PMI con riferimento al procedimento PS12524 - *GLO HyperX2*, l’Autorità in quell’occasione non ha mancato di rilevare che i dispositivi in esame (per prodotti a tabacco riscaldato) dovessero essere considerati, di fatto, prodotti da fumo, censurando l’omessa nocività, nella comunicazione commerciale, dei dispositivi Glo Hyper X2 e Glo Hyper Air.⁹⁹

180. Inconferente, per motivare un asserito legittimo affidamento, appare, inoltre, il riferimento al caso “Fileni” (PS12946) che ha riguardato condotte e ambiti merceologici del tutto diversi da quelli oggetto del presente procedimento.

181. Risultano, quindi, carenti gli elementi costitutivi di un’ipotetica lesione del legittimo affidamento come chiarito dalla giurisprudenza amministrativa (“*Può ipotizzarsi una lesione dell’affidamento solo nel caso in cui una data condotta sia stata espressamente e incondizionatamente ritenuta legittima da istituzioni o fonti autorizzate, in modo tale da suscitare un sicuro convincimento nell’operatore circa la correttezza del proprio agire*”¹⁰⁰).

⁹⁸ Si tratta delle informazioni sul MOL chieste con la comunicazione di contestazione degli addebiti dell’11 marzo 2026.

⁹⁹ Cfr. provvedimento n. 31053 del 30 gennaio 2024, paragrafo 90.

¹⁰⁰ Cfr. Tar Lazio, I, 3 ottobre 2023, n. 14560.

Asserita violazione del bis in idem

182. Non può neanche trovare accoglimento la doglianza secondo cui il presente procedimento istruttorio dell’Autorità costituirebbe una violazione del principio di *ne bis in idem*, a fronte dell’avvenuta archiviazione da parte dell’Autorità di una segnalazione – asseritamente analoga - nel 2021.

183. Nel caso di specie, diversamente da quanto prospettato da PMI nella sua memoria del 31 marzo 2026, va escluso, in primo luogo, che sia soddisfatto il presupposto del “bis”. Infatti, l’archiviazione del 12 gennaio 2021¹⁰¹ non ha affrontato il merito della questione dei *claims* ora in esame in quanto “L’Autorità, in particolare, ha ritenuto assenti i presupposti richiesti dal Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante “Codice del Consumo” e successive modificazioni, in quanto l’associazione in indirizzo si limita a trasmettere il parere negativo reso dal Ministero della Salute in data 6 dicembre 2018, a seguito dell’istanza di Philip Morris Italia S.r.l., avente ad oggetto il riconoscimento della minore pericolosità, a parità di utilizzo, dei prodotti del tabacco di nuova generazione rispetto ai prodotti da combustione”. Pertanto, come detto, l’Autorità non si è pronunciata su alcuno specifico *claim* o messaggio, circostanza che la Società omette di rappresentare. L’archiviazione del 2021, quindi, non contiene alcuna valutazione di merito sui *claim/messaggi* all’epoca diffusi dal Professionista.

184. Infatti, deve precisarsi che la segnalazione archiviata nel 2021 non ha dato luogo allo svolgimento di un procedimento istruttorio, ma è stata archiviata in fase pre-istruttoria con una decisione non di merito (ma di non luogo a provvedere) e, *a fortiori*, non è sfociata in un provvedimento sanzionatorio. Dal che è evidente che difettano i presupposti per invocare l’applicazione del principio di *ne bis in idem*.

185. Come noto, per consolidata giurisprudenza, la sussistenza del requisito del c.d. *bis* richiede infatti che il nuovo intervento si sovrapponga ad un precedente accertamento di merito, senza che rilevino eventuali pronunce in rito.

186. Anche secondo la Corte di Giustizia dell’Unione europea, affinché si possa ritenere che una decisione abbia statuito definitivamente sui fatti oggetto di un secondo procedimento, è necessario non solo che tale decisione sia divenuta non più impugnabile, ma anche che essa sia stata pronunciata previa una valutazione nel merito della questione.

¹⁰¹ Cfr. doc. n. 27 del fascicolo istruttorio (allegato alla richiesta di partecipazione di Altroconsumo.)

187. Quanto all'*idem factum*, si evidenzia che il presente procedimento è generato da fatti/condotte nuovi e sopraggiunti, e quindi diversi.

188. In primo luogo, rileva che il periodo temporale di riferimento delle condotte oggetto del presente procedimento è diverso e successivo all'archiviazione del 2021, in quanto decorre dal 28 giugno 2022, come indicato nella comunicazione di contestazione degli addebiti inviata al PMI l'11 marzo 2026 (punti 36 e 116).

189. Occorre sottolineare che il lasso temporale delle condotte oggetto del presente procedimento (dal 28 giugno 2022 ad oggi) non è stato contestato da PMI nella memoria depositata in data 31 marzo 2026.

190. In secondo luogo, sebbene quanto sopra evidenziato sarebbe già sufficiente a dimostrare che nel caso di specie non ricorrono i presupposti per lamentare una presunta violazione del principio del *ne bis in idem*, si evidenzia per completezza anche che, fino all'inizio del 2022, e quindi anche all'epoca dell'archiviazione del 2021, PMI utilizzava nelle proprie comunicazioni il *claim* "senza combustione" mentre la locuzione "senza fumo" veniva utilizzata in modo limitato (e per finalità diverse da quelle propriamente commerciali). D'altra parte, come già indicato nella comunicazione di contestazione degli addebiti inviata al PMI l'11 marzo 2026 (punto 116¹⁰²), a partire dal 28 giugno 2022, come sopra riportato (cfr. punto 70¹⁰³), PMI ha incentrato la propria strategia commerciale attorno al *claim* "senza fumo" per promuovere la vendita dei propri prodotti senza combustione, veicolando un messaggio di non/minore nocività di questi "prodotti innovativi" rispetto alle sigarette tradizionali.

191. Rilevano, inoltre, i nuovi messaggi diffusi: (i) sul sito *web* del Professionista <https://www.pmi.com/markets/italy/it/philipmorrisitalia>, nelle pagine di presentazione di alcuni prodotti senza combustione a marchio Philip Morris¹⁰⁴, tra cui, la sigaretta a tabacco riscaldato Iqos, la sigaretta elettronica Veev o i sacchetti di nicotina ZYN¹⁰⁵ e (ii) sul *Sito* per descrivere la visione aziendale, gli obiettivi e i progetti della Società¹⁰⁶: tali elementi, acquisiti solo nel 2025 e, comunque, successivi al 12 gennaio 2021, sono appunto oggetto del presente procedimento PS12940¹⁰⁷.

¹⁰² Cfr. doc. n. 80 del fascicolo istruttorio.

¹⁰³ Cfr. *ibidem*.

