



Dipartimento di IMPRESA E MANAGEMENT

Cattedra in MICROECONOMIA

**Impatto economico della sigaretta elettronica sul
monopolio dei tabacchi**

RELATORE

CHIAR.MO PROF.
MARCO SPALLONE

CANDIDATO

LORENA LENTINI
Matr. 159721

ANNO ACCADEMICO 2012/2013

Indice:

Capitolo I

- 1. Introduzione**
- 2. Analisi del Monopolio**
 - 2.1 Tipologie
 - 2.2 Analisi economica
 - 2.3 Inefficienza del monopolio
- 3. Comportamento monopolistico**
 - 3.1 Discriminazione dei prezzi
 - 3.2 Altre forme di monopolio

Capitolo II

- 1. Introduzione**
 - 1.1 Cenni storici
 - 1.2 Tabacchicoltura
- 2. Manifattura**
 - 2.1 Tipologie
 - 2.2 Quadro europeo
 - 2.3 La contraffazione e il contrabbando
- 3. Distribuzione**
 - 3.1 Commercio italiano
 - 3.2 Commercio internazionale
 - 3.3 Mercato finale
- 4. Aspetti fiscali**
 - 4.1 Struttura impositiva
 - 4.2 Analisi economica
- 5. Conclusioni**

Capitolo III

- 1. La sigaretta elettronica**
- 2. Normativa italiana**
- 3. Dibattito europeo**
- 4. Analisi del fenomeno**
- 5. Conclusioni**

Capitolo I

1. Introduzione

Il Monopolio è un caso particolare del mercato, in cui è presente *una sola* impresa. Il monopolista sa di poter influire sul prezzo di mercato, ma non in maniera del tutto arbitraria poiché ad ogni livello di prezzo scelto corrisponderà una data quantità di output che il mercato è disposto ad acquistare. Egli è il solo fornitore di un determinato bene o servizio, e pertanto il prezzo che ottiene per il proprio prodotto è determinato dalla curva di domanda del mercato per quel prodotto.

La nascita di alcuni monopoli è quasi inevitabile. La maggior parte delle imprese di pubblica utilità, come le società del gas e per la produzione di energia elettrica sono monopoli a livello locale.

Se esistono compratori o venditori che sono in grado di influenzare i prezzi di mercato in misura significativa, si dice che essi sono dotati di *potere di mercato o potere di monopolio*.

Caratteristiche strutturali	Concorrenza perfetta	Concorrenza imperfetta		
		Concorrenza monopolistica	Oligopolio	Monopolio
Numero di venditori	Molti	Molti	Pochi	Uno
Barriere all'entrata	No	No	Alcune	Si (impossibilità di entrata)
Differenziazione del prodotto	No	Si	Forse	No (un solo prodotto)
Esempi	Agricoltura, mercato azionario	Ristoranti	Automobili	Tabacchi

TABELLA 1 – Principali forme di mercato

In concorrenza perfetta non esistono impedimenti o barriere all'ingresso nel mercato di nuovi produttori. Nei mercati monopolistici, invece, esistono delle *barriere all'entrata* che rendono impossibile l'inserimento di un nuovo venditore; per tale ragione un monopolista può assicurarsi un flusso considerevole di profitti per un periodo di tempo praticamente infinito.¹

¹ Cfr. S. FISCHER, R. DORNBUSCH, R. SCHMALENSEE, *Economia – strumenti, microeconomia, macroeconomia, economia internazionale*, Hoepli, 1992.

2. Analisi del Monopolio

2.1 Tipologie

Esistono diversi tipi di monopolio: il *monopolio naturale* o *tecnico* deriva da una situazione caratterizzata da una domanda limitata o da una esclusività data dalla natura della risorsa; il *monopolio legale o di diritto (de jure)* consiste in una previsione normativa che attribuisce ad una sola impresa il diritto di esercitare una determinata attività economica e, contestualmente, inibisce tutti gli altri operatori economici di svolgere la medesima attività. Questa tipologia si suddivide in fiscale e non fiscale, a seconda del diverso interesse che induce lo Stato ad istituire una riserva di monopolio a favore di se stesso o di un altro ente pubblico. Se la natura è fiscale, lo scopo principale è rivolto ad accrescere le entrate tributarie, come in Italia per i tabacchi e le lotterie nazionali.² Il *monopolio di fatto*, infine, è caratterizzato da una particolare situazione del mercato che lascia ad un solo imprenditore la produzione di un bene o servizio.

2.2 Analisi economica

Considerando $p(y)$ la curva di domanda inversa di mercato e $c(y)$ la funzione di costo, $r(y)=p(y)y$ sarà la funzione del ricavo del monopolista, il quale vorrà massimizzare il suo profitto:

$$\max r(y)-c(y).$$

In corrispondenza della scelta ottimale di output, il ricavo marginale deve essere uguale al costo marginale: $RM=CM$.

Il monopolista può, dunque, scegliere simultaneamente prezzo e quantità, non trascurando il vincolo di domanda.

È possibile analizzare il ricavo marginale, e quindi la sua relazione con il costo marginale, dal punto di vista dell'elasticità della domanda:

² Sito: www.cendonpartners.it Consultato il 12/03/2013 alle ore 21:45.

$$RM(y) = p(y) \left[1 - \frac{1}{|\epsilon(y)|} \right] = CM$$

l'elasticità $\epsilon(y)$, per sua natura negativa, misura la reattività della quantità domandata a seguito di variazioni del prezzo del medesimo bene. Il monopolista non produrrebbe mai nei tratti in cui la curva è inelastica, poiché egli massimizzerà il profitto solo in corrispondenza di punti in cui $|\epsilon(y)| \geq 1$.³

In regime di monopolio, quindi, al livello ottimale di produzione (y^*), il ricavo marginale eguaglia il costo marginale.

Se un monopolista decide di produrre, applicherà un prezzo a cui corrisponde una quantità di domanda pari al livello ottimo. Poiché $RM=CM$ in y^* ed essendo $RM < p$, allora tale prezzo sarà superiore al CM.

Il monopolista massimizza il profitto imponendo un prezzo superiore al costo marginale.

Il livello ottimo di produzione varia nel breve e nel lungo periodo; nel breve periodo un monopolista espande la produzione fino al livello in corrispondenza del quale sono coperti i costi variabili, mentre nel lungo periodo deve essere coperto l'intero costo totale.

In monopolisti sono definiti *price taker*, poiché considerano come dato la curva di domanda e scelgono sia il prezzo che la produzione.

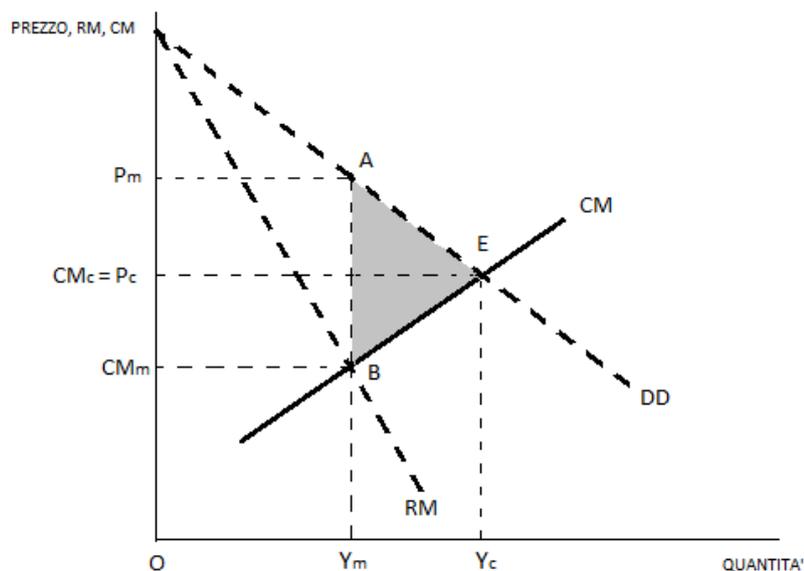


GRAFICO 1 – La misura totale del costo sociale totale del monopolio

³ Cfr. H. R. VARIAN, *Microeconomia*, Cafoscarina, 2007.

L'equilibrio che caratterizza un monopolio non è Pareto-efficiente. Il prezzo è maggiore del costo marginale e i consumatori sono pertanto disposti a pagare un'unità addizionale di prodotto più di quanto costa produrla al monopolista.

Il triangolo scuro ABE, mostrato nel grafico 1, rappresenta il *guadagno sociale* totale assicurato da un aumento della produzione dal livello di monopolio a quello di concorrenza perfetta. Il costo associato al monopolio, dunque, è un costo opportunità, è il vantaggio sociale che la società rinuncia, permettendo che la produzione venga limitata al livello di monopolio.⁴

Un mercato tende ad assumere le caratteristiche del monopolio all'aumentare della sua concentrazione, ovvero all'aumentare della frazione delle vendite imputabile a pochi venditori dominanti, perché in alcuni settori le imprese più grandi riescono a produrre a costi inferiori rispetto a quelle più piccole. Un monopolio presenta la massima concentrazione possibile.

2.3 Inefficienza del monopolio

Un'industria monopolista, poiché produce in corrispondenza di un prezzo maggiore del costo marginale, otterrà un output sempre inferiore rispetto ad una situazione concorrenziale e la soddisfazione dei consumatori risulterà essere più bassa.

Per misurare la perdita del consumatore si prende in considerazione la variazione del suo surplus, ovvero quanto gli si deve dare per fargli pagare un prezzo più elevato.

La variazione del surplus del produttore, invece, misura l'entità del profitto che i monopolisti sono disposti a rinunciare per praticare un prezzo più alto.

La differenza tra i due surplus permette di calcolare il beneficio o il costo netto di monopolio.

⁴ Cfr. S. FISCHER, R. DORNBUSCH, R. SCHMALENSEE, *Economia – strumenti, microeconomia, macroeconomia, economia internazionale*, Hoepli, 1992.

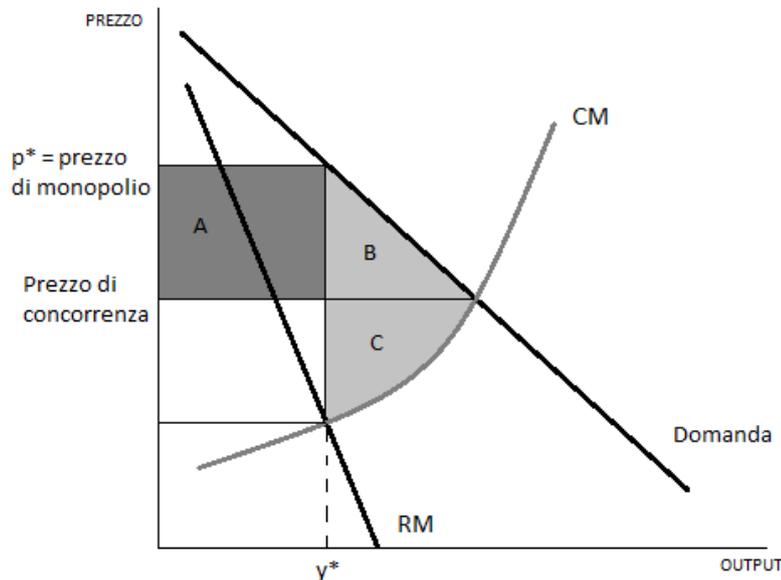


GRAFICO 2 – Perdita netta di monopolio (Area B+C)

L'area A, del grafico 2, rappresenta il trasferimento dal monopolista al consumatore: una parte del mercato vede aumentata la propria soddisfazione a discapito dell'altra, ma il surplus totale resta invariato. L'area B+C corrisponde ad un vero e proprio aumento del surplus e coincide con il valore che il consumatore e il produttore attribuiscono all'output addizionale. Questa è la *perdita netta di monopolio*, che corrisponde al valore di output perduto quando ciascuna unità di prodotto è valutata al prezzo al quale i consumatori sarebbero disposti ad acquistarla.⁵

3 Comportamento monopolistico

3.1 Discriminazione dei prezzi

Con la discriminazione dei prezzi vengono imposti prezzi diversi a clienti differenti.

