STOP. A GLOBAL TOBACCO INDUSTRY WATCHDOG

Thông tin giải thích

Toàn Cầu

Nhật Bản hôm nay, Thế giới ngày mai

Kế hoạch tiếp thị IQOS bị rò rỉ của Philip Morris Nhật Bản

Tháng 2/2024

Một tài liệu bị rò rỉ nêu chi tiết cách Philip Morris Nhật Bản (PMJ), một công ty con của Philip Morris International (PMI), lập kế hoạch sản xuất hỗ trợ cho sản phẩm gây nghiện gây tranh cãi của mình, IQOS, tại Nhật Bản. Nếu kế hoạch tiếp thị này thành công và được nhân rộng ở nơi khác, PMJ có nguy cơ tạo ra một loại đại dịch thuốc lá mới.

Một tài liệu bị rò rỉ của Philip Morris Nhật Bản (PMJ) đề cập đến kế hoạch tiếp thị đa hướng của công ty này cho sản phẩm thuốc lá nung nóng, IQOS, tại Nhật Bản.

Tài liệu năm 2019 có tiêu đề "Mục tiêu kinh doanh của PMJ 2019" bao gồm nội dung chi tiết về cách PMJ lên kế hoạch phát triển hoạt động kinh doanh "sản phẩm giảm rủi ro"[1 2] (một thuật ngữ ngành dễ gây hiểu lầm về các sản phẩm thuốc lá và nicotin không đốt cháy mới) và xây dựng căn cứ hỗ trợ pháp lý và xã hội cho sản phẩm thuốc lá nung nóng, IQOS.

Kế hoạch mở rộng này nhằm quảng bá IQOS như một "sản phẩm giảm thiểu rủi ro" và "tăng tốc thu hút và chuyển đổi người dùng mới" là một kế hoạch đáng lo ngại vì IQOS vẫn là một sản phẩm gây tranh cãi và chưa rõ về ảnh hưởng lâu dài đến sức khỏe. IQOS gây nghiện và không giống như thuốc lá điện tử, IQOS có chứa thuốc lá.

Philip Morris International (PMI) định vị IQOS là sản phẩm "không khói thuốc", mặc dù chỉ định này đã bị tranh cãi bởi các bên nghiên cứu độc lập.[3, 4, 5, 6] Mặc dù IQOS khiến người dùng tiếp xúc với mức độ chất độc hại thấp hơn so với thuốc lá cháy, nhưng chưa được chứng minh là làm giảm nguy cơ mắc bệnh và tử vong liên quan đến thuốc lá so với hút thuốc lá.[7] Có ít nhất 80 hóa chất đã được tìm thấy riêng hoặc có lượng phát thải IQOS cao hơn khói thuốc lá. Trong số này, 9 chất được PMI xác định là có mối lo ngại về độc tính và 4 chất được xác định là chất có khả năng gây ung thư.[8] Ngoài ra, IQOS chưa được chứng minh là có thể giúp mọi người bỏ thuốc lá và dữ liệu cho thấy nhiều người dùng vẫn tiếp tục hút thuốc lá khi sử dụng IQOS.[9]

PMJ dường như đang cố gắng thu hút nhiều đối tượng sử dụng IQOS.

PMI tuyên bố rằng IQOS chỉ dành cho người hút thuốc trưởng thành.[10] Tuy nhiên, tài liệu tiếp thị bị rò rỉ cho thấy PMI đang cạnh tranh để thu hút số lượng đối tượng rộng hơn cho sản phẩm gây nghiện mới này và tìm cách tăng mức độ nghiện IQOS trên diện rộng. Điều này bổ sung thêm bằng chứng cho thấy cách PMI tiếp thị IQOS theo cách thu hút công chúng, bao gồm cả giới trẻ, chứ không chỉ những người hút thuốc trưởng thành.

Các nhóm mà PMJ có vẻ muốn gây ảnh hưởng và nhận được sự ủng hộ bao gồm từ các chính trị gia đến các nhà cung cấp dịch vụ y tế cho đến Thế vận hội Tokyo 2020. Những tiết lộ gần đây tiết lộ rằng PMJ cũng đã bí mật tài trợ cho nghiên cứu về việc cai thuốc lá.[11] Bằng chứng cho thấy nhiều doanh nghiệp đã tài trợ cho các nhà khoa học để làm sai lệch các cơ sở bằng chứng theo hướng có lợi cho họ và thúc đẩy thông điệp khoa học thân thiện với ngành, đồng thời che giấu sự tham gia của họ trong nghiên cứu khoa học này.