¹⁰⁴ Cfr. doc. n. 3 del fascicolo istruttorio "L'attuale portafoglio di prodotti senza fumo di PMI include: stick con o senza tabacco che vengono riscaldati con dispositivi elettronici; Sigarette elettroniche; e Prodotti per uso orale con nicotina".

¹⁰⁵ Come definiti dallo stesso Professionista (cfr. doc. n. 7 del fascicolo istruttorio).

¹⁰⁶ Cfr. doc. n. 10 del fascicolo istruttorio.

¹⁰⁷ Rileva, tra l'altro, la richiesta di intervento del marzo 2025 del Ministero della Salute il quale ha trasmesso la campagna diffusa da Philip Morris Italia S.r.l. nel dicembre 2024 a mezzo stampa dal titolo "In Italia per

192. Da tutto quanto precede, deve pertanto concludersi che non possa operare la preclusione del *ne bis in idem* non trattandosi, “*di una unica e stessa condotta da parte delle stesse persone alla stessa data*” (Corte EDU, 4 marzo 2014, Grande Stevens e altri c. Italia, §. 227).

193. Pertanto, è priva di fondamento in fatto e in diritto la doglianza formulata dal Professionista circa l’identità di oggetto tra l’archiviazione del 2021 e l’odierno procedimento e, conseguentemente, della carenza di potere ad intervenire sulla nuova fattispecie di cui alla presente istruttoria sulla base del principio del *ne bis in idem*.

VII.2.Premessa

194. Nei paragrafi seguenti si illustreranno i profili di scorrettezza delle condotte poste in essere dal Professionista, descritte al punto II del presente provvedimento, volte a promuovere i c.d. prodotti innovativi “senza combustione” attraverso l’utilizzo di locuzioni quali “*senza fumo*”, “*prodotti senza fumo*”, “*un futuro senza fumo*” in modo confusorio e omissivo inducendo i consumatori a ritenere erroneamente che si tratti di prodotti privi di effetti nocivi per la salute e/o meno nocivi di altri prodotti del tabacco.

195. Vale premettere che le norme sulle pratiche commerciali scorrette di cui alla Direttiva 2005/29/CE - recepite nel Codice del consumo, articoli 18 ss. - sono volte ad assicurare un livello elevato di protezione dei consumatori¹⁰⁸. Inoltre, come noto, le pratiche commerciali scorrette hanno natura di “illecito di pericolo”, “*con la conseguenza che deve essere effettuato un giudizio pronostico ex ante, avendo riguardo alla potenzialità lesiva del comportamento posto in essere dal professionista, indipendentemente dal pregiudizio causato in concreto al comportamento dei destinatari, indotti ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso*”¹⁰⁹.

costruire insieme un futuro senza fumo”. Non di meno, la dichiarazione resa, nel corso del 2025, dal neo presidente e amministratore delegato di PMI secondo cui “*L’eliminazione del fumo rappresenta una delle principali sfide di salute pubblica di questo secolo*”, nonché “*L’obiettivo dell’azienda è quello di costruire un futuro senza fumo nel minor tempo possibile, consegnando al cimitero la sigaretta tradizionale. Un futuro basato su nuovi prodotti potenzialmente meno dannosi*”. Rilevano, infine, gli elementi di novità rappresentati dalla stessa PMI in riscontro alle richieste di informazioni formulate in sede pre istruttoria nella misura in cui ha descritto dettagliatamente i prodotti qualificati “senza fumo” e le relative caratteristiche, profili puntuali che costituiscono l’oggetto del presente procedimento.

¹⁰⁸ Cfr. Direttiva 2005/29/CE, considerando 1.

¹⁰⁹ Cons. di Stato, Sez. VI, n. 1953/2023. In Consiglio di Stato (VI, 10 dicembre 2020, n. 7852) ha, altresì, precisato che “*Le norme a tutela del consumo delineano una fattispecie di «pericolo», essendo preordinate a prevenire le possibili distorsioni delle iniziative commerciali nella fase pubblicitaria, prodromica a quella negoziale, sicché non è richiesto all’Autorità di dare contezza del maturarsi di un pregiudizio economico per i consumatori, essendo sufficiente la potenziale lesione della loro libera determinazione; inoltre, con*

VII.3. Valutazioni

196. L'uso delle locuzioni/*claim* “*senza fumo*”, “*prodotti senza fumo*”, “*un futuro senza fumo*” da parte di PMI con riferimento a prodotti da essa qualificati come prodotti del tabacco c.d. “*innovativi*”¹¹⁰ e/o “*prodotti a potenziale rischio ridotto - RRP*”¹¹¹ si configura, almeno dal 28 giugno 2022, come una ampia strategia di *marketing* volta a rassicurare scorrettamente i consumatori sui rischi per la salute che tale “*prodotti innovativi*” comportano rispetto alle sigarette tradizionali.

197. Tale strategia appare idonea a ingenerare in una platea ampia ed in continua crescita di consumatori, anche minori di età, aspettative non coerenti con l'incertezza circa la non/minore nocività dei prodotti del tabacco c.d. innovativi, allo stato delle attuali conoscenze scientifico/sanitarie.

La pratica commerciale

198. Il *claim* “*senza fumo*” costituisce l'elemento centrale su cui poggia un'articolata e composita pratica commerciale volta all'affermazione ed al consolidamento sul mercato dei c.d. “*prodotti innovativi*” come attestato dallo stesso Professionista: “*lo sviluppo di contenuti con il claim Tabacco senza fumo è condizione necessaria (non sufficiente) per la nostra seo strategy a supporto dell'OB 2018 di costruire e guidare la categoria*” [enfasi aggiunta])¹¹².

199. La diffusione dei *claim* “*senza fumo*” come descritta al punto II del presente Provvedimento per finalità commerciali e/o promozionali è avvenuta tramite diversi canali/modalità: (i) sul sito *web* del Professionista <https://www.pmi.com/markets/italy/it/philipmorrisitalia>, nelle pagine di presentazione di alcuni prodotti senza combustione a marchio Philip

specifico riferimento al punto dedotto, la stessa giurisprudenza europea ha evidenziato come una pratica commerciale ingannevole e aggressive è tale anche quando non è reiterata e riguarda un singolo consumatore. In proposito, non è necessario, per garantire l'applicazione della direttiva n. 2005/29 sulle pratiche commerciali sleali delle imprese nei confronti dei consumatori, verificare la contrarietà alle regole di diligenza professionale, la presenza dell'intenzionalità o di un danno elevato”. E ciò anche laddove la condotta del professionista abbia interessato, in ipotesi, pochi consumatori, il che evidentemente non è nel caso di specie (cfr., *ex multis*, Consiglio di Stato, 7 ottobre 2022, n. 8614; Consiglio di Stato, VI, 27 febbraio 2020, n. 1428; Consiglio di Stato, 12 marzo 2020, n. 1751; Consiglio di Stato, 2 dicembre 2019, n. 8227, Corte di Giustizia dell'Unione europea 6 aprile 2015, causa C-388/13).