La discriminazione dei prezzi *di primo grado o perfetta* descrive una situazione nella quale il monopolista vende unità diverse di prodotto a prezzi diversi, i quali variano per ogni consumatore. Ciascuna unità è venduta a colui che le attribuisce il

⁵ Cfr. H. R. VARIAN, *Microeconomia*, Cafoscarina, 2007.

massimo valore che è disposto a pagare, ovvero al prezzo di riserva. In tale situazione non si produce nessun surplus del consumatore e tutto il surplus è imputato al produttore.

La discriminazione dei prezzi *di secondo grado o non lineare del prezzo* consiste nella somministrazione di un prezzo unitario non costante, ma dipendente dalla quantità acquistata. Lo scopo di questa situazione è offrire sul mercato due differenti combinazioni di prezzo e quantità, rivolte ad individui con specifici livelli di domanda ed incentivando il consumatore all'autoselezione.

La discriminazione dei prezzi *di terzo grado* consiste nel vendere lo stesso prodotto praticando prezzi diversi a differenti gruppi di acquirenti. Nel mercato dove il prezzo risulta più elevato, l'elasticità della domanda è più bassa. Il monopolista in questo caso praticherà un prezzo più elevato per le fasce di mercato insensibili al prezzo ed uno più basso per i consumatori sensibili a tale valore. In questo modo massimizzerà i profitti totali.⁶

3.2 Altre forme di monopolio

La *concorrenza monopolistica* presenta caratteristiche sia del monopolio sia della concorrenza. Ogni impresa realizza un prodotto che i consumatori percepiscono diverso da quello degli altri concorrenti. Tuttavia, è presente una certa relazione poiché i prodotti offerti hanno caratteristiche molto simili. La differenziazione del prodotto si ha quando i consumatori considerano simili ma non perfetti sostituti i prodotti dei venditori concorrenti. Tale differenziazione garantisce un certo potere di mercato ad ogni impresa e genera una curva di domanda con pendenza negativa. In questa situazione non sono presenti barriere all'entrata di nuove imprese.⁷

Il *monopsonio* o *mononio* è una forma di mercato caratterizzata da un lato dalla concorrenza perfetta tra i venditori, e dall'altro dall'accentramento della domanda nelle mani di un unico soggetto economico che impedisce agli altri acquirenti di

⁶ Cfr. H. R. VARIAN, *Microeconomia*, Cafoscarina, 2007.

⁷ Cfr. S. FISCHER, R. DORNBUSCH, R. SCHMALENSSEE, *Economia – strumenti, microeconomia, macroeconomia, economia internazionale*, Hoepli, 1992.

entrare nel mercato. È una forma simmetrica del classico monopolio dell'offerta. Il prezzo di equilibrio non è stabilito dall'impresa ma dal grado di elasticità dell'offerta.⁸

Il monopolio, se da un lato è una forma negativa di accentramento del potere di mercato, dall'altro favorisce il *progresso tecnologico*.

Joseph Schumpeter⁹ afferma la presenza di grandi imprese dotate di un importante potere monopolistico che costituisce un fattore di accelerazione del progresso tecnologico. Tali imprese investono i propri profitti nella ricerca, per proteggere o aumentare tale vantaggio. Questi investimenti si riflettono direttamente sui risultati dell'impresa, ad esempio realizzando tecnologie e risparmio dei costi.

L'impresa monopolistica ha anche maggiori incentivi a sostenere attività di R&S, al contrario di una impresa in concorrenza perfetta.¹⁰

Un Brevetto può essere considerato come un monopolio a termine, poiché garantisce a chi lo detiene, per un limitato periodo di tempo, il diritto esclusivo dei benefici derivanti dalle loro invenzioni. Tale protezione ha lo scopo di incoraggiare le innovazioni senza correre il rischio di essere copiati dai concorrenti.

Una politica antitrust ideale per un economista avrebbe come obiettivo quello di promuovere il benessere dei consumatori, difendendo e promuovendo la concorrenza; ma nessun economista sostiene che si possa realisticamente rendere perfettamente competitivo un mercato.

⁸ Sito www.treccani.it Consultato il 28 Marzo 2013 alle ore 10:30.

⁹ Schumpeter, economista austriaco, presentò tali argomenti nel suo volume *Capitalism, Socialism and Democracy* pubblicato nel 1943.

¹⁰ Cfr. S. FISCHER, R. DORNBUSCH, R. SCHMALENSEE, *Economia – strumenti, microeconomia, macroeconomia, economia internazionale*, Hoepli, 1992.

Capitolo II

1. Introduzione

Lo scopo di questa analisi è indagare circa le variabili che incidono sulla determinazione della domanda legale di sigarette. Questa segue da molti anni un andamento decrescente, a causa dell'elevato prezzo delle sigarette che impatta in maniera fortemente negativa sul bilancio delle famiglie, specialmente in periodo di crisi.

Il capitolo prende avvio dall'analisi manifatturiera dei tabacchi, studiandone le varie tipologie e presentando un quadro globale del mercato di riferimento. Segue, analizzando la distribuzione in Italia e sul piano internazionale, valutando anche il mercato illegale. Vengono, poi, studiati gli aspetti fiscali vigenti e la relativa struttura impositiva ed infine viene presentata un'analisi economica del fenomeno.

1.1 Cenni storici

Il regio decreto-legge n. 2258 emanato l'8 dicembre 1927 istituì la nascita della speciale Amministrazione dei Monopoli di Stato, con lo scopo di "esercitare i servizi di monopolio di produzione, importazione e vendita dei sali e tabacchi e produzione e vendita del chinino di Stato".¹¹

L'obiettivo dell'istituzione si concretizzava in una incisione profonda sul tessuto sociale ed economico italiano, contribuendo alla nascita di insediamenti produttivi nuovi quali le saline e le manifatture di tabacco che modificarono in maniera rilevante dal punto di vista industriale la configurazione urbana.

Negli anni Ottanta e Novanta si profila una trasformazione radicale dell'attività dell'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato, attraverso la gestione nel 1988 della lotteria nazionale e nel 1994 del Lotto e delle lotterie istantanee.

Tra il 2001 ed il 2002 la gestione di altre tipologie di gioco che compongono il portafoglio è stata affidata ad AAMS e contestualmente nel 1999 il legislatore italiano ha assegnato la produzione e commercializzazione del sale e del tabacco all'Ente

¹¹ Decreto Legge n° 2258 dell'8 dicembre 1927 convertito in legge il 6 dicembre 1928, n° 3474.

Tabacchi Italiani (ETI), acquistate nel 2005 dalla British American Tobacco (BAT).

1.2 Tabacchicoltura

La pianta del tabacco, sebbene sia originaria di ambienti umidi, si è adattata negli anni al clima di tutti i continenti ed oggi è presente in oltre 100 paesi. La produzione complessiva è stimata per il 2010 a 7 milioni di tonnellate, con una Superficie Agricola Utilizzata (SAU) pari a 3,8 milioni di ettari.¹²

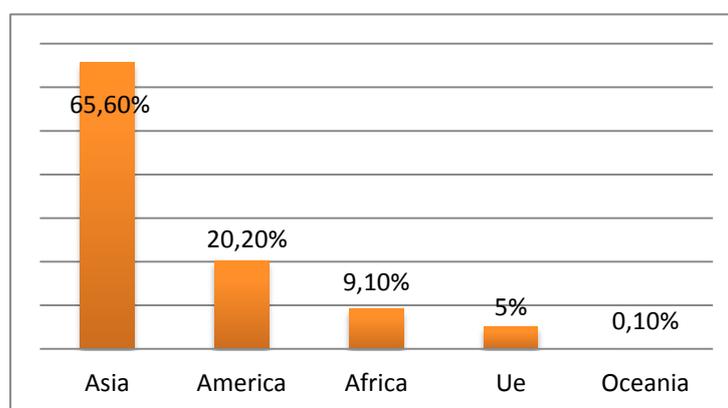


GRAFICO 3 – Produzione mondiale di tabacco greggio nel 2010

Il panorama europeo, in seguito all'applicazione della riforma dell'Organizzazione Comune di Mercato, con il passaggio da un sistema di aiuti parzialmente accoppiati ad un regime di aiuti disaccoppiato, ha registrato un arretramento della produzione pari all'1%. Nel regime comunitario, la coltivazione del tabacco è stata assoggettata ad un meccanismo di sostegno comune. Rientrando nel contesto della riforma della Politica Agricola Comune (PAC), nel periodo 2006-2009, si è permesso ai singoli stati di aderire a nuove modalità di sostegno basate appunto sull'aiuto disaccoppiato in tempi diversi.¹³ L'Italia ha concesso un regime di sostegno specifico al tabacco, con il DM 29/07/09 in applicazione dell'art. 68 del Reg. CE 73/2009, il quale si identifica in un premio annuale erogato ai produttori.

¹² Fonte: Food and Agriculture Organisation (FAO) – Statistic Division, 2010.

¹³ L'OCM è stata riformata con il Reg 864/2004/CE del 29 Aprile 2004.

Bulgaria	37,1%
Italia	21,1%
Polonia	12,8%
Grecia	8,2%
Spagna	8,2%
Francia	5,3%
Ungheria	4,3%
Germania	1,7%
Altri UE	1,3%

TABELLA 2 – Ripartizione della superficie con contratto di coltivazione a tabacco nell'UE.¹⁴

Il sostegno ai paesi comunitari è destinato a scomparire con l'entrata a regime dell'aiuto disaccoppiato.

Le importazioni comunitarie di tabacco greggio dai paesi terzi hanno subito un calo del -2,9% nel 2010, confermato dall'andamento altalenante degli arrivi di tabacco grezzo nel periodo 2005-2010. Le esportazioni seguono lo stesso percorso, essendo diminuite anch'esse del -11,3% rispetto all'anno precedente.

Le numerose variazioni a livello di impianti di prima trasformazione riflettono la tendenza di concentrare la coltivazione di tabacco in paesi a lunga tradizione produttiva, quali Italia e Bulgaria, comportando uno spostamento degli investimenti dai paesi occidentali verso quelli orientali dell'Ue.

In Italia, a seguito dell'introduzione della nuova modalità di sostegno, la produzione di tabacco greggio ha subito una contrazione del -8,9%. Nel decennio 2000-2010, gli investimenti totali hanno subito una diminuzione pari al -27,8%, con una riduzione della produzione del -31,4% ed una contrazione del numero delle aziende scese a 5.792 unità (-11,6%).

