



A GLOBAL
TOBACCO
INDUSTRY
WATCHDOG

VÍCIO A QUALQUER CUSTO

Verdade sobre a Philip Morris International

Resumo Executivo

Sobre o que é este relatório?

Em janeiro de 2018, a Philip Morris International (PMI) anunciou sua meta "desistir dos cigarros" e criar um "futuro sem fumo". Disse que encerraria totalmente a venda de cigarros combustíveis e, em vez disso, ofereceria alternativas aos fumantes, principalmente produtos de tabaco aquecido (HTPs), que a PMI afirma serem menos prejudiciais do que fumar. Posteriormente, a PMI lançou uma campanha global abrangente de relações públicas, buscando conversas com reguladores para permitir que os HTPs fossem introduzidos nos principais mercados e tentando persuadir as partes interessadas de que a empresa agora é a solução para a epidemia do tabaco.

No entanto, o longo histórico de negação e dissimulação da indústria do tabaco - como meio de vender o máximo possível de seus produtos de tabaco letais - levanta questões sobre se essa "transformação" sem fumo é legítima. Elas estão realmente parando de vender cigarros? Os governos devem confiar nelas? Elas se transformaram?

Para esclarecer essas questões vitais, este relatório analisa documentos históricos da indústria do tabaco, dados de vendas da indústria e descobertas do monitoramento da indústria do tabaco realizado pela Universidade de Bath, parceira da organização global fiscalizadora da indústria do tabaco STOP (Stopping Tobacco Products and Organizations) e colaboradores.

O que fizemos e o que encontramos?

No **Capítulo 1**, examinamos cronologicamente as tentativas da indústria do tabaco de desenvolver e comercializar produtos de tabaco "mais seguros" e suas motivações para fazê-lo. Concluímos que a indústria do tabaco nunca esteve genuinamente interessada em reduzir os danos. Em vez disso, investiram e desenvolveram repetidamente novos produtos "mais seguros" em resposta à ameaça de redução das vendas de cigarros - em outras palavras, para evitar que os fumantes parem totalmente e para atrair novos usuários. Apesar de ser esse o motivo real, os lançamentos de produtos foram acompanhados por alegações de que a indústria estava comprometida com a redução de danos, e as empresas de tabaco usaram produtos "mais seguros" para reabilitar sua reputação manchada, enfraquecer o controle do tabaco e tentar dividir a comunidade de saúde pública. O resto do relatório mostra como essas táticas estão sendo repetidas.

O **Capítulo 2** baseia-se no **Capítulo 1** e usa dados recentes da indústria para entender melhor o contexto em que as principais empresas de tabaco introduziram os HTPs. Relatamos que a indústria do tabaco lançou HTPs em um momento em que sua capacidade de continuar lucrando no longo prazo com cigarros e outros produtos combustíveis estava seriamente desafiada. Dada a importância particular dos HTPs para a PMI (ela tem apenas 0,3% de participação no mercado global de cigarros eletrônicos, mas é líder de mercado em HTPs), nos concentramos na PMI e em sua marca de HTP, o IQOS. Descobrimos que a PMI lançou o IQOS principalmente em países de alta renda, onde as vendas de cigarros já estão caindo. Isso sugere que a prioridade da empresa é aumentar as vendas e os lucros em mercados estagnados, em vez de uma redução genuína de danos.

Juntas, as evidências dos **Capítulos 1 e 2** sugerem que os novos produtos de nicotina estão aumentando o número de consumidores de nicotina, em vez de agirem como alternativas ao cigarro combustível.

No **Capítulo 3**, comparamos as declarações públicas da PMI sobre "livre de fumo" com suas estratégias privadas e

O que tudo isso significa?

A afirmação da PMI de que quer "desistir dos cigarros" e criar um "futuro livre do fumo" é ilógica, altamente hipócrita e perigosa para a saúde pública.

A PMI não se transformou. Cumprir suas afirmações a deixaria fora do mercado:

- A PMI não parou de vender cigarros. Em vez disso, continua a envidar grandes esforços para diminuir o tabagismo, onde ainda há espaço para isso.
- Onde sua capacidade de aumentar as vendas e os lucros de cigarros agora é limitada, ela está lançando - ou tentando lançar - HTPs, criando uma nova epidemia.
- A PMI não está apoiando medidas eficazes de controle do tabaco baseadas em evidências. Em vez disso, continua se opondo ativamente a elas.

As reivindicações da PMI são um exercício massivo de relações públicas com o objetivo de permitir que tenha acesso aos círculos políticos dos quais foi excluída e planeje futuras políticas em seus próprios interesses.

atividades de marketing. Apresentamos evidências de que a retórica "livre de fumo" da PMI é uma estratégia calculada de assuntos corporativos para renormalizar a marca da empresa. Mostramos que, em vez de apoiar metas de saúde pública, a PMI continua contestando e desafiando medidas de controle do tabaco baseadas em evidências, divulgando fortemente os cigarros, introduzindo novas marcas de cigarros e adquirindo novas empresas de cigarros. Também relatamos exemplos recentes de marketing orientado para os jovens da PMI, tanto do IQOS quanto de seus cigarros combustíveis, e argumentamos que sua promoção do IQOS em mídias sociais viola seus próprios padrões de marketing. Em suma, revelamos a falsa lógica da narrativa "livre de fumo" da PMI.

Os **Capítulos 4 e 5** se concentram na Foundation for a Smoke-Free World, financiada pela PMI. Consideramos as reivindicações de independência da Fundação e mostramos que, em vez disso, ela é totalmente dependente da PMI, aparentemente coordena o trabalho com a PMI e contrata agências com vínculos de longa data com a indústria do tabaco. Examinamos seu alegado foco na ciência e mostramos que o valor gasto pela Fundação em ciência até agora tem sido menor do que o gasto em RP. Essa e outras atividades sugerem que a Fundação está operando efetivamente como um braço de relações públicas e lobby da PMI. Exploramos o chamado apoio ao controle do tabaco e mostramos como sua equipe e aqueles por ela financiados têm feito pressão contra medidas de controle do tabaco baseadas em evidências. Por fim, mostramos que a PMI tem um histórico de criação de organizações semelhantes para mostrar que seus cigarros eram "seguros". Uma ciência robusta sobre produtos de tabaco aquecidos certamente é necessária, mas a história e a conduta da Fundação até o momento sugerem que nem a Fundação nem seus beneficiários deveriam ser os responsáveis por essa contribuição científica. O **Capítulo 5** apresenta evidências que podem alarmar os acionistas da PMI - já que, apesar de prometer quase um bilhão de dólares americanos em 12 anos, o empreendimento pode estar falindo.

A Foundation for a Smoke-Free World é um grupo de fachada da PMI criado para auxiliar a PMI nesses esforços. A PMI e a Fundação não podem e não devem gerar confiança, e devemos permanecer altamente céticos em relação a suas afirmações científicas e aos estudos que financiam.

Seja qual for a posição que os países desejem adotar na redução de danos, a indústria do tabaco e seus grupos de fachada, como a Foundation for a Smoke-Free World, não devem desempenhar nenhum papel na formulação de políticas.

O que este relatório não faz

Este relatório não pretende e não deve ser usado para examinar evidências a favor ou contra o papel das abordagens de redução de danos, incluindo cigarros eletrônicos, como parte de políticas abrangentes de controle do tabaco.