¹¹⁰ Cfr. docc. nn. 19.1.19, 19.1.64, 19.1.79 e 19.1.99 del fascicolo istruttorio.

¹¹¹ Cfr. doc. n. 19.1.81 del fascicolo istruttorio.

¹¹² Cfr. doc. n. 19.1.91 del fascicolo istruttorio. Circa l'utilizzo dell'espressione “*senza fumo*” si vedano anche i due articoli del 2018 di cui al doc. n. 19.1.99 del fascicolo istruttorio.

Morris¹¹³, tra cui, la sigaretta a tabacco riscaldato Iqos, la sigaretta elettronica Veev o i sacchetti di nicotina ZYN, (ii) nella campagna a mezzo stampa denominata “*In Italia per costruire insieme un futuro senza fumo*”, così come segnalata dal Ministero della Salute¹¹⁴ e (iii) sul *Sito* per descrivere la visione aziendale, gli obiettivi e i progetti della Società¹¹⁵.

200. Contrariamente a quanto affermato da PMI nelle sue difese, già nella comunicazione di avvio del presente procedimento venivano esplicitamente citate le promozioni riferite alla sigaretta a tabacco riscaldato Iqos, alla sigaretta elettronica Veev e ai sacchetti di nicotina ZYN recanti l’associazione al claim “*senza fumo*”, andando oltre l’indicazione della caratteristica di tali prodotti del tabacco consistente nell’assenza di combustione.

201. Peraltro, emerge con chiarezza che l’utilizzo della locuzione “*senza fumo*” è tutt’altro che marginale nella complessiva strategia di marketing oggetto del presente procedimento. Rileva, a tale proposito, la circostanza che la sezione del sito nella quale viene esposta la visione aziendale si apre proprio con il sottotitolo “*Stiamo costruendo un futuro senza fumo*” (cfr. figura 2). Analogamente, nella documentazione fornita dallo stesso Professionista nell’ambito del riscontro alla richiesta di informazioni¹¹⁶, relative alla promozione del prodotto Iqos, emerge che la locuzione “*senza fumo*” risulta elemento centrale e ricorrente nelle comunicazioni commerciali “*Prova un’esperienza senza fumo e senza cenere*” (cfr. figura n. 3), “*Per un’esperienza senza fumo e senza cenere*” (cfr. figura n. 4) e infine “*Scegli un’alternativa senza fumo e senza cenere*” (cfr. figura n. 5). La medesima locuzione ricorre significativamente nel titolo del comunicato stampa riferito all’immissione sul mercato della sigaretta elettronica VEEV ONE: “*Philip Morris lancia VEEV ONE e accelera il processo verso un futuro senza fumo*” (cfr. figura 6). Infine, la centralità del claim in questione è ulteriormente attestata dal fatto che esso viene riferito anche al sacchetto di nicotina senza tabacco ZYN nel comunicato stampa che titola “*Philip Morris accelera verso un futuro senza fumo con ZYN*” (cfr. figura n. 7).

202. Dall’analisi del sito di PMI, contrariamente a quanto tenta di sostenere il Professionista, emergono elementi di una più ampia e complessiva strategia comunicativa avente una finalità promozionale idonea a orientare le

¹¹³ Cfr. doc. n. 3 del fascicolo istruttorio. “*L’attuale portafoglio di prodotti senza fumo di PMI include: stick con o senza tabacco che vengono riscaldati con dispositivi elettronici; Sigarette elettroniche; e Prodotti per uso orale con nicotina*”.

¹¹⁴ Cfr. doc. n. 1 del fascicolo istruttorio.

¹¹⁵ Cfr. doc. n. 10 del fascicolo istruttorio.

¹¹⁶ Cfr. doc. n. 38 del fascicolo istruttorio.

preferenze del consumatore verso i prodotti senza combustione commercializzati dal Professionista.

203. Priva di pregio appare anche la tesi che la campagna di stampa diffusa tramite il Corriere della Sera (allegata alla segnalazione del Ministero della Salute del 3 marzo 2025) abbia un profilo meramente istituzionale ed informativo: il contenuto della stessa, l'indicazione del marchio di PMI e l'immagine a corredo stabiliscono un chiaro nesso con i prodotti della società. L'utilizzo di dati lusinghieri sull'occupazione e sull'impatto economico generato, infatti, non si limita a una mera esposizione di dati aziendali ma funge da cornice per accreditare la Società come un attore sociale positivo. Tale effetto è ulteriormente amplificato dalla scelta di immagini accattivanti dei soggetti ritratti, capaci di generare un'associazione emotiva favorevole nel lettore. Questo impianto comunicativo finisce per trasferire surrettiziamente un messaggio di positività e accettabilità verso i prodotti a marchio PMI che sono dannosi per la salute umana, né meno dannosi di altri prodotti del tabacco, allo stato attuale delle conoscenze scientifico-sanitarie.

204. Analoghe considerazioni valgono per le dichiarazioni dell'Amministratore Delegato in ordine alla promozione di un futuro “*senza fumo*” in cui si parla apertamente di un epocale superamento del problema del “fumo” costituente una delle principali sfide di salute pubblica (*“L'eliminazione del fumo rappresenta una delle principali sfide di salute pubblica di questo secolo”*¹¹⁷, nonché *“L'obiettivo dell'azienda è quello di costruire un futuro senza fumo nel minor tempo possibile, consegnando al cimitero la sigaretta tradizionale. Un futuro basato su nuovi prodotti potenzialmente meno dannosi”*¹¹⁸ e anche *“siamo di fronte a una delle principali sfide di salute pubblica: l'eliminazione del fumo”*¹¹⁹) (enfasi aggiunta). Si tratta di elementi di una più ampia strategia di comunicazione e promozione commerciale volta ad accreditare nel pubblico la non/minore nocività dei prodotti del tabacco senza combustione.

205. Nel caso di specie, come detto in precedenza, la locuzione “*senza fumo*” è stata, inoltre, usata come elemento centrale nella presentazione dei prodotti di PMI c.d. “innovativi”. Tale locuzione crea un nesso inscindibile tra l'immagine aziendale e i nuovi dispositivi immessi sul mercato e citati in sede

¹¹⁷ Cfr. doc. n. 19.1.10 del fascicolo istruttorio.

¹¹⁸ Cfr. articolo “*Investiamo un miliardo in dieci anni per un'Italia senza fumo*” pubblicato su “*Il Sole24Ore*” del 8 aprile 2025.

