

ИЗДЕЛИЯ ИЗ НАГРЕВАЕМОГО ТАБАКА: возражения на отраслевые аргументы

Изделия из нагреваемого табака (ИНТ): тот же продукт, новые уловки

Изделия из нагреваемого табака (ИНТ) – это новейший способ табачной промышленности поддерживать зависимость людей от табака и привлекать новых потребителей, в том числе молодежь. Табачные компании до настоящего момента стремились продвигать ИНТ как товар со «сниженным риском», заявляя, что во время использования продукта не происходит его сжигание или горение, и, по их словам, эти продукты продают только тем, кто уже курит. Тем не менее, отрасль имеет долгую историю ложных заявлений о риске для здоровья, связанном с ее продуктами, особенно при маркетинге «легких» и «мягких» сигарет, которые не были безопаснее других сигарет. Кроме того, ИНТ продаются по всему миру таким образом, чтобы привлекать молодежь.

ОТРАСЛЕВОЙ АРГУМЕНТ. Использование ИНТ несет меньший риск, чем курение обычных сигарет.

ОТВЕТ. Влияние использования ИНТ на здоровье еще не изучено в достаточной степени. Учитывая относительную новизну этих продуктов и их сходство с обычными сигаретами, нет долгосрочных исследований воздействия, подтверждающих такие заявления о «сниженном риске». Несомненно то, что длительное воздействие химических веществ, содержащихся в выбросах ИНТ (таких как никотин, окись углерода, различные альдегиды и другие), увеличивает риск возникновения у человека множества серьезных проблем со здоровьем, включая болезни сердца, инсульт и некоторые виды рака.¹⁻⁶ Поэтому разумно утверждать, что длительное использование ИНТ может привести к негативным последствиям для здоровья и что эти химические вещества настолько вредны для человеческого организма, что уменьшение воздействия не снижает риск заболевания в равной степени. Сообщения о «сниженном риске» очень напоминают предыдущие попытки табачной промышленности ввести потребителей в заблуждение, заставив их думать, что «легкие», «мягкие» и «с низким содержанием смол» сигареты менее вредны. Внутренние документы табачной промышленности показывают, что табачные компании намеренно продвигали эти сигареты, зная, что они предоставят ложные заверения без какой-либо пользы для здоровья.⁷ Как мы теперь знаем, сигареты «с низким содержанием смол» наносят уникальный вред, связанный с повышенным риском аденокарциномы легких.⁸ Учитывая, что потребовались десятилетия, чтобы в полной мере выявить разрушительное воздействие обычных сигарет на здоровье, общественность должна скептически относиться к заявлениям о «сниженном риске» и аналогичным фразам в отношении ИНТ до тех пор, пока последствия для здоровья от использования ИНТ, как краткосрочные, так и долгосрочные, не будут полностью поняты.

ОТРАСЛЕВОЙ АРГУМЕНТ. Управление по контролю качества пищевых продуктов и лекарственных средств США (FDA) разрешило компании Philip Morris International (PMI) продавать свой ИНТ, IQOS, как продукт с «пониженным риском», что указывает на то, что это более безопасная альтернатива курению.

Сообщения о «сниженном риске» очень напоминают историю табачной промышленности, вводящей потребителей в заблуждение, заставляя их думать, что «легкие», «мягкие» и «с низким содержанием смол» сигареты менее вредны.

ОТВЕТ. Это ложное утверждение. FDA разрешило PMI продавать IQOS с информацией о «сниженном воздействии», что не одно и то же, что «сниженный риск». На веб-сайте FDA говорится: «Даже с учетом этого действия эти продукты не являются безопасными и не одобрены FDA».⁹ Разрешение не позволяет PMI делать какие-либо другие заявления о модифицированном риске или какие-либо утверждения о том, что продукты IQOS удостоверены или одобрены FDA, или что FDA считает продукты безопасными для использования потребителями.

