



A GLOBAL
TOBACCO
INDUSTRY
WATCHDOG

Resumen
del artículo



Global



Sabores (incluido el mentol) en los productos de tabaco

Mayo de 2022

Al agregar sabores a los productos de tabaco, estos resultan más atractivos para los jóvenes y hace más difícil que los dejen. La industria tabacalera desarrolla productos con sabores muy apetecibles, los comercializa a grupos específicos, y obstaculiza y debilita la prohibición de los sabores. A pesar de las objeciones de la industria tabacalera, los países han comenzado a prohibir los saborizantes. La adopción de políticas sólidas puede potenciar la eficacia de la prohibición de los sabores de tabaco.

Introducción

Algunos de los sabores que se agregan a los productos de tabaco son los de frutas, especias, hierbas y flores; no obstante, la opción más popular es el mentol. Los cigarrillos con sabor a mentol representan alrededor del 10 %¹ del mercado mundial de cigarrillos. Por lo tanto, los cigarrillos mentolados son un importante producto saborizado para la industria del tabaco. Las jurisdicciones como Canadá, la UE y el RU han incluido específicamente el mentol entre los sabores prohibidos, dado que se ha demostrado que el mentol, al igual que otros sabores, es dañino.²

Estos sabores vuelven a los productos de tabaco más peligrosos porque hacen que fumar sea más agradable, menos molesto y más atractivo para los jóvenes, lo que aumenta su consumo y disminuye la posibilidad de dejar el tabaco.³

En este informe, describiremos el desarrollo de los productos saborizados en la industria tabacalera, a quiénes se dirige su mercadotecnia y cómo es que la industria lucha para mantener los sabores en el mercado.

Peligros de los sabores

- Los cigarrillos con sabores y su mercadotecnia, que incluye artilugios como las cápsulas y el envasado colorido que resaltan su elección y tecnología, atraen a los jóvenes.⁴
- Muchos consumidores de productos de tabaco, sobre todo los jóvenes, declararon haber experimentado, iniciado y continuado el uso de productos saborizados por su sabor agradable y variado. Los consumidores de productos de tabaco con sabor también mostraron una menor intención de dejar de fumar en comparación con los consumidores de productos de tabaco sin sabor.⁵
- El sabor a mentol tiene un efecto desensibilizador,⁶ lo que reduce la irritación en los pulmones y las vías respiratorias, y también puede favorecer una inhalación más profunda y prolongada.⁷ El efecto refrescante y calmante del mentol hace que los fumadores sean menos conscientes de los efectos perjudiciales del tabaco y, por tanto, menos propensos a dejarlo.
- Las investigaciones indican que los jóvenes que utilizan cigarrillos con sabor a mentol fuman más y tienen una mayor intención de seguir fumando en comparación con quienes utilizan productos sin sabor mentolado.⁸ Los jóvenes que fuman cigarrillos con sabor a mentol tienen un 80 % más de probabilidades de convertirse en fumadores de por vida en comparación con los que fuman cigarrillos sin sabor.⁹
- La adición de sabores frutales y herbales, incluido el mentol, puede generar la conclusión errónea de que dichos productos son más saludables que los productos de tabaco estándar.¹⁰

Además del mentol y otros sabores tradicionales (como frutales o especias), **en la actualidad, las cápsulas ofrecen sabores “conceptuales” como “aire ártico” o “brisa tropical”.**

Directrices del CMCT para productos de tabaco con sabores

El Convenio Marco de la OMS para el Control del Tabaco (CMCT OMS) incluye una serie de pautas para regular el contenido de los productos de tabaco, entre las que se encuentran los ingredientes que dan sabor. Los artículos 9 y 10¹¹ exigen a las 182 partes signatarias del tratado lo siguiente:

- Regulen el contenido de los productos de tabaco.
- Exijan a los fabricantes y a los importadores que revelen el contenido de los productos de tabaco.
- Analicen y midan de forma independiente los contenidos de los productos de tabaco.

Las Directrices Parciales para la Implementación de los artículos 9 y 10 recomiendan la regulación a fin de prohibir o restringir los ingredientes que puedan utilizarse para aumentar la palatabilidad de los productos de tabaco. Las Directrices afirman: “Desde el punto de vista de la salud pública, no está justificado permitir el uso de ingredientes como los agentes saborizantes, los cuales contribuyen a que los productos de tabaco sean atractivos”¹²

Tanto los laboratorios industriales que divulgan los ingredientes de los productos de tabaco como, por otro lado, las pruebas de conformidad gubernamentales deben cumplir con las normas internacionales. Además, las pruebas de conformidad de los laboratorios deben ser independientes en relación a la industria del tabaco.

Las Directrices también recomiendan reducir la aptitud que tienen las empresas tabacaleras para comercializar los sabores mediante la aplicación de restricciones en el diseño del envasado, lo que incluye las descripciones de los sabores y su publicidad (artículos 11 y 13).

