



A GLOBAL  
TOBACCO  
INDUSTRY  
WATCHDOG



World Health  
Organization

Краткая  
информация



Глобальный



# Поговорим о мусоре: что скрывает «зеленый» маркетинг табачных компаний

Май 2022

**В ноябре 2021 г. крупнейшая транснациональная компания отметила двадцатилетний юбилей присутствия в индексе устойчивости Dow Jones<sup>1</sup>. В честь этого достижения был выпущен красивый видеоролик, на котором яхта с логотипом бренда рассекает кристально чистое голубое море, а на фоне играет зажигательная музыка<sup>2</sup>.**

Такое публичное празднование – не разовая акция. Когда компания вошла в очередной список лидеров с точки зрения учета экологических, социальных и управленческих вопросов (ЭСУ), ее представители заявили, что достигли «золотого стандарта»<sup>3</sup>. Компания также стала лауреатом премии «Financial Times» за заслуги в области борьбы с изменениями климата<sup>4</sup>. Выступая на крупном мероприятии для инвесторов в 2022 г., представитель компании слайд за слайдом демонстрировал успехи предприятия в области ЭСУ и посвятил целый слайд последним наградам компании в этой сфере<sup>5</sup>. Эта грамотно продуманная кампания имела за собой четкий посыл для финансовых аналитиков, СМИ и политиков: компания снискала всемирную славу за заботу о людях и планете.

Эта компания не одинока в своей сфере. Недавно один из ее основных конкурентов в пятый раз подряд получил рейтинг «А» в индексе устойчивости Проекта раскрытия информации по загрязнению (CDP)<sup>6</sup>.

Можно подумать, что эти компании – настоящие мировые лидеры в области устойчивого развития, создающие устойчивую продукцию. Но это не так. Первая компания – «British American Tobacco» (BAT), а вторая – «Philip Morris International» (PMI), это крупнейшие в мире транснациональные табачные компании, чья основная продукция при длительном употреблении убивает каждого второго потребителя и ежегодно уносит жизни более 8 млн человек<sup>7</sup>.

**Вред табака для здоровья уже несколько десятилетий не секрет, в то время как влияние табака на экологию зачастую остается без внимания. При этом табачная продукция наносит серьезный вред окружающей среде на протяжении всего жизненного цикла сигареты, от обезлесения до использования водных ресурсов и утилизации.**

**Табачная промышленность оказывает негативное воздействие на экологию на каждом этапе производства.**

Табачные компании активно используют в рекламе свой рейтинг и аккредитации в области ЭСУ. На веб-страницах всех четырех крупнейших в мире табачных компаний (BAT, PMI, «Japan Tobacco International» (JTI) и «Imperial Brands») вы без труда найдете информацию об их рейтинге CDP и др. Они делают это не просто так<sup>8</sup>. Они стремятся показать, что их продукция действительно устойчивая. Однако методика расчетов этих индексов не совсем чиста и скрывает три лазейки:

1. Специалисты в области анализа устойчивости инвестиций предупреждают, что зачастую критерии ЭСУ вообще не охватывают устойчивость основных товаров или услуг компаний. В центре их внимания не то, что делает компания, а то, как она работает. Таким образом, табачные компании могут получать «противоестественно» высокую оценку<sup>9</sup>. Как сообщает «Tobacco Free Portfolios», основные цели бизнеса и его воздействие зачастую не учитываются при оценке ЭСУ или устойчивости<sup>10</sup>. Поэтому рейтинги ЭСУ обычно игнорируют присущий табачной продукции вред и опасность для жизни<sup>11</sup>. Кроме того, зачастую табачные компании соревнуются не с по-настоящему устойчивыми предприятиями, а между собой.
2. В настоящий момент не существует единого глобального согласованного протокола оценки деятельности предприятий в области ЭСУ, и компании могут этим пользоваться. В мире используется более 600 различных подходов к оценке ЭСУ, и для их гармонизации не предпринимается никаких усилий<sup>12</sup>. Кроме того, для отчетов в области ЭСУ не существует стандартных требований в области раскрытия, и табачные компании могут раскрывать только те данные в области устойчивого развития, которые представляют их в выгодном свете.
3. Табачные компании могут ставить перед собой собственные цели в области устойчивого развития, при этом внешний надзор сводится к минимуму. Если цели не были достигнуты, компании могут просто не сообщать об этом в отчетности или отметить, что по ним ведется дополнительная работа. Если компания получает плохую оценку в рамках какого-либо рейтинга ЭСУ, она может просто отказаться от участия в анализе. Так, в 2017 г. BAT, JTI и «Imperial Brands» получили низкие оценки за раскрытие и воздействие в рейтинге CDP в области лесного хозяйства, после чего все три компании отказались от участия в анализе<sup>13</sup>.

