



INDAGINE SULLE ABITUDINI DI FUMO IN LOMBARDIA PER LA GIORNATA MONDIALE SENZA TABACCO 2024

Report finale - Brescia

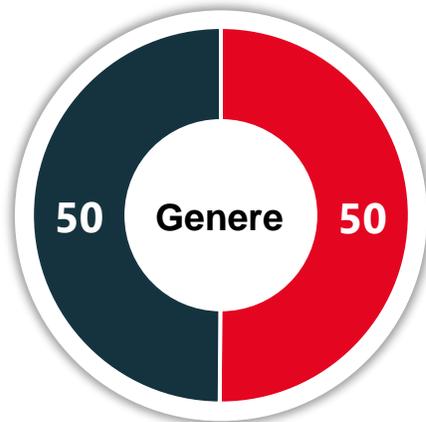
Metodologia e campione

L'indagine è stata condotta **tramite interviste online con metodo CAWI** (Computer Assisted Web Interview) e **tramite interviste telefoniche con metodo CATI** (Computer Assisted Web Interview) su un campione composto da **250 soggetti maggiorenni con età compresa tra i 18 e i 74 anni e residenti nella provincia di Brescia**

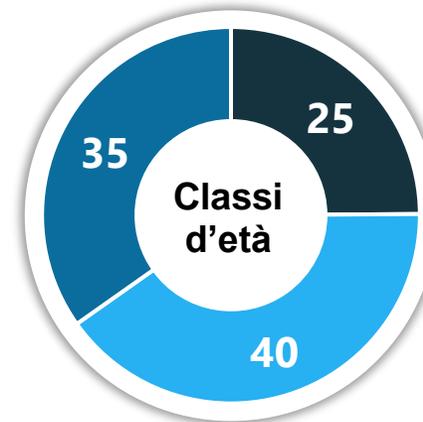
I dati a livello regionale sono stati ponderati per garantire la distribuzione dei fumatori proporzionale rispetto alla popolazione residente della province lombarde secondo i parametri di provincia di residenza, genere e classe d'età.

I dati a livello provinciale sono stati ponderati per garantire la distribuzione dei fumatori proporzionale rispetto alla popolazione residente della province lombarde secondo i parametri di genere e classe d'età.

Le interviste sono state somministrate dal **30 aprile al 14 maggio 2024**.