Diseño de productos saborizados peligrosos

Tradicionalmente, se agregaban sabores a las hojas de tabaco durante su procesamiento. Sin embargo, en la década de 1960, las empresas de cigarrillos experimentaron distintas maneras de agregar sabores a sus productos.¹³ Así, un nuevo producto fue presentado en Japón en el año 2007: un cigarrillo que contenía una cápsula de sabor incrustada en el filtro y que los usuarios podían aplastar para liberar el sabor cuando lo desearan. Además del mentol y otros sabores tradicionales (como frutales o especias), en la actualidad, las cápsulas ofrecen sabores “conceptuales” como “aire ártico” o “brisa tropical”.¹⁴ Estos nuevos productos en cápsula han alcanzado una gran popularidad: en algunos países, el uso actual o a futuro de los cigarrillos en cápsula entre los jóvenes fumadores supera el 50 %.¹⁵ Las empresas tabacaleras también están introduciendo sabores al infundirlos en el envasado o a través de accesorios, lo que les permite burlar las prohibiciones.

Comercialización de sabores según perfiles demográficos específicos

Las investigaciones demuestran que los sabores se han dirigido específicamente a grupos de población específicos, como los estadounidenses afroamericanos y los jóvenes.

A partir de la década de 1950, las empresas en los EE. UU. han comercializado cigarrillos mentolados de forma deliberada y continua a los consumidores afroamericanos en los medios de comunicación y en los barrios de esta población.¹⁶ Como resultado, la prevalencia del consumo de cigarrillos mentolados aumentó en los fumadores afroamericanos desde menos de un 10 % en la década de 1950 hasta un 85 % en 2021.¹⁷ El consumo de tabaco constituye una de las tres principales causas de muerte entre los estadounidenses afroamericanos: las enfermedades cardíacas, el cáncer y los accidentes cerebrovasculares. El índice de mortalidad de los estadounidenses afroamericanos es más alto en comparación con otros estadounidenses.¹⁸

La comunidad afroamericana ha estado luchando contra la industria tabacalera. En junio de 2020, el Consejo Afroamericano de Liderazgo para el Control del Tabaco (AATCLC) y Action on Smoking and Health (ASH) presentaron una demanda contra la Administración de Alimentos y Medicamentos de EE. UU. (FDA) para forzar la adopción de medidas regulatorias contra los cigarrillos con sabor a mentol.¹⁹ Posteriormente, National Medical Association y American Medical Association se unieron a la demanda.²⁰ En abril de 2021, supuestamente motivada por la demanda, la FDA anunció que promulgaría una norma para prohibir los cigarrillos mentolados.²¹ En abril de 2022, la FDA anunció una propuesta de normas para prohibir el mentol como sabor característico en los cigarrillos.²²

Las investigaciones recientes sobre el uso de los cigarrillos en cápsula sugieren que se comercializan a un grupo de población específico: los jóvenes. Por primera vez, se elaboró una revisión sistemática sobre el uso y la percepción de los cigarrillos con cápsulas de sabores²³ y se hallaron pruebas fehacientes de que los jóvenes son quienes más los utilizan. La investigación demuestra que estos productos funcionan como “cigarrillos de iniciación”. Las razones para usarlos y su atractivo se deben a las percepciones positivas sobre el producto, como un mejor sabor, la sensación de suavidad en las vías respiratorias, la variedad de sabores, la posibilidad de aplastar la cápsula y el placer que produce cuando esta se pulsa.

Los mismos autores elaboraron una revisión sistemática de seguimiento y examinaron las tácticas de mercadotecnia que se esconden detrás de los cigarrillos en cápsula.²⁴ Así, descubrieron que las empresas tabacaleras estaban adoptando un enfoque integral de mercadotecnia. Una vez más, la evidencia mostró que dichos productos estaban dirigidos deliberadamente al público juvenil, para el cual se ofrecían opciones de sabores dulces y afrutados, y se hacía énfasis en la novedad de los productos. Esto se vio reforzado en la mercadotecnia visual: envasado colorido y nombres de productos, envasado y publicidad que enfatizaban la posibilidad del usuario para cambiar el sabor. Asimismo, algunos países contaban con opciones baratas que se ajustan a los bajos presupuestos de muchos jóvenes. Estas opciones de variedad en los productos, el envasado, el precio y los elementos publicitarios pueden explicar el alto

índice de uso entre los adolescentes y los adultos jóvenes, constatado en la primera revisión sistemática.

Comenzar a fumar a una edad temprana tiene graves consecuencias a largo plazo. La evidencia demuestra que los daños son mayores si la persona empieza a fumar a una edad temprana,²⁵ dado que el hábito de consumo temprano se asocia a un mayor consumo de cigarrillos, niveles más altos de dependencia, menores posibilidades de dejar de fumar y un mayor riesgo de muerte prematura.

Encontrar nuevos mercados en los países de ingresos bajos y medios

Como respuesta a esta problemática y según las recomendaciones de la OMS, muchos países y jurisdicciones regulan los productos saborizados mediante prohibiciones totales o parciales. Si bien tanto los países de ingresos bajos y medios (LMIC) como los de ingresos altos (HIC) han implementado prohibiciones totales o parciales, dicha legislación resulta más común en los países de ingresos altos, donde el consumo de tabaco por lo general está disminuyendo.²⁶ El consumo de tabaco sigue siendo elevado en los LMIC. Casi el 80 % de todos los fumadores viven en los LMIC²⁷ y la mayoría de las muertes por consumo de tabaco se producen en esos países.²⁸

Hasta el día de hoy, no se han llevado a cabo muchas investigaciones sobre los productos de tabaco con sabores en los LMIC, pero una investigación reciente de University of Bath analizó los datos del mercado para conocer la participación en el mercado de los productos saborizados en los LMIC.²⁹ Aparentemente, se produjo un notable aumento de la participación en el mercado por parte de los LMIC en el transcurso del periodo previo a la prohibición de los productos mentolados establecida por la UE en el 2016.

