



A GLOBAL
TOBACCO
INDUSTRY
WATCHDOG

Блок
пояснень



Всесвітній



Сьогодні Японія, завтра весь світ:

стала відомою маркетингова стратегія Philip Morris Japan щодо IQOS

Лютий 2024 р.

У документі, викладеному в мережу, детально описано, як Philip Morris Japan (PMJ, «Філіп Морріс Японія»), дочірня компанія Philip Morris International (PMI, «Філіп Морріс Інтернешнл»), планувала забезпечити підтримку виробництва у Японії суперечливої продукції IQOS, яка викликає залежність. Якщо ця маркетингова стратегія виявиться успішною і її буде відтворено в іншому місці, PMJ зможе спричинити новий вид «тютюнової епідемії».

У документі Philip Morris Japan (PMJ), викладеному в мережу, описано багатоетапну маркетингову стратегію компанії для систем нагрівання тютюну IQOS у Японії.

У документі 2019 року під назвою «Бізнес-цілі PMJ на 2019 рік» містяться відомості про те, як компанія PMJ планує розвивати бізнес за рахунок «продукції зі зниженим ризиком» (оманливий^{1,2} галузевий термін для новітніх негорючих тютюнових і нікотинових виробів) і створити нормативну та суспільну підтримку систем нагрівання тютюну IQOS.

Цей розгорнутий план просування IQOS як «виробу зі зниженим ризиком» і «прискорення залучення і конверсії нових користувачів» викликає занепокоєння, оскільки IQOS залишається суперечливим виробом, довгостроковий вплив якого на здоров'я невідомий. IQOS викликає залежність і, на відміну від електронних сигарет, містить тютюн.

Philip Morris International (PMI) позиціонує виріб IQOS як «бездимний», хоча це визначення було заперечено незалежними дослідженнями.^{3, 4, 5, 6} Попри те, що під час використання IQOS виділяється менша кількість шкідливих речовин порівняно з класичними сигаретами, не був доведений факт зменшення ризику захворювання та смерті через куріння IQOS у порівнянні зі звичайним палінням.⁷ Щонайменше 80 хімічних речовин виявлено виключно або у більших кількостях у викидах IQOS порівняно з сигаретним димом. Дев'ять із них було визнано PMI як такі, що викликають токсикологічні проблеми, а чотири — як можливі або ймовірні канцерогени.⁸ Крім того, не було доведено, що IQOS допомагає кинути палити, і дані свідчать про те, що більшість користувачів IQOS продовжують курити сигарети під час використання системи нагрівання тютюну.⁹

Схоже, компанія PMJ намагалася зацікавити системою IQOS широку аудиторію.

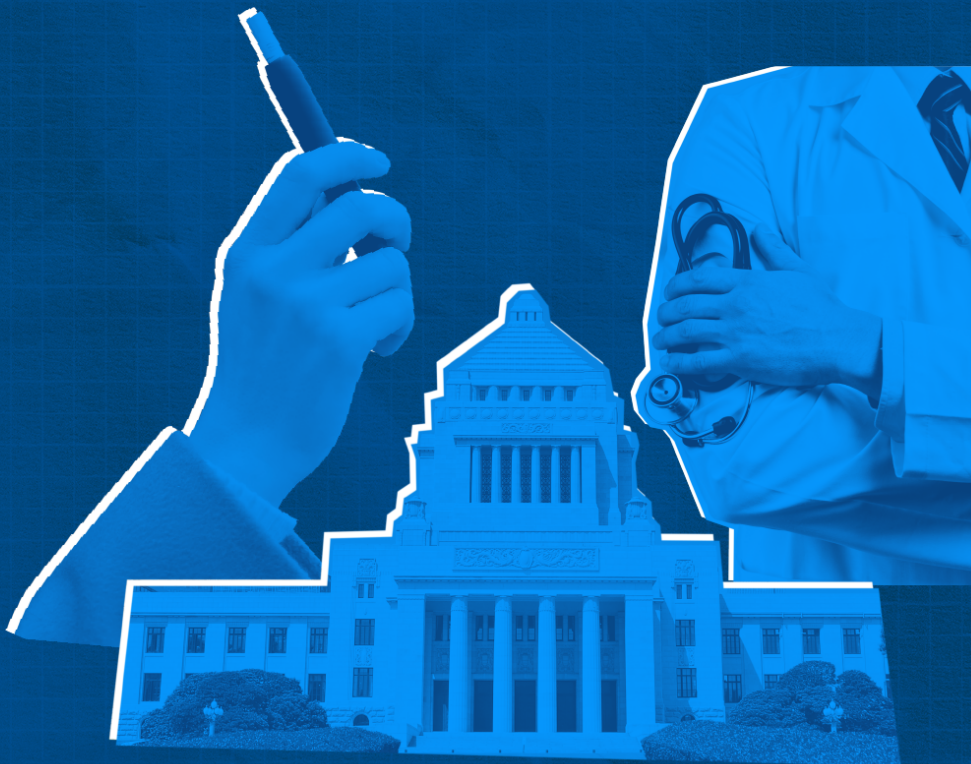
У PMI стверджують, що система IQOS призначена лише для дорослих курців.¹⁰ Проте маркетинговий документ, викладений у мережі, свідчить про те, що новий виріб PMI, який викликає залежність, був представлений значно ширшій аудиторії, і мав збільшити залежність від IQOS загалом. Це ще раз доводить те, що компанія PMI пропонує системи IQOS таким чином, щоб вони були привабливими для різних верств населення, зокрема для молоді, а не лише дорослих курців.