PMJ nhắm đến những người ra quyết định và các tổ chức có ảnh hưởng trong một nỗ lực rõ ràng nhằm đạt được sự chấp nhận rộng rãi về IQOS và tạo điều kiện thuận lợi cho việc sử dụng rộng rãi IQOS.

Có vẻ như PMJ đã tìm cách tác động đến các chính trị gia để liên kết IQOS với việc giảm thiểu tác hại và tạo ra hoặc nới lỏng các quy định hiện hành cho phù hợp. Điều này trái với Điều 5.3 của Công ước khung về kiểm soát thuốc lá của WHO, nhằm bảo vệ chính sách khỏi sự can thiệp của ngành công nghiệp thuốc lá.

Tổ chức sản xuất thuốc lá lớn này cũng có kế hoạch theo đuổi sự chứng thực từ các chuyên gia y tế, giống như việc các công ty thuốc lá từng tìm kiếm sự xác nhận về thuốc lá từ các bác sĩ. Các kế hoạch nhắm mục tiêu vào các thực thể bên thứ ba từ các lĩnh vực có vẻ không liên quan, chẳng hạn như khách sạn, thương mại toàn cầu đến an toàn, cho thấy PMJ muốn tăng cường sự hỗ trợ từ mọi khía cạnh, tạo ra sự ủng hộ rộng rãi có ý nghĩa cho sản phẩm của mình. Kết quả cuối cùng, nếu PMJ gây ảnh hưởng thành công đến từng bên này, thì mức độ sẵn có, mức sử dụng IQOS và cuối cùng là mức độ nghiện IQOS sẽ tăng lên.

Những phát hiện chính từ tài liệu bị rò rỉ "Mục tiêu kinh doanh của PMJ 2019":

Các lĩnh vực PMJ tìm cách gây ảnh hưởng	Mục tiêu dự kiến của PMJ (Phần)	Mục tiêu kinh doanh của PMJ	Mục tiêu rõ ràng của PMJ
Chính trị	• Chính quyền tỉnh và địa phương (2.1)	• Kết nối với 30 chính quyền tỉnh • Kết nối với 43 chính quyền địa phương	• Mở rộng sự khác biệt về quy định giữa các sản phẩm thuốc lá nung nóng,* như IQOS, và thuốc lá điếu • Đạt được sự ủng hộ chính trị về HTP và mở rộng miễn trừ cho việc sử dụng HTP ở những khu vực cấm hút thuốc
	• Bộ Tài chính và Bộ Y tế (2.2)	• Trình bày với Bộ Tài chính và Y tế	• Mở rộng sự khác biệt về tài chính giữa HTP và thuốc lá điếu
	• Các chính trị gia "chính" (2.3)	• Vẽ sơ đồ 100 chính trị gia "chính" • Xây dựng một câu chuyện chính trị • Đảm bảo sự ủng hộ chính trị cho việc đưa nội dung "giảm tác hại" vào các sự kiện quốc hội	• Đạt được sự ủng hộ chính trị cho định nghĩa "giảm thiểu tác hại của thuốc lá" của ngành
Y tế	• Nha sĩ (2.4)	• Xây dựng chương trình giới thiệu nha sĩ • Chạy thí điểm với 15-50 nha sĩ, có thể mở rộng	• Thiết lập hệ thống chứng thực khoa học của bên thứ ba cho định nghĩa của ngành về "giảm thiểu tác hại của thuốc lá"
Thể thao và Văn hóa	• Thế vận hội (2.6)	• Tạo sự hiện diện của PMJ tại Thế vận hội Tokyo 2020	• Giới thiệu HTP với khán giả toàn cầu và liên kết sản phẩm với sức khỏe và thể thao
	• House of Switzerland (2.6)	• "Hợp tác" với House of Switzerland, trung tâm du khách di động từng xuất hiện ở Thế vận hội vừa qua	• Mở rộng sự khác biệt về quy định cho HTP • Có thể ngụ ý là chính phủ Thụy Sĩ đã chấp thuận HTP, vì Hạ viện Thụy Sĩ thuộc Bộ Ngoại giao Liên bang Thụy Sĩ
Các thực thể bên thứ ba có ảnh hưởng	• Khách sạn, nhà hàng và đơn vị kinh doanh dịch vụ ăn uống (2.5)	• Huy động ngành khách sạn ("HORECA" [khách sạn, nhà hàng và dịch vụ ăn uống]) để kêu gọi sự khác biệt trong việc sử dụng trong nhà	• Nhận được sự hỗ trợ từ ngành khách sạn, tạo điều kiện thuận lợi cho việc sử dụng HTP trong nhà
	• Cơ quan Cứu hỏa Quốc gia (2.4)	• Đạt được sự thừa nhận về đặc điểm "không cháy" của HTP trong báo cáo của Cơ quan Cứu hỏa Quốc gia • Tận dụng và công khai báo cáo	• Mở rộng hệ thống chứng thực khoa học của bên thứ ba cho định nghĩa của ngành về "giảm thiểu tác hại của thuốc lá" và HTP • Thêm vào câu chuyện rằng HTP an toàn hơn thuốc lá điếu
	• Tổ chức Hải quan Thế giới (2.2)	• Hợp tác với Hải quan Nhật Bản và liên tục theo dõi quan điểm về HTP	• "Đảm bảo" quan điểm của Tổ chức Hải quan Thế giới của Nhật Bản, ủng hộ việc xếp HTP vào danh mục mới và mô tả chúng là chất không cháy • Phân biệt HTP với thuốc lá điếu để tác động đến điều kiện thương mại thuận lợi