Los investigadores de University of Bath concluyeron que “los jóvenes de muchos LMIC tienen a su alcance productos de tabaco mentolados/saborizados y menos políticas de control del tabaco que limiten su atractivo así como la tergiversación de lo dañino”. Dado que la mayoría de los HIC han prohibido estos productos, es posible que, ante las restricciones impuestas en dichos países, las empresas tabacaleras hayan desviado su atención a mercados con regímenes políticos más permisivos.

La investigación destaca el hecho de que los cigarrillos con sabores, incluidos los mentolados, son fáciles de conseguir en los LMIC y señala que el crecimiento de la participación en el mercado se debe a las actividades de la industria tabacalera. Estas actividades incluyen la mercadotecnia, sobre todo en las tiendas y en el envasado, y su interferencia en la creación de políticas. Guatemala, Nigeria, Perú y Rusia fueron identificados como países con “alta participación en el mercado” y “aumento de la alta participación en el mercado”, lo que indica que probablemente estos países sean los mercados más relevantes para las empresas tabacaleras transnacionales. Sin embargo, las empresas apenas revelan públicamente sus estrategias para tales productos.

La disponibilidad de los productos con sabores representa un riesgo, especialmente para los jóvenes, así como también supone una oportunidad para la industria tabacalera de atraer a más consumidores, sobre todo en los LMIC, donde las desigualdades en la salud son en la actualidad muy considerables.

Prohibición de sabores e intentos de la industria tabacalera para desautorizarlas

En el 2021, alrededor de 40 países tenían políticas activas o pendientes en cuanto a los sabores.³⁰ Algunos países, como Canadá, han prohibido de manera absoluta todos los aditivos saborizantes. Otras prohibiciones se limitan a prohibir el “sabor característico”, por lo que se pueden agregar ingredientes siempre y cuando el fumador no pueda percibir su presencia. Está comprobado que estos ingredientes hacen que fumar sea más agradable, aunque el fumador no pueda percibirlos.³¹ No es de extrañar que la industria presione sobre estas prohibiciones menos estrictas y que apoye una denominación tan ambigua como la de “sabor característico”.³²

La influencia de la industria tabacalera ha suscitado notables dificultades durante la implementación de las nuevas políticas.

A continuación, se muestran algunas reacciones de la industria tabacalera:

1. **Oposición a las prohibiciones en el continente americano** Las jurisdicciones que aún no han logrado aplicar la legislación en el continente americano son Brasil, Chile y Estados Unidos.

En el 2012, **Brasil** fue el primer país del mundo que aprobó una ley que prohibía los productos de tabaco con sabor, incluido el mentol; sin embargo, no pudo promulgarla debido a la interferencia de la industria y a una larga batalla judicial instigada por Philip Morris Brasil.³³ El gobierno brasileño ganó finalmente el juicio en febrero de 2018, pero, a la fecha, la prohibición no está implementada.³⁴

El Ministerio de Salud de **Chile**, un país donde existe un considerable uso de cigarrillos mentolados, intentó implementar una prohibición contra el mentol bajo una ley existente en 2013. La prohibición fue rechazada tras la influencia de la industria tabacalera.³⁵ Se presentó un nuevo proyecto de ley en el 2015, respaldado por una serie de datos que mostraban un elevado uso de los cigarrillos mentolados entre los jóvenes. En respuesta, British American Tobacco (BAT) amenazó con retirar sus operaciones en Chile. A pesar de que la ley se aprobó en el Senado, al mes de abril de 2022, aún no se implementó.³⁶

En **EE. UU.**, tras el anuncio de las normas propuestas en abril de 2022, la prohibición federal sobre los cigarrillos mentolados se encuentra cada vez más próxima a ser aprobada.³⁷ La FDA ha propuesto ampliar la prohibición impuesta en 2009 a los cigarrillos mentolados para incluir también a los puros y a los componentes de los cigarrillos, tales como los filtros y el papel. La propuesta incluye prohibir los sabores característicos, en vez de los ingredientes.

Aunque la prohibición federal aún no está aprobada, ya se han promulgado prohibiciones en varios estados y ciudades. No obstante, estas prohibiciones

En la UE/RU, donde existe la prohibición de los sabores característicos, las empresas tabacaleras han introducido nuevas variantes de cigarrillos. Los organismos gubernamentales e incluso otras empresas tabacaleras discuten sobre si las variantes poseen o no un sabor característico. Dichos productos siguen en el mercado debido al complejo proceso de regulación que se desarrolla y a los productos sometidos al nuevo proceso. **La industria ha aprovechado las dificultades para determinar y regular los “sabores característicos”.**

están siendo obstaculizadas, especialmente en **San Francisco**, donde se aprobó la primera prohibición integral de la venta de productos de tabaco con sabores, incluido el mentol.³⁸ RJ Reynolds (una empresa que forma parte de Reynolds American, propiedad de BAT) financió la mayor parte de una campaña de 12 millones de dólares en la que se recogieron suficientes firmas para forzar un referéndum sobre la situación.³⁹ El electorado apoyó la prohibición, pero el referéndum retrasó su implementación de abril de 2018 a julio de 2018, por lo que su ejecución no inició hasta abril de 2019.⁴⁰ La prohibición provocó una reducción del 96 %⁴¹ en las ventas de productos con sabores, y las ventas totales de tabaco disminuyeron más que en las ciudades vecinas que no tenían prohibiciones.