Кроме того, разрешение FDA распространяется только на IQOS, а не на ИНТ в целом, и включает только четыре продукта IQOS (систему IQOS и зарядное устройство, а также три разновидности стиков HeatSticks).⁹ Более новые или другие версии продуктов IQOS, доступные во всем мире, в настоящее время не включены. Более того, ни одно другое правительство не имеет регулирующего механизма представления заявлений о «сниженном воздействии» ИНТ, аналогичного США. В сущности, 182 правительства имеют международные обязательства в соответствии с Рамочной конвенцией ВОЗ по борьбе против табака, которые требуют, чтобы ИНТ, как табачные изделия, подлежали высшей степени регулирования.¹⁰

ОТРАСЛЕВОЙ АРГУМЕНТ. Маркетинг ИНТ не нацелен на молодежь или некурящих.

ОТВЕТ. Компания PMI впервые запустила свой ИНТ «IQOS» в Японии и Италии в 2014 году.¹¹ Краткий обзор маркетинга IQOS PMI в Италии опровергает их утверждение о том, что они не ориентированы на молодежь или людей, которые никогда не курили. Запуск IQOS в Италии был чрезвычайно ярким, в нем участвовали магазины «Посольства» и «Бутики» IQOS в крупных городах и местах отдыха по всей стране.¹² В этих стильных, модных

магазинах молодой персонал привлекал новых клиентов с помощью обучающих программ по продуктам и бесплатных пробных версий, а также рекламных мероприятий и вечеринок, ориентированных на более молодую аудиторию. PMI также использовала различные платформы социальных сетей и популярных инфлюенсеров с молодыми подписчиками для продвижения IQOS среди широкой аудитории.¹¹ Тактика PMI оказалась эффективной; исследование 2019 года показало, что почти половина всех, кто когда-либо пользовался IQOS в Италии никогда не курила обычных сигарет.¹³ Кроме того, 619000 некурящих или бывших курильщиков выразили намерение попробовать IQOS в будущем.¹³

Исследования Reuters и The Times показали, что агрессивное использование социальных сетей и молодых инфлюенсеров для продвижения ИНТ как компанией PMI, так и British American Tobacco (BAT) является глобальной закономерностью.^{14,15} Например, спонсируемая BAT страница в Instagram для их ИНТ «glo» содержит десятки сообщений, нацеленных на более молодую аудиторию, и включает в себя раздачу продуктов и возможность выиграть бесплатные поездки в Абу-Даби, Ибицу, Милан и другие «тусовочные города».¹⁶ Кроме того, на странице есть различные аффилированные хэштеги, один из которых – #discoverglo.¹⁷ На странице представлены молодые инфлюенсеры со всего мира, «открывающие новые увлечения с помощью glo», а также раздача устройств glo для «себя и друга».¹⁷ Все вместе, сообщения и образ жизни, мода и музыкальный контент подразумевают, что страница ориентирована на новых пользователей. Маркетинговая тактика, направленная на привлечение некурящих, еще больше подрывает заявления отрасли о том, что ИНТ задуманы как продукт с «пониженным риском»; напротив, некурящие, которые начали употреблять табак с использованием ИНТ, подвергаются риску нанесения вреда здоровью, связанному с табаком.

ОТРАСЛЕВОЙ АРГУМЕНТ. ИНТ являются неотъемлемой частью построения «бездымного будущего» PMI и «лучшего будущего» BAT.

ОТВЕТ. Внутренние документы PMI показывают, что основной мотивацией компании для создания IQOS и других продуктов со «сниженным риском» было поддержание прибыльности в условиях все более враждебной среды для обычных табачных изделий.¹⁸ Реальность, стоящая за девизом «бездымной», заключается в том, что PMI стремится дистанцироваться от своей роли в глобальной табачной эпидемии и изменить свой корпоративный имидж. PMI и другие табачные компании с помощью новых продуктовых линеек «с пониженным риском» удерживают клиентов и привлекают новых. Например, BAT помещает свои табачные и никотиновые продукты в «цепочку риска», когда потребителей побуждают переключаться между продуктами, а не полностью отказываться от них.¹⁹