¹¹⁹ Cfr. doc. n. 19.1.1 del fascicolo istruttorio. A tale proposito si veda anche il doc. n. 19.1.5 del fascicolo istruttorio nel quale, tra i target da raggiungere emerge chiaramente quello di far sì che “*I decisori politici e gli enti regolatori, i principali SKOL, i consumatori, le terze parti e l'opinione pubblica*” si spostino “*verso una più ampia accettazione di alternative migliori al fumo*”.

di avvio del procedimento, rendendo di fatto la narrazione sulla trasformazione aziendale un efficace strumento di *marketing* indiretto dei prodotti.

206. A ciò si aggiunga che, il termine “*senza fumo*” non può essere ridotto a una mera descrizione tecnica del processo fisico-chimico di assenza di combustione dal momento che l'uso di questa espressione in una comunicazione rivolta al pubblico è dotato, come visto, di una carica semantica positiva che suggerisce implicitamente la minore nocività del prodotto.

207. Anche la pretesa del Professionista di aver indirizzato i messaggi che si pongono alla base della descritta pratica commerciale a un *target* circoscritto di soli fumatori adulti non appare fondata. Un editoriale o una campagna su un quotidiano generalista o un messaggio su un sito web non sono circoscritti ad una specifica cerchia di destinatari: essi sono idonei a raggiungere indistintamente una vasta platea composta anche da non fumatori e giovani e ad abbassare la percezione dei rischi per la salute correlati ai prodotti a cui si riferisce, costituendo parte di una più ampia strategia di comunicazione commerciale.

208. Inoltre, non è rilevante - stante la natura di illecito di pericolo delle pratiche commerciali scorrette - la tesi di PMI della trascurabilità della diffusione dei messaggi sulla sua pagina web. Peraltro, utilizzare canali istituzionali e testate di prestigio serve a conferire autorevolezza a un messaggio che è, nei fatti, una promozione commerciale indiretta. Tale strategia punta a modificare la percezione collettiva del rischio, accreditando l'idea che l'assenza di combustione equivalga a un'esperienza di consumo “pulita”, neutralizzando così l'efficacia delle avvertenze sanitarie obbligatorie che il consumatore è indotto a considerare superate dalla nuova tecnologia.

209. Infine, e a ulteriore riprova della centralità del claim “senza fumo”, appare significativo che PMI ha insistito a voler mantenere detto *claim* come da ultimo indicato nella memoria datata 31 marzo 2026¹²⁰.

210. Pertanto, non è condivisibile la tesi della neutralità dei messaggi diffusi, rivelando come la strategia comunicativa utilizzata da PMI possa effettivamente configurare una pratica commerciale scorretta ai sensi del Codice del consumo.

L'ingannevolezza della pratica commerciale

¹²⁰ Cfr. doc. n. 92 del fascicolo istruttorio - memoria di replica del 31 marzo 2026 (punto 268).

211. La complessiva strategia di *marketing* che ruota attorno al *claim* “*senza fumo*” poggia sull’innovazione tecnologica e sulla assenza/riduzione di rischi per la salute. In detta strategia, l’espressione “*senza fumo*” agisce come un potente messaggio capace di alterare nel consumatore la percezione del rischio per la salute. Sul piano linguistico, l’efficacia di tale espressione si fonda sull’eliminazione del termine “*fumo*”, notoriamente collegato alle sigarette tradizionali i cui rischi per la salute sono “universalmente riconosciuti”, come affermato anche dal Professionista¹²¹; in questo modo, i nuovi prodotti senza combustione vengono presentati, per così dire, come “purificati”.

212. In altri termini, la locuzione “*senza fumo*” - utilizzata da PMI con riferimento a prodotti da essa qualificati come prodotti “*innovativi*” e/o “*prodotti a potenziale rischio ridotto - RRP*” - presenta un contenuto significativamente decettivo in quanto – in maniera assoluta e netta - elimina il concetto di “*fumo*” (associato alla sigaretta tradizionale) e, con esso – implicitamente - tutte le note conseguenze dannose per la salute, attestate da unanime consenso scientifico/sanitario. I *claim* incentrati sulla locuzione “*senza fumo*” sono funzionali ad una “narrativa” di non/minore nocività legata all’innovazione tecnologica dei prodotti senza combustione, in modo da far percepire i prodotti denominati “*senza fumo*”, tra l’altro: i) come “*innovativi*” ed alternativi alle sigarette tradizionali, e ii) il cui utilizzo rappresenta un’esperienza sostanzialmente “innocua” e socialmente accettabile.

213. Attraverso l’utilizzo di *claim* incentrati sulla locuzione “*senza fumo*”, quindi, si veicola ingannevolmente una parvenza di non/minore nocività dei prodotti del tabacco senza combustione. La giustificazione di ciò si baserebbe sulla distinzione tra presenza di combustione (propria delle sigarette tradizionali) e sua assenza (propria dei prodotti “*innovativi*”, senza combustione); in tal modo, il Professionista induce a ritenere che le emissioni/aerosol che derivano dai prodotti senza combustione non siano “*fumo*” – contrariamente alle indicazioni delle Istituzioni Sanitarie - minimizzando, in maniera ingannevole, i rischi per la salute che, allo stato delle attuali conoscenze scientifiche, non è possibile escludere.

214. Inoltre, atteso che il consumo delle sigarette è abbinato nella percezione generale dei consumatori al “divieto di fumo” - divieto al quale si ricollegano numerose e stringenti limitazioni normativamente previste, socialmente connesse e ampiamente riconosciute - l’abbinamento del *claim* “*senza fumo*” ai nuovi prodotti veicola ai consumatori un messaggio sostanziale di segno opposto, di liceità, di libero consumo, conferendo quindi loro una peculiare e

¹²¹ Cfr. *ibidem* (punto 221).

distintiva caratteristica rispetto a quelli rientranti nel divieto di fumo, nonostante siano anch'essi nocivi per la salute.

215. La complessiva strategia comunicativa basata sulla locuzione “*senza fumo*” (“*smoke-free*”), tra l'altro, marginalizza la centralità della nicotina presente nei prodotti senza combustione, sostanza che crea dipendenza ed è responsabile di numerosi danni per la salute¹²².

216. Sotto un ulteriore profilo, il concetto di non/minore nocività per la salute di tali prodotti, veicolato da PMI attraverso il claim “*senza fumo*”, potrebbe aver, tra l'altro, contribuito al crescente fenomeno del c.d. “policonsumo”, cioè del consumo duale (con le sigarette tradizionali) come confermato dai dati trasmessi dal Ministero della Salute.