Recientemente, Bureau of Investigative Journalism y Los Angeles Times revelaron la estrategia de los grupos de presión de Reynolds American para disuadir a los legisladores y a los votantes de no apoyar las prohibiciones propuestas.⁴²

En octubre de 2017, **Canadá** había prohibido los sabores (incluido el mentol) en los cigarrillos, la mayoría de los cigarros y las envolturas para enrollar el tabaco.⁴³ Esta prohibición se aplica a todo el país y prohíbe el sabor como ingrediente y no como un sabor característico.⁴⁴ Sin embargo, la industria tabacalera pudo hacer la “transición” de los cigarrillos mentolados a las marcas no mentoladas cambiando las cajas de color verde (afín al mentol) por cajas azules, blancas y plateadas; utilizando envoltorios de celofán que se anuncian como alternativas “suaves”; y presentando cigarrillos no mentolados con cápsulas, para exponer a los fumadores de mentol al sabor de los cigarrillos de tabaco estándar sin sabor (como antes de que pulsaran la cápsula).⁴⁵ Si en el momento de la prohibición Canadá hubiera adoptado un envasado estandarizado (incluida la prohibición de las cápsulas), en vez de proceder en el 2020, no se habría podido lograr gran parte de esta “transición”. No obstante, dicha prohibición aumentó el éxito de dejar el cigarrillo y evitó que los exfumadores de mentol sufrieran una recaída.^{46, 47}

2. **Oposición a la legislación de la UE**

Las intervenciones de la industria tabacalera retrasaron la prohibición de sabores/mentol de la Directiva sobre Productos del Tabaco (DPT) establecida por la Unión Europea (aplicada por el RU antes de abandonar la UE). El plazo inicial de mayo de 2016 como fecha límite para que los países promulgaran la prohibición de sabores en la legislación nacional se amplió en todos los países de la UE. Los minoristas tienen un año para vender los productos que tienen en existencia de otros sabores, mientras que el periodo para retirar los productos con sabor a mentol se extendió por otros tres años.⁴⁸

En lugar de aprovechar el tiempo a fin de reducir las existencias a tiempo para la prohibición, la investigación de University of Bath muestra que las empresas tabacaleras aprovecharon el retraso para seguir promocionando sus cigarrillos mentolados.⁴⁹ Durante el periodo de eliminación gradual, la participación en el mercado de las cápsulas con sabores, incluido el mentol, creció en el RU.⁵⁰ El retraso socavó una política de salud pública destinada a salvar vidas.

3. **Evitar las prohibiciones con nuevos productos**

Las empresas tabacaleras han respondido a las prohibiciones de los sabores al desarrollar una serie de nuevos productos que eluden los puntos débiles de las prohibiciones existentes.

En la UE/RU, donde existe la prohibición de los sabores característicos, las empresas tabacaleras han introducido nuevas variantes de cigarrillos. Los organismos gubernamentales e incluso otras empresas tabacaleras discuten sobre si las variantes poseen o no un sabor característico. Dichos productos siguen en el mercado debido al complejo

proceso de regulación que se desarrolla y a los productos sometidos al nuevo proceso. La industria ha aprovechado las dificultades para determinar y regular los “sabores característicos”.⁵¹

En los casos en que las prohibiciones solo incluyen a los cigarrillos, otros productos de tabaco fueron comercializados con sabor. Entre ellos, se encuentran los puritos⁵² con sabores en EE. UU. tras la prohibición de sabores en el 2009 y los cigarrillos puros con cápsulas⁵³ que aparecieron en la UE y el RU alrededor del 2020.

Actualmente, las prohibiciones solo se aplican a los productos de tabaco y no a los accesorios. Estos pueden colocarse dentro o cerca del tabaco para crear una experiencia sensorial al fumar. Los accesorios de los cigarrillos con sabores incluyen tarjetas que pueden introducirse en los paquetes de cigarrillos, cápsulas que se venden por separado para que el fumador las introduzca por sí mismo⁵⁴ y puntas de filtro para introducirlas en los filtros que son especialmente diseñados⁵⁵ para paquetes de cigarrillos. Además, existen filtros y papeles para armar cigarrillos con sabores.⁵⁶

Prohibición poco estricta		La industria tabacalera encuentra una manera para evadir la prohibición		Respuesta provisional	Respuesta óptima
Prohibición de cigarrillos con sabor	→	Introducción de otros productos de tabaco con sabor	→	Envasado estandarizado: no incluye cápsulas de sabores	Prohibición de todos los productos de tabaco con sabor
Prohibición de productos de tabaco con sabor	→	Introducción de accesorios con sabores	→	Prohibición de accesorios de tabaco en puntos de venta	Prohibición de todos los accesorios de tabaco con sabor
Prohibición de sabor característico	→	Introducción de productos de tabaco con bajos niveles de sabor	→	Envasado estandarizado: incluye la prohibición de marcas que mencionen sabores	Prohibición de los ingredientes saborizantes
Prohibición de sabores, con excepción del mentol	→	Introducción de nuevos productos de mentol	→	Prohibición de mercadotecnia	Prohibición de todos los sabores, incluido el mentol

Recomendaciones de las políticas sobre los sabores

El CMCT OMS requiere que los gobiernos que son partes signatarias del tratado desarrollen la legislación más efectiva. Los investigadores que han revisado las prohibiciones y las políticas⁵⁷ existentes hacen las siguientes recomendaciones de las políticas:

1. Deben prohibirse todos los productos de tabaco con sabores.
2. Deben prohibirse todos los accesorios de los productos de tabaco con sabores, como los filtros y los papeles.
3. Las prohibiciones de sabor deben prohibir los ingredientes, no únicamente los sabores característicos.
4. Agilización de la implementación de las leyes para detener con rapidez la venta de tabaco con sabores.