Групи, на які компанія PMJ намагалася впливати та отримати їхню підтримку до Олімпійських ігор у Токіо 2020 року, варіювалися від політиків до медичних працівників. Нещодавні викривальні статті показали, що PMJ також таємно фінансувала дослідження щодо відмови від паління.¹¹ Докази свідчать про те, що корпоративні суб'єкти вкладають кошти в науку задля спотворення доказової бази на свою користь і просування сприятливих для виробників наукових висновків, приховуючи при цьому своє втручання.

Компанія PMJ орієнтувалася на осіб, які ухвалюють рішення, і впливові організації в очевидній спробі отримати широке визнання IQOS і створити сприятливі умови для широкого використання цієї системи.

Схоже, PMJ намагалася вплинути на політиків, щоб вони пов'язували IQOS зі зменшенням шкоди, і відповідним чином створили або послабили існуючі норми. Це суперечить статті 5.3 Рамкової конвенції ВООЗ із боротьби проти тютюну, яка спрямована на захист політики від втручання тютюнової промисловості.

Також тютюновий гігант планував отримати схвалення від медичних працівників, так само, як колись тютюнові компанії чекали на схвалення сигарет лікарями. Плани орієнтуватися на сторонні організації зі, здавалося б, зовсім різних галузей, від туризму до глобальної торгівлі та безпеки, свідчать про те, що компанія PMJ хотіла заручитися підтримкою з усіх боків, створюючи видимість органічного широкого схвалення свого продукту. Якщо PMJ зможе успішно вплинути на кожну з цих сторін, кінцевим результатом стане збільшення доступності, попиту та, зрештою, залежності від IQOS.



Основні висновки з викладеного у мережу документа «Бізнес-цілі PMJ 2019 року»:

