

Quel marketing déployé par l'industrie du tabac pour promouvoir ses nouveaux produits?

Karine Gallopel-Morvan

Ecole des Hautes Etudes en Santé Publique, ARENE UMR CNRS 6051, Rennes, France



Journée interassociative de la Fédération Française d'Addictologie

Lundi 15 novembre 2021




Introduction

Nouveaux produits ?

E-cigarette



Notre portefeuille de produits reflète notre engagement à répondre aux besoins des fumeurs adultes tout en construisant un avenir meilleur avec un choix de Produits à Risques Potentiellement Réduits (PRPR)

La consommation de produits du tabac entraîne de nombreux risques pour la santé. British American Tobacco œuvre en permanence à la conception de Produits à Risques Potentiellement Réduits. Retrouvez nos dernières actualités sur le site dédié [BAT Science](#) 

Tabac chauffé



Tabac oral

Snus, Poches à nicotine

Interdit dans l'Union Européenne (sauf Suède)

<https://nicopouches.fr>



Quelle est la différence entre le Snus et les sachets de nicotine ?

Le Snus en sachet (ou non) est toujours fabriqué à partir de tabac. Les sachets de nicotine, eux, sont fabriqués à partir de fibres naturelles et ne contiennent pas de tabac.

Les sachets de nicotine ne contiennent pas de tabac

Ils ne contiennent que :



des fibres naturelles



des arômes



de la nicotine



Quel marketing pour ces nouveaux produits ?

Quelques articles intéressants

Heated tobacco products likely appeal to adolescents and young adults

Karma McKelvey,¹ Lucy Popova,² Minji Kim,³ Benjamin W Chaffee,⁴
Maya Vijayaraghavan,⁵ Pamela Ling,³ Bonnie Halpern-Felsher¹

Tobacco control, 2018

- Est-ce qu'il y a un risque que le tabac chauffé attire les jeunes, y compris les jeunes non fumeurs?
- Constats:
 - marketing agressif pour promouvoir le tabac chauffé (packaging et noms attractifs, arômes attirants, large présence dans les points de vente)
 - très peu d'information sur les risques associés à ces produits
- **il y a un risque pour que ces produits soient consommés par les jeunes et les non fumeurs**



Figure 1 Packaging of IQOS (top: picture taken by Minji resembles that of a high-end smartphone (bottom: Apple if source: www.phonearena.com).



Figure 3 IQOS Flagship store in Amsterdam, Netherlands, September 2017 (photo by Minji Kim).



Figure 2 IQOS Flagship store in Seoul, Korea, June 2017 (photos by Minji Kim).

Tobacco industry use of flavourings to promote smokeless tobacco products

Ganna Kostygina,¹ Pamela M Ling^{1,2}

Tobacco control, 2016

- Analyse des documents internes de l'industrie du tabac (2010-2011)
- Pourquoi les arômes sont utilisés par l'IT...
 - ...il y a plusieurs années au début du tabac oral ?
 - ...aujourd'hui pour les produits actuels (snus, poches à nicotine, tabac à chiquer) ~



Figure 1 Proliferation of smokeless tobacco flavours: 75 years of Skoal advertisement. Source: <http://www.trinketsandtrash.org>. Reviewer video still shot. Smokeless tobacco reviews are frequently posted on Youtube.com and other websites by young males; this video was shot with a large array of flavoured smokeless tobacco cans in the background. Source: https://http://www.youtube.com/channel/UCVnqt5_KShHtBhpXhs6Xe1A.

Using flavoured brands or “candy dips” was likened to sucking on a candy or a Lifesaver by experienced users; and was considered to be characteristic of beginners; such “candy” flavours were “okay for little kids” but inappropriate for those who wanted a “full, strong taste” of tobacco. ²⁷

Kapuler Marketing Research I. Page 17. In: *Consumer reaction to proposed smokeless tobacco positioning and concepts*. No Date 1985. Brown & Williamson. <http://legacy.library.ucsf.edu/tid/riqj90f00>.

Appeal to youth

Attract new users

Mint/Happy Days
Cherry/Good Luck
Mint/Happy Days
Mint/Skoal Bandits



Bold Wintergreen



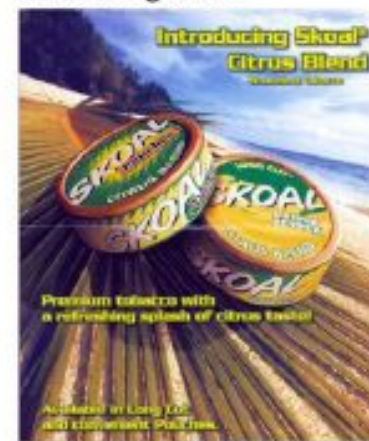
Crisp Apple



Juicy Peach



Refreshing Citrus






Ultra Smooth Vanilla



Figure 2 Use of flavour descriptors to promote Skoal smokeless products. Source: <http://www.trinketsandtrash.org>.

New tobacco products, old advertising strategies: point-of-sale advertising in Guatemala

Joaquin Barnoya ^{1,2} Diego Monzon,¹ Jose Pinetta,¹ Grazielle Grilo ³
Joanna E Cohen ³

Tobacco control, 2021

- Quel marketing dans les points de vente des e-cigarettes, du tabac chauffé (et des cigarettes capsules)?
- Guatemala : pays non régulé / marketing des nouveaux produits
 - vente des nouveaux produits dans de nombreux magasins de proximité (78% pour e-cigarettes, 68% pour tabac à chauffer)
 - nombreuses publicités sur les lieux de vente + positionnement près des bonbons

Assessment of IQOS Marketing Strategies at Points-of-Sale in Israel at a Time of Regulatory Transition

Yael Bar-Zeev MD, PhD^{1,✉}, Carla J. Berg PhD², Lorien C. Abrams PhD², Maya Rodnay MA¹, Daniel Elbaz MPH¹, Amal Khayat MPH¹, Hagai Levine MD^{1,✉}

Nicotine & TR, 2021

- Même question pour IQOS en Israël
 - IQOS disponible dans 48,7% des magasins de proximité
 - 35% vendent 4 