217. Per mera completezza, - essendo una pratica commerciale scorretta un illecito di pericolo -, una conferma indiretta dell'efficacia delle attività di *marketing* incentrate sulla locuzione “*senza fumo*” sembra trovare riscontro nella significativa crescita dei consumi di tali prodotti cd. “innovativi”, senza combustione¹²³, specie da parte dei più giovani, i quali, inoltre, sono particolarmente coinvolti dal fenomeno del c.d. policonsumo.

218. Al fenomeno del policonsumo, come emerso dall'analisi dei documenti ispettivi¹²⁴, si collega, altresì, la chiara consapevolezza da parte del Professionista anche di un altro fenomeno, quello della cd. “*youth initiation*” ovvero dell'iniziazione giovanile al fumo tramite l'utilizzo di prodotti del tabacco cd. “innovativi”, senza combustione. Ciò è attestato da una e-mail interna nella quale, a seguito di una riunione su “*Identify strategic blockers/opportunities per il mercato*”, è emerso ed è stato analizzato proprio il tema del “*Forte percepito di youth initiation*”¹²⁵.

219. Il Professionista nell'allegato 2 alle memorie di replica descrive “Le iniziative di PMIT a tutela dei minori” tra le quali viene annoverato il “*Codice di autoregolamentazione per la comunicazione e vendita dei prodotti senza combustione*”¹²⁶, coordinato dall'istituto Eurispes. Nonostante PMI tenti di sostenere che l'adesione a detto Codice è garanzia di correttezza e responsabilità - in quanto “*l'obiettivo del Codice è [...] quello di assicurare la massima salvaguardia dei minori e di identificare modalità di corretta*

¹²² Cfr. doc. n. 52 del fascicolo istruttorio - *World Health Organization report on tobacco: Fact versus fiction - Philip Morris International*, <https://www.pmi.com/our-science/facts-versus-fiction---world-health-organization-report-on-tobacco/>.

¹²³ Cfr. doc. n. 48 del fascicolo istruttorio.

¹²⁴ Cfr. doc. n. 19.1.10 del fascicolo istruttorio.

¹²⁵ Cfr. doc. n. 19.1.10 del fascicolo istruttorio.

¹²⁶ Cfr. <https://eurispes.eu/news/codice-di-autoregolamentazione-per-la-comunicazione-e-la-vendita-dei-prodotti-senza-combustione/>.

informazione per i fumatori adulti” – si sottolinea che – diversamente dalla pratica commerciale posta in essere da PMI ed oggetto del presente procedimento - il predetto Codice di autoregolamentazione non qualifica mai i prodotti del tabacco cd “innovativi” come “*prodotti senza fumo*”, bensì – correttamente – come “*prodotti senza combustione*”. Sotto questo profilo, PMI ha quindi disatteso il predetto Codice di autoregolamentazione nonostante ne abbia enfatizzato sul proprio sito *web* la relativa adesione¹²⁷.

220. L’idoneità della predetta strategia comunicativa a incidere sulle scelte di consumo emerge anche dal sondaggio commissionato da PMI ad Eurispes, datato luglio 2020. In particolare, dall’indagine effettuata su consumatori di prodotti senza combustione è emerso che il 47,7 % degli intervistati alla domanda “*perché ha scelto di usare prodotti senza combustione*” ha risposto “*Perché rispetto alle sigarette tradizionali hanno meno impatti negativi sul mio corpo (denti, pelle, unghie...)*”¹²⁸. E, in termini ancora più netti, il 92,8% degli intervistati concordano con l’affermazione “*Rispetto alle sigarette tradizionali hanno meno impatti negativi sul mio corpo*”¹²⁹. Tali considerazioni sui minori impatti negativi hanno spinto l’89,6% degli intervistati a “*consigliare ad altri fumatori i prodotti senza combustione*”¹³⁰.

221. Pertanto, attraverso i messaggi incentrati sul claim “senza fumo” PMI ha sfruttato, per finalità di *marketing*, la percepita, minore nocività dei prodotti del tabacco senza combustione.

La posizione delle Istituzioni Sanitarie in merito ai prodotti senza combustione

222. In ordine ai rischi per la salute dei consumatori, rilevano le posizioni espresse dalle massime autorità sanitarie e scientifiche che delineano un quadro di estrema cautela riguardo ai prodotti del tabacco riscaldato (HTP) e alle sigarette elettroniche, smentendo la narrazione del Professionista, di una loro minore nocività.

223. In particolare, contrariamente a quanto affermato da PMI nelle sue difese secondo cui la definizione normativa “senza fumo” “*vuole*

¹²⁷ A tale riguardo, si veda il punto 68, figura 11 ultimo periodo, del presente Provvedimento in cui viene riportato la pagina del sito di PMI <https://www.pmi.com/markets/italy/it/chi-siamo/nostri-prodotti/> nella versione del 28 giugno 2022 nella quale si sottolinea che “*Nel giugno del 2022, Philip Morris Italia ha sottoscritto il Codice volontario presentato da Eurispes di autoregolamentazione per la comunicazione e vendita dei prodotti senza combustione.*”.

¹²⁸ Cfr. doc. n. 19.1.80 del fascicolo istruttorio.

¹²⁹ Cfr. *ibidem*.

¹³⁰ Cfr. *ibidem*.

*espressamente indicare un prodotto che non ha nulla a che fare con il fumo*¹³¹, il Ministero della Salute ha chiarito che l'aerosol generato dai prodotti a tabacco riscaldato rientra scientificamente nella definizione di fumo, in quanto contiene residui di pirolisi simili a quelli delle sigarette tradizionali. Nonostante tali dispositivi presentino livelli inferiori di alcune sostanze come l'anidride carbonica, il Ministero ha evidenziato che essi conservano un alto indice di nocività per la presenza di nicotina, formaldeide e altre sostanze tossiche, concludendo che, allo stato, non vi sono prove sanitarie/scientifiche sufficienti a dimostrare che siano meno dannosi di altri prodotti del tabacco.

224. L'Istituto Superiore della Sanità (di seguito, "ISS") adotta un approccio basato sul principio di precauzione¹³². Pur riconoscendo una riduzione quantitativa di alcune sostanze tossiche rispetto alle sigarette tradizionali, l'ISS chiarisce che tale dato non si traduce in una riduzione proporzionale dei rischi. Le analisi tossicologiche evidenziano danni persistenti, tra cui stress ossidativo e infiammazioni cellulari. L'ISS esprime inoltre forte preoccupazione per il policonsumo e per la presenza di nuove sostanze chimiche derivanti dal surriscaldamento di materiali e solventi, la cui tossicità a lungo termine rimane ignota.