Табачные компании используют рейтинги и премии в области устойчивого развития, только если они представляют их в выгодном свете, и это классический пример «зеленого камуфляжа».

## Что такое «зеленый камуфляж»?

Термин «зеленый камуфляж» был впервые включен в Оксфордский словарь английского языка двадцать лет назад со следующим определением: «дезинформация, распространяемая организациями в целях создания видимости экологической ответственности».

С тех пор к тактике зеленого камуфляжа прибегают представители самых спорных и опасных с точки зрения загрязнения отраслей на планете, в том числе табачные компании. Можно сказать, что табачные компании пытаются обелить собственную репутацию и славу своей продукции с помощью «зеленых» программ, таких как уборка пляжей, а также финансирования организаций в сфере экологии и оказания помощи жертвам стихийных бедствий. Такая практика особенно распространена в странах с низким и средним уровнем дохода (СНСД), которые табачные компании используют как основной рынок для увеличения продаж и доходов.

В последние годы табачные компании еще более активно стремятся обелить свою репутацию: по имеющимся данным, их деятельность в области «зеленого камуфляжа» все расширяется<sup>14</sup>. Так, в период с 2014 по 2020 г. PMI потратила более 13 млн долл. США на финансирование различных проектов в области экологии и мероприятий в области так называемой корпоративной социальной ответственности (КСО) по всему миру. В основном подобные мероприятия реализуются в Азии, Латинской Америке и Европе. При этом страны Африки, где расположены многие табачные плантации и которые наиболее нуждаются в помощи, получают значительно меньший объем финансирования<sup>15</sup>. В центре большинства реализуемых проектов – засорение окружающей среды окурками и помощь пострадавшим от природных катаклизмов<sup>16</sup>. При этом за этот период времени табачные компании получили прибыль в эквиваленте более 180 млрд долл. США<sup>17</sup>.

Приведем примеры «зеленого камуфляжа» в табачной промышленности.

- Начиная с 2011 г. ВАТ участвует в совместных с Бразильской ассоциацией производителей табака, Бразильским институтом охраны окружающей среды и Министерством охраны окружающей среды проектах в области охраны лесных ресурсов на южном побережье страны<sup>18</sup>.

- PMI реализует проект «Водопад» в странах Западной Африки, направленный на обеспечение доступа к водным ресурсам в Буркина-Фасо, Мали и Сенегале, что содействует «зеленому камуфляжу» имиджа компании<sup>19</sup>.
- «Imperial Brands» выступает спонсором ряда проектов в области образования, гигиены и здоровья в Индии через партнерство с «Alliance One» в округе Карнул, Андхра-Прадеш, и в том числе сотрудничает с местной НПО «PROTECT» над образовательным проектом в области защиты окружающей среды<sup>20</sup>.
- Также Индии в честь Всемирного дня окружающей среды в 2018 г. крупнейшая в стране табачная компания ITC выступила с заявлением о том, что на протяжении уже более 14 лет она имеет положительный статус устойчивости с точки зрения использования водных ресурсов, углеродных выбросов и переработки твердых отходов, из чего следует, что компания приносит экологии чистую пользу<sup>21</sup>.
- Бангладешский филиал ВАТ гордо заявляет о том, что является четырехкратным лауреатом Национальной премии премьер-министра за проект в области лесонасаждения,<sup>22</sup> умалчивая о том, что именно культивация табака является главной причиной обезлесения, особенно в СНСД<sup>23</sup>.
- В феврале 2022 г. британская корпорация «Imperial Brands» в своем пресс-релизе заявила, что она является признанным «мировым лидером» в области содействия борьбе с изменениями климата<sup>24</sup>.
- В США местная табачная компания «Altria» учредила ряд проектов в области КСО, среди которых такие инициативы, как «Сохраним красоты Америки», Национальный фонд защиты диких животных и рыб и Центр охраны водосборных бассейнов<sup>25</sup>.