*"HNB" ("nung nóng nhưng không đốt cháy") được sử dụng trong tài liệu bị rò rỉ để chỉ các sản phẩm thuốc lá nung nóng (HTP). IQOS là thương hiệu HTP hàng đầu của PMI.

Bằng chứng cho thấy tài liệu này có thể là kế hoạch chi tiết cho một chiến dịch gây ảnh hưởng toàn cầu. Nếu thành công, những hành động này có thể gây ra một loại đại dịch thuốc lá mới đe dọa sức khỏe cộng đồng.

Các báo cáo truyền thông trên khắp thế giới cho thấy PMI có thể đang cố gắng thực hiện kế hoạch tiếp thị này trên phạm vi quốc tế.

- Năm 2020, Cục Báo chí Điều tra báo cáo rằng PMI đã viết thư cho các bộ trưởng trong chính phủ và hội đồng địa phương ở Vương quốc Anh để yêu cầu một thị trường thuận lợi cho IQOS.[12]

- Năm 2022, các nhà nghiên cứu đã công bố một nghiên cứu điển hình về cách PMI vận động các chính trị gia ở Úc nhằm lật ngược lệnh cấm của quốc gia này áp đặt lên các sản phẩm thuốc lá nung nóng và quản lý chúng theo một danh mục tách biệt với các sản phẩm thuốc lá khác. Những người cung cấp thông tin được các nhà nghiên cứu phỏng vấn đã tiết lộ rằng PMI đang có kế hoạch bán IQOS trong các quán rượu, quán bar và câu lạc bộ nếu nỗ lực vận động hành lang của họ thành công và có hành lang pháp lý.[13]

- Năm 2020, người quản lý các vấn đề khoa học và y tế tại công ty con của PMI ở Đức, Philip Morris GmbH (PMG), đã quảng cáo về sự hợp tác của công ty với các nha sĩ, bao gồm việc trình bày nghiên cứu và gặp mặt trực tiếp để "thông báo cho họ" về IQOS.[14]

- PMI cũng đã nhắm mục tiêu vào ngành du lịch và khách sạn trên khắp thế giới, bao gồm cả Hy Lạp, Cộng hòa Séc và Quần đảo Canary, cùng nhiều quốc gia khác, theo báo cáo của Dự án Báo cáo Tham nhũng và Tội phạm có tổ chức vào năm 2022.[15] Một chiến dịch quan hệ công chúng nhằm vào các địa điểm du lịch, bao gồm toàn bộ các hòn đảo, là "không khói thuốc", đã không tập trung vào việc ban hành các hạn chế mới với thuốc lá. Thay vào đó, trọng tâm là quảng bá IQOS.

- Năm 2022, tờ Thời báo New York đưa tin rằng PMI đã thuê một cựu quan chức của Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ, người có "quyền lực đáng kể" về các quyết định xung quanh việc cấp phép thuốc lá điện tử. Đây là đợt tuyển dụng "xoay vòng" đáng chú ý khi PMI chuẩn bị ra mắt IQOS tại Hoa Kỳ vào năm 2024.[16]

Kết luận

Tài liệu bị rò rỉ này cho thấy PMJ đã có kế hoạch cố gắng thuyết phục các chính trị gia, cơ quan quản lý và công chúng Nhật Bản rằng IQOS khác biệt đáng kể so với thuốc lá điếu. Kế hoạch của họ cho thấy PMJ đã tìm cách định vị IQOS là ít đe dọa sức khỏe và sự an toàn hơn. Những hành động này có khả năng tạo ra mảnh đất màu mỡ cho tình trạng nghiện IQOS trên diện rộng—và tăng lợi nhuận cho PMI.