225. L'Organizzazione Mondiale della Sanità, ripresa dal Ministero della Salute, assume una posizione netta affermando che l'aerosol dagli HTP deve essere classificato scientificamente come "*fumo*", poiché deriva comunque da processi di pirolisi (decomposizione termica). L'OMS rileva che questi prodotti emettono sostanze potenzialmente cancerogene, talvolta in concentrazioni superiori alle sigarette classiche, e sottolinea come la maggior parte degli studi favorevoli sia prodotta dall'industria del tabacco. L'OMS indica, inoltre, i pericoli delle sigarette elettroniche per lo sviluppo cerebrale dei minori e la tossicità metabolica ancora ignota delle bustine di nicotina sintetica.

226. La Fondazione Veronesi rileva l'impossibilità di trarre conclusioni definitive sugli effetti cronici, data la recente immissione sul mercato dei prodotti del tabacco c.d. "innovativi" e la loro continua evoluzione tecnologica che ostacola studi indipendenti. La Fondazione sottolinea, inoltre, che, poiché

¹³¹ Cfr. doc. n. 92 del fascicolo istruttorio - memoria di replica del 31 marzo 2026 (punto 142).

¹³² Allegato doc. n. 48 del fascicolo istruttorio "*Rapporto di valutazione dell'istanza di valutazione della Philip Morris Italia S.r.l. al fine di riconoscere la riduzione di sostanze tossiche ovvero il potenziale rischio ridotto dei prodotti del tabacco di nuova generazione rispetto ai prodotti da combustione, a parità di condizioni di utilizzo*".

i livelli di nicotina restano comparabili a quelli del tabacco combusto, questi strumenti sono inefficaci come sussidi per la disassuefazione dal fumo.

227. Pertanto, le massime Istituzioni sanitarie e scientifiche tracciano un quadro di estrema cautela riguardo ai *prodotti del tabacco riscaldato* (anche, HTP) e alle sigarette elettroniche che si può riassumere attraverso i seguenti concetti: (i) il fumo (*aerosol*) emesso dai prodotti a tabacco riscaldato si profila, tecnicamente, come fumo di tabacco; (ii) gli HTP o le e-cig non sono innocui, né meno dannosi delle sigarette tradizionali, allo stato delle attuali conoscenze scientifiche/sanitarie¹³³; (iii) essi creano dipendenza per la presenza di nicotina; (iv) la critica verso strategie di *marketing* che ruotano intorno alla locuzione “*senza fumo*” in quanto potenzialmente fuorvianti e capaci di generare un falso senso di sicurezza.

228. In altri termini, la mancata validazione – allo stato delle attuali conoscenze scientifiche/sanitarie - dell’assenza/minor rischio per la salute dei prodotti del tabacco c.d. “innovativi” implica che l’uso di *claim* che ne suggeriscano una ridotta nocività deve considerarsi decettivo e in violazione del dovere di diligenza professionale, tenuto conto del principio di precauzione.

229. Pertanto, gli studi scientifico/sanitari depositati solo il 10 marzo 2026 dal Professionista¹³⁴, e, in parte, già oggetto dell’allegato tecnico alla memoria depositata in data 19 dicembre 2025, si pongono su un piano di irrilevanza rispetto alla valutazione della pratica commerciale in esame posto che lo stato di obiettiva incertezza sulla non/minore nocività per la salute dei prodotti del tabacco senza combustione rispetto alle sigarette tradizionali – evidenziato dalle massime istituzioni sanitarie e di cui PMI era ben consapevole - avrebbe dovuto indurre PMI a non utilizzare i *claim* confusori/decettivi basati sulla locuzione “*senza fumo*”, nel rispetto del dovere di diligenza professionale ed alla luce del principio di “precauzione”.

230. Per mera completezza, rileva, tra l’altro, quanto sottolineato dall’ISS, vale a dire, che i prodotti a tabacco riscaldato forniscono livelli di nicotina simili a quelli delle sigarette tradizionali¹³⁵.

La carenza di diligenza professionale

¹³³ In tal senso, rileva la mancanza di studi scientifici di lunga durata.

¹³⁴ Si rileva, peraltro, che molti dei predetti studi risultano finanziati da PMI e/o da altre imprese del settore.

¹³⁵ Allegato al doc. n. 48 del fascicolo istruttorio “*Rapporto di valutazione dell’istanza di valutazione della Philip Morris Italia S.r.l. al fine di riconoscere la riduzione di sostanze tossiche ovvero il potenziale rischio ridotto dei prodotti del tabacco di nuova generazione rispetto ai prodotti da combustione, a parità di condizioni di utilizzo*”.

231. L'utilizzo di detti *claim* "senza fumo" appare assai rilevare in termini di carenza della diligenza professionale – anche a mente del principio di precauzione - tenuto conto del contesto normativo sui prodotti senza combustione. Infatti, come indicato già nell'atto di avvio d'istruttoria, la *ratio* della cd. Direttiva "Tabacco" UE/2014/40 (cfr. articoli 13 e 14 D. Lgs. n. 6/2016 di recepimento, entrambi rubricati "Presentazione dei prodotti") sia quella di evitare che - in relazione ai prodotti da tabacco - si comunichi "un'impressione errata quanto alle caratteristiche, agli effetti sulla salute, ai rischi o alle emissioni" o si lasci intendere "che un determinato prodotto del tabacco sia meno nocivo di altri o miri a ridurre l'effetto di alcuni elementi nocivi del fumo".

232. Sul punto, risulta priva di pregio l'eccezione – limitata ad un piano giuridico/formale – formulata da PMI secondo cui l'articolo 13 della Direttiva "Tabacco" riguarderebbe, esclusivamente, la "etichettatura e imballaggio delle singole confezioni di prodotto"¹³⁶. PMI, strumentalmente, omette di rappresentare che il citato articolo 13 della Direttiva "Tabacco" (come detto, rubricato genericamente "presentazione dei prodotti") disciplina, oltre che l'etichettatura e l'imballaggio, il "prodotto del tabacco in sé". Ciò sul presupposto che "I prodotti del tabacco o la loro confezione potrebbero indurre in errore i consumatori, in particolare i giovani, ove lasciassero intendere che tali prodotti siano meno nocivi" (cfr. Considerando 27, della Direttiva UE/2014/40). Quindi, le norme citate esprimono principi pertinenti per valutare la correttezza dell'operato di PMI sotto il profilo del dovere di diligenza professionale.

233. Sotto questo profilo appare significativo, sempre in termini di diligenza professionale, che comunicazioni commerciali - da parte di un professionista delle dimensioni di Philip Morris - da cui possa derivare la percezione di non/minore nocività per la salute di una categoria di prodotti del tabacco (nel caso di specie, quelli senza combustione) rispetto ad altri, dovrebbero basarsi su risultati certi e definitivi derivanti da studi scientifico-sanitari di lunga durata e indipendenti. Dall'altra parte, dalla documentazione ispettiva emerge che il professionista ha avviato la campagna di comunicazione commerciale oggetto di contestazione "in parallelo" allo svolgimento di studi scientifici, in parte da esso finanziati, in merito alla valutazione dei rischi per la salute derivanti dall'uso dei prodotti in questione, non rispettando, anche sotto questo profilo, il principio di precauzione.