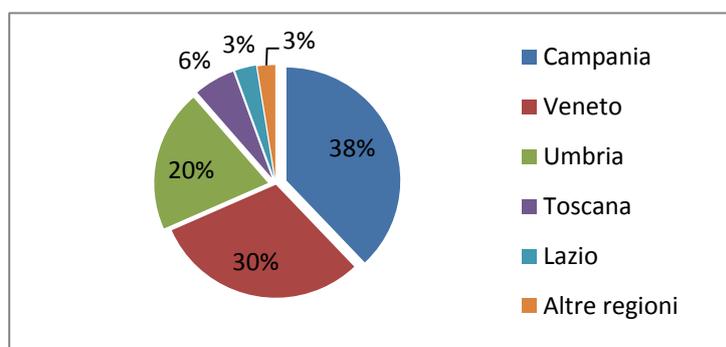


GRAFICO 4 – Produzione di tabacco in Italia¹⁵

¹⁴ Fonte: elaborazione Nomisma su dati Advisor Group for Tobacco

¹⁵ Fonte: elaborazione dati Apti e Agea.

2. Manifattura

Nel 2010, la produzione di sigarette ha raggiunto quota 6,2 miliardi, attestando una crescita del +0,6% rispetto all'anno precedente. La Cina è il principale produttore al mondo, realizzando quasi 2,5 miliardi di pezzi, pari al 38% della produzione mondiale.

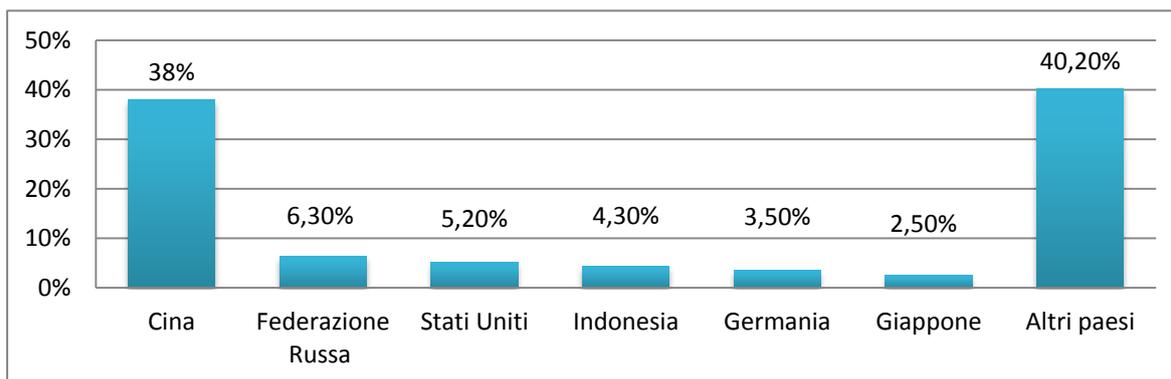


GRAFICO 5 – Principali paesi produttori di sigarette¹⁶

Il grafico 5 evidenzia i principali produttori che producono congiuntamente il 59,8% della produzione mondiale. La Cina gioca un ruolo centrale e ciò è riconducibile al suo dinamismo produttivo; la sua produzione ha avuto una crescita positiva rispetto a quella del resto del mondo che ha subito una piccola contrazione.

La produzione globale ha registrato un incremento che si è tradotto in 38 miliardi di pezzi in più e tale volume esprime la buona performance globale del mercato, con una intensità diversa nei vari Stati. Infatti l'aumento positivo è ricondotto alla performance della Cina e delle Americhe, mentre l'Europa, la Comunità degli Stati Indipendenti, i paesi del Medio Oriente e del Nord Africa hanno registrato valori negativi, seppur non intaccando troppo sul risultato globale.

Il ruolo che giocherà la Cina nel futuro interscambio mondiale di sigarette è difficile da delineare poiché dipende da diversi fattori che possono essere ricondotti all'aumento della percentuale di fumatori, alla crescita dell'economia nazionale e ad una maggiore efficienza del sistema manifatturiero.

¹⁶ Fonte: elaborazione Nomisma su dati Universal Leaf Tobacco Company.

2.1 Tipologie

La tipologia di tabacco in commercio vengono suddivise per fini impositivi in sei categorie:

- ✓ Le sigarette
- ✓ I sigari
- ✓ I sigaretti
- ✓ I trinciati per sigarette
- ✓ I trinciati per pipa
- ✓ Il tabacco da fiuto e da mastico

2.2 Quadro Europeo

Il settore del tabacco riveste un importante ruolo socio-economico nel mercato europeo. Sono impiegate oltre 60.000 unità per la sua produzione; la percentuale maggiore si riscontra in Germania per il 17,9% e in Polonia per il 10,7%.¹⁷ L'offerta complessiva del volume prodotto in Europa è stata pari ad oltre 691 miliardi di pezzi nel 2010, producendo un valore pari a 10,8 miliardi di euro per le sigarette e 1,1 miliardi a fronte di oltre 10 miliardi di pezzi per sigari, sigaretti e trinciati.¹⁸

Da un'analisi dei paesi principali che producono le varie tipologie di tabacco, risultano particolarmente produttive per la produzione di sigarette la Germania, la Polonia, il Portogallo e la Romania, mentre per la produzione di sigari, sigaretti e trinciati la Germania, la Spagna, l'Italia e la Danimarca.

La Germania dunque gioca un ruolo rilevante nella produzione europea.

“L'Italia è il primo produttore ed esportatore europeo di tabacco grezzo e l'ottavo esportatore mondiale per volumi.”¹⁹ Con la privatizzazione negli anni novanta dell'Ente Tabacchi Italiano, la manifattura è stata affidata via via ad imprese private quali British American Tobacco (BAT), operativa fino al 2010 a Lecce, Manifatture Sigaro Toscano (MST) localizzata a Lucca e Cava dei

¹⁷ Fonte: European Business – Facts and figures 2009.

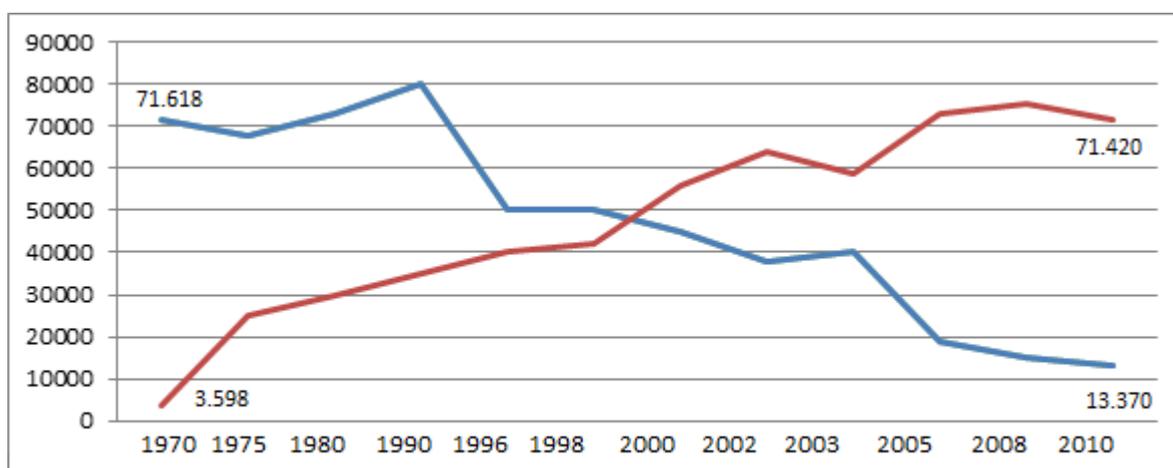
¹⁸ Fonte: Eurostat – Statistics on the production of manufactured goods 2010.

¹⁹ Cfr. www.batitalia.com Consultato il 15 Aprile 2013 alle ore 16:00.

Tirreni, Manifattura Italiana Tabacco (MIT) sita a Chiaravalle e Yesmoke a Torino.

L'ammontare della produzione effettuata congiuntamente da BAT Italia e MIT nel 2010 ha subito una contrazione del -30,39%, scendendo a 13.371 tonnellate. Tale diminuzione è spiegata da un calo dei consumi pari al -2,4%.

Concentrandosi su una visione di lungo periodo, si riscontra un relazione negativa tra produzione e importazione negli ultimi quarant'anni. Nel decennio 1970-1980 il settore della manifattura ha toccato quote record, raggiungendo 80.000 unità, massimo storico. Da quegli anni si registra una pendenza negativa, con una diminuzione costante dei volumi, assestata negli ultimi cinque anni a valori pressoché stabili, inferiori alle 20.000 tonnellate.



— Produzione — Importazione

GRAFICO 6 – Trend storico in Italia²⁰

Il calo della produzione si è riscontrato per tutte le tipologie proposte, dimostrando un interesse da parte dei consumatori verso nuove modalità di consumo del tabacco. Le sigarette sono calate del -14,6%, i sigari del -5,6% ed i trinciati del -37%. Vi è stata solo, in controtendenza, una crescita del 48,4% dei sigaretti. Questa diminuzione è stata accentuata dalla crisi economica mondiale iniziata nel 2007, la quale ha visto contrarre il reddito pro-capite. I prezzi al consumo hanno avuto un andamento in linea con gli obiettivi di stabilità perseguiti dalla BCE. Il mercato delle sigarette ha visto un aumento dei prezzi pari al 2% rispetto agli altri beni di consumo. Ciò ha da un lato incrementato il gettito per l'erario, sebbene in misura contenuta, e dall'altro ha influito sulle

²⁰ Fonte: Istat – Banche dati online.

abitudini di consumo degli individui, andando ad impattare direttamente il reddito.

2.3 La Contraffazione e il Contrabbando

La contraffazione è un fenomeno su ampia scala che colpisce i prodotti di largo consumo e utilizza metodi di distribuzione ricercati. Oggi è presente in ogni parte del mondo e causa vasti problemi sociali ed economici agli Stati e alle aziende che operano nel settore privato e pubblico.

Poiché l'“industria” della contraffazione è illegale, non pubblica un bilancio, dunque le stime sono tendenzialmente per difetto e risulta molto difficile valutare con precisione i danni che questa causa. Una ricerca dell'Ocse stima infatti che, nel 2009, 250 miliardi di USD di soli prodotti contraffatti hanno attraversato le frontiere doganali. Considerando i prodotti commerciati all'interno della stessa area doganale, il totale potrebbe più che raddoppiare. In Italia il giro d'affari si stima pari a 6 miliardi 900 milioni di euro.

Quello delle sigarette è uno dei settori più colpiti e negli ultimi anni la provenienza illecita ammonta a 522,9 miliardi di pezzi e nel 2010 le autorità doganali europee hanno sequestrato 103 milioni di prodotti.²¹ Il volume complessivo stimato ai prezzi di mercato degli articoli sequestrato ammonta ad un valore superiore a 1,1 miliardi di euro.