Эти ложные демонстрации озабоченности общественным здоровьем являются частью общеотраслевых усилий по ребрендингу, направленному на улучшение общественного имиджа, укрепление доверия в секторах здравоохране-

ния и научных исследований, а также на создание более благоприятной регуляторной среды для ИНТ и других новых продуктов. Легитимность утверждений о желании «свободного от табачного дыма будущего» и «лучшего будущего» подрывается продолжающимся инвестированием табачной промышленности в свои традиционные марки сигарет и постоянными правовыми оспариваниями законодательства, которое могло бы эффективно сократить употребление табака.²⁰⁻²⁴

ОТРАСЛЕВОЙ АРГУМЕНТ. ИНТ являются «бездымными» продуктами и не должны попадать под действие той же нормативной базы, что и обычные сигареты.

ОТВЕТ. Табачная промышленность использует этот аргумент по нескольким причинам. Во-первых, утверждение, что ИНТ «бездымны» и, следовательно, «безопаснее», создает возможность обойти законы о бездымной среде, которые с трудом были одобрены во многих странах, юрисдикциях и городах. Другие меры борьбы против табака, такие как этикетки с предупреждениями о вреде для здоровья, простая упаковка, более высокие налоговые ставки и маркетинговые ограничения, могут быть подорваны, если ИНТ будут освобождены от нормативной базы, применяемой к традиционным курительным табачным изделиям.

Выделяют ли ИНТ дым или другой аэрозоль, не так важно для здоровья населения, как выбросы вредных химикатов, которые они осуществляют.²⁵⁻²⁷ Таким образом, ИНТ должны регулироваться той же нормативной базой, что и обычные сигареты, чтобы ограничить воздействие токсичных выбросов для посторонних, включая уязвимые группы населения.

ОТРАСЛЕВОЙ АРГУМЕНТ. Табачные стики, используемые в устройствах ИНТ, не являются сигаретами.

ОТВЕТ. Нагреваемая сигарета — как, те, что используются в «IQOS» от PMI, «glo» от BAT и «lil» от KT&G — имеет те же основные компоненты, что и обычная сигарета: спрессованный табак и фильтр, заключенный в бумажную обертку. Как и обычные сигареты, основные марки нагреваемых сигарет доступны с различными вкусами и продаются в пачках. Некоторые из них даже осуществляют совместный брендинг с такими крупными брендами сигарет, как Marlboro и Kent. Табачные компании настаивают на том, что нагреваемые сигареты не являются сигаретами, прежде всего для того, чтобы избежать строгих правил и более высоких налогов, налагаемых на обычные сигареты.

ОТРАСЛЕВОЙ АРГУМЕНТ. ИНТ помогают курильщикам бросить курить.

ОТВЕТ. По данным ВОЗ, «недостаточно независимых доказательств в поддержку использования [ИНТ] в качестве меры по прекращению употребления табака на уровне населения, чтобы помочь людям бросить обычное употребление табака. ИНТ содержат табак, и использование этих продуктов представляет собой употребление табака, тем

самым увеличивая бремя табака в странах, где они продаются».²⁸

Несмотря на то, что совокупность доказательных данных о ИНТ и отказе от курения все еще довольно мала, большинство исследований не показало, что ИНТ являются эффективными устройствами для отказа от курения.^{29,30} Напротив, большинство пользователей ИНТ продолжают использовать обычные сигареты вместе с ИНТ, вместо того, чтобы полностью перейти на ИНТ.^{29,31,32} В результате ни одна страна или юрисдикция не одобрила ИНТ в качестве средства помощи при отказе от курения.²⁹ Кроме того, ИНТ не был одобрен ни одним регулирующим органом как безопасная и эффективная никотиновая заместительная терапия, и ни один производитель ИНТ не продает эти продукты как средства для прекращения употребления табака.

ОТРАСЛЕВОЙ АРГУМЕНТ. ИНТ вписываются в систему мероприятий по снижению вреда.