■ Uomo
■ Donna



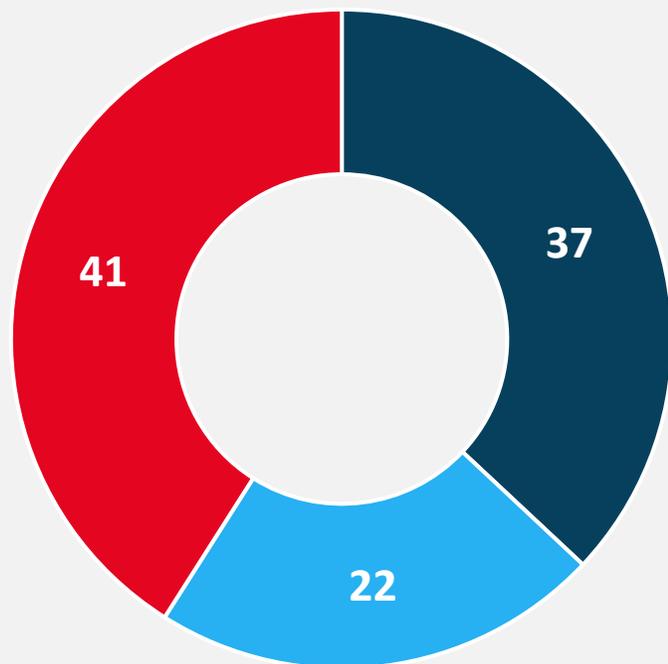
■ 18-34 anni ■ 35-54 anni
■ 55-74 anni



LE ESPERIENZE DI FUMO

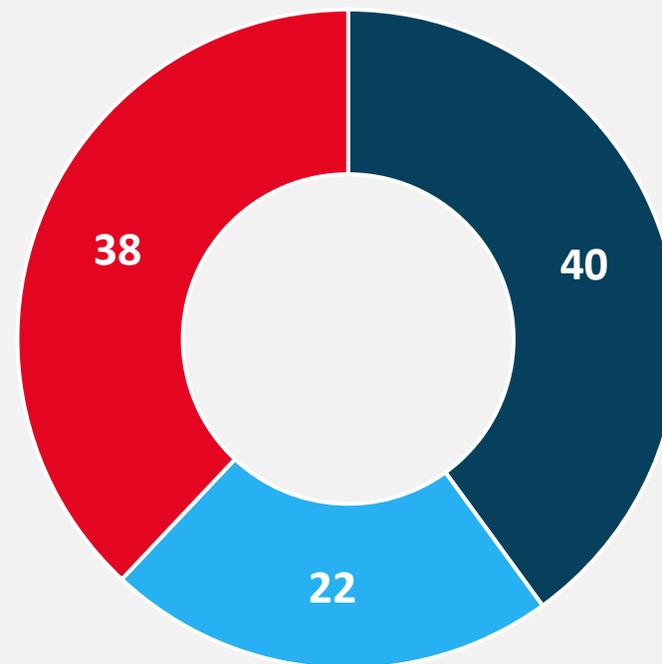
Incidenza di fumatori nella popolazione lombarda – Confronto con la provincia di Brescia

Dato Lombardia



- NON FUMATORI (hanno provato o hanno fumato al massimo 1-2 volte)
- EX FUMATORI (Fumavano in passato, ora non più)
- FUMATORI (fumano almeno occasionalmente almeno 1 dispositivo)