Галузі, на які PMJ прагнула вплинути	Цілі, поставлені PMJ (розділ)	Бізнес-цілі PMJ	Очевидні цілі PMJ
Політика	<ul style="list-style-type: none"> Органи влади в префектурах і місцеві органи влади (2.1) 	<ul style="list-style-type: none"> Взаємодіяти з органами влади в 30 префектурах Взаємодіяти з 43 органами місцевої влади 	<ul style="list-style-type: none"> Розширити нормативну диференціацію між системами нагрівання тютюну*, як-от IQOS, і сигаретами Здобути політичну підтримку СНТ і розширити перелік винятків для використання СНТ у місцях, де паління обмежене
	<ul style="list-style-type: none"> Міністерства фінансів та охорони здоров'я (2.2) 	<ul style="list-style-type: none"> Надати документ міністерствам фінансів та охорони здоров'я 	<ul style="list-style-type: none"> Розширити фіскальну диференціацію між СНТ і сигаретами
	<ul style="list-style-type: none"> «Ключові» політики (2.3) 	<ul style="list-style-type: none"> Знайти 100 «ключових» політиків Сформулювати політичну концепцію Забезпечити політичну підтримку для включення теми «зменшення шкоди» у парламентські заходи 	<ul style="list-style-type: none"> Здобути політичну підтримку через визнання галузевого терміну «зменшення шкоди від тютюну»
Медицина	<ul style="list-style-type: none"> Стоматологи (2.4) 	<ul style="list-style-type: none"> Створити програму направлення до стоматолога Запустити пілотний проєкт із 15-50 стоматологами з можливістю розширення 	<ul style="list-style-type: none"> Здобути науково обґрунтоване підтвердження галузевого терміну «зменшення шкоди від тютюну» третіми сторонами
Спорт і культура	<ul style="list-style-type: none"> Олімпійські ігри (2.6) 	<ul style="list-style-type: none"> Забезпечити присутність PMJ на Олімпіаді в Токіо 2020 року 	<ul style="list-style-type: none"> Запропонувати СНТ світовій аудиторії та асоціювати їх зі здоров'ям і спортом
	<ul style="list-style-type: none"> House of Switzerland (2.6) 	<ul style="list-style-type: none"> Співпрацювати з мобільним центром для відвідувачів House of Switzerland, який було представлено на минулих Олімпіадах 	<ul style="list-style-type: none"> Розширити нормативну диференціацію для СНТ Можливо, це означає схвалення СНТ урядом Швейцарії, оскільки House of Switzerland є частиною Федерального департаменту закордонних справ Швейцарії.
Впливові сторонні організації	<ul style="list-style-type: none"> Готелі, ресторани та заклади громадського харчування (2.5) 	<ul style="list-style-type: none"> Підштовхнути галузь гостинності (HORECA [готелі, ресторани та громадське харчування]) до ініціювання диференціації користування системою у приміщенні 	<ul style="list-style-type: none"> Заручитися підтримкою галузі гостинності, створивши сприятливі умови для використання СНТ у приміщенні
	<ul style="list-style-type: none"> Національне управління пожежної безпеки (2.4) 	<ul style="list-style-type: none"> Домогтися визнання СНТ «негорючою» у звіті Національного управління пожежної безпеки Підготувати та оприлюднити звіт 	<ul style="list-style-type: none"> Розширити науково обґрунтоване підтвердження галузевого терміну «зменшення шкоди від тютюну» і СНТ третіми сторонами Розширити концепцію тим, що СНТ безпечніші за сигарети
	<ul style="list-style-type: none"> Всесвітня митна організація (2.2) 	<ul style="list-style-type: none"> Взаємодіяти з митницею Японії та постійно контролювати її позицію щодо СНТ 	<ul style="list-style-type: none"> «Забезпечити» позицію Всесвітньої митної організації Японії, підтримуючи внесення СНТ до нової категорії та характеризуючи її як негорючу Розмежувати СНТ і сигарети, щоб створити сприятливі умови торгівлі

*система нагрівання тютюну без згорання використовується в оприлюдненому документі для позначення систем нагрівання тютюну (СНТ). IQOS є флагманським брендом систем нагрівання тютюну PMI.



Докази свідчать про те, що цей документ може бути планом проведення глобальної кампанії впливу. У разі успіху такі дії можуть спричинити новий вид «тютюнової епідемії», яка загрожуватиме здоров'ю населення.

Повідомлення ЗМІ з усього світу свідчать про те, що, можливо, РМІ намагається впровадити цей маркетинговий план на міжнародному рівні.

- У 2020 році Бюро журналістських розслідувань поділилося даними про те, що РМІ звернулася до міністрів уряду і місцевих рад Сполученого Королівства з проханням створити сприятливі ринкові умови для IQOS.¹²
- У 2022 році дослідники опублікували тематичне дослідження про те, як компанія РМІ лобіювала свої інтереси через політиків в Австралії, щоб скасувати заборону на системи нагрівання тютюну, яка діяла

у країні, і регламентувати їхнє розповсюдження за окремою категорією, що відрізняється від інших тютюнових виробів. Особи, опитані дослідниками, розказали, що компанія РМІ планувала продавати IQOS у пабах, барах і клубах, якщо її зусилля з лобіювання виявляться успішними та буде ухвалений відповідний закон.¹³