¹³⁶ Cfr.doc. n. 92 del fascicolo istruttorio - memoria di replica del 31 marzo 2026 (punto 231).

234. Conclusivamente, dalla documentazione istruttoria emerge che il Professionista ha fatto ampio uso della comunicazione commerciale incentrata sulla locuzione “*senza fumo*”, oggetto del presente procedimento, pur essendo ben consapevole: i) della diffusa percezione da parte dei consumatori dei prodotti del tabacco senza combustione come meno dannosi per la salute (come attestato dagli studi commissionati a Eurispes e Censis, dianzi citati); ii) della mancanza di una solida e definitiva evidenza scientifica-sanitaria indipendente circa l’asserita non/minore nocività per la salute dei prodotti del tabacco senza combustione rispetto alle sigarette tradizionali, come risulta anche dalla documentazione interna acquisita in ispezione e confermato nel corso dell’audizione del 27 gennaio 2026¹³⁷; iii) della diffusione crescente dei prodotti del tabacco senza combustione presso i minori (sin dall’età di 11 anni), disponendo di dati dettagliati in proposito, iv) del fenomeno del c.d. “policonsumo”.

235. *[omissis]*.

Il riferimento strumentale alla c.d. Direttiva Tabacco

236. Il tentativo di PMI di giustificare l’uso del claim “*senza fumo*” (*smokeless*) facendo riferimento alla definizione contenuta nella c.d. Direttiva Tabacco risulta inappropriato e insufficiente. È infatti evidente che il Professionista non possa far opportunisticamente leva su una definizione

¹³⁷ Si vedano i documenti dianzi analizzati, tra cui, il doc. n. 19.1.40 del fascicolo istruttorio; e il doc. n. 19.1.60 fascicolo istruttorio riferita ad articolo pubblicato su Repubblica 4 ottobre 2025 “*Così le E-cig causano malattie gravi che danneggiano anche i vostri figli*”. A tale proposito, rilevano, tra gli altri, i seguenti documenti, già citati nella parte sulle risultanze istruttorie: “*l’assenza di evidenze di lungo periodo sulla riduzione del rischio, la pericolosità della nicotina e la marginale riduzione di sostanze tossiche*” (cfr. doc. n.19.1.40 fascicolo istruttorio); “*non vi è ancora evidenza scientifica sufficiente per escludere potenziali rischi legati all’assimilazione per via inalatoria, che rappresenta la modalità di esposizione più rilevante per questi dispositivi*” (cfr. docc. n. 19.1.7 e 19.1.60); “*Sia le e-cig sia il THS mostrano un cambiamento di colore inferiore, che sembra essere facilmente recuperabile (con procedure di ri-lucidatura o sbiancamento) entro le soglie di accettabilità clinica, sebbene le evidenze siano ancora poco numerose.*” (cfr. doc. n. 19.1.35 fascicolo istruttorio.); “*L’utilizzo di modelli matematici predittivi può fornire informazioni utili a capire quali possano essere i potenziali benefici ottenibili con il passaggio a questi prodotti*” (cfr. doc. n.19.1.79 fascicolo istruttorio.) Nel corso dell’audizione del 27 gennaio 2026, un rappresentante di PMI ha dichiarato che “*è certamente in corso un dibattito scientifico circa le caratteristiche e i rischi legati a tali prodotti*”. Si veda inoltre il doc. n. 19.1.73 del fascicolo istruttorio nella parte in cui riporta: “*Abbiamo pensato di non inserire esami tossicologici o altro perché potrebbe esserci un outcome negativo e quindi meglio evitare l’associazione con PM: la proposta quindi verte sull’igiene orale.*” Così come il doc. n. 19.1.33 del fascicolo istruttorio nella parte in cui si evidenzia che “*la scarsità di studi longitudinali e la presenza di casi clinici gravi (non vengono riportati nel testo i riferimenti) hanno sollevato interrogativi sulla loro sicurezza. Tra gli effetti diretti ipotizzati dal gruppo di lavoro: alterazioni della funzione respiratoria, modifiche del microbioma orale e delle vie aeree, patologie parodontali, soppressione immunitaria, effetti cardiovascolari e rischi per la gravidanza e lo sviluppo fetale.*”. Infine dal doc. n. 19.1.38 del fascicolo istruttorio si rileva che, in assenza di dati clinici certi circa l’effettiva nocività dei prodotti senza combustione, il Professionista non può che ricorrere a modelli meramente “predittivi”.

regolamentare (tra l'altro, per la classificazione e catalogazione dei prodotti), decontestualizzandola e "piegandola" alla propria strategia di comunicazione, con l'obiettivo di trasformarla impropriamente in uno strumento pubblicitario di "persuasione" per finalità commerciali. Così facendo, il Professionista – sfruttando anche la notevole asimmetria informativa tra PMI e consumatori finali (specie se giovani o minori) - elude sia il dovere di fornire un'informazione chiara e trasparente, sia il dovere di diligenza professionale tanto più stringente – tenendo anche a mente il principio di precauzione - quando si tratta della pubblicizzazione di prodotti pericolosi per la salute, come nel caso di specie.

237. Per altro verso, il richiamo alla c.d. Direttiva Tabacco per legittimare l'uso del termine "*smokeless*" appare decontestualizzato e fuorviante. Esiste infatti una differenza fondamentale tra l'impiego di una terminologia tecnica in un quadro regolatorio destinato ad esperti di settore e il suo utilizzo nell'ambito di un'ampia strategia di marketing in cui rientravano anche interviste su grandi quotidiani nazionali destinati alla generalità del pubblico e dei consumatori. Se la norma europea utilizza tale classificazione per fini tassonomici, il Professionista la sfrutta come *slogan* persuasivo.

238. In altri termini, PMI non può validamente "trincerarsi" dietro l'uso di un'asserita traduzione della definizione contenuta nella versione inglese della citata Direttiva Tabacco ("*smokeless*") in quanto ciò non esclude affatto l'applicabilità – ai *claim* utilizzati, incentrati sulla locuzione "*senza fumo*" – della disciplina del Codice del consumo in materia di pratiche commerciali scorrette, né elide o riduce il predetto dovere di diligenza professionale. Peraltro, il Professionista ha inizialmente utilizzato, sul Sito, l'espressione "*senza combustione*" per descrivere i prodotti c.d. "innovativi", collegando a questa la locuzione "*senza fumo*", solo successivamente al giugno 2022¹³⁸.