Tìm hiểu thêm về nguồn tài trợ bí mật của PMJ cho nghiên cứu liên quan đến cai thuốc lá tại Nicotine & Tobacco Research.

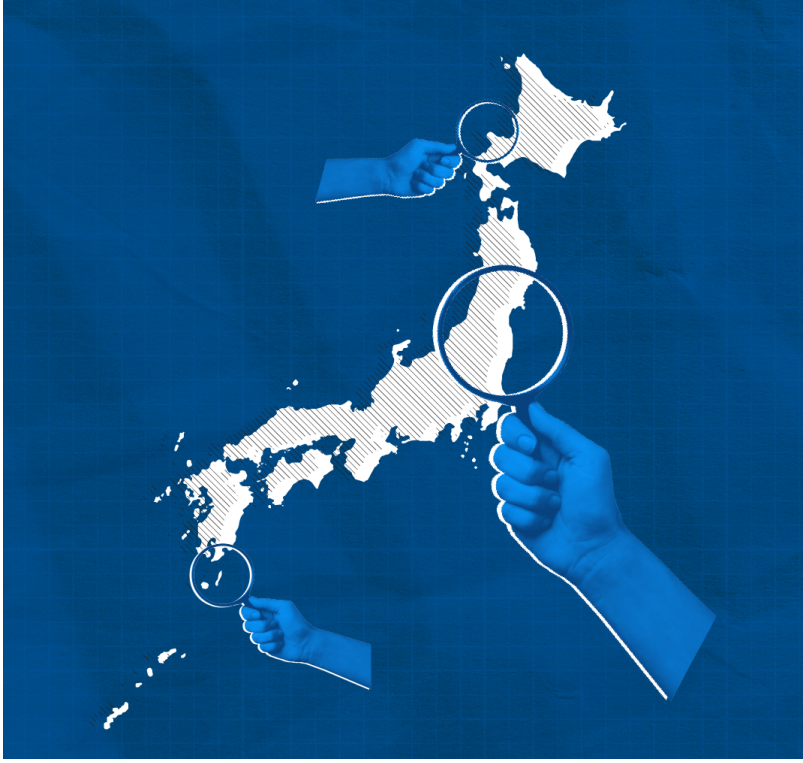
“Giảm tác hại” hay Bảo vệ lợi nhuận?

- Ngành thuốc lá có lịch sử đã được ghi nhận là luôn tung ra các sản phẩm “giảm rủi ro” mới bất cứ khi nào hoạt động kinh doanh thuốc lá của ngành này gặp nguy hiểm. Khi tỷ lệ hút thuốc lá toàn cầu giảm, IQOS có thể là phiên bản mới nhất của PMI trong một thế giới đang dần quay lưng lại với sản phẩm cốt lõi của họ là thuốc lá điếu.

- Thuốc lá “nhẹ”, “nhẹ”, “ít hắc ín” và thậm chí cả thuốc lá đầu lọc trước đây được ngành này quảng cáo là an toàn hơn thuốc lá “thông thường”, mặc dù dữ liệu của ngành cho thấy chúng không hề an toàn hơn và trong một số trường hợp còn có hại hơn.

Một quảng cáo năm 1994 tiếp thị thuốc lá “ít hắc ín”. Từ bộ sưu tập quảng cáo thuốc lá Stanford.

- Việc giới thiệu các sản phẩm “an toàn hơn” thường là câu trả lời cho mối lo ngại ngày càng tăng của công chúng về ảnh hưởng sức khỏe của việc hút thuốc. Những sản phẩm mới này nhằm mục đích bảo vệ lợi nhuận của ngành chứ không phải bảo vệ sức khỏe của người hút thuốc.