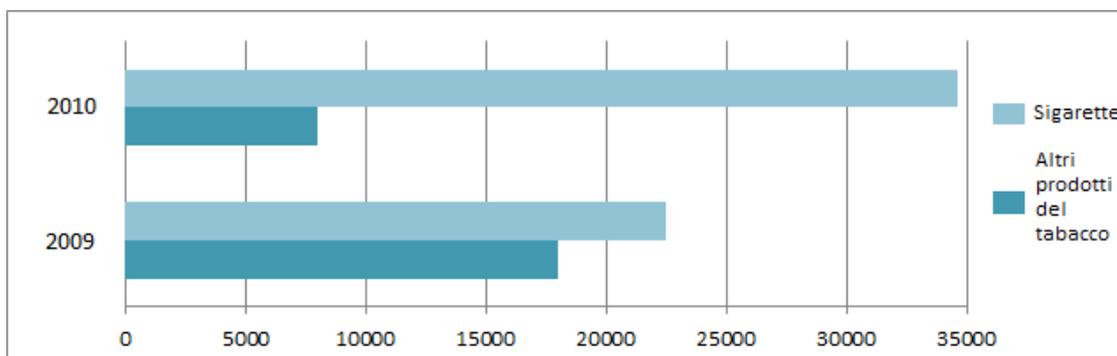


GRAFICO 7 – UE: prodotti da tabacco e sigarette sequestrati alle dogane (.000 unità)²²

²¹ Fonte: Euromonitor International – Illicit Trade in Tobacco Products – A world review (2010).

²² Fonte: elaborazioni Nomisma su “Report on EU customs enforcement of intellectual property rights: results at EU border” (2010).

Le sigarette e tutti i prodotti del tabacco rappresentano la categoria maggiore di articoli sequestrati, pari al 41,4% sul totale. La maggior parte dei prodotti intercettati provengono dal mercato cinese (88,7%), mentre la restante parte è ripartita tra Moldavia e India (11,3%).

Alle Dogane italiane è riconosciuto il ruolo di bloccare l'ingresso ai prodotti illegittimi che violano la Proprietà Intellettuale. Nel 2010 sono stati sequestrati 11,4 milioni di pacchetti di sigarette di contrabbando, ed una percentuale di esse possedeva anche il marchio contraffatto, più 20 tonnellate di tabacco sfuso.

3. Distribuzione

3.1 Commercio italiano

La distribuzione dei tabacchi lavorati si suddivide in tre tipologie:

- ✓ Sigarette – pari al 96% del totale.
- ✓ Tabacco sfuso (RYO) – pari al 2% del totale, mostrandosi come la tipologia più dinamica e in crescita negli ultimi anni (25% medio annuo).
- ✓ Altri prodotti (sigari, sigaretti, tabacco da masticare) – pari al 2% del mercato, molto stabile o decrescente.

L'evoluzione dei volumi di vendita legali di sigarette in Italia ha subito una forte contrazione negli ultimi anni. Partendo nel 2004 da 98.000 milioni di kg è giunto nel 2010 a toccare 82.500 milioni di kg. A tale diminuzione è controbilanciato un aumento considerevole della vendita di tabacco sfuso e una sostanziale stabilità di prodotti del tabacco diversi dalle sigarette.

Tale riduzione rispecchia una situazione di crisi economica e un aumento dei prezzi delle sigarette. A questo calo (-2,4%) controbilanciano i risultati positivi delle altre tipologie di prodotti da fumo: trinciati (+28,5%), sigaretti (+42,5%) e fiuti (+7,1%). I sigari risultano essere sostanzialmente stabili rispetto all'anno precedente con una variazione del -0,2%.

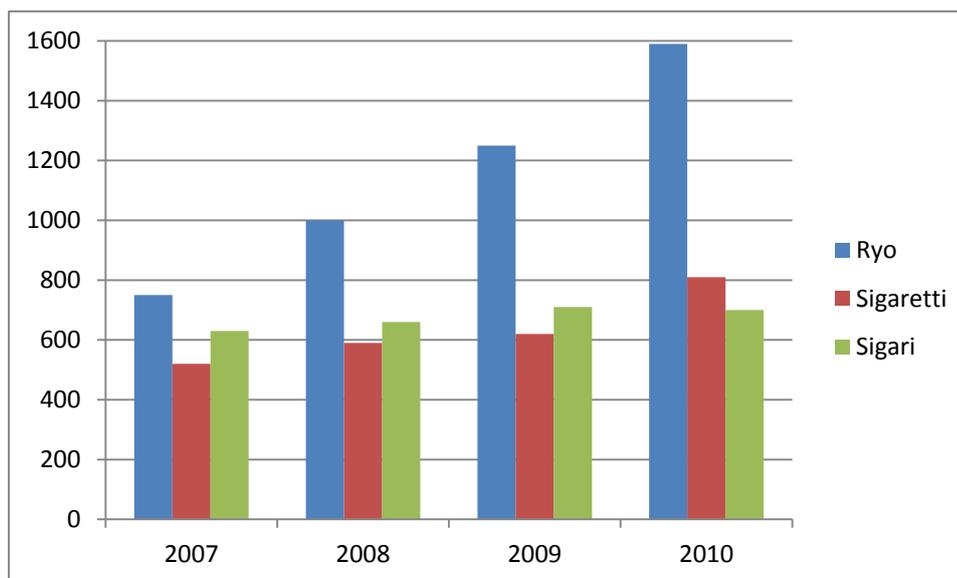


GRAFICO 8 – Evoluzione dei volumi di vendita degli altri tabacchi lavorati in Italia (milioni di kg)²³

È possibile ricostruire il volume dei consumi dei prodotti per aree geografiche: il Nord consuma il 45,9% delle sigarette ed è in assoluto l'area di maggiore assorbimento dei tabacchi da fiuto (81,8%) e con la maggiore propensione all'acquisto dei trinciati (48,3%) e sigari (46,3%). Il Sud si identifica come area di distribuzione di sigaretti (43,1%) ed insieme al Centro consumano il 54,1% di sigarette.

Analizzando la distribuzione in termini logistici, essa viene suddivisa in due categorie, distribuzione all'ingrosso e al dettaglio. In una prima fase, i Depositi Fiscali Territoriali ricevono le sigarette prodotte o importate, le quali vengono distribuite alle rivendite tramite una rete ramificata di depositi. Questi ultimi rappresentano un secondo livello del sistema e si comportano da intermediario tra i depositi territoriali e le rivendite. Il quadro è arricchito dai patentini ovvero esercizi commerciali autorizzati alla vendita di tabacchi. La distribuzione all'ingrosso si configura come un sistema complesso, finalizzato a garantire omogeneità e capillarità nella disponibilità del prodotto sul territorio nazionale e garantire tempi e modalità di transito ottimali. Tale ricerca di sinergie con la fase del dettaglio risponde ad una logica di adeguamento in un contesto fortemente competitivo.

²³ Fonte: Analisi dell'elasticità della domanda nel mercato dei tabacchi lavorati in Italia – Casmef, 2011

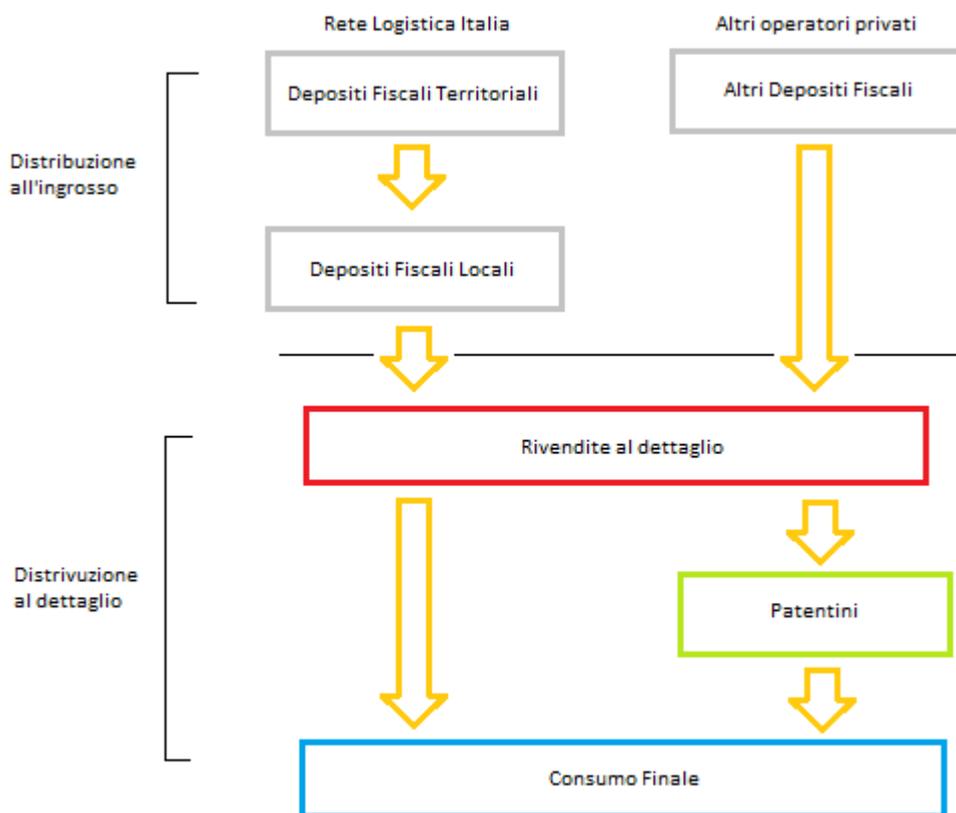


GRAFICO 9 – Struttura distributiva dei prodotti da fumo in Italia al 31/12/2010²⁴

La struttura distributiva all'ingrosso, dunque, riveste un ruolo chiave dal punto di vista del gettito fiscale poiché l'esazione dell'imposta di consumo collegata ai prodotti da fumo è a carico del soggetto responsabile della gestione del deposito fiscale, il quale deve corrispondere l'accisa per i tabacchi lavorati immessi in consumo. Nel 2010, i volumi dei prodotti da fumo fatturati sono calati rispetto all'anno precedente del -1,5%. Tale andamento negativo si è manifestato nelle due macro-aree italiane con simile intensità: -2,3% Nord e -3,9% Centro. Il Sud ha fatto registrare un andamento positivo seppur pari al +0,7%.

Da un'analisi effettuata su un campione di 3086 adulti svolta da Doxa nel Maggio 2012, è emerso che del 20,8% di fumatori attuali di sigarette, pari a 10,8 milioni di persone, il 53,5% fuma meno di 15 sigarette al giorno e la restante consuma una quantità di molto più elevata. La distribuzione per fasce d'età vede un picco per la popolazione, con prevalenza maschile, tra i 25-44 anni, a cui segue la fascia 45-64, poi 15-24 ed infine, con una percentuale

²⁴ Fonte: elaborazioni Nomisma su dati Aams e Logista Spa.

inferiore, la fascia over 65, con una frequente giornaliera del 93,4%.²⁵

3.2 Commercio internazionale

L'Italia riveste l'ottavo posto nello scenario internazionale per volumi di tabacco grezzo esportati.²⁶ Tale posizione riflette il ruolo di primo piano assunto nell'Europa.

Nel 2010, le esportazioni sono state pari a 75.706 tonnellate di tabacco greggio, presentando una crescita del 6,7% rispetto all'anno precedente. In parallelo, anche le importazioni sono aumentate sia in quantità che in valore, pari a 15.659 tonnellate di prodotto (+28,8%). A ciò corrisponde un aumento del valore totale degli arrivi dall'estero, pari al 24,5% (51,3 milioni di euro).