239. Rileva, d'altra parte, il contributo tecnico fornito dal Ministero della salute secondo cui "*i prodotti del tabacco riscaldato (HTP), emettono prodotti della pirolisi come aldeidi volatili; pertanto, tale aerosol, ricade nella definizione scientifica di «fumo». Conseguentemente, il fumo emesso dai prodotti del tabacco riscaldato si profila come «fumo di tabacco»*"¹³⁹.

240. Queste considerazioni appaiono dirimenti ai fini della valutazione delle condotte poste in essere da PMI, ponendo su di un piano di irrilevanza la

¹³⁸ Cfr. doc. n. 71 del fascicolo istruttorio.

¹³⁹ Cfr. doc. n. 76 del fascicolo istruttorio.

predetta giustificazione “formale” (“*smokeless*”) in merito all’uso del *claim* “*senza fumo*”¹⁴⁰.

241. Sul punto, la difesa di PMI¹⁴¹ non coglie nel segno in quanto non contesta la valutazione tecnica (sul “*fumo*” emesso dai prodotti senza combustione) fornita dal Ministero della Salute e dall’OMS ma si limita a rilevare che tale valutazione è “*priva di valenza normativa*”, così ponendosi su di un piano meramente formale.

VII.4. Conclusioni

242. Alla luce delle predette considerazioni, i *claim* oggetto del presente procedimento utilizzati per la complessiva strategia di *marketing* dei prodotti del tabacco senza combustione, incentrati sull’assenza di fumo (“*senza fumo*”), sono ingannevoli, confusori e omissivi circa la nocività dei cd. prodotti “*innovativi*” a cui sono riferiti, trattandosi di prodotti che contengono tabacco e/o nicotina e che, pur essendo caratterizzati da assenza di combustione, producono comunque vapori/emissioni/*aerosol* (costituenti anch’essi “*fumo*”) e che, allo stato delle attuali conoscenze scientifico/sanitarie, non risultano privi di effetti nocivi per la salute umana, né risultano essere meno nocivi di altri; essi, infine, possono creare dipendenze.

243. Pertanto, con specifico riguardo ai profili illeciti sopra menzionati, risulta che la società Philip Morris Italia S.r.l. ha posto in essere una pratica commerciale scorretta in violazione degli articoli 20, 21, comma 1, e 22 del Codice del consumo, nonché, in violazione dell’articolo 21 comma 3, del Codice del consumo, in considerazione del fatto che si tratta di prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori.

VIII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

244. Ai sensi dell’articolo 27, comma 9, del Codice del consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l’Autorità dispone

¹⁴⁰ Per mera completezza, e fermo restando quanto detto, la definizione di cui all’articolo 2, comma 1, lettera j-*bis*), del D.Lgs. n. 6/2016 (come novellato nel 2023) riguarda esclusivamente i prodotti del tabacco riscaldato e non tutti i prodotti senza combustione. Né la lettera f) del medesimo articolo 2, comma 1, qualifica come “prodotti del tabacco non da fumo” tutti i prodotti senza combustione.

¹⁴¹ Cfr. doc. n. 92 del fascicolo istruttorio - memoria di replica del 31 marzo 2026 (punto 146).

l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

245. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/1981, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

246. Con riguardo alla gravità delle violazioni, si tiene conto nella fattispecie in esame dei seguenti elementi: *i)* lo sfruttamento della notorietà e della credibilità acquisita presso il pubblico e *ii)* la specificità del settore in questione, che pone il consumatore acquirente in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al Professionista; *iii)* l'ampia diffusione delle condotte illecite, in ragione delle informazioni veicolate a mezzo *internet* e stampa, dotate della capacità di raggiungere rapidamente un numero elevato di consumatori localizzati sull'intero territorio nazionale. Per ciò che concerne le rilevanti dimensioni economiche del Professionista, nell'esercizio 2024 PMI ha realizzato un fatturato pari €2.626.115.296, un MOL di €149.348.286 ed un utile di €82.363.348¹⁴². Rileva, poi, l'appartenenza a un importante gruppo (Gruppo Philip Morris) che si colloca al primo posto nel mondo nel settore della vendita dei prodotti del tabacco.

247. Rileva altresì, in termini di particolare gravità, che la predetta portata decettiva delle locuzioni e dei claim “*senza fumo*”, “*prodotti senza fumo*” e “*costruire/progettare/accelerare un futuro senza fumo*” riguarda prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute dei consumatori, tra cui anche minori, ai sensi dell'art. 21, comma 3, Codice del consumo.

248. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la complessa ed articolata pratica commerciale è stata posta in essere almeno dal 28 giugno 2022¹⁴³ e sia ancora in corso.

249. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Philip Morris Italia S.r.l. nella misura di €7.000.000,00 (sette milioni di euro) in relazione alla pratica commerciale contestata.

RITENUTO, pertanto, tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale consistente nell'utilizzo diffuso da parte di PMI delle locuzioni

¹⁴² Fonte: Infocamere, Estratto camerale e Bilancio al 31 dicembre 2024.

¹⁴³ Cfr. doc. n. 71 del fascicolo istruttorio (verbale acquisizione atti del 5 marzo 2026).

e dei claim “*senza fumo*”, “*prodotti senza fumo*” e “*costruire/progettare/accelerare un futuro senza fumo*” per la promozione dei c.d. “*prodotti innovativi*”, risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, e 22 del Codice del consumo, nonché, in considerazione del fatto che si tratta di prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, in violazione dell’articolo 21 comma 3 del Codice del consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a ingannare i consumatori circa alcune rilevanti caratteristiche dei prodotti in questione nonché in grado di limitare considerevolmente la libertà di scelta dei consumatori in relazione ad essi, inducendoli pertanto ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso;

DELIBERA

- a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Philip Morris Italia S.r.l., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 21, comma 1, e 22 del Codice del consumo, nonché, in considerazione del fatto che si tratta di prodotti suscettibili di porre in pericolo la salute e la sicurezza dei consumatori, in violazione dell’articolo 21 comma 3, del Codice del consumo e ne vieta la diffusione o continuazione;
- b) di irrogare alla società Philip Morris Italia S.r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 7.000.000,00 €(sette milioni di euro);
- c) che il professionista comunichi all’Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui alla lettera a).

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell’allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato telematicamente con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home-banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero

utilizzando i servizi telematici dell’Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito *internet* www.agenziaentrate.gov.it.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell’adempimento, ai sensi dell’articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell’avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all’Autorità attraverso l’invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell’articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l’Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l’Autorità può disporre la sospensione dell’attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell’articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all’articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell’articolo 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199 entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE
Guido Stazi

LA PRESIDENTE *f.f.*
Elisabetta Iossa