



STOPPING TOBACCO  
ORGANIZATIONS & PRODUCTS

# ADDICTION AT ANY COST

*Philip Morris International Uncovered*

## *Ringkasan Eksekutif*

### **Tentang apakah laporan ini?**

Pada Januari 2018, Philip Morris International (PMI) mengumumkan tujuannya untuk “menghentikan rokok” dan menciptakan “masa depan bebas asap rokok”. PMI mengatakan bahwa mereka akan mengakhiri penjualan rokok bakar sepenuhnya, dan sebagai gantinya menawarkan alternatif kepada perokok, terutama Produk Tembakau yang Dipanaskan (Heated Tobacco Product / HTP) yang diklaim PMI tidak begitu berbahaya dibandingkan merokok. PMI kemudian meluncurkan kampanye humas global yang komprehensif, mengupayakan percakapan dengan regulator untuk memungkinkan HTP diperkenalkan di pasar-pasar utama, dan mencoba meyakinkan pemangku kepentingan bahwa perusahaan ini kini menjadi solusi bagi epidemi tembakau.

Namun sejarah panjang ketidakjujuran dan penyangkalan industri tembakau - sebagai cara menjual sebanyak mungkin produk tembakaunya yang mematikan - menimbulkan pertanyaan apakah “transformasi” bebas asap rokok ini valid atau tidak. Apakah mereka benar-benar menghentikan penjualan rokok? Haruskah pemerintah mempercayai mereka? Apakah mereka sudah berubah?

Untuk menjawab pertanyaan penting tersebut, laporan ini menganalisis dokumen historis industri tembakau, data penjualan industri, dan temuan dari pemantauan industri tembakau yang dilakukan oleh University of Bath, mitra dalam pengawas industri tembakau global STOP (Stopping Tobacco Products and Organizations / Menghentikan Organisasi dan Produk Tembakau) serta kolaborator.

## Apa yang kami lakukan dan apa yang kami temukan?

Dalam **Bab 1**, kami mengkaji secara kronologis upaya industri tembakau untuk mengembangkan dan memasarkan produk tembakau yang “lebih aman”, dan motivasi mereka melakukannya. Kami menyimpulkan bahwa industri tembakau tidak pernah benar-benar tertarik untuk mengurangi bahaya. Malah mereka telah berulang kali berinvestasi dan mengembangkan produk baru yang “lebih aman” sebagai tanggapan terhadap ancaman penurunan penjualan rokok – dengan kata lain, untuk mencegah perokok berhenti sepenuhnya dan menarik pengguna baru. Meski ini merupakan motif mereka yang sesungguhnya, peluncuran produk disertai dengan klaim bahwa industri berkomitmen untuk mengurangi bahaya, dan perusahaan tembakau menggunakan produk yang “lebih aman” untuk merehabilitasi reputasi mereka yang ternoda, memperlemah pengendalian tembakau dan mencoba memecah komunitas kesehatan masyarakat. Bagian selebihnya dari laporan ini menunjukkan bagaimana taktik ini diulang.

**Bab 2** melanjutkan **Bab 1** dan menggunakan data industri terkini untuk lebih memahami konteks di mana perusahaan tembakau besar memperkenalkan HTP. Kami melaporkan bahwa industri tembakau meluncurkan HTP pada saat kemampuan mereka untuk terus meraup keuntungan jangka panjang dari rokok dan produk bakar lainnya sangat tertantang. Mengingat betapa pentingnya HTP bagi PMI (hanya memiliki pangsa 0,3% di pasar rokok elektronik global tetapi merupakan pemimpin pasar untuk HTP), kami berfokus pada PMI dan merek HTP-nya, IQOS. Kami menemukan bahwa PMI terutama meluncurkan IQOS di negara berpenghasilan tinggi, di mana penjualan rokok sudah menurun. Ini menunjukkan bahwa prioritas perusahaan adalah mendongkrak penjualan dan keuntungan di pasar yang mandek, bukan benar-benar ingin mengurangi bahaya.

Bersama-sama, bukti dari **Bab 1 dan 2** menunjukkan bahwa produk nikotin baru meningkatkan jumlah konsumen nikotin, bukan berfungsi sebagai alternatif rokok bakar.