- У 2020 році менеджер із наукових і медичних питань німецької дочірньої компанії РМІ, Philip Morris GmbH (PMG), запропонував співпрацювати зі стоматологами, зокрема презентував свої дослідження та зустрічався віч-на-віч, щоб «інформувати їх» про IQOS.¹⁴
- За інформацією Центру з дослідження корупції та організованої злочинності (Organized Crime and Corruption Reporting Project) за 2022 рік компанія РМІ також спрямувала свою стратегію на індустрію туризму та гостинності в усьому світі, включно з Грецією, Чехією, Канарськими островами тощо.¹⁵ Піар-кампанія з визнання туристичних об'єктів, зокрема цілих островів, «вільними від тютюнового диму», не була зосереджена на введенні нових обмежень на сигарети. Натомість у центрі уваги було просування IQOS.
- У 2022 році газета New York Times повідомила, що РМІ найняла колишнього посадовця Управління з контролю за якістю харчових продуктів і ліків США, який мав «значний вплив» на рішення щодо схвалення електронних сигарет. Це був важливий перехід посадовця після відставки до приватної компанії, оскільки РМІ готується до запуску IQOS у США у 2024 році.¹⁶

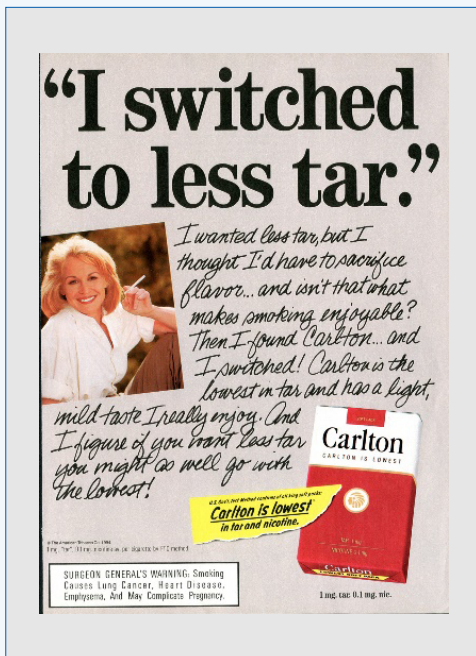
Висновок

З викладеного у мережі документа випливає, що компанія РМІ планувала спробувати переконати японських політиків, регуляторні органи і широку громадськість у значних відмінностях між IQOS і сигаретами. Її плани свідчать про те, що РМІ позиціонувала IQOS як меншу загрозу для здоров'я та безпеки. Ці дії потенційно можуть створювати сприятливі умови для поширення залежності від IQOS і збільшення прибутків РМІ.

Дізнайтеся більше про таємне фінансування РМІ досліджень, пов'язаних із відмовою від паління, на [Nicotine & Tobacco Research](#).

«Зменшення шкоди» чи захист прибутку?

- Щоразу коли продаж сигарет опиняється під загрозою, тютюнова промисловість апелює до знаного факту випуску нових виробів зі «зниженим ризиком». Оскільки загальний рівень споживання сигарет в усьому світі знижується, IQOS може вважатися сучасною версією виробу компанії PMI в світі, яка повільно відмовляється від свого основного виробу — сигарет.
- «М'які», «легкі», «з низьким вмістом смол» і навіть сигарети з фільтром зазвичай рекламувалися виробниками як безпечніші, ніж «звичайні» сигарети, незважаючи на галузеві дані, які свідчать про небезпеку, а в деяких випадках і більшу шкоду.



Реклама сигарет з низьким вмістом смол 1994 року. Із колекції реклами сигарет, Стенфорд.

- Поява «безпечніших» виробів нерідко ставала відповіддю на зростаючу стурбованість громадськості щодо впливу куріння на здоров'я. Ці нові вироби були не способом захисту здоров'я курців, вони мали на меті захист прибутків виробників.



Японія: ідеальне тематичне дослідження PMI?

PMI часто наводить дані про використання IQOS в Японії, позиціонуючи виведення на ринок цієї системи як успіх у стримуванні тютюнової епідемії. Але існує кілька причин, які не дозволяють вважати Японію хорошим прикладом користування IQOS у всьому світі.

- В Японії заборонені електронні сигарети, які не містять тютюну. Це зменшує конкуренцію для IQOS на так званому ринку «виробів зі зниженим ризиком».
- Японія не має ефективного контролю над тютюнопалінням порівняно з іншими країнами. Згідно з даними Глобального індексу втручання тютюнової промисловості 2023 року Японія посіла третє місце за втручанням тютюнової промисловості в політику.¹⁷
- Історично склалося так, що на японському ринку домінувала компанія Japan Tobacco International. Впровадивши IQOS на цей ринок, PMI виграла лише від перерозподілу частки ринку, демонструючи, очевидно, вражаючі та позитивні дані.