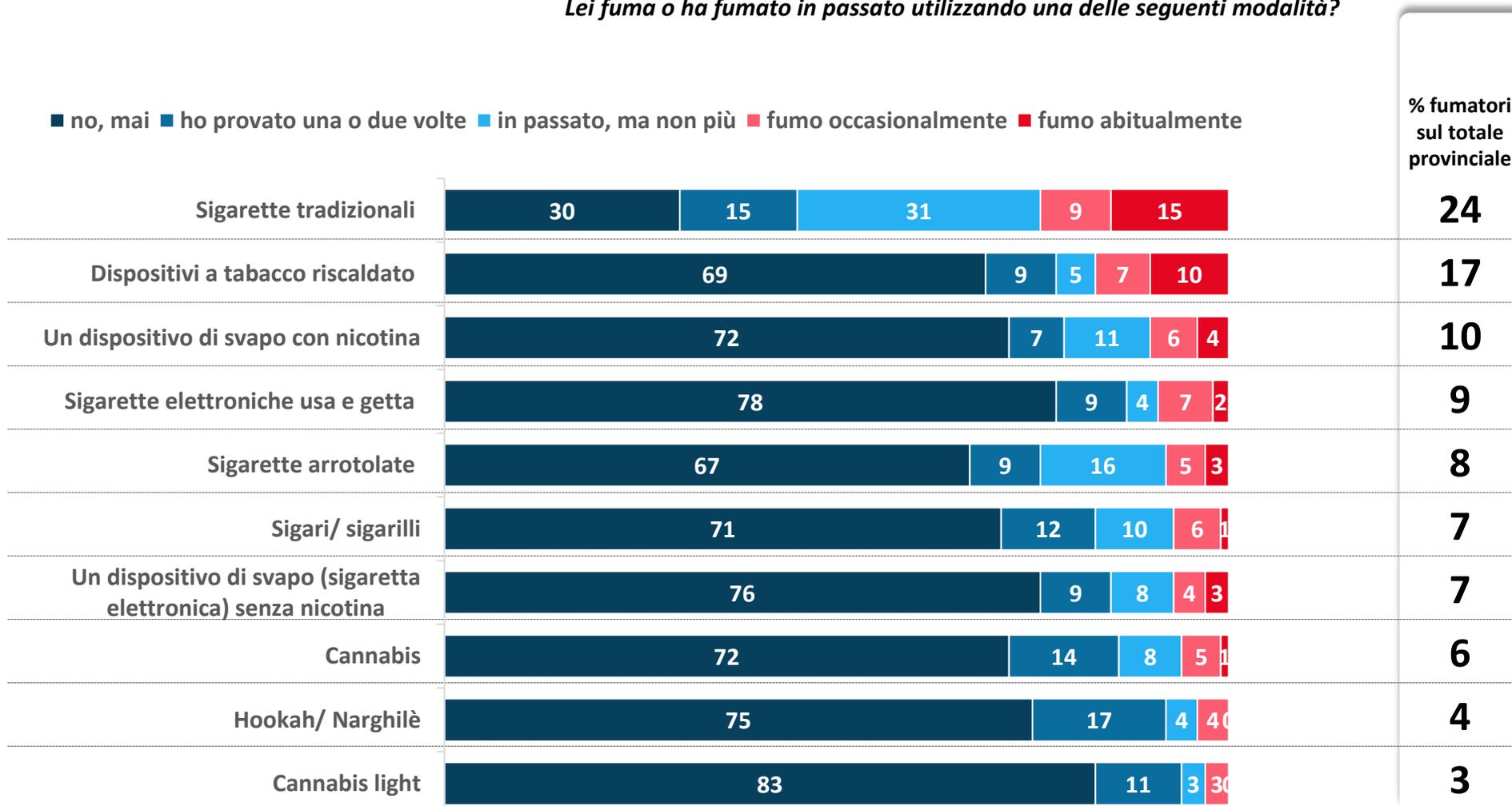
Dato Brescia



- NON FUMATORI (hanno provato o hanno fumato al massimo 1-2 volte)
- EX FUMATORI (Fumavano in passato, ora non più)
- FUMATORI (fumano almeno occasionalmente almeno 1 dispositivo)

Lei fuma o ha fumato in passato utilizzando una delle seguenti modalità?

■ no, mai ■ ho provato una o due volte ■ in passato, ma non più ■ fumo occasionalmente ■ fumo abitualmente



Il contesto della prima esperienza: età media, primo device fumato e contesto dell'esperienza