ОТВЕТ. ИНТ нет места в системе мероприятий по снижению вреда. Они содержат табак, а употребление табака в любом виде опасно. Кроме того, последствия использования ИНТ для здоровья до сих пор не изучены в достаточной степени. Учитывая относительную новизну этих продуктов и их сходство с обычными сигаретами, безответственно утверждать, что пониженные уровни токсичных выбросов ИНТ (по сравнению с обычными сигаретами) приводят к снижению риска для здоровья. Сигареты — однозначно смертоносный продукт, поэтому исполь-

зование их в качестве эталона для сравнения не помогает измерить относительный уровень вреда другого продукта. Наконец, ИНТ выделяют токсичные отходы, подвергают потребителей воздействию токсичных химикатов и не позволяют курильщикам бросить курить.³³

ОТРАСЛЕВОЙ АРГУМЕНТ. ИНТ и другие новые табачные изделия лучше для окружающей среды.

ОТВЕТ. Это классическая тактика табачной промышленности, известная как «зеленый пиар». Зеленый пиар относится к практике, используемой сомнительными отраслями для продвижения своих товаров и (или) имиджа, как экологически чистых,³⁴ для увеличения продаж продукции и отвлечения внимания общественности от своих собственных экологически вредных практик.³⁵ В отчете ВОЗ за 2017 год задокументировано пагубное воздействие на окружающую среду на всех этапах жизненного цикла табака; выращивание табака, сушка, производство продукции, распространение, потребление и отходы после потребления — все это наносит вред окружающей среде.³⁶ Несмотря на это, транснациональные компании по-прежнему производят сотни миллиардов сигарет в год, и ни один из их внутренних документов не демонстрирует намерения активно сократить производство.³⁷ В устройствах ИНТ по-прежнему используются одноразовые табачные стики/капсулы, а сами устройства требуют утилизации. Известно, что утилизация электронных устройств опасна для почвы, воды и атмосферы.³⁸