Благодаря такой деятельности табачные компании создают видимость того, что их производство отвечает стандартам социальной и экологической ответственности. Однако табачная промышленность наносит неизмеримый вред здоровью курильщиков, некурильщиков и табаководов<sup>26</sup>. Кроме того, табак вредит не только людям, но и окружающей среде.

## Влияние табака и никотиносодержащей продукции на экологию

Вред табака для здоровья уже несколько десятилетий не секрет, в то время как влияние табака на экологию зачастую остается без внимания. При этом табачная продукция наносит серьезный вред окружающей среде на протяжении всего жизненного цикла сигареты, от обезлесения до использования водных ресурсов и утилизации.

Табачная промышленность оказывает негативное воздействие на экологию на каждом этапе производства. Ежегодно в мире собирается 32 млн тонн табачного листа, из которых производится порядка 6 трлн сигарет<sup>27</sup>. По данным научных исследований, в результате этого процесса образуется и используется эквивалент более 80 млн тонн углекислого газа (CO<sub>2</sub>). Ежегодно для производства табака в мире используется более 22 млрд тонн воды, при этом в табакопроизводящих странах зачастую водные ресурсы и без того ограничены<sup>28</sup>. Потраченной воды хватило бы, чтобы заполнить 8,8 млн плавательных бассейнов олимпийского стандарта.

Еще один научный факт: одна единственная сигарета на протяжении своего жизненного цикла оказывает такое же влияние на климат, как 14 граммов CO<sub>2</sub><sup>29</sup>. Кроме того, выращивание и обработка табака являются прямой причиной обезлесения. Начиная с 1970-х гг. в мире было потеряно 1,5 млрд гектаров лесов (в основном тропических), что также вносит вклад в 20% увеличения выбросов парниковых газов<sup>30</sup>.

Ежегодно в мире 4,5 трлн окурков выбрасывается мимо урны, таким образом, сигареты – самый распространенный мусор в мире и второй по распространенности на пляжах<sup>31</sup>.

Более того, по данным недавнего исследования, опубликованного «Truth Initiative», химические вещества, выпускаемые каждым сигаретным окурком (после вымачивания в литре воды в течение 24 часов), содержат достаточно токсинов для гибели 50 процентов пресноводных и морских рыб, контактировавших с ними в течение 96 часов<sup>32</sup>. Однако даже с учетом такой статистики в ситуации малого числа полноценных исследований в этой области истинные масштабы ущерба табака для экологии остаются неизвестными<sup>33</sup>.

По мере того как все больше табачных компаний запускают в производство новые никотиносодержащие и табачные продукты, такие как никотиновые пластыри, электронные сигареты и изделия из нагреваемого табака, возникают новые проблемы, усугубляющие воздействие табачной промышленности на экологию, такие как электронные отходы. Такая продукция не только не уменьшает масштабы зависимости потребителей от никотина, но и вносит вклад в новый экологический кризис на всех этапах, от добычи ископаемых для аккумуляторов до производства пластмасс и утилизации «капсул для вейпинга» и электронных устройств, для работы некоторых из которых, естественно, также нужно электричество<sup>34</sup>.

В научной публикации от 2019 г. сообщается следующее: «Новые виды пластмасс, металлов, картриджей, литий-ионных аккумуляторов и концентрированных растворов никотина, используемые во многих новых электронных продуктах, содержащих никотин и табак, требуют значительно более экологически интенсивных производственных процессов, чем продукты из преимущественно растительных материалов и пластиковых фильтров, такие как сжигаемые сигареты»<sup>35</sup>.