5. Implementación de un envasado estandarizado y prohibición de la mercadotecnia, porque pueden contribuir a que los sabores sean más atractivos.

Para obtener más información sobre los productos mentolados y con sabores, visite las siguientes páginas de [Tobacco Tactics](#):

- [Flavoured and Menthol Tobacco](#)
- [Flavoured and Menthol Tobacco in LMICs](#)
- [Menthol Cigarettes: Industry Interference in the EU and U.K.](#)
- [Promotion of Newer Products Around The U.K. Menthol Ban](#)

Dedicatoria

Este informe está dedicado a la memoria del Dr. Mateusz Zatoński (1987-2022). El Dr. Mateusz fue un investigador asociado al Grupo de Investigación sobre el Control del Tabaco (TCRG) de University of Bath (socio de Stopping Tobacco Organizations and Products [STOP]). Su investigación, citada en gran parte del presente informe, ha contribuido enormemente a nuestra comprensión sobre el impacto y el uso de los productos de tabaco mentolados y con sabores. Mediante la colaboración con colegas del Reino Unido y de otros países, el Dr. Mateusz expuso la amenaza que representa la industria tabacalera para la salud y demostró de qué maneras los gobiernos, los legisladores y los defensores de la salud pública pueden contrarrestarla.

Notas al pie

- 1 World Health Organization [Internet]. WHO advisory note. Case studies for regulatory approaches to tobacco products: menthol in tobacco products, WHO advisory note, 2018 [accessed 2022 March 11]. Available from: https://www.who.int/docs/default-source/regulating-tobacco-products/who-nmh-pnd-18-1-eng.pdf?sfvrsn=632b7704_2
- 2 U.S. Food and Drug Administration. Tobacco Product Standard for Menthol in Cigarettes [Internet]. Washington DC: Food and Drug Administration; 2022 May [cited 2022 May 4]. 49 p. Available from: <https://www.federalregister.gov/documents/2022/05/04/2022-08994/tobacco-product-standard-for-menthol-in-cigarettes>
- 3 World Health Organization [Internet]. Partial guidelines for implementation of articles 9 and 10 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control: regulation of the contents of tobacco products and of tobacco product disclosures. 2017, [accessed 2022 April 11]. Available from: https://ftc.who.int/docs/librariesprovider12/meeting-reports/guidelines_articles_9_10_2017_english.pdf?sfvrsn=1ee182e4_1&download=true
- 4 Hersey JC, Wen NS, Nonnemaker J, et al. Are Menthol Cigarettes a Starter Product for Youth? *Nicotine Tob Res.* 2006 [accessed 2022 March 11], 8(3):403-413. Available from: <https://academic.oup.com/ntr/article-abstract/8/3/403/1100200?redirectedFrom=fulltext>. DOI:10.1080/14622200600670389
- 5 Huang L, Baker HM, Meernik C, et al. Impact of non-menthol flavours in tobacco products on perceptions and use among youth, young adults and adults: a systematic review. *Tobacco Control* [Internet]. 2017 Oct. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/26/6/709>
- 6 Ahijevych K, Garrett BE. Menthol pharmacology and its potential impact on cigarette smoking behavior. *Nicotine Tob Res.* 2004 [accessed 2022 March 11], 6 (suppl 1):S17-S28. Available from: https://academic.oup.com/ntr/article-abstract/6/Suppl_1/S17/1124528?redirectedFrom=fulltext. DOI: 10.1080/14622200310001649469
- 7 Food and Drug Administration [Internet]. Preliminary Scientific Evaluation of the Possible Public Health Effects of Menthol Versus Nonmenthol Cigarettes, 2013 [accessed 2022 March 16]. Available from: https://permanent.access.gpo.gov/gpo39032/Preliminary_Scientific_Evaluation_Menthol_508_reduced.pdf
- 8 Azagba, S, Minaker, LM, Sharaf, MF et al. Smoking intensity and intent to continue smoking among menthol and non-menthol adolescent smokers in Canada. *Cancer Causes Control*, June 2014 [accessed 2022 March 11], 25, 1093-1099. Available from: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10552-014-0410-6>
- 9 Kabbani N. Not so Cool? Menthol's discovered actions on the nicotinic receptor and its implications for nicotine addiction. *Front Pharmacol.* 2013 Jul [accessed 2022 March 16], 23;4:95. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3720998/>. DOI: 10.3389/fphar.2013.00095. PMID: 23898298; PMCID: PMC3720998.
- 10 Kopa PN, Pawliczak R. Menthol additives to tobacco products. Reasons for withdrawing mentholated cigarettes in European Union on 20th may 2020 according to tobacco products directive (2014/40/EU). *Toxicol Mech Methods* [Internet]. 2020 Oct; 30(8). Available from: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32746758/>
- 11 World Health Organization [Internet]. Partial guidelines for implementation of articles 9 and 10 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control: regulation of the contents of tobacco products and of tobacco product disclosures. 2017, [accessed 2022 April 11]. Available from: https://ftc.who.int/docs/librariesprovider12/meeting-reports/guidelines_articles_9_10_2017_english.pdf?sfvrsn=1ee182e4_1&download=true
- 12 World Health Organization [Internet]. Partial guidelines for implementation of articles 9 and 10 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control: regulation of the contents of tobacco products and of tobacco product disclosures. 2017, [accessed 2022 April 11]. Available from: https://ftc.who.int/docs/librariesprovider12/meeting-reports/guidelines_articles_9_10_2017_english.pdf?sfvrsn=1ee182e4_1&download=true
- 13 Tobacco Tactics [Internet]. Flavored and Menthol Tobacco, Tobacco Tactics, updated 08 March 2022, [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://tobaccotactics.org/wiki/flavored-and-menthol-tobacco/>
- 14 Pankow JF, Luo W, McWhirter KJ, et al. Menthol-Plus: a major category of cigarette found among 'concept' descriptor cigarettes from Mexico. *Tobacco Control*, March 2021 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/early/2021/03/08/tobaccocontrol-2020-056173.full.pdf>. DOI: 10.1136/tobaccocontrol-2020-056173
- 15 Kyriakos CN, Zatoński MZ, Filippidis FT. Flavor capsule cigarette use and perceptions: a systematic review. *Tobacco Control*, October 2021 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2021/10/03/tobaccocontrol-2021-056837>. DOI: 10.1136/tobaccocontrol-2021-056837
- 16 Tobacco Free Kids [Internet]. Stopping menthol, saving lives: ending big tobacco's predatory marketing to black communities, February 2021 [accessed 2022 March 11]. Available from: https://www.tobaccofreekids.org/assets/content/what_we_do/industry_watch/menthol-report/2021_02_tfk-menthol-report.pdf
- 17 Villanti AC, Mowery PD, Delnevo CD, et al. Changes in the prevalence and correlates of menthol cigarette use in the USA, 2004-2014, *Tobacco Control* 2016 [accessed 2022 March 16], 25:ii14-ii20. Available from: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/25/Suppl_2/ii14