PMI пропонує IQOS широкій та молодій аудиторії

Стенфордський університет опублікував великий звіт, у якому містяться дані про те, як PMI пропонує IQOS широкій аудиторії, а не лише дорослим курцям.¹⁸

Інфлюенсери в соціальних мережах. PMI користувалася послугами інфлюенсерів із соціальних мереж, щоб прорекламувати через них IQOS як вибір для модного стилю життя.



Інфлюенсерка опублікувала пост «Посол IQOS» у 2019 році. 3 колекції «Інфлюенсери/зірки IQOS» Стенфордського університету.

Модні роздрібні магазини в популярних місцях.

Роздрібні магазини IQOS часто нагадують за стилем сучасні магазини Apple з мінімалістичною естетикою, в яких вибір асоціюється зі споживчими технологіями. Більшість магазинів пропонує просторі місця для сидіння, спонукаючи покупців затриматися та «спробувати» товар. Тимчасові торговельні точки нерідко розташовуються в торгових центрах і прохідних місцях, пропонуючи IQOS широкій та нетиповій аудиторії.

Заходи, орієнтовані на молодь. Дослідники виявили, що з 2015 по 2019 рік компанія PMI провела або запланувала проведення 270 заходів у 27 країнах. Деякі з них проходили в магазинах IQOS, тоді як інші компанія фінансувала або розміщувала кіоски IQOS в партнерських магазинах. Заходи не орієнтувалися виключно на дорослих курців, до них нерідко долучалася широка та молода публіка. Це були вечірки, концерти, музичні фестивалі, мистецькі шоу, кінофестивалі, фестивалі їжі та вина, спортивні заходи тощо.

Формула-1. PMI є найдавнішим спонсором тютюнової компанії в гонках Формули-1. У 2018 році, працюючи над брендингом Mission Winnow, корпоративної кампанії, що просуває концепцію PMI про «трансформацію», компанія почала розміщувати на болідах і одязі команди Ferrari символ, що нагадує про IQOS.