Età media primo dispositivo

17,1
anni

17,7
Lombardia

Primo dispositivo fumato

84%
SIGARETTA
TRADIZIONALE

83%
Lombardia

LUOGO

34%
PER STRADA,
ALL'APERTO

COMPAGNIA

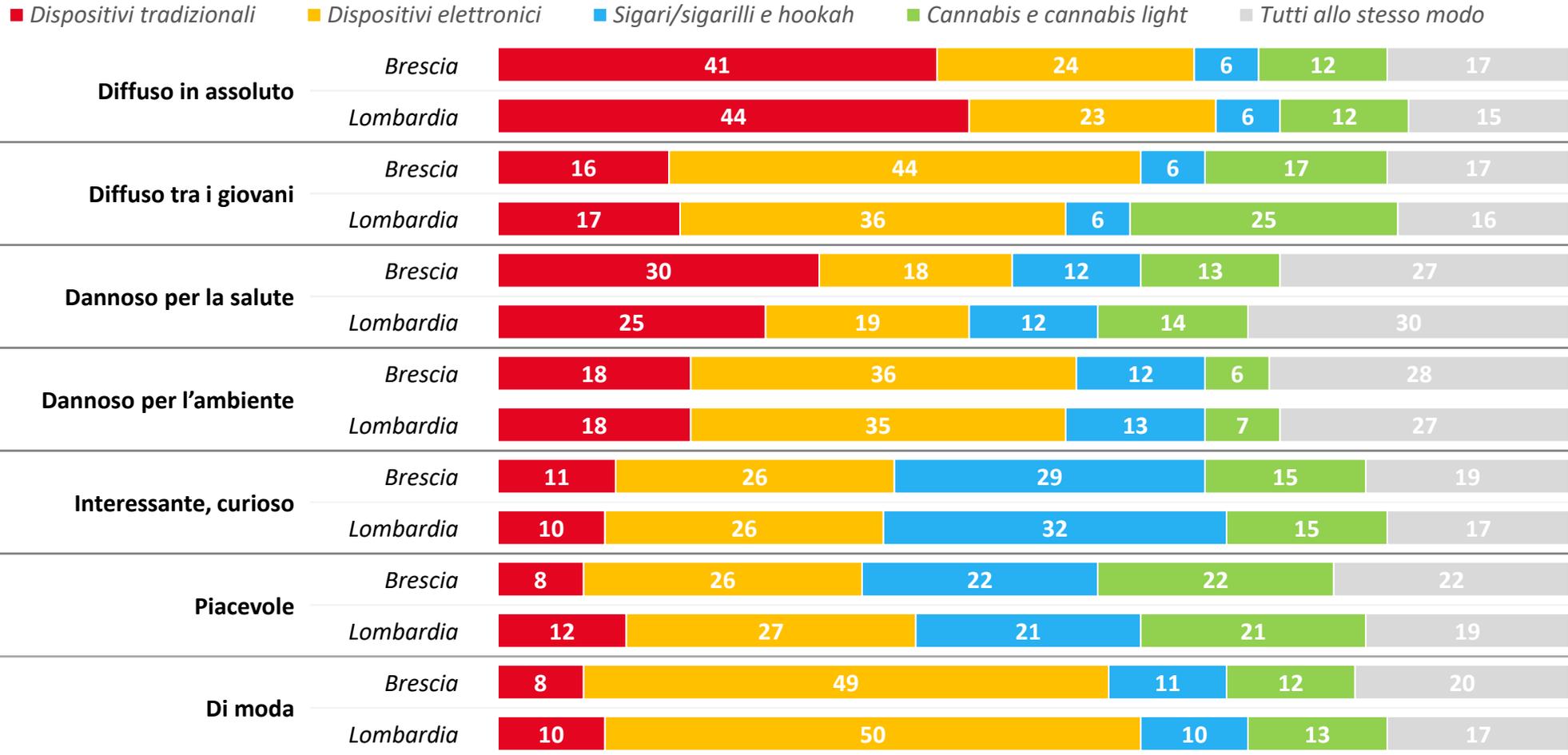
83%
CON
GLI AMICI



CONOSCENZA E PERCEZIONE DEI DIVERSI DISPOSITIVI DI FUMO

La percezione generale dei diversi dispositivi

Oggi esistono molti modi diversi di fumare. A suo parere tra quelli elencati qual è il più?





OPINIONE SULLE INIZIATIVE DI LOTTA AL FUMO LOCALE E NAZIONALE

La valutazione delle iniziative di lotta al fumo: divieti all'aperto

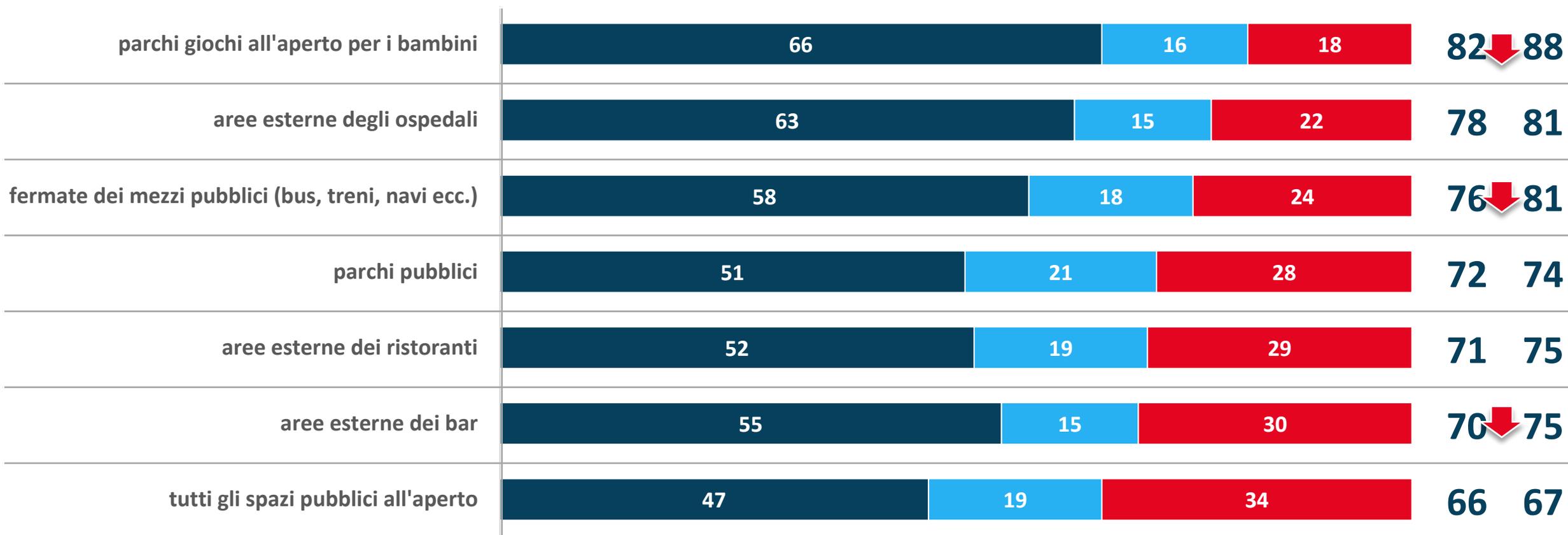
Lei sarebbe d'accordo con l'introduzione del divieto di fumo nei seguenti luoghi all'aperto?