Dalam **Bab 3**, kami membandingkan pernyataan publik PMI tentang gerakan “bebas asap rokok” dengan strategi privat dan kegiatan pemasaran mereka. Kami menyajikan bukti bahwa

retorika “bebas asap rokok” PMI merupakan strategi urusan korporat yang diperhitungkan untuk renormalisasi merek perusahaan mereka. Kami menunjukkan bahwa bukannya mendukung tujuan kesehatan masyarakat, PMI malah terus menentang dan menantang langkah pengendalian tembakau berbasis bukti, gencar memasarkan rokok, memperkenalkan merek rokok baru dan mengakuisisi perusahaan rokok baru. Kami juga melaporkan contoh terbaru dari pemasaran PMI yang berorientasi pada kawula muda, baik IQOS maupun rokok bakar mereka, dan berpendapat bahwa promosi media sosial IQOS mereka melanggar standar pemasaran mereka sendiri. Singkat kata, kami memaparkan logika yang keliru dalam narasi “bebas asap rokok” PMI.

**Bab 4 dan 5** berfokus pada Foundation for a Smoke-Free World (Yayasan untuk Dunia Bebas Asap Rokok) yang didanai PMI. Kami mempertimbangkan klaim independensi Yayasan tersebut dan menunjukkan bahwa ternyata Yayasan sepenuhnya bergantung pada PMI, rupanya melakukan koordinasi kerja dengan PMI, dan merekrut agensi yang memiliki hubungan jangka panjang dengan industri tembakau. Kami mengkaji klaim fokusnya pada sains dan menunjukkan bahwa jumlah yang dihabiskan oleh Yayasan untuk sains sejauh ini lebih kecil daripada yang dihabiskan untuk humas. Hal ini serta kegiatan lainnya menunjukkan bahwa Yayasan beroperasi secara efektif sebagai humas dan kelompok lobi PMI. Kami mengeksplorasi apa yang mereka sebut sebagai dukungan bagi pengendalian tembakau dan menunjukkan bagaimana stafnya dan pihak yang didanainya menentang langkah pengendalian tembakau berbasis bukti. Yang terakhir, kami menunjukkan bahwa PMI memiliki riwayat menciptakan organisasi serupa untuk menunjukkan bahwa rokoknya aman. Sains yang kuat tentunya diperlukan untuk Produk Tembakau yang Dipanaskan, tetapi sejarah dan perilaku Yayasan tersebut hingga saat ini menunjukkan bahwa baik Yayasan maupun para penerima hibahnya tidak semestinya menjadi pihak yang memberikan kontribusi ilmiah ini. **Bab 5** menyajikan bukti yang mungkin mengkhawatirkan bagi pemegang saham PMI - bahwa, meski menjanjikan nyaris satu miliar dolar AS selama dua belas tahun, usaha itu mungkin gagal.

---

## Apa arti semua ini?

Klaim PMI bahwa mereka ingin “menghentikan rokok” dan menciptakan “masa depan bebas asap rokok” tidaklah logis, sangat tidak jujur dan berbahaya bagi kesehatan masyarakat.

PMI belum berubah. Mewujudkan klaimnya akan membuatnya gulung tikar:

- PMI tidak berhenti menjual rokok. Bahkan mereka terus melakukan upaya yang ekstensif untuk mendorong merokok di mana masih ada ruang untuk melakukannya.
- Ketika kemampuannya untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan rokok kini terbatas, mereka meluncurkan - atau mencoba meluncurkan - HTP, menciptakan epidemi baru.
- PMI tidak mendukung langkah pengendalian tembakau berbasis bukti yang efektif. Sebaliknya mereka terus secara aktif menentangnya.

Klaim PMI merupakan gerakan humas besar-besaran yang ditujukan untuk memungkinkannya mengakses lingkaran kebijakan di mana PMI telah dikecualikan, dan untuk merancang kebijakan mendatang demi kepentingannya sendiri.

Foundation for a Smokefree World (FSFW) adalah kelompok depan PMI yang dibentuk untuk membantu PMI dalam upaya ini. PMI dan FSFW tidak dapat dan tidak boleh dipercaya, dan kita harus tetap sangat skeptis dengan klaim ilmiah mereka, dan studi yang mereka danai.

Apa pun posisi yang ingin diambil negara untuk mengurangi bahaya, industri tembakau dan kelompok depannya seperti FSFW tidak boleh berperan dalam pembuatan kebijakan.

## Apa yang tidak dilakukan laporan ini

Laporan ini tidak bermaksud, dan tidak seharusnya digunakan, untuk mengkaji bukti yang mendukung atau menentang peran pendekatan pengurangan bahaya termasuk rokok elektronik sebagai bagian dari kebijakan pengendalian tembakau yang komprehensif.