## Кто извлекает выгоду из устойчивости?

Выпуск новых продуктов на рынок сопровождается типичными для индустрии кампаниями по «зеленому камуфляжу», в рамках которых утверждается, что эти новые продукты каким-то образом содействуют экологической устойчивости. Вот что говорится на веб-сайте PMI: «PMI рассматривает мероприятия в области устойчивого развития как возможность для инноваций, развития и определения ценностей в долгосрочной перспективе, и в этой связи компания стремится к минимизации негативных последствий при максимизации эффективности операций и оптимизации распределения ресурсов»<sup>36</sup>. Данная цитата – прекрасный пример того, как компании используют устойчивое развитие в своих интересах, стремясь показать, что их основными мотивами являются «развитие» и «создание ценностей».

Так, устойчивое развитие стало основной темой прошедшего весной 2020 г. ребрендинга BAT: «BAT – лучшее завтра» стал новым рекламным слоганом компании, был создан новый логотип, а веб-сайт теперь оформлен в радужной тематике. «Устойчивость» также фигурирует среди пяти

закрепленных на верхней панели вкладок. В феврале 2022 г. в ВАТ заявили о неотъемлемости ЭСУ для ее новых брендов<sup>37</sup>. В РМІ также утверждают, что выстраивают свою деловую стратегию вокруг вопросов устойчивости<sup>38</sup>.

В «Imperial Brands» говорят, что их «стратегия устойчивости», «направленная на обеспечение долгосрочного успеха и отражающая стремление компании к созданию общих ценностей для всех заинтересованных сторон», строится на трех важнейших столпах, один из которых – «продукция следующего поколения»<sup>39</sup>.

В ЈТІ заявляют, что их стратегия в области устойчивого развития побуждает их «выходить за рамки циклов планирования и думать об успехах компании в долгосрочной перспективе, о будущем планеты и об обществе, в котором мы живем»<sup>40</sup>. Долгосрочные перспективы вновь выходят на первое место. В ЈТІ также говорят о ведущей роли «ответственной утилизации материалов, в том числе пластмасс» для достижения их целей в области устойчивости.

В этом новый парадокс «зеленого камуфляжа» табачных компаний: они заявляют, что их продукция лежит в основе устойчивого «зеленого» будущего, при том, что это чуть ли не самые вредные с точки зрения энергопотребления, материалов и отходов товары для экологии.

Судя по всему, компании не стремятся поощрять отказ от табака и никотина, а пытаются сделать новое поколение зависимыми от неустойчивых для экологии табачных и никотиносодержащих изделий. Так, в своем годовом отчете за 2021 г. ВАТ заявляет о своей миссии «стимулировать органы чувств нового поколения взрослых». ВАТ ставит перед собой цель увеличить число потребителей своих несжигаемых изделий до 50 млн человек<sup>41</sup>. Каждое из этих изделий нанесет свой удар по окружающей среде.

## Призыв к действию и рекомендации

Правительство и общественность во всех странах мира должны понимать, что табачные компании используют стратегию «зеленого камуфляжа» все более активно, и что с этим нужно бороться.

Как бы табачные компании ни стремились облагородить свою репутацию, табак остается одной из главных причин преждевременной смерти и наносит огромный вред окружающей среде.

Кроме того, правительства, являющиеся сторонами Рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) по борьбе против табака (РКБТ) обязаны защищать свою политику в области общественного здравоохранения от участия и влияния табачных компаний, как бы те ни старались обелить свой имидж с помощью «зеленого камуфляжа».

ВОЗ и «СТОП» призывают правительства всех стран и особенно стороны РКБТ ВОЗ наложить запрет на мероприятия табачных компаний по «зеленому камуфляжу», лежащие в основе так называемой КСР и маркетинговых кампаний и направленные на повторную нормализацию индустрии в обход статьи 5.3 РКБТ ВОЗ. В соответствии с РКБТ ВОЗ стороны обязаны бороться с деятельностью табачных компаний в области КСР, таким образом, в мире уже существует механизм, призванный помочь правительствам в борьбе с «зеленым камуфляжем» в индустрии производства табака, в отличие от других отраслей промышленности.