- 1 McKelvey K, Popova L, Kim M, Lempert LK, Chaffee BW, Vijayaraghavan M, et al. IQOS labelling will mislead consumers. *Tob Control* [Internet]. 2018; 27(Suppl 1):s48–54. Джерело: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6252493/>
- 2 El-Toukhy S, Baig SA, Jeong M, Byron MJ, Ribisl KM, Brewer NT. Impact of modified risk tobacco product claims on beliefs of US adults and adolescents. *Tob Control* [Internet]. 2018; 27(Suppl 1):s62-9. Джерело: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/27/Suppl_1/s62
- 3 Uguna CN, Snape CE. Should IQOS emissions be considered as smoke and harmful to health? A review of the chemical evidence. *ACS Omega* [Internet]. 2022;7(26):22111–24. Джерело: <https://pubs.acs.org/doi/10.1021/acsomega.2c01527>
- 4 Auer R, Concha-Lozano N, Jacot-Sadowski I, Cornuz J, Berthet A. Heat-not-burn tobacco cigarettes: Smoke by any other name. *JAMA Intern Med* [Internet]. 2017; 177(7):1050. Джерело: <https://jamanetwork.com/journals/jamainternalmedicine/fullarticle/2628970>
- 5 Whiteside E. Smokeless tobacco: 5 common questions about 'heat not burn' products answered [Internet]. *Cancer Research UK - Cancer News*. 2019. Джерело: <https://news.cancerresearchuk.org/2019/02/01/smokeless-tobacco-5-common-questions-about-heat-not-burn-products-answered>
- 6 Davis B, Williams M, Talbot P. IQOS: evidence of pyrolysis and release of a toxicant from plastic. *Tob Control* [Internet]. 2019; 28(1):34–41. Джерело: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/28/1/34>
- 7 STOP. FDA does not rule that IQOS reduces tobacco-related harm, yet PMI still claims victory [Internet]. *Exposetobacco.org*. Джерело: https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/STP054_FDA_IQOS_Brief_v3.pdf
- 8 Uguna CN, Snape CE. Should IQOS emissions be considered as smoke and harmful to health? A review of the chemical evidence. *ACS Omega* [Internet]. 2022;7(26):22111–24. Джерело: <https://pubs.acs.org/doi/10.1021/acsomega.2c01527>
- 9 Odani S, Tabuchi T. Prevalence of heated tobacco product use in Japan: the 2020 JASTIS study. *Tob Control* [Internet]. 2022;31(e1):e64–5. Джерело: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/31/e1/e64>; and Sutanto E, Miller C, Smith DM, Borland R, Hyland A, Cummings KM, et al. Concurrent daily and non-daily use of heated tobacco products with combustible cigarettes: Findings from the 2018 ITC Japan Survey. *Int J Environ Res Public Health* [Internet]. 2020;17(6):2098. Джерело: <http://dx.doi.org/10.3390/ijerph17062098>
- 10 PMI's smoke-free products [Internet]. *Pmi.com*. Джерело: <https://www.pmi.com/smoke-free-products> <https://www.pmi.com/smoke-free-products>
- 11 Braznell S, Laurence L, Fitzpatrick I, Gilmore AB, "Keep it a secret": leaked documents suggest Philip Morris International, and its Japanese affiliate, continue to exploit science for profit. *Nicotine Tob Res*. 2024; doi: 10.1093/ntr/ntae101
- 12 Cave T, Stockton B, Davies M, Chapman M. PMI sidesteps global health treaty to lobby councils [Internet]. *The Bureau of Investigative Journalism*. Джерело: <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2020-03-20/philip-morris-sidesteps-who-treaty-to-lobby-local-councils>
- 13 Watts C, Burton S, Freeman B. Creating a market for IQOS: analysis of Philip Morris' strategy to introduce heated tobacco products to the Australian consumer market. *Tob Control* [Internet]. 2022; 31(3):458-63. Джерело: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33191270/>
- 14 Booth J, Dental Tribune International. Cigarette giant wants dentists to understand vapour [Internet]. *Dental Tribune International*. 2020. Джерело: <https://www.dental-tribune.com/news/cigarette-giant-wants-dentists-to-understand-tobacco-harm-reduction/>
- 15 Ciurcanu A, Cerantola A. 'Smoke-free' cities and islands — sponsored by Philip Morris [Internet]. *OCCRP*. 2022 May 5. Джерело: <https://www.occrp.org/en/loosetobacco/blowing-unsmoke/smoke-free-cities-and-islands-sponsored-by-philip-morris>
- 16 Jewett C. F.D.A. tobacco science official takes job at Philip Morris. *The New York times* [Internet]. 2022 Jul 27. Джерело: <https://www.nytimes.com/2022/07/27/health/fda-tobacco-philip-morris.html>
- 17 Assunta M. Global Tobacco Industry Interference Index 2023. *Global Center for Good Governance in Tobacco Control (GGTC)*. Bangkok, Thailand. Nov 2023. Available from <https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/GlobalTIIndex2023.pdf>
- 18 Jackler RK, Ramamurthi D, Axelrod AK, Jung JK, Louis-Ferdinand NG, Reidel JE, et al. Global marketing of IQOS the Philip Morris campaign to popularize "heat not burn" tobacco [Internet]. *Stanford.edu*. 2020. Джерело: https://tobacco-img.stanford.edu/wp-content/uploads/2021/07/21231822/IQOS_Paper_2-21-2020F.pdf



A GLOBAL
TOBACCO
INDUSTRY
WATCHDOG

Про STOP («Зупинимо тютюнові організації та виробники»)

STOP — всесвітня організація, що наглядає за тютюновою промисловістю. Її місія полягає в тому, щоб викрити тактику виробників тютюну, яка шкодить громадському здоров'ю. STOP, що складається з мережі академічних організацій та організацій охорони здоров'я, досліджує та контролює тютюнові компанії, ділиться даними, щоб протистояти їхнім тактикам, і демонструє їхні неправомірні дії світовій аудиторії. STOP фінансується Bloomberg Philanthropies як частина [Ініціативи Bloomberg зі зменшення вживання тютюну](https://www.bloomberg.com/press-releases/2020-07-21-bloomberg-philanthropies-supports-stop). Додаткову інформацію дивіться на сайті [exposetobacco.org](https://www.exposetobacco.org).