- 18 Tobacco Free Kids [Internet]. Stopping menthol, saving lives: ending big tobacco's predatory marketing to black communities, February 2021 [accessed 2022 March 11]. Available from: https://www.tobaccofreekids.org/assets/content/what_we_do/industry_watch/menthol-report/2021_02_tfk-menthol-report.pdf
- 19 Action on Smoking & Health [Internet]. ASH & AATCLC File Lawsuit Against FDA, updated December 2020 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://ash.org/lawsuit-against-fda/>
- 20 Action on Smoking & Health. National Medical Association (NMA) Joins AATCLC, AMA AND ASH IN LAWSUIT AGAINST THE FDA [Internet]. Action on Smoking & Health. 2020 [cited 2022 May 6]. Available from: <https://ash.org/nma-joins-lawsuit-against-fda/>
- 21 American Medical Association. FDA agrees to ban menthol to protect African Americans. American Medical Association [Internet]. 2021 April [cited 2022 May 6]. Available from: <https://www.ama-assn.org/press-center/press-releases/fda-agrees-ban-menthol-protect-african-americans>
- 22 Office of the Commissioner. FDA proposes rules prohibiting menthol cigarettes and flavored cigars to prevent youth initiation, significantly reduce tobacco-related disease and death [Internet]. U.S. Food and Drug Administration. 2022 April [cited 2022 May 6]. Available from: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-proposes-rules-prohibiting-menthol-cigarettes-and-flavored-cigars-prevent-youth-initiation>
- 23 Kyriakos CN, Zatoński MZ, Filippidis FT. Flavor capsule cigarette use and perceptions: a systematic review. Tobacco Control, October 2021 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/early/2021/10/03/tobaccocontrol-2021-056837.full.pdf>
- 24 Kyriakos CN, Zatoński MZ, Filippidis FT. Marketing of flavor capsule cigarettes: a systematic review Tobacco Control, January 2022 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35042725/>
- 25 Leonardi-Bee J, Jere ML, Britton J. Exposure to parental and sibling smoking and the risk of smoking uptake in childhood and adolescence: a systematic review and meta-analysis. Thorax. 2011 Oct [accessed 2022 March 11], 66(10):847-55. Available from: <https://thorax.bmj.com/content/66/10/847>. DOI: 10.1136/thx.2010.153379.
- 26 Zatoński M, Silver K, Plummer S, Hiscock R. Menthol and flavored tobacco products in LMICs: A growing menace. Tob Induc Dis [Internet]. 2022 April [cited 2022 May 6]; 20(April):39. Available from: <http://www.tobaccoinduceddiseases.org/Menthol-and-flavored-tobacco-products-in-LMICs-A-growing-nmenace,146366,0,2.html>
- 27 Action on Smoking and Health [Internet]. ASH fact sheet: Tobacco and the developing world. July 2019 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://ash.org.uk/wp-content/uploads/2019/10/Tobacco-Developing-World.pdf>
- 28 Action on Smoking and Health [Internet]. ASH fact sheet: Tobacco and the developing world. July 2019 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://ash.org.uk/wp-content/uploads/2019/10/Tobacco-Developing-World.pdf>
- 29 Zatoński M, Silver K, Plummer S, Hiscock R. Menthol and flavored tobacco products in LMICs: A growing menace. Tob Induc Dis [Internet]. 2022 April [cited 2022 May 6]; 20(April):39. Available from: <http://www.tobaccoinduceddiseases.org/Menthol-and-flavored-tobacco-products-in-LMICs-A-growing-nmenace,146366,0,2.html>
- 30 Erinoso O, Clegg Smith K, Iacobelli M, et al. Global review of tobacco product flavour policies. Tobacco Control 2021 [accessed 2022 March 11], 30:373-379. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/30/4/373>
- 31 National Institute for Public Health and the Environment (RIVM) [Internet]. Menthol facilitates inhalation of tobacco smoke, even when you cannot taste it, June 2021 [accessed 2022 March 21]. Available from: <https://www.rivm.nl/en/news/menthol-facilitates-inhalation-of-tobacco-smoke>
- 32 OCCRP [Internet]. Japan Tobacco International Making a Mint by Circumventing Menthol Cigarette Ban, November 2021 [accessed 2022 March 21]. Available from: <https://www.occrp.org/en/investigations/japan-tobacco-international-making-a-mint-by-circumventing-menthol-cigarette-ban>
- 33 Oliveira da Silva AL, Bialous SA, Albertassi PGD et al, The taste of smoke: tobacco industry strategies to prevent the prohibition of additives in tobacco products in Brazil, Tobacco Control, 2019 [accessed 2022 March 11], 28:e92-e101. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/28/e2/e92>
- 34 Southeast Asia Tobacco Control Alliance [Internet], Brazil: Flavored Tobacco Products Banned After Long Court Battle 2018, updated 5 February 2018 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://web.archive.org/web/20200309125726/https://tobaccowatch.seatca.org/index.php/2018/02/05/brazil-flavored-tobacco-products-banned-after-long-court-battle/>
- 35 C. Lopez A , Cigarrillos Mentolados, letter to El Mercurio newspaper available from BAT Chile website, 2014, [accessed 2022 March 11]. Available from: [https://web.archive.org/web/20200309143521/http://www.batchile.com/group/sites/bat_9yfd2p.nsf/vwPagesWebLive/DO9YLL3C/\\$FILE/medMD9NURRY.pdf?openelement](https://web.archive.org/web/20200309143521/http://www.batchile.com/group/sites/bat_9yfd2p.nsf/vwPagesWebLive/DO9YLL3C/$FILE/medMD9NURRY.pdf?openelement)
- 36 Tobacco Tactics [Internet]. Flavored and Menthol Tobacco, updated 08 March 2022 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://tobaccotactics.org/wiki/flavored-and-menthol-tobacco/>
- 37 Office of the Commissioner. FDA proposes rules prohibiting menthol cigarettes and flavored cigars to prevent youth initiation, significantly reduce tobacco-related disease and death [Internet]. U.S. Food and Drug Administration. 2022 April [cited 2022 May 6]. Available from: <https://www.fda.gov/news-events/press-announcements/fda-proposes-rules-prohibiting-menthol-cigarettes-and-flavored-cigars-prevent-youth-initiation>