Мы также призываем организации по защите окружающей среды и организации, присуждающие рейтинги в области устойчивости, воздержаться от поощрения мероприятий табачных компаний по «зеленому камуфляжу» и награждения их соответствующими наградами. Наконец, мы призываем гражданское общество и правительства отказаться от сотрудничества с табачными компаниями по проектам в области защиты окружающей среды, так как компании могут использовать свое участие в таких проектах для создания имиджа поборников экологии, расширения своего влияния и нарушения статьи 5.3 РКБТ ВОЗ.

## Источники:

STOP / The University of Bath:

<https://exposetobacco.org/news/greenwashing/>

<https://tobaccotactics.org/wiki/greenwashing/>

WHO:

[https://www.who.int/fctc/guidelines/article\\_5\\_3.pdf](https://www.who.int/fctc/guidelines/article_5_3.pdf)

<https://apps.who.int/iris/handle/10665/70894>



A GLOBAL  
TOBACCO  
INDUSTRY  
WATCHDOG

### О STOP (Остановка табачных организаций и продуктов)

STOP — это глобальная организация по контролю за табачной промышленностью, миссия которой заключается в том, чтобы разоблачать стратегии и тактику табачной промышленности, которые подрывают общественное здоровье. Организацию STOP финансирует Благотворительный фонд Блумберга, в нее входят «Исследовательская группа по борьбе с потреблением табака» (TCRG) в Университете Бата, «Глобальный центр надлежащего управления в области борьбы против табака» (GGTC), «Международный союз по борьбе с туберкулезом и легочными заболеваниями» (The Union ) и «Жизненно важные стратегии». Более подробную информацию можно узнать на сайте [exposetobacco.org](https://exposetobacco.org).