1. U.S. Food and Drug Administration (FDA). Harmful and Potentially Harmful Constituents in Tobacco Products and Tobacco Smoke: Established List. Updated Oct. 7, 2019. Available from: www.fda.gov/tobacco-products/rules-regulations-and-guidance/harmful-and-potentially-harmful-constituents-tobacco-products-and-tobacco-smoke-established-list
2. Auer R, et al. HeatNot-Burn Tobacco Cigarettes: Smoke by Any Other Name. *JAMA International Medicine*. 2017. 177(7):1050-1052.
3. Zuck, K. Evidence Related to the Health Risk of IQOS Use: Evaluation of Product Chemistry. Pre-sented January 24-25, 2018 at the USFDA Center for Tobacco Products. Slide 15.
4. Bekki K, et al. Comparison of Chemicals in Mainstream Smoke in Heat-not-burn Tobacco and Combustion Cigarettes. *J of UOEH*. 2017. 39(3):201-207.
5. Farsalinos, K. et al. Carbonyl emissions from a novel heated tobacco product (IQOS): comparison with an e-cigarette and a tobacco cigarette.
6. U.S. Department of Health and Human Services (USDHHS). How Tobacco Smoke Causes Disease. The Biology and Behavioral Basis for Smoking-Attributable Disease (Key Findings F5). Atlanta, GA: U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health; 2010.
7. Bates, Clive & Rowell, Andy. (2004). Tobacco Explained... The truth about the tobacco industry... in its own words. Center for Tobacco Control Research and Education, UC San Francisco, University of California at San Francisco, Center for Tobacco Control Research and Education.
8. USDHHS. The Health Consequences of Smoking: 50 Years of Progress. A Report of the Surgeon General. Atlanta, GA: U.S. Department of Health and Human Services, Centers for Disease Control and Prevention, National Center for Chronic Disease Prevention and Health Promotion, Office on Smoking and Health, 2014.
9. U.S. FDA. Philip Morris Products S.A. Modified Risk Tobacco Product (MRTP) Applications. Last updated: 7 July, 2020.
10. WHO. Decision: FCTC/COP8(22) Novel and emerging tobacco products. 2018.
11. Jackler RK et al. Global Marketing of IQOS The Philip Morris Campaign to Popularize “Heat Not Burn” Tobacco. SRITA White paper. February 21, 2020.
12. TobaccoIntelligence. How PMI Creates Brand Awareness for IQOS in Italy. 22 Nov. 2017.
13. Liu et al. Heat-not-burn tobacco products: concerns from the Italian experience. *Tobacco Control* 2019; 28(1):113-114.
14. Kirkham C. Exclusive: Philip Morris suspends social media campaign after Reuters exposes young ‘influencers.’ Reuters [online]. May 10, 2019.
15. Shukman H. British American Tobacco used young Instagram stars in its ads. *The Times* [online]. August 17, 2019.
16. Instagram. @glo_worldwide [BAT sponsored account]. Accessed 13 Nov. 2020.
17. Instagram. #discoverglo [BAT Glo affiliated link]. Access 13 Nov. 2020.
18. PMI. 10 year Corporate Affairs Objective and Strategies. 2014. PMI Reuters Documents. Reuters News; Thomson Reuters.
19. Inspiring Products Driving Change. Harm Reduction Focus Report 2016. [Accessed Nov.13, 2020].
20. Bloomberg News. BAT appeals to court after South Africa digs in on tobacco ban. Published May 30, 2020. [Accessed Nov. 16, 2020]
21. National Confederation of Industry (Confederação Nacional da Indústria) v. ANVISA (2018). [Accessed November 16, 2020]
22. BAT Uganda Ltd v. Attorney General & Center for Health, Human Rights and Development (2016). Tobacco Control Laws.
23. BAT Kenya, PLC v. Ministry of Health (2017). Tobacco Control Laws.
24. Honduras, et al. v. Australia (2018). Tobacco Control Laws.
25. Campaign for Tobacco Free Kids. Heated Tobacco Products: Global Regulations. May 2020.
26. Ruprech AA, et al. Environmental pollution and emission factors of electronic cigarettes, heat-not-burn tobacco products, and conventional cigarettes. *Aerosol Science and Technology*. 21 March 2017. 51(6):674-684.
27. Glantz SA. Heated tobacco products: the example of IQOS. *Tobacco Control* 2018;27:s1-s6
28. WHO Report on the Global Tobacco Epidemic, 2019. Geneva: World Health Organization; 2019.
29. Luk TT, Weng X, Wu YS, et al. Association of heated tobacco product use with smoking cessation in Chinese cigarette smokers in Hong Kong: a prospective study. *Tobacco Control*. Published Online First: 10 September 2020.
30. Dunbar MS, et al. Correlates of awareness and use of heated tobacco products in a sample of US young adults in 2018-2019. *Nicotine Tob Res* 2020:ntaa007.
31. Kang H and Cho S. Heated tobacco product use among Korean adolescents. *Tobacco Control*. Published Online First: 04 June 2019.
32. Hwang J, Ryu D, and Park S. Heated tobacco products: Cigarette complements, not substitutes. *Drug and Alcohol Dependence*. 2019. 204: 107576.
33. F. Houghton, S. Houghton, D. O’Doherty et al. Greenwashing tobacco—attempts to eco-label a killer product. *J Environ Stud Sci* 2019;9:82-85
34. B. Watson. The troubling evolution of corporate greenwashing, *The Guardian*, 20 August 2016 [online].
35. Tobacco and its environmental impact: an overview. Geneva: World Health Organization; 2017.
36. WHO. HTP Factsheet, 2nd Ed. 2020.
37. Campaign for Tobacco Free Kids. TakeAPart’s. Tobacco Company Dossiers. Last Updated 13 Nov. 2020.
38. Li & Anchal. Environmental and health impacts due to e-waste disposal in China – a review. *Science of the Total Environment*. October 2020; Vol 737.