- gov/news-events/press-announcements/fda-proposes-rules-prohibiting-menthol-cigarettes-and-flavored-cigars-prevent-youth-initiation
- 38 Vyas P, Ling P, Gordon B, Callewaert J, Dang A, Smith D, et al. Compliance with San Francisco's flavoured tobacco sales prohibition. *Tob Control* [Internet]. 2021; 30(2):227–30. Available from: <https://theunion.org/sites/default/files/2020-11/Compliance%20with%20San%20Francisco%27s%20Flavoured%20Tobacco%20Sales%20Prohibition.pdf>
- 39 San Francisco to vote on flavored tobacco ban [Internet]. POLITICO. [cited 2022 May 11]. Available from: <https://www.politico.com/story/2018/06/02/vaping-big-tobacco-san-francisco-587017>
- 40 Gammon DG, Rogers T, Gaber J, Nonnemaker JM, Feld AL, Henriksen L, et al. Implementation of a comprehensive flavoured tobacco product sales restriction and retail tobacco sales. *Tob Control* [Internet]. 2021 [cited 2022 May 6]; tobaccocontrol-2021-056494. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2021/06/03/tobaccocontrol-2021-056494>
- 41 Gammon DG, Rogers T, Gaber J, Nonnemaker JM, Feld AL, Henriksen L, et al. Implementation of a comprehensive flavoured tobacco product sales restriction and retail tobacco sales. *Tob Control* [Internet]. 2021 [cited 2022 March 16]; tobaccocontrol-2021-056494. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2021/06/03/tobaccocontrol-2021-056494>
- 42 Stockton B, Baumgaertner E, Lindsay R. Paid protesters, free lunches and backroom chats: Inside the menthol lobbying machine [Internet]. The Bureau of Investigative Journalism. 2022 April [cited 2022 May 6]. Available from: <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2022-04-25/inside-the-menthol-cigarette-lobbying-machine>
- 43 Chung-Hall J, Fong GT, Meng G, et al. Evaluating the impact of menthol cigarette bans on cessation and smoking behaviours in Canada: longitudinal findings from the Canadian arm of the 2016–2018 ITC Four Country Smoking and Vaping Surveys. *Tobacco Control*, April 2021 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2021/03/31/tobaccocontrol-2020-056259>. DOI: 10.1136/tobaccocontrol-2020-056259
- 44 Health Canada. Order amending the schedule to the tobacco act (menthol) [Internet]. Canada.ca. 2017 [cited 2022 May 19]. Available from: <https://www.canada.ca/en/health-canada/programs/consultation-changes-tobacco-act-address-menthol/order-amending-schedule-tobacco-act-menthol.html>
- 45 Schwartz R, Chaiton M, Borland T, Diemert L. Tobacco industry tactics in preparing for menthol ban. *Tob Control* [Internet]. 2018 [cited 2022 May 6];27(5):577–577. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/27/5/577>
- 46 Chung-Hall J, Fong GT, Meng G, et al. Evaluating the impact of menthol cigarette bans on cessation and smoking behaviours in Canada: longitudinal findings from the Canadian arm of the 2016–2018 ITC Four Country Smoking and Vaping Surveys. *Tobacco Control*, April 2021 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2021/03/31/tobaccocontrol-2020-056259>. DOI: 10.1136/tobaccocontrol-2020-056259
- 47 Fong GT, Chung-Hall J, Meng G, Craig LV, Thompson ME, Quah ACK, et al. Impact of Canada's menthol cigarette ban on quitting among menthol smokers: pooled analysis of pre-post evaluation from the ITC Project and the Ontario Menthol Ban Study and projections of impact in the USA. *Tob Control* [Internet]. 2022 [cited 2022 May 11]; tobaccocontrol-2021-057227. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/early/2022/04/27/tobaccocontrol-2021-057227>
- 48 Tobacco Tactics [Internet]. Menthol Cigarettes: Industry Interference in the EU and UK, updated 15 December 2021, [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://tobaccotactics.org/wiki/menthol-interference-eu-uk/>
- 49 Hiscock R, Silver K, Zatoński M, et al. Tobacco industry tactics to circumvent and undermine the menthol cigarette ban in the UK. *Tobacco Control* 2020 [accessed 2022 March 11], 29:e138–e142. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/29/e1/e138.full.pdf>
- 50 Tobacco Tactics [Internet]. Menthol Cigarettes: Industry Interference in the EU and UK, updated 15 December 2021 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://tobaccotactics.org/wiki/menthol-interference-eu-uk/>
- 51 Banks, M. Member states urged to do more to enforce new tobacco legislation. *Euroreporter*, April 2021 [accessed 2022 March 11]. Available from: <https://web.archive.org/web/20210401043508/https://www.euroreporter.co/health/tobacco-2/2021/04/01/member-states-urged-to-do-more-to-enforce-new-tobacco-legislation/>
- 52 Cadham CJ, Sanchez-Romero LM, Fleischer NL, Mistry R, Hirschtick JL, Meza R, et al. The actual and anticipated effects of a menthol cigarette ban: a scoping review. *BMC Public Health* [Internet]. 2020;20(1):1055. Available from: <http://dx.doi.org/10.1186/s12889-020-09055-z>
- 53 Branston JR, Hiscock R, Silver K, Arnott D, Gilmore AB. Cigarette-like cigarillo introduced to bypass taxation, standardised packaging, minimum pack sizes, and menthol ban in the UK. *Tob Control* [Internet]. 2021 [cited 2022 May 6]; 30(6):708–11. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/30/6/708>
- 54 Hiscock R, Silver K, Zatoński M, et al. Tobacco industry tactics to circumvent and undermine the menthol cigarette ban in the UK. *Tobacco Control* 2020 [accessed 2022 March 11], 29:e138–e142. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/29/e1/e138.full.pdf>
- 55 Hefler M. Menthol: Tobacco Companies are exploiting loopholes in the UK's characterising flavours ban [Internet]. Blog - Tobacco Control. 2021 [cited 2022 May 6]. Available from: <https://blogs.bmj.com/tc/2021/05/05/menthol-tobacco-companies-are-exploiting-loopholes-in-the-uks-characterising-flavours-ban/>