Un'analisi comparata sul volume delle esportazioni e delle importazioni condotta nell'arco di tempo 2000-2010, ha evidenziato come la bilancia commerciale presenti un andamento instabile; nel 2010, in particolare, l'ammontare è stato il più basso. È stato riscontrato un calo delle quotazioni del prodotto importato e un incremento di quello esportato. Oltre confine queste quotazioni sono invece cresciute, seppur con andamenti in linea con il trend decennale.

L'Europa rappresenta una destinazione privilegiata per le esportazioni italiane di tabacco greggio, che nel 2010 hanno raggiunto un valore complessivo del 73,6% del volume pari a 161,1 milioni di euro. Il Belgio in particolare ne ha acquistato per 68,6 milioni di euro.

Al contrario le esportazioni verso paesi esterni all'Ue sono cresciute, particolarmente per la Russia e l'Ucraina. Ciò dimostra come la globalizzazione coinvolga anche questo commercio, presentando, nella bilancia commerciale, un flusso di esportazioni dall'Italia verso l'Oceania per un valore di 86.000 euro.

Nel resto del mondo le esportazioni italiane sono cresciute quasi ovunque.

Riguardo il tabacco grezzo in entrata, nel 2010 l'Italia ha importato 15.619 tonnellate, con un aumento del 28,8% rispetto

²⁵ Fonte: indagine svolta da Doxa per conto dell'Istituto Superiore di Sanità, in collaborazione con l'Istituto di Ricerche Farmacologiche Mario Negri. Maggio 2012.

²⁶ Fonte: FAO.

all'anno precedente. La provenienza è prevalentemente comunitaria (Francia e Germania).

L'Europa occupa una posizione di rilievo nel contesto internazionale, con una crescita quasi ininterrotta delle esportazioni.

3.3 Mercato Finale

Nel 2010, le vendite di prodotti da fumo hanno raggiunto quota 18,4 milioni di euro (+1,2%). Tali generi sono assoggettati ad un regime fiscale oneroso, composto per il 74,4% da imposte quali Iva e Accise, e per il 10% dall'aggio dei rivenditori. I volumi di tabacchi venduti in Italia è stato pari a 90.725 tonnellate, composto per il 95,9% da sigarette. Tale prodotto ha subito un calo negli ultimi anni, mentre le altre tipologie hanno registrato un andamento positivo. Sebbene vi sia questa constatazione, le sigarette rimangono l'unico prodotto di largo consumo. Infatti, un'analisi delle vendite su questi ultimi evidenzia una preferenza verso i marchi esteri, pari all'84% dei volumi di vendita sul mercato italiano, nel quale i marchi nazionali detengono appena il 16%.

Un dato importante è la diffusione dell'abitudine al fumo, che si presenta differente da paese a paese. Da un'indagine svolta nei 27 paesi membri dell'Ue, il 29% della popolazione adulta (>15 anni) ha dichiarato di fumare.²⁷ La maggiore propensione al fumo si riscontra tra i paesi dell'Europa centro-meridionale rispetto a quello nordici.

Ai fini di una comparazione socio-economica, il peso medio annuo relativo alla spesa in prodotti da fumo su quella complessiva si è ridotta del -0,8%, in Italia pari a 18,1 miliardi.

Nel 2009, il 23% della popolazione italiana maggiore di 14 anni ha dichiarato di fumare sigarette, sigari o pipa; tale quota è più alta fra i maschi (29,5%) che tra le femmine (17%).²⁸ Le persone che fumano sono scese dal 23,7% al 23%, con contestuale diminuzione del numero medio di sigarette fumate. La quota consistente di fumatori risiede nel Centro Italia, seguita dal Nord Ovest e dalle Isole.

²⁷ Special Eurobarometer n 332 – Tabacco (Maggio 2010), svolto su un campione di 30.000 residenti.

²⁸ Fonte: Indagine Multiscopo dell'Istat.

4. Aspetti fiscali

I prodotti del tabacco sono sottoposti ad una duplice imposizione fiscale; il prezzo del prodotto finale, infatti, è composto, oltre che dai costi medi e marginali di profitto della filiera, anche da una imposta sulla produzione o sui consumi, detta *accisa*, e l'imposta sul valore aggiunto (*IVA*).

L'alta incidenza impositiva sul prezzo di vendita è spiegato dal volume elevato di gettito per l'erario. La tassazione è utilizzata sia per scopi paternalistici, con l'obiettivo di disincentivare il consumo, sia per correggere le esternalità legate al consumo di tabacco. Lo scopo principale della tassazione è ridurre al minimo le distorsioni sulle decisioni di consumo. La natura ad valorem della tassazione altera il prezzo di vendita, modificando le scelte individuali. Le imposte svolgono un ruolo redistributivo.

L'organismo del Ministero dell'Economia e delle Finanze che si occupa del controllo del versamento e riscossione delle imposte è l'Amministrazione autonoma dei monopoli di Stato (Aams).

4.1 Struttura impositiva

I governi applicano tre tipi di tasse sul tabacco:

- ✓ *Accisa* – una tassa sui consumi selettivi
- ✓ *Dazi doganali* – che riguardano i prodotti importati
- ✓ *IVA* – tassa generale sui consumi

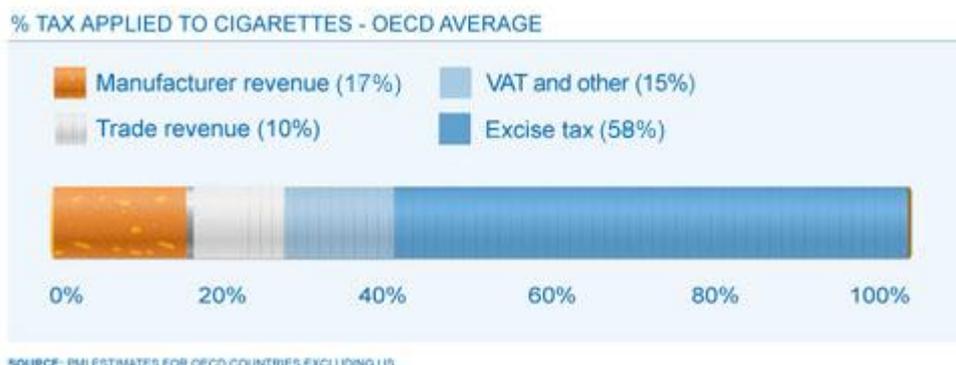


GRAFICO 10 – Tasse applicate alle sigarette²⁹

²⁹ Fonte: www.pmi.com/ita/tobacco_regulation/tobacco_taxation/ Consultato il 16 Aprile 2013 alle ore 18:00.

Il livello medio dell'imposizione complessiva per le sigarette (accisa + iva) rappresenta circa il 75% del prezzo di vendita al pubblico.

La direttiva 2001/61/UE del 21 Giugno 2011 stabilisce i principi generali per l'armonizzazione delle accise. Le sigarette sono soggette ad un'accisa ad valorem, calcolata sul prezzo massimo di vendita, compresi i dazi doganali, ed una accisa specifica calcolata per unità di prodotto. Le principali modifiche riguardano l'introduzione per le sigarette del Weighted Average Price³⁰ (WAP), un indicatore più rappresentativo dei singoli mercati europei, calcolato in relazione al totale delle sigarette emesse sul mercato.

Il gettito fiscale italiano ricavato dalla vendita dei tabacchi lavorati è cresciuto del 47,9%, giungendo a 13,6 miliardi di euro, divisibile in 10,4 miliardi di euro di accise e 2,9 miliardi di euro di Iva. Il trend negativo spiegato nei paragrafi precedenti si identifica in un depauperamento in termini di redditività fiscale dell'intero comparto dei tabacchi lavorati.

Gli altri prodotti da fumo sono soggetti ad un regime impositivo diverso e l'Erario non riesce a controbilanciare con queste il calo della vendita delle sigarette.

Aliquote impositive	Prescrizioni comunitarie	Mercato italiano
Aliquota di base	Almeno pari al 57% del PMP	58,5% (sulla base dell'MPPC)
Componente specificata	Compresa tra il 5 e il 76,5% dell'onere fiscale totale sul PMP	5% - 2011 sul PMP 5,5% - 2012 6% - 2013 7,5% - 2014
Componente proporzionale	Ammontare dell'accisa globale calcolato sull'MPPC dedotto dell'aliquota specifica calcolata come % del PMP	Riduzione progressiva per compensare l'aumento della componente specifica
Aliquota IVA	Almeno pari al 15% del prezzo di vendita al netto dell'IVA	21%

GRAFICO 11 – Le accise sulle sigarette in Italia³¹

³⁰ In sostituzione della Most Popular Price Category (MPPC).

³¹ Fonte: www.batitalia.com

L'elevato livello della tassazione dei tabacchi lavorati, sommato alle considerevoli dimensioni del consumo in Italia, configura il gettito fiscale che si ottiene da questi prodotti come una importante voce delle entrate dello Stato. In particolare nel 2010, le entrate derivanti da questa voce hanno contribuito al 7,2% del totale delle imposte indirette, pari a 188,5 miliardi di euro.

A livello europeo, il processo di armonizzazione è imperniata sulle seguenti normative:

- Direttiva 99/81/CE, che definisce le modalità di intervento degli Stati membri sulla struttura impositiva, quando vi sono delle variazioni di prezzo o delle aliquote.
- Direttiva 2002/10/CE, che ha introdotto una accisa minima per le sigarette della classe di prezzo più richiesta.
- Direttiva 2010/12/UE, che concerne la struttura e le aliquote delle accise che gravano sui tabacchi lavorati.

Accisa:

Esistono tre metodi per calcolare l'accisa:

Accisa specifica – calcolata come ammontare fisso per quantità, indipendentemente dal prezzo.

Accisa ad valorem – calcolata in percentuale ad un determinato parametro, di solito il prezzo. Effetto moltiplicatore.

Accisa mista – combinazione delle prime due, caratterizzata dalla coesistenza di una componente specifica, uguale per tutte le classi di prezzo, ed una componente ad valorem, variabile in base al prezzo.

Iva:

L'Iva sui prodotti è uguale a quella calcolata su tutti gli altri beni e ammonta al 21%. Si traduce in una componente ad valorem sul prezzo, generando gli stessi effetti moltiplicatori.

In Italia, l'accisa sulle sigarette incide per il 58,5% sul prezzo di vendita finale e per il 58,2% sul prezzo finale medio. Per gli altri prodotti, l'incidenza è ad valorem per tutte le classi di prezzo (56% per il tabacco sfuso e tabacco da pipa, 23% per sigari e sigaretti).

4.2 Analisi economica

Poiché il mercato dei tabacchi risulta frammentato, con una rilevanza maggiore verso le sigarette, per comprendere i fattori economici che influenzano la domanda di tabacchi lavorati, bisogna individuare quali sono le determinanti che agiscono sulla domanda delle sigarette. Tale domanda è strettamente correlata al reddito dei consumatori, al prezzo di tali prodotti e alla loro funzione di domanda, al prezzo dei beni sostituti.