■ Sì, anche per le sigarette elettroniche

■ Sì, ma solo per le sigarette tradizionali

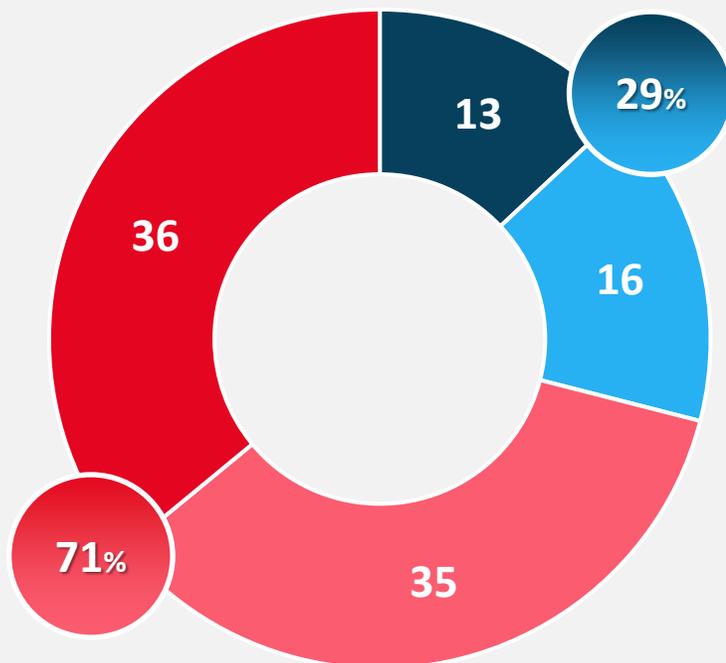
■ No, in nessun caso

BS Reg.



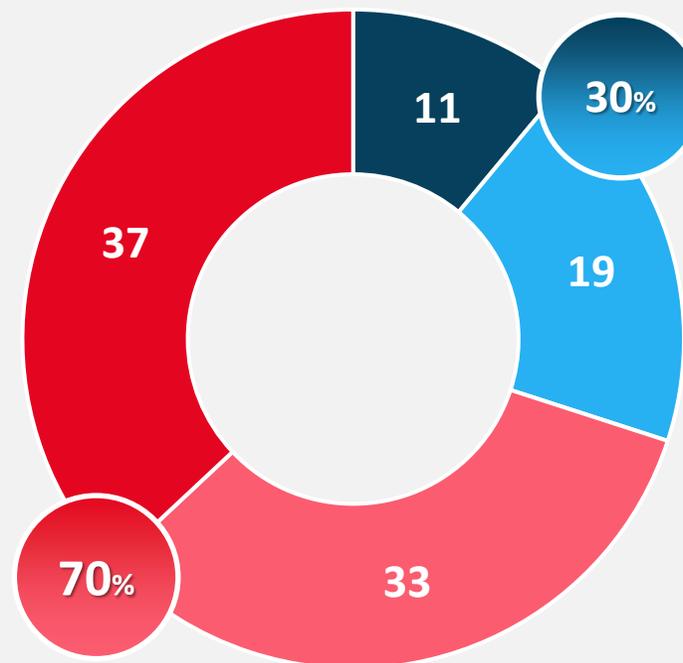
La valutazione del divieto assoluto di fumare all'aperto– Confronto del dato regionale con la provincia di Brescia

Dato Lombardia



- Efficace, perchè le persone lo rispetterebbero
- Efficace, perchè i controlli sarebbero adeguati
- Inefficace, perchè le persone non lo rispetterebbero
- Inefficace, perchè i controlli non sarebbero adeguati