- 56 Hiscock R, Silver K, Zatoński M, et al. Tobacco industry tactics to circumvent and undermine the menthol cigarette ban in the UK. *Tobacco Control* 2020 [accessed 2022 March 11], 29:e138-e142. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/29/e1/e138.full.pdf>
- 57 Przewoźniak K, Kyriakos CN, Hiscock R, Radu-Loghin C, Fong GT. Effects of and challenges to bans on menthol and other flavors in tobacco products. *Tob Prev Cessat* [Internet]. 2021 [cited 2022 May 6];7(November):68. Available from: <http://www.tobaccopreventioncessation.com/Effects-of-and-challenges-to-bans-on-menthol-and-other-flavors-in-tobacco-products,143072,0,2.html>



A GLOBAL
TOBACCO
INDUSTRY
WATCHDOG

Acerca de STOP

Stopping Tobacco Organizations and Products (STOP) es un organismo de control de la industria tabacalera mundial cuya misión es exponer las estrategias y tácticas de la industria tabacalera que socavan la salud pública. STOP está financiado por Bloomberg Philanthropies y está compuesto por una asociación entre el Grupo de Investigación sobre el Control del Tabaco (TCRG) de la Universidad de Bath, el Centro Global para la Buena Gobernanza en el Control del Tabaco (GGTC), la Unión Internacional contra la Tuberculosis y las Enfermedades Pulmonares (La Unión) y Vital Strategies. Para obtener más información, visite www.exposetobacco.org.