L'elasticità misura l'intensità del legame tra la domanda e i fattori economici che la influenzano. Viene definita *elasticità diretta* il rapporto tra la variazione del volume della quantità domandata di un prodotto (in percentuale) e la variazione del prezzo relativo (in percentuale); se tale rapporto è inferiore ad 1, il prezzo influenzerà meno che proporzionalmente la quantità domandata e quest'ultima viene detta inelastica. L'effetto opposto si ha nel caso di un rapporto superiore ad 1, diventando la domanda elastica al prezzo. Tale elasticità è influenzata da tante variabili che il consumatore prende in esame quando decide se acquistare o no un determinato bene. Se vi è la presenza, ad esempio, di beni sostituti, egli tenderà a riporre la sua scelta sul prodotto che soddisfa la fascia di prezzo cui egli è disposto a pagare.³²

Un'analisi sul mercato delle sigarette mostra come i consumatori siano potenzialmente rivolti ad uno specifico prodotto definito da una determinata marca, e che l'elasticità dunque sia inferiore di 1. Tale dato va calato comunque nei differenti contesti socio-economici.

³² L'*elasticità incrociata* misura invece la variazione percentuale della quantità domandata di un bene rispetto alla variazione del prezzo di un bene sostituto o complementare (sempre in percentuale); un'elasticità negativa è implicita di una relazione inversa tra i due beni e questi ultimi saranno complementari, tale per cui l'aumento del prezzo di uno comporta una diminuzione della quantità dell'altro. Nel mercato delle sigarette esiste una relazione inversa con altri beni.

L'*elasticità rispetto al reddito* misura la variazione percentuale della quantità domandata di un bene rispetto alla variazione del reddito; un'elasticità positiva evidenzia come la variazione del reddito induce una variazione nella quantità richiesta di segno uguale. Tale bene è detto normale.

Esaminando ogni indice all'interno di un determinato contesto sociale ed economico, si riscontra la facoltà dei consumatori di sostituire le sigarette più costose con altre meno costose; tale sostituzione comporta dirette conseguenze sull'elasticità, poiché i consumatori decidono di sostituire ad esempio le sigarette con un altro tabacco lavorato, come il tabacco sfuso, che presenta un prezzo inferiore di circa il 50%; inoltre possono ridurre il consumo di sigarette o cessarlo completamente od infine, possono, sfociando nell'illegalità, acquistare sigarette di contrabbando.

5. Conclusioni

La crisi economica, che ha colpito numerose famiglie italiane, ha obbligato migliaia di fumatori a ricercare metodi alternativi all'acquisto delle sigarette, divenute ormai troppo costose. Negli ultimi anni, infatti, la domanda legale di sigarette è diminuita e tale trend negativo non accenna ad arrestarsi in seguito al continuo aumento del prezzo da parte dell'Aams. Considerando gli anni tra il 2004 e il 2010, l'elasticità diretta è stata pari a 0,7 ed ha subito un brusco aumento nell'ultimo triennio, giungendo a quota 1,3, contro una media del 0,4 nei paesi sviluppati. Sebbene tali dati risentono in ampio modo del campione preso in esame, è conclamata la teoria che tale valore si aggira all'unità, restando comunque molto elevato. Tale aumento è rintracciato nell'elevata tassazione che incombe su questo settore, producendo un effetto moltiplicativo del valore dell'accisa, amplificando gli aumenti di prezzo. Questa situazione potrebbe ritorcersi contro l'Erario, poiché potrebbe far contrarre la domanda dei consumatori e dunque i volumi di vendita.

I consumatori sono diventati molto sensibili agli aumenti di prezzo, e si fa strada tra loro la necessità di trovare prodotti alternativi con cui sopperire la necessità di fumare. Alcuni studi dimostrano come siano cambiate anche le abitudini di consumo.

Tale andamento decrescente del mercato si concretizza in una contrazione di -2,4% nel 2010, con un numero complessivo di sigarette vendute pari a 87 miliardi, circa il 7% in meno degli anni precedenti.

Tale andamento del mercato dei tabacchi dovrebbe mettere in allarme le istituzioni coinvolte e gli attori economici della filiera di produzione, ai quali si stima che il contrabbando sottrae 165 milioni di euro.

Capitolo III

1. La sigaretta elettronica

La sigaretta elettronica si ispira, per forma e funzione, ai tradizionali prodotti utilizzati per inalare il fumo, primo fra tutti la sigaretta. Questa è dotata di un condensatore alimentato da una batteria ricaricabile, il quale, scaldando una soluzione, permette di inalare del vapore acqueo, creando la tipica sensazione provata aspirando il fumo di una sigaretta. Il vapore è prodotto da una miscela contenente acqua, glicole propilenico, glicerolo e nicotina in quantità variabile più l'aggiunta di aromi alimentari. Non essendoci la combustione del tabacco, il rischio cancerogeno associato all'utilizzo di questo prodotto è teoricamente inferiore.

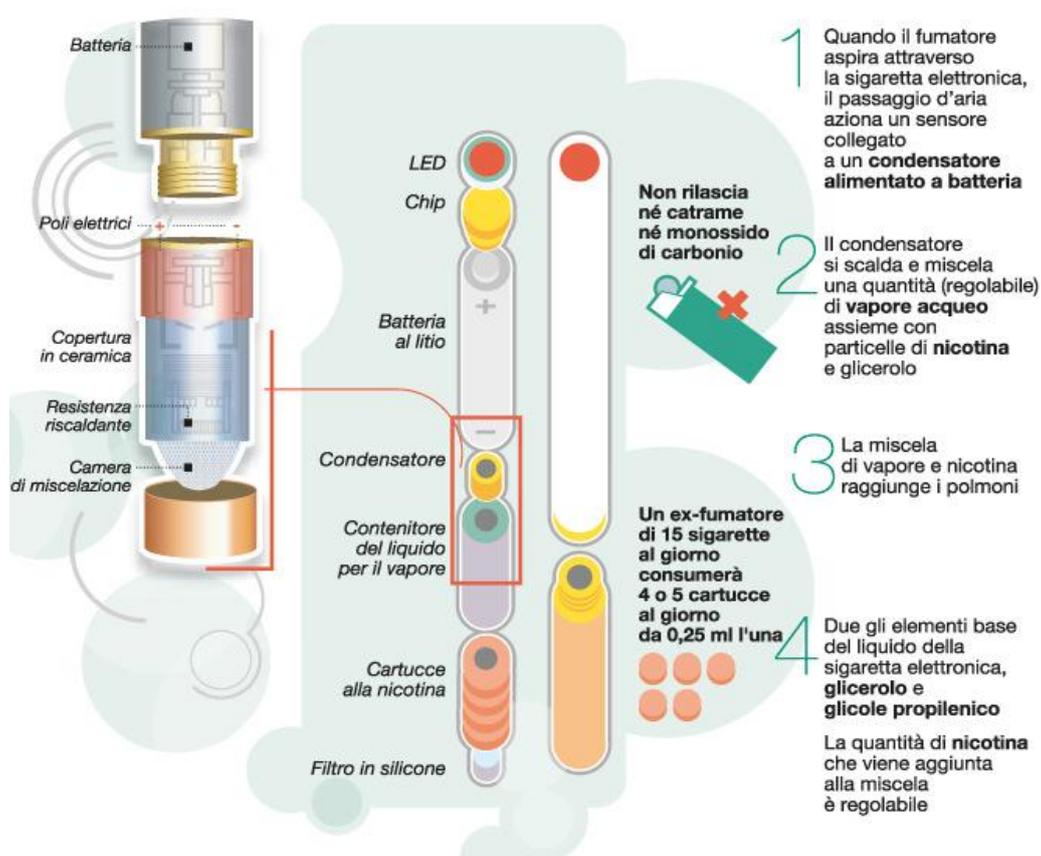


FIGURA 1 - Come funziona la sigaretta elettronica³³

2. Normativa italiana

Con un'ordinanza emanata il 2 aprile 2013³⁴, il Ministro della Salute Renato Balduzzi ha vietato la vendita della sigaretta elettronica con presenza di nicotina ai minori di diciotto anni.

³³ Fonte: www.repubblica.it

³⁴ Fonte: Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana, n 100 pubblicata il 30 Aprile 2013.

Ripercorrendo l'excursus legislativo legato a questo prodotto, il 28 Settembre 2012³⁵ è stata emessa una prima ordinanza recante il «Divieto di vendita ai minori di anni 16 di sigarette elettroniche con presenza di nicotina»³⁶. Contestualmente, il 13 Dicembre 2012 è stato emesso un decreto-legge n 158³⁷, convertito, il quale vieta la vendita dei prodotti da fumo ai minori di 18 anni, entrato in vigore il 1° Gennaio 2013.

Il Ministro ha chiesto all'Istituto Superiore di Sanità di esprimersi in merito alla valutazione di un possibile rischio connesso all'uso di queste sigarette elettroniche, focalizzando l'attenzione sui minori. Lo studio si è basato su un metodo per accertare la pericolosità di questa sigaretta attraverso un modello di misurazione dell'assorbimento di nicotina dalle diverse cartucce, e si concentra sulla parte di fumatori a moderata, media e forte intensità di utilizzo. Tale analisi ha evidenziato una dose quotidiana di nicotina, con un uso moderato della sigaretta elettronica, superiore a quella quotidiana, stabilita dall'agenzia europea per la sicurezza alimentare (EFSA).³⁸

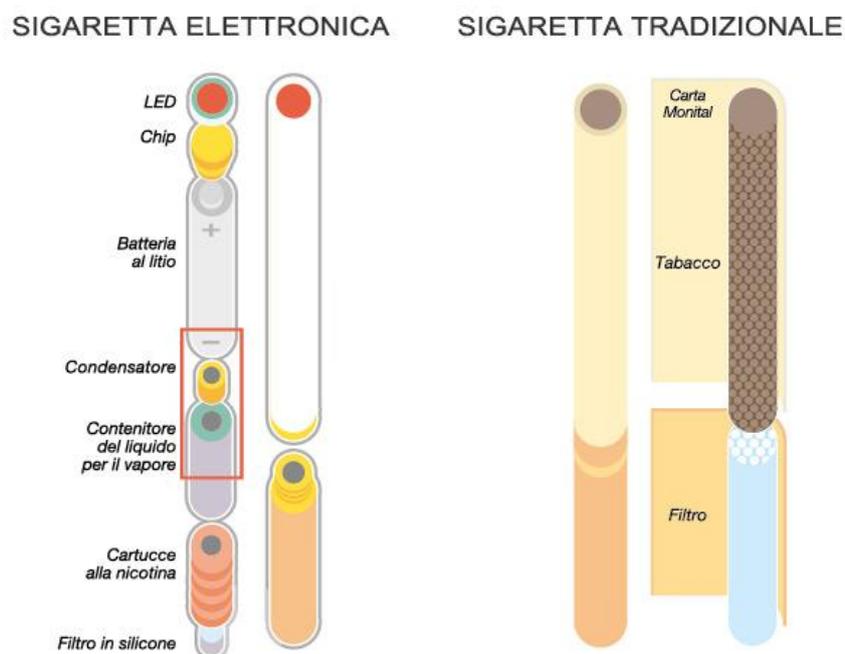


FIGURA 2 – Confronto tra la sigaretta elettronica e quella tradizionale³⁹

³⁵ Fonte: <http://www.trovanorme.salute.gov.it/dettaglioAtto?id=44169>

³⁶ Fonte: Gazzetta Ufficiale del 23 Ottobre 2012, n 248.