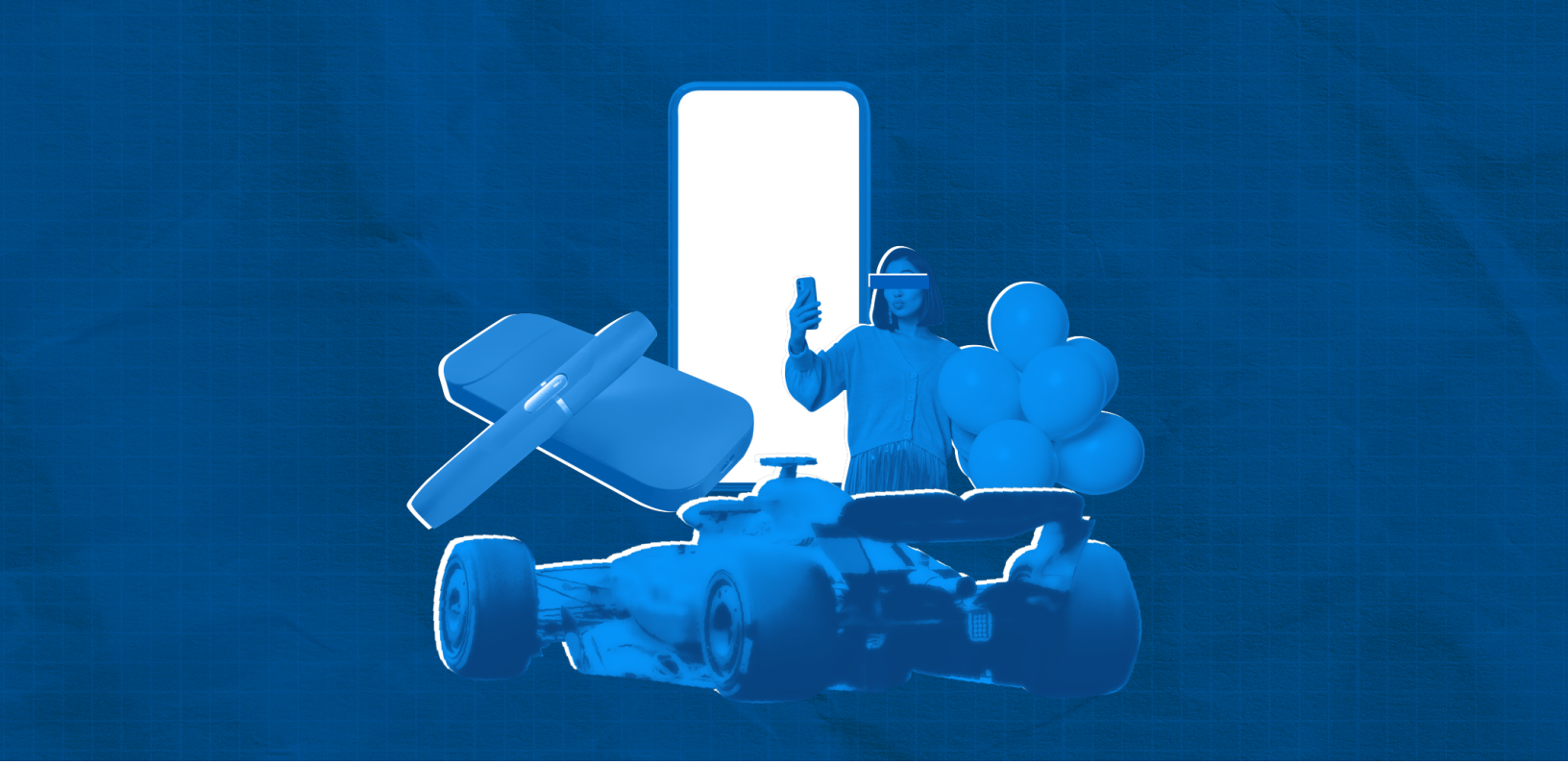
Nhật Bản: Nghiên cứu điển hình hoàn hảo của PMI?

PMI thường trích dẫn dữ liệu về việc sử dụng IQOS ở Nhật Bản, coi việc triển khai IQOS là một thành công trong việc kiềm chế dịch thuốc lá. Nhưng có một số lý do khiến Nhật Bản có thể không phải là quốc gia có chỉ số tốt về việc sử dụng IQOS trên toàn cầu.

- Thuốc lá điện tử không chứa thuốc lá bị cấm ở Nhật Bản. Điều này khiến IQOS ít có cạnh tranh hơn trong thị trường sản phẩm được gọi là “giảm rủi ro”..

