

# Thất Hứa: Philip Morris International không từ bỏ thuốc lá

Vào năm 2016, PMI tuyên bố sẽ “thay đổi xã hội và mang lại một tương lai tốt đẹp hơn, không khói thuốc”. Sau đó, công ty cam kết hướng tới “một thế giới không thuốc lá”, hứa sẽ cắt giảm doanh số bán hàng hằng năm từ hơn 700 tỷ điếu thuốc xuống còn dưới 550 tỷ điếu vào năm 2025. Theo các nhà nghiên cứu từ Đại học Bath, gã khổng lồ ngành thuốc lá này còn lâu mới đạt được mục tiêu của mình.

## Có 6 lý do chúng ta không thể tin tưởng PMI:



### 1 Doanh số bán thuốc lá đang giảm là theo xu hướng toàn cầu (PMI không hề làm gì để tiếp tục giảm thêm)

Doanh số bán thuốc lá toàn cầu (ngoài Trung Quốc) bắt đầu giảm vào năm 2008. Doanh số bán hàng của PMI cũng theo xu hướng này kể từ năm 2012. Xu hướng này xuất hiện một phần là do ngày càng nhiều quốc gia đưa ra các biện pháp nhằm giảm việc sử dụng thuốc lá, bao gồm thuế và luật cấm hút thuốc, khuyến khích nhiều người bỏ thuốc hơn. Chứ không phải vì thiện chí của ngành công nghiệp thuốc lá.



### 2 Mục tiêu đưa ra khá là thận trọng, một mục tiêu mà PMI “chắc hẳn đã biết rằng công ty có thể dễ dàng đạt được”

Chỉ số PMI mục tiêu được công bố vào năm 2020 và được nhắc lại vào năm 2022 được mô tả là “đáng mơ ước”. Số liệu về lô hàng thuốc lá lại cho thấy một câu chuyện khác. Các nhà nghiên cứu phát hiện ra rằng nếu doanh số bán thuốc lá của PMI tiếp tục giảm gần 4% mỗi năm - xu hướng khi PMI đưa ra thông báo - thì năm 2025 doanh số sẽ đạt khoảng 510 tỷ điếu, thấp hơn nhiều so với mục tiêu đề ra. Con số đó còn lâu mới đạt tới mức đó.



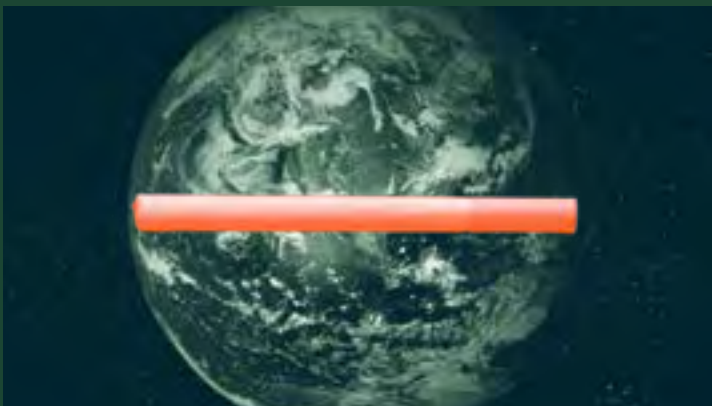
### 3 Tình hình giảm doanh số bán thuốc lá của PMI bắt đầu đình trệ vào năm 2020 trong thời kỳ đại dịch

Bất chấp bằng chứng cho thấy việc sử dụng thuốc lá làm trầm trọng thêm tình trạng COVID-19, PMI vẫn tiếp tục tiếp thị sản phẩm của mình, đầu tư vào các thương hiệu và doanh nghiệp thuốc lá mới, ký kết các thỏa thuận sản xuất và can thiệp vào chính sách trên toàn cầu. Tính đến năm 2022, PMI vẫn là công ty thuốc lá lớn nhất tính theo doanh số bán hàng, không kể Trung Quốc.



## 4 PMI đã sử dụng doanh số bán hàng giảm để nâng cao hình ảnh

Trong khi vẫn tiếp tục chi hàng tỷ đô la cho việc tiếp thị thuốc lá, PMI lại lấy doanh số bán thuốc lá giảm làm bằng chứng cho thấy họ đang “chuyển đổi”. Đồng thời, công ty cũng trấn an các nhà đầu tư về tình hình kinh doanh thuốc lá của mình.



## 5 PMI vẫn bán số lượng thuốc lá đủ để quán quanh thế giới hàng trăm lần

Theo báo cáo, dự báo đến năm 2025, PMI dự kiến sẽ bán được ít nhất 613 tỷ điếu thuốc lá (và có thể lên tới 623 tỷ điếu). Con số này cao hơn 60 tỷ so với mục tiêu mà PMI đã cam kết. Đây là mức giảm so với năm 2008, khi nhiều chính phủ bắt đầu thực hiện các chính sách nhằm giảm việc sử dụng thuốc lá như một phần của hiệp ước toàn cầu, nhưng con số này vẫn rất đáng kinh ngạc. Nếu xếp những điếu thuốc đó thành một hàng thì chúng sẽ bao phủ đường xích đạo hơn 1.300 lần.



## 6 Ý tưởng “chuyển đổi” của PMI là thúc đẩy thế hệ nghiên cứu tiếp theo

Bằng chứng cho thấy khi PMI nói “tương lai không khói thuốc”, họ muốn nhiều người hơn nữa sử dụng các sản phẩm thuốc lá nung nóng, thuốc lá điện tử và gói nicotine gây tranh cãi của họ. Các nhà nghiên cứu giải thích rằng sự chuyển đổi thực sự có nghĩa là “tiến triển có thể xác minh được hướng tới việc loại bỏ sản xuất và bán các sản phẩm thuốc lá thông thường trong vòng năm năm”. Điều này không hề xảy ra. Trên thực tế, PMI tuyên bố họ cần duy trì vị thế thống lĩnh trong ngành thuốc lá để tài trợ cho các sản phẩm rủi ro khác.

# PMI có tiền lệ

PMI thường tuyên bố rằng họ quan tâm đến sức khỏe cộng đồng trong khi lại phản đối các biện pháp giảm sử dụng thuốc lá. Trong khi đó, hoạt động kinh doanh thuốc lá vẫn tiếp tục diễn ra như thường lệ. Các nhà hoạch định chính sách nên bác bỏ khiếu nại của PMI vì công ty này không thể là một phần của giải pháp cho nạn dịch thuốc lá toàn cầu mà chính họ đã góp phần gây ra.

Đọc bài viết: [bit.ly/3M2UTN2](https://bit.ly/3M2UTN2)



A GLOBAL  
TOBACCO  
INDUSTRY  
WATCHDOG