³⁷ Fonte: Gazzetta Ufficiale del 13 Settembre 2012 n 214.

³⁸ Fonte: <http://www.efsa.europa.eu/it/>

³⁹ Fonte: www.repubblica.it su un'indagine effettuata da Doxa nel 2012.

Il Consiglio Superiore di Sanità ha dichiarato che allo stato attuale mancano le conoscenze circa gli effetti dei componenti organici della sigaretta elettronica sulla salute umana. Non si possiedono, dunque, studi che attestino l'effettiva efficacia e sicurezza di questi dispositivi o l'insorgere di effetti che inducano alla dipendenza da nicotina o favoriscano l'avvio al fumo di sigarette. Il 20 Dicembre 2012, inoltre, ha raccomandato «in attesa di disporre di evidenze sulle tematiche sopracitate, l'adozione di misure analoghe a quelle previste per il controllo del fumo di tabacco, in particolare di quelle per i soggetti minori di anni 16»⁴⁰. Il CSS dovrà stabilire se tale prodotto e le ricariche che contengono nicotina o altre sostanze possono rientrare nella più ampia definizione di "medicinale per funzione", sebbene manchi un'esplicita destinazione d'uso in questo senso da parte del produttore. Tale approfondimento è iniziato lo scorso 19 marzo e si attendono i risultati.

Poiché, dunque, nel mercato italiano sono presenti questi beni, venduti sotto la denominazione di "sigarette elettroniche", e considerato che non si possa escludere l'esistenza di taluni rischi associati al loro utilizzo, è ordinato il divieto di vendere ai minori gli articoli appartenenti a questa categoria che presentano nicotina.

Le sanzioni in seguito all'inosservanza di tale ordinanza sono le medesime previste dal "Decreto Balduzzi" per la vendita di prodotti del tabacco a minori di 18 anni.⁴¹

3. Dibattito europeo

L'Unione Europea sta preparando una direttiva per imporre delle regole ferree ad un mercato proliferato senza controlli. La Commissione Europea, infatti, ha appena annunciato che quasi tutte le sigarette elettroniche saranno trasformate in prodotti medicinali. Il testo della direttiva ha dinanzi a sé un iter lungo e deve ancora essere approvato dal Parlamento e dal Consiglio Europeo e verrà emanato nel 2014.

⁴⁰ Fonte: Gazzetta Ufficiale n.100 del 30 Aprile 2013.

⁴¹ Cfr. Gazzetta Ufficiale n. 263 del 10 novembre 2012.

Tutti i prodotti formati da un vaporizzatore di nicotina superiore a due milligrammi, ovvero il 90% del mercato attuale di sigarette elettroniche, verranno venduti in farmacia, sottoponendoli ad una regolamentazione analoga a quella dei prodotti medicinali.



FIGURA 3 - I dosaggi di nicotina⁴²

Questa scelta comporterà una profonda crisi al nuovo business dei negozi specializzati nella vendita di questi prodotti.

Alla domanda sul perché si sta procedendo per questa via, si è data risposta spiegando che la nicotina contenuta nei flaconi è un prodotto tossico e a contatto con la pelle provoca ustioni. Poiché, quindi, questa sostanza è assai pericolosa, è necessario che segua specifiche regole nella etichettatura, la quale ad oggi ha molti difetti in merito, ad esempio, alla lingua spesso diversa da quella del paese nel quale è venduto.

Le proposte di modifica della direttiva interessano molti aspetti, concentrandosi su sei aree di intervento; riguardo la disciplina sulle vendite di sigarette elettroniche, sigarette a base di erbe e altri prodotti non da fumo che contengono nicotina, si auspica una regolamentazione secondo le attuali norme circa le accise sui prodotti da fumo, ritenendo che sia necessaria la commercializzazione esclusiva attraverso una rete affidabile e controllata simile a quella dei generi di monopolio. E' diffusa,

⁴² Fonte: www.repubblica.it

inoltre, la preoccupazione sugli effetti nocivi dei prodotti del tabacco non da fumo. Uno degli aspetti cardine dell'intervento comunitario attiene alle informazioni necessarie da fornire al consumatore, inglobando tutte quelle regole di carattere commerciale riguardo le avvertenze sanitarie, con l'inserimento di immagini che ne dissuadano l'acquisto. Circa la comunicazione e la registrazione degli ingredienti, sono previste una serie di adempimenti a carico dei produttori. Assai più dibattuto è il punto sulla regolamentazione degli ingredienti dei prodotti da fumo, con l'intento di stabilire una lista di ingredienti da utilizzare, con l'esclusione di altri. L'ultimo aspetto da disciplinare riguarda il tentativo di regolare la vendita di questi prodotti.

4. Analisi del fenomeno

Il grafico di seguito illustrato mostra come il vero concorrente del settore del tabacco sia la sigaretta elettronica, il cui uso è destinato a crescere a ritmi molto rapidi. Il motivo principale per cui sta spopolando tra i fumatori abituali questo prodotto risiede nel fatto che il suo prezzo è inferiore se confrontato con i costi medi di lungo periodo delle sigarette, e non ha accertate controindicazioni riguardo la salute.

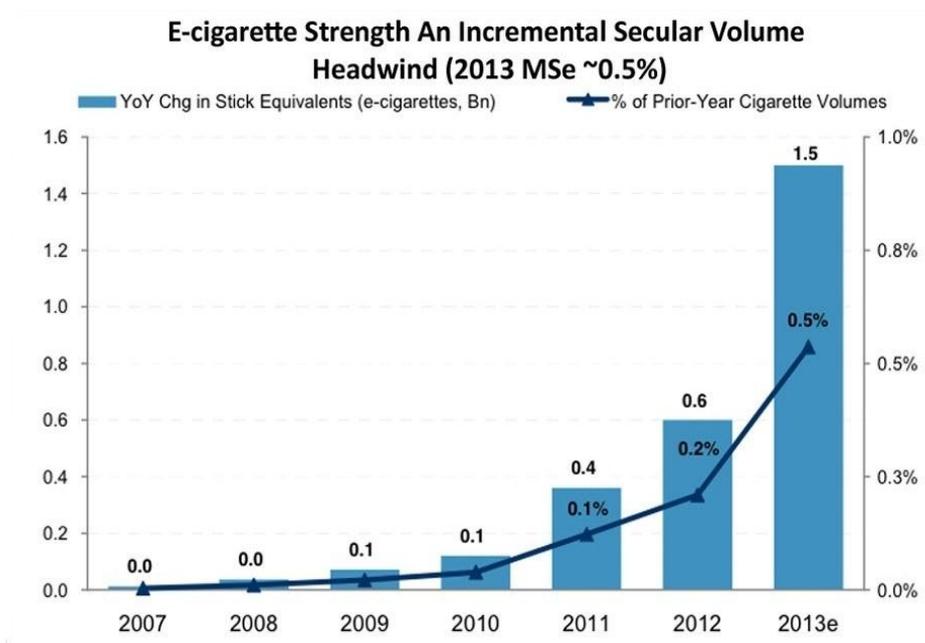


FIGURA 4 - aumento del volume delle vendite delle sigarette elettroniche⁴³

⁴³ Fonte: Morgan Stanley Research, Company Data

In un periodo di crisi come quello attuale, i fumatori, lungi dalla ipotesi di far cessare il loro vizio, cercano disperatamente soluzioni alternative alle tradizionali sigarette.

Sebbene la sigaretta elettronica esisteva già negli anni passati, non aveva mai ottenuto grande successo fino al 2009 quando sono iniziate a crescere le vendite, pur rimanendo sotto un livello di cento milioni. Dal 2011, si è registrata un'impennata di proporzioni gigantesche, passando da 400 milioni a 600 milioni in un solo anno. All'inizio del 2013 si ipotizzava un incremento simile ai dati registrati, ma una recente ricerca effettuata dagli analisti di Morgan Stanley⁴⁴ testimonia che si prospetta una crescita delle vendite superiore al miliardo e mezzo.

Queste cifre, pur sembrando a prima vista troppo ottimiste, pare sfiorino la realtà dei fatti, e ciò lancia un dato preoccupante agli Stati, i quali hanno subito una perdita importante a livello economico e una riduzione della quota di mercato posseduta. Infatti non si nasconde l'ipotesi di una rivisitazione al rialzo di tali stime, in seguito all'andamento attuale del mercato delle e-cig.

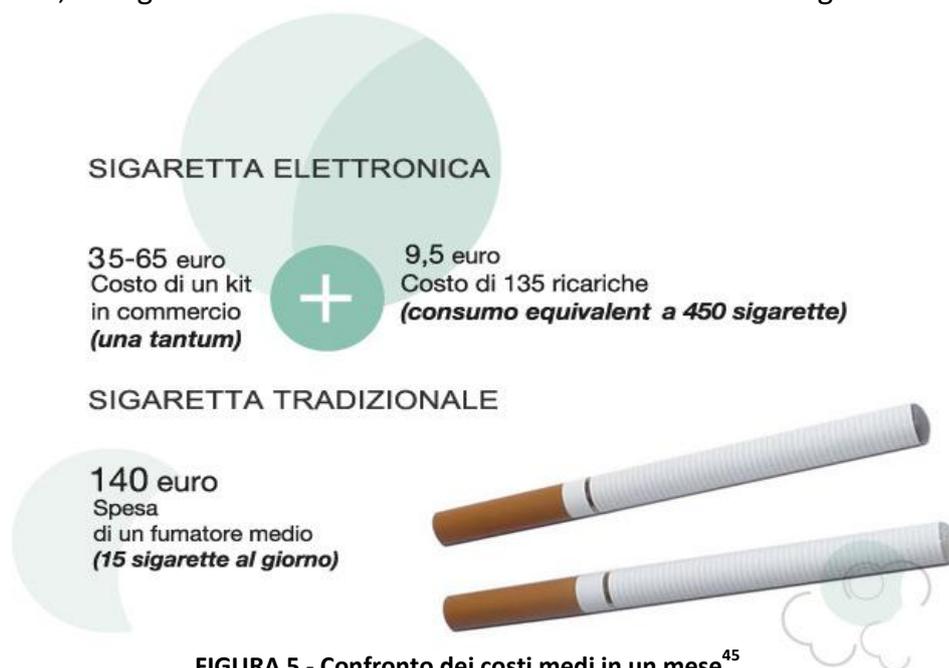


FIGURA 5 - Confronto dei costi medi in un mese⁴⁵

Rossana Purich, responsabile del Centro antitabagismo, ha dichiarato che «Innanzitutto le sigarette elettroniche sono un presidio sanitario medico, da utilizzare solo per la disassuefazione. Non possono trasformarsi in uno strumento di stabile utilizzo.