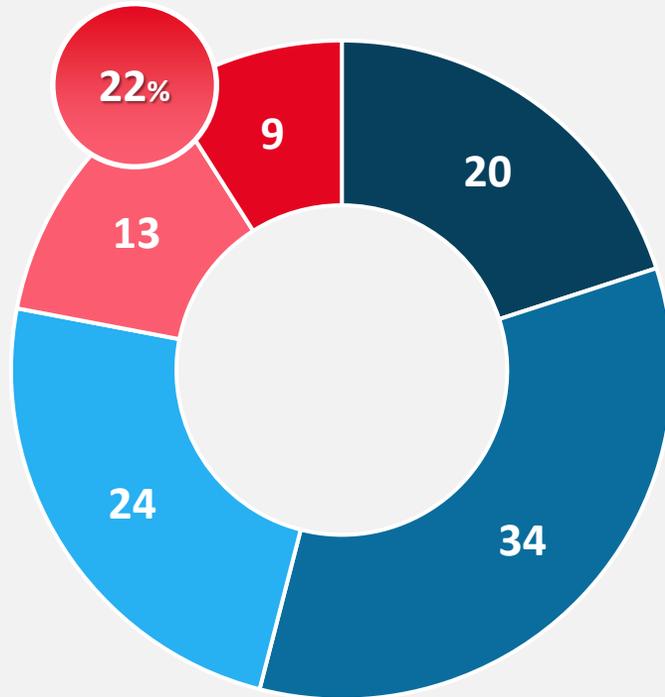
Dato Brescia



- Efficace, perchè le persone lo rispetterebbero
- Efficace, perchè i controlli sarebbero adeguati
- Inefficace, perchè le persone non lo rispetterebbero
- Inefficace, perchè i controlli non sarebbero adeguati

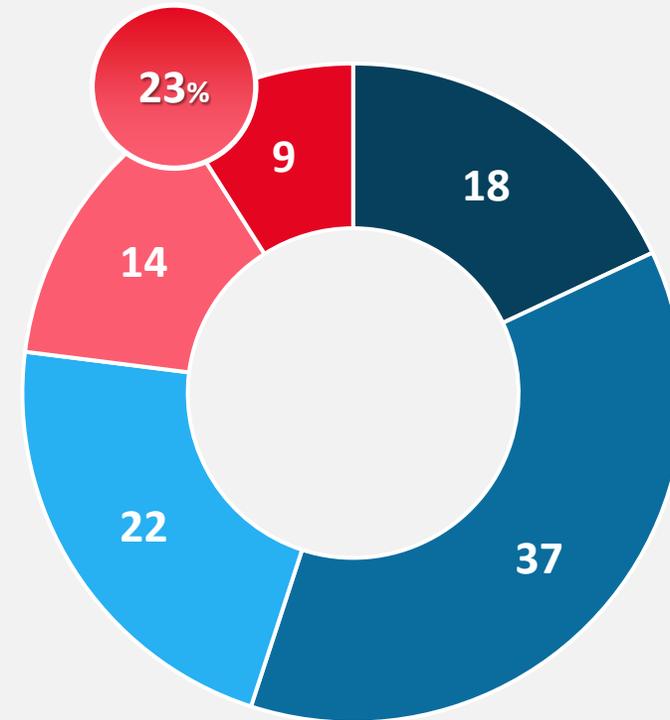
Il divieto di fumo all'aperto per rendere le città smoke free – Confronto del dato regionale con la provincia di Brescia

Dato Lombardia



■ Fondamentale
 ■ Importante
 ■ Abbastanza importante
■ Poco importante
 ■ Per nulla importante

Dato Brescia



■ Fondamentale
 ■ Importante
 ■ Abbastanza importante
■ Poco importante
 ■ Per nulla importante

"There is nothing so stable as change"
Bob Dylan



Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- ✓ **AFFIDABILITÀ**, 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- ✓ **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- ✓ **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
- ✓ **DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
- ✓ **ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
- ✓ **PERSONE**, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

SWG S.p.A. - Società Benefit da dicembre 2022

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA e ESOMAR. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

SWG S.p.A., in coerenza con gli obiettivi di beneficio comune recepiti nello statuto sociale e con il Codice Etico della società, ha ottenuto la certificazione della parità di genere ai sensi della prassi UNI/PdR 125:2022

La finalità del Sistema di certificazione della parità di genere alle imprese è quella di favorire l'adozione di politiche per la parità di genere e per l'empowerment femminile a livello aziendale e quindi di migliorare la possibilità per le donne di accedere al mercato del lavoro, di leadership e di armonizzazione dei tempi vita-lavoro.

Via S. Giorgio 1 - 34123

Tel. +39 040 362525

Fax +39 040 635050

Via G. Bugatti 5 - 20144

Tel. +39 02 43911320

Fax +39 040 635050

Piazza di Pietra 44 - 00186

Tel. +39 06 42112

Fax +39 06 86206754