### Ссылки

- 1 BAT, BAT in Dow Jones Sustainability Indices for 20th consecutive year - and only tobacco company in World Index, News Release, 15 November 2021, [https://www.bat.com/group/sites/UK\\_9D9KCY.nsf/vwPagesWebLive/DOC8SCAG](https://www.bat.com/group/sites/UK_9D9KCY.nsf/vwPagesWebLive/DOC8SCAG)
- 2 BAT, Dow Jones Sustainability Indices - 20 consecutive years in the DJSI reflects our commitment to sustainability, undated, <https://www.bat.com/djsi>
- 3 BAT, BAT strikes gold again as a sustainability leader, 07 February 2022, [https://www.bat.com/group/sites/UK\\_9D9KCY.nsf/vwPagesWebLive/DOCBBGXS](https://www.bat.com/group/sites/UK_9D9KCY.nsf/vwPagesWebLive/DOCBBGXS)
- 4 BAT, BAT recognised as a Climate Leader by the Financial Times, News Release, 18 May 2021, [https://www.bat.com/group/sites/UK\\_9D9KCY.nsf/vwPagesWebLive/DOC34NUX](https://www.bat.com/group/sites/UK_9D9KCY.nsf/vwPagesWebLive/DOC34NUX)
- 5 Jack Bowles, Kingsley Wheaton, Tadeu Marroco, Building a Better Tomorrow Faster Transformation, CAGNY, February 2022
- 6 PMI, Awards, Website, Undated, <https://www.pmi.com/careers/our-awards>
- 7 WHO, Tobacco, Website, 26 July 2021, <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>
- 8 The four are BAT, JTI, PMI and Imperial Brands
- 9 Chris Sloley, How tobacco stocks can 'perversely' score highly on ESG, CitywireSelector, 9 March 2021, <https://citywireselector.com/news/how-tobacco-stocks-can-perversely-score-highly-on-esg/a1477977>
- 10 Tobacco Free Portfolios, Website, undated, <https://tobaccofreeportfolios.org/>
- 11 WHO, Tobacco – Key Facts, Website, 26 July 2021, <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>
- 12 Green Business Bureau, ESG Reporting: Standards, Frameworks, Challenges and Benefits, 2 December 2021, <https://greenbusinessbureau.com/topics/sustainability-benefits-topics/esg-reporting-standards-frameworks-challenges-and-benefits/>
- 13 CDP Website, Company Scores, British American Tobacco, Japan Tobacco, Imperial Brands,
- 14 Tobacco Tactics Website, <https://tobaccotactics.org/wiki/greenwashing/>
- 15 PMI, Transparency in all we do, Website; undated, <https://www.pmi.com/our-views-and-standards/standards/transparency>
- 16 PMI, Transparency in all we do, Website; undated, <https://www.pmi.com/our-views-and-standards/standards/transparency>
- 17 Macrotrends, Philip Morris Revenue 2010-2021, Website, <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/PM/philip-morris/revenue>
- 18 British American Tobacco, ESG Report 2019, BAT website, March 2020, accessed March 2020
- 19 PMI, Senegal, Website, <https://www.pmi.com/markets/senegal/en>
- 20 Imperial Brands, Raising standards for families in India, Imperial Brands website, 13 December 2018
- 21 ITC, Only Company in world to be water positive, carbon positive and solid waste recycling positive for over fourteen years, Website, Undated, <https://www.itcportal.com/world-environment-day/index.html#>
- 22 BAT Bangladesh, Our Corporate Social Responsibility, Website, undated, [https://www.batbangladesh.com/group/sites/BAT\\_9T5FQ2.nsf/vwPagesWebLive/DO9T5K52](https://www.batbangladesh.com/group/sites/BAT_9T5FQ2.nsf/vwPagesWebLive/DO9T5K52)
- 23 T. Novotny; S. Aguinaga Bialous; L. Burt; C. Curtis; V. Luiza da Costa; S. Usman Iqtidar; Y. Liu; S. Pujari; E. Tursan d'Espaignet, "The environmental and health impacts of tobacco agriculture, cigarette manufacture and consumption", Bull World Health Organ. 2015 Dec 1; 93(12): 877–880. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4669730/>
- 24 Imperial Brands, Imperial again highlighted as a leader in climate action, Website, 10 Feb 2022, [https://www.imperialbrandspc.com/media/key-announcements/2022/imperial-again-highlighted-as-a-leader-in-climate-action.html?utm\\_source=twitter&utm\\_medium=social&utm\\_campaign=sustainability](https://www.imperialbrandspc.com/media/key-announcements/2022/imperial-again-highlighted-as-a-leader-in-climate-action.html?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=sustainability)
- 25 Altria, 2019 Recipients of Charitable Contributions from the Altria Family of Companies, <https://www.altria.com/-media/Project/Altria/Altria/responsibility/investing-in-communities/2019-grantees.pdf>
- 26 WHO, Tobacco, 26 July 2021; <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/tobacco>; S Fotedar, V Fotedar. Green Tobacco Sickness: A Brief Review. Indian J Occup Environ Med. 2017 Sep–Dec;21(3):101-104. doi: 10.4103/jjoem.IJOEM\_160\_17. PMID: 29618907; PMCID: PMC5868082; <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5868082/>; Novotny; S. Aguinaga Bialous; L. Burt; C. Curtis; V. Luiza da Costa; S. Usman Iqtidar; Y. Liu; S. Pujari; E. Tursan d'Espaignet, "The environmental and health impacts of tobacco agriculture, cigarette manufacture and consumption", Bull World Health Organ. 2015 Dec 1; 93(12): 877–880