⁴⁴ Sito: <http://www.morganstanley.com/>

⁴⁵ Fonte: www.repubblica.it

Altrimenti il problema si sposta ma non si risolve. Della sigaretta elettronica esistono due tipi, con o senza nicotina. La persona deve perciò sapere che cosa utilizzare, il che può avvenire solo con l'assistenza di un medico. La sigaretta elettronica per il fumatore è ciò che rappresenta il metadone per chi assume sostanze stupefacenti. Per questo motivo, dovranno essere vendute solo in farmacia. Oggi si trovano un po' dappertutto per mancanza di normativa, ma lavoreremo per cancellare questo vuoto», ed aggiunge che «oggi nessuno può garantire che siano innocue. La maggior parte arriva dalla Cina, perciò dei controlli sul prodotto non abbiamo traccia. Abbiamo invece appurato che alcune addormentano e come tali andrebbero vietate»⁴⁶.

Di recente è stato proposto un emendamento per regolare le sigarette elettroniche e sopperire alle ingenti perdite erariali del settore del tabacco. Queste rischiano quindi di essere tassate dallo Stato in modo analogo ad ogni altro prodotto da tabacco venduto. Il motivo per cui anche il Governo si stia muovendo in questa direzione risiede nella perdita pari ad un miliardo di euro di accise sul tabacco solo nel 2013, cifre denunciate dal Segretario della Federazione Italiana Tabaccai Giovanni Risso.



FIGURA 6 - il mercato della sigaretta elettronica⁴⁷

L'accisa a cui è sottoposto il tabacco, dunque, dovrebbe essere estesa a tutti i prodotti a base di nicotina. Il testo di legge proposto "vuole regolamentare il settore dei prodotti atti a sostituire i prodotti da fumo che oggi vengono immessi sul mercato in totale

⁴⁶ Fonte: "Il Piccolo" di Trieste, articolo pubblicato il 28 aprile 2013, a cura di Ugo Salvini.

⁴⁷ Fonte: www.repubblica.it

assenza di chiare disposizioni" anche per evitare "un depauperamento delle entrate erariali".

Dal lato dei tabaccai si è costituita una forza a sostegno dello Stato verso l'attuazione di questa proposta, poiché è stato registrato un grandissimo calo dei consumi dei prodotti del tabacco, accentuato dal contrabbando e dalla contraffazione di questi prodotti, venduti a prezzi nettamente inferiori, e dallo sviluppo della sigaretta elettronica, comportando una diminuzione dei profitti di questi soggetti.

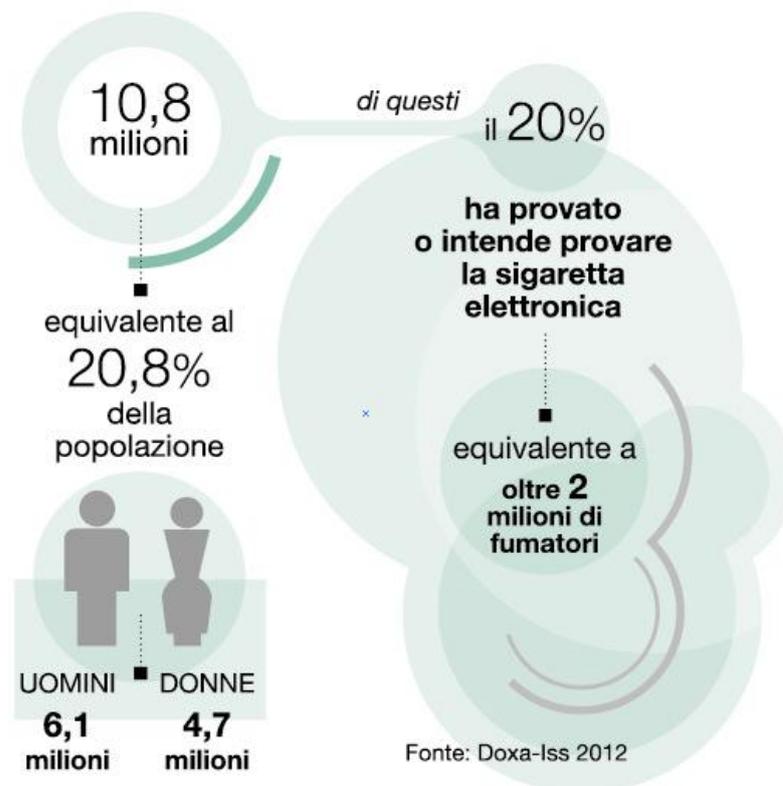


FIGURA 7 – I fumatori in Italia⁴⁸

Si vuole procedere scegliendo tra due direzioni: riservare la vendita delle sigarette elettroniche esclusivamente alle rivendite autorizzate, ovvero le tabaccherie oppure commercializzare questi prodotti sotto la nomenclatura di medicinali, comportando il trasferimento di questi all'interno delle farmacie.

I franchising aperti negli ultimi anni potranno vendere solamente i prodotti privi di nicotina e i dispositivi per l'inalazione, comportando nella maggior parte dei casi il fallimento.

La strada verso questo obiettivo non è semplice poiché l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato ha

⁴⁸ Fonte: www.repubblica.it

competenza esclusivamente sui tabacchi lavorati e non sui componenti chimici a base di nicotina.

5. Conclusioni

La sigaretta elettronica ha, indubbiamente, guadagnato moltissimo successo tra i fumatori, poiché hanno avuto l'esigenza condivisa di trovare metodi alternativi e più economici per soddisfare il loro desiderio di fumare. Dai dati raccolti questo prodotto non era riuscito a sfondare in un mercato monopolistico, che è quello del tabacco, in un periodo antecedente la crisi mondiale del 2011 poiché non vi era la necessità di cambiare le abitudini tipiche proprie dei fumatori. Sebbene questi si sono dapprima spostati all'utilizzo del tabacco sfuso, anch'esso molto meno caro delle classiche sigarette, si sono lasciati travolgere dalla nuova moda, abbandonando anche questo modo alternativo. Ovviamente, non manca in questa categoria chi è ostile all'uso del prodotto perché considerato un falso surrogato della tradizionale sigaretta e non essendo pienamente soddisfatti dei risultati.

Il governo italiano ed europeo si sono visti impreparati a questo nuovo business, il quale, in seguito ad una mancanza legislativa che lo regola, ha preso le mosse da iniziative proprie e prive di controllo. Sono infatti spopolati i negozi che rivendono queste sigarette, creando anche una certa competizione nei prezzi e andando ad impattare ancor di più sul mercato del tabacco.

Si sta cercando strenuamente di formulare nel più breve tempo possibile una precisa regolamentazione sia a livello nazionale che a livello comunitario e si evince con chiarezza la volontà di considerare questo nuovo prodotto come esclusivamente un metodo per eliminare il vizio del fumo. Dunque, si provvederà a spostare, quasi sicuramente, la vendita di questi all'interno delle farmacie, creando un ulteriore monopolio e provvedendo ad una tassazione analoga a quella dei tradizionali prodotti da fumo.

L'obiettivo principale dello Stato è il reintegro delle ingenti perdite subite e attuare un controllo più diretto e marcato, creando una rete di vendita prestabilita ed esplicita.

La critica si è molto dibattuta su questo tema; alcuni sono contrari alle decisioni dello Stato poiché lo incolpano di attuare una disciplina esclusivamente opportunistica, esercitando un abuso dei propri poteri con l'istituzione di monopoli ad hoc solo per trarne un profitto aggiuntivo. Altri invece sono concordi con l'esigenza di regolamentare un mercato nuovo e libero, per tutelare primo fra tutti il consumatore e garantirgli un prodotto sicuro.

Prendere le parti per l'uno o l'altro fronte è molto arduo perché sarebbe necessaria una profonda conoscenza delle reali motivazioni che stanno spingendo Stato ed Europa a proseguire per questa direzione. Certo è che ancora le carte sono in gioco e per avere una esaustiva conoscenza degli obiettivi preposti si dovrà attendere i prossimi appuntamenti in calendario.

Bibliografia

- BOSCO B., PARISIO L., *Lezioni di scienza delle finanze*, Giappichelli, 2008.
- CASMEF WORKING PAPER SERIES – *Analisi dell’elasticità della domanda nel mercato dei tabacchi lavorati in Italia* – S. Marzoni, A. Pandimiglio, M. Spallone – Working Paper No. 6 October, 2011.
- Decreto Legge n° 2258 dell’8 dicembre 1927 convertito in legge il 6 dicembre 1928, n° 3474.
- EUROPEAN BUSINESS – *Facts and figures* – Eurostat, 2009.
- EUROPEAN COMMISSION – *Special Eurobarometer n 332 – Tabacco*, Maggio 2010.
- EUROPEAN COMMISSION – Taxation and Customs union – *Report on EU customs enforcement of intellectual property rights: results at EU border – 2010*.
- EUROSTAT – *Statistics on the production of manufactured goods*, 2010.
- EUROMONITOR INTERNATIONAL – *Illicit Trade in Tobacco Products – A world review*, 2010.
- FISCHER S., DORNBUSCH R., SCHMALENSSEE R. – *Economia – strumenti, microeconomia, macroeconomia, economia internazionale*, Hoepli, 1992.
- *Il fumo in Italia* – indagine effettuata per conto de l’Istituto Superiore di Sanità, in collaborazione con l’istituto di Ricerche Farmacologiche Mario Negri – Doxa, Maggio, 2012.
- NOMISMA – *La filiera del tabacco in Italia, impatto socioeconomico ed aspetti di politica fiscale XV rapporto* | 2011.
- *Relazione sulla contraffazione nel settore del tabacco* – relazione della Commissione parlamentare di inchiesta sui fenomeni della contraffazione e della pirateria in campo commerciale (Doc. XXII-bis N. 6).
- VARIAN H., *Microeconomia*, Cafoscarina, 2007.

Sitografia

- *Agenzia Autonoma dei Monopoli di Stato* – www.aams.gov.it
- *Agenzia delle dogane* – <http://www.agenziadogane.gov.it>
- *Autorità Europea per la sicurezza alimentare* – www.efsa.europa.eu/it/
- *Business Insider* – www.businessinsider.com
- *British American Tobacco Italia* – www.batitalia.com
- *Cendon Partners* – www.cendonpartners.it
- *Corriere Sanità* – <http://corrieresanita.eu/>
- *Economia Panorama* – economia.panorama.it
- *Enciclopedia italiana Treccani* – www.treccani.it
- *Federazione Italiana Tabaccai* – www.tabaccai.it
- *Food and Agriculture Organisation* – www.fao.org
- *Food and Agriculture Organisation Statistic Division* – <http://faostat.fao.org>
- *Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana* – <http://www.gazzettaufficiale.it/>
- *Istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione* – www.indicam.it
- *Istituto nazionale di statistica* – www.istat.it
- *Libero* – www.libero.it
- *Mercato Globale* – www.mglobale.it
- *Ministero della Salute* – salute.gov.it
- *Morgan Stanley* – www.morganstanley.com

- *Philip Morris Internazionale* – <http://www.pmi.com/ita/>
- *Il Piccolo* – ilpiccolo.gelocal.it
- *Repubblica* – www.repubblica.it
- *Scienza Panorama* – scienza.panorama.it
- *Il Sole 24 ore Sanità* – sanita.ilsole24ore.com
- *Sostanze info* – sostanze.info
- *Tom's Hardware, partner del Gruppo Editoriale L'Espresso*
– www.tomshw.it
- *Trova norme Ministero della Salute* –
www.trovanorme.salute.gov.it