- Nhật Bản không có quy định kiểm soát thuốc lá mạnh mẽ so với các nước khác. Trong Chỉ số can thiệp của ngành thuốc lá toàn cầu năm 2023, Nhật Bản nhận được điểm cao thứ ba về sự can thiệp của ngành thuốc lá vào chính sách.[17]

- Japan Tobacco International có lịch sử thống trị thị trường Nhật Bản. Bằng cách giới thiệu IQOS vào thị trường này, PMI chỉ thu được lợi ích từ góc độ thị phần, cung cấp dữ liệu có vẻ ấn tượng và tích cực để trích dẫn.



PMI tiếp thị IQOS cho đối tượng rộng và trẻ

Đại học Stanford đã đăng một báo cáo sâu rộng cho thấy nhiều cách tiếp thị IQOS mới của PMI tới nhiều đối tượng, không chỉ những người trưởng thành hút thuốc.[18]

Những người có ảnh hưởng trên mạng xã hội: PMI đã sử dụng những người có tầm ảnh hưởng trên mạng xã hội để giới thiệu IQOS như một sản phẩm phong cách sống thời thượng.

Một người có ảnh hưởng đăng bài với tư cách là "Đại sứ IQOS" vào năm 2019. Từ bộ sưu tập Người nổi tiếng/Người ảnh hưởng IQOS của Stanford.

Cửa hàng bán lẻ thời thượng ở những địa điểm nổi tiếng: Các cửa hàng bán lẻ IQOS có phong cách giống với phong cách thẩm mỹ tối giản, hiện đại khác biệt của các cửa hàng Apple, gắn sản phẩm với công nghệ tiêu dùng. Nhiều cửa hàng cung cấp chỗ ngồi rộng rãi để khuyến khích khách hàng nán lại và "khám phá" sản phẩm. Các cửa hàng tạm thời thường nằm ở các trung tâm mua sắm và các khu vực có lượng người qua lại cao, tạo điều kiện cho IQOS có đối tượng rộng rãi và không cụ thể.

Sự kiện hướng tới giới trẻ: Các nhà nghiên cứu đã xác định được 270 sự kiện do PMI tổ chức hoặc lên kế hoạch từ năm 2015 đến năm 2019 trên 27 quốc gia. Một số được tổ chức tại các cửa hàng IQOS, trong khi IQOS tài trợ hoặc có gian hàng tại các cửa hàng khác. Các sự kiện này không phục vụ riêng cho những người hút thuốc trưởng thành mà thường nhắm đến đối tượng trẻ và rộng hơn. Các sự kiện bao gồm các bữa tiệc, buổi hòa nhạc, lễ hội âm nhạc, chương trình nghệ thuật, liên hoan phim, lễ hội ẩm thực và rượu vang, sự kiện thể thao, v.v.

Giải đua xe Công thức 1: PMI là công ty thuốc lá tài trợ lâu đời nhất cho giải đua xe F1. Năm 2018, việc xây dựng thương hiệu cho Mission Winnow, một chiến dịch của công ty quảng cáo câu chuyện về "sự chuyển đổi" của PMI và một đại diện hợp lý cho IQOS, đã bắt đầu xuất hiện trên xe và màu sơn của đội Ferrari.

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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: http://dx.doi.org/10.3390/ijerph17062098

10 PMI's smoke-free products [Internet]. Pmi.com. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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. Có sẵn tại: 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/GlobalTIIIndex2023.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. Có sẵn tại: https://tobacco-img.stanford.edu/wp-content/uploads/2021/07/21231822/IQOS_Paper_2-21-2020F.pdf

STOP. A GLOBAL TOBACCO INDUSTRY WATCHDOG

Giới thiệu về STOP (Ngăn Ngừa Các Tổ Chức và Các Sản Phẩm Thuốc Lá)

STOP là cơ quan giám sát ngành công nghiệp thuốc lá toàn cầu với sứ mệnh vạch trần những "thủ đoạn" của ngành này trong việc cổ xúy hút thuốc lá làm suy yếu sức khỏe cộng đồng. Bao gồm một mạng lưới các tổ chức nghiên cứu và sức khỏe cộng đồng, STOP nghiên cứu và theo dõi ngành thuốc lá, chia sẻ tin tức tình báo để đối phó với những thủ đoạn của ngành này và vạch trần những hành động xấu của nó với người dân toàn cầu. STOP được Bloomberg Philanthropies tài trợ như một phần của Sáng Kiến Bloomberg để Giảm Sử Dụng Thuốc Lá. Để biết thêm thông tin, hãy truy cập exposetobacco.org.