- 27 M. Zafeiridou; N. Hopkinson, N. Voulvoulis, "Cigarette Smoking: An Assessment of Tobacco's Global Environmental Footprint Across Its Entire Supply Chain", *Environ. Sci. Technol.* 2018, 52, 15, <https://pubs.acs.org/doi/10.1021/acs.est.8b01533>
- 28 M. Zafeiridou; N. Hopkinson, N. Voulvoulis, "Cigarette Smoking: An Assessment of Tobacco's Global Environmental Footprint Across Its Entire Supply Chain", *Environ. Sci. Technol.* 2018, 52, 15, <https://pubs.acs.org/doi/10.1021/acs.est.8b01533>
- 29 M. Zafeiridou; N. Hopkinson, N. Voulvoulis, "Cigarette Smoking: An Assessment of Tobacco's Global Environmental Footprint Across Its Entire Supply Chain", *Environ. Sci. Technol.* 2018, 52, 15, <https://pubs.acs.org/doi/10.1021/acs.est.8b01533>
- 30 WHO, Tobacco and its environmental impact: an overview, 30 May 2017, <https://www.who.int/publications/i/item/9789241512497>
- 31 Tik Root, Cigarette butts are toxic plastic pollution. Should they be banned? *National Geographic.*, 9 August, 2019, <https://www.nationalgeographic.com/environment/article/cigarettes-story-of-plastic>; Novotny; S. Aguinaga Bialous; L. Burt; C. Curtis; V. Luiza da Costa; S. Usman Iqtidar; Y. Liu; S. Pujari; E. Tursan d'Espaignet, "The environmental and health impacts of tobacco agriculture, cigarette manufacture and consumption", *Bull World Health Organ.* 2015 Dec 1; 93(12): 877–880, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4669730/>
- 32 The Truth Initiative, Tobacco and the environment, Website, March 08, 2021, <https://truthinitiative.org/research-resources/harmful-effects-tobacco/tobacco-and-environment>
- 33 Y. Hendlin, Y.H., S. A. Bialous, The environmental externalities of tobacco manufacturing: A review of tobacco industry reporting. *Ambio* 49, 17–34 (2020), <https://doi.org/10.1007/s13280-019-01148-3>; <https://link.springer.com/article/10.1007/s13280-019-01148-3>
- 34 Truth Initiative, A toxic, plastic problem: E-cigarette waste and the environment, 8 March 2021, <https://truthinitiative.org/research-resources/harmful-effects-tobacco/toxic-plastic-problem-e-cigarette-waste-and-environment>; Yogi Hale Hendlin, 2018: Alert: Public Health Implications of Electronic Cigarette Waste, *American Journal of Public Health*, 108, 1489\_1490, <https://doi.org/10.2105/AJPH.2018.304699> UK Gov, Take charge of battery safety when using e-cigarettes, 7 February 2020, <https://www.gov.uk/government/news/take-charge-of-battery-safety-when-using-e-cigarettes>
- 35 M. Zafeiridou; N. Hopkinson, N. Voulvoulis, "Cigarette Smoking: An Assessment of Tobacco's Global Environmental Footprint Across Its Entire Supply Chain", *Environ. Sci. Technol.* 2018, 52, 15, <https://pubs.acs.org/doi/10.1021/acs.est.8b01533>
- 36 PMI, Sustainability at PMI, Website, undated, <https://www.pmi.com/sustainability>
- 37 Jack Bowles, Kingsley Wheaton, Tadeu Marroco, Building a Better Tomorrow Faster Transformation, CAGNY, February 2022
- 38 PMI, Focusing on the priorities for PMI's sustainability strategy, website, 16 Feb 2022, <https://www.pmi.com/sustainability/focusing-on-the-priorities-for-pmis-sustainability-strategy>
- 39 Imperial Brands, Website, undated, <https://www.imperialbrandsplc.com/sustainability.html>
- 40 JTI, Integrated Report 2020, Year ended December 31, 2020, <https://www.jti.com/sites/default/files/global-files/documents/jti-annual-reports/jt-integrated-report-2020.pdf>
- 41 British American Tobacco, Accelerating a Better Tomorrow, Annual Report and Form 20-F 2021, [https://www.bat.com/group/sites/UK\\_9D9KCY.nsf/vwPagesWebLive/DOAWWGJT/\\$file/BAT\\_Annual\\_Report\\_and\\_Form\\_20-F\\_2021.pdf](https://www.bat.com/group/sites/UK_9D9KCY.nsf/vwPagesWebLive/DOAWWGJT/$file/BAT_Annual_Report_and_Form_20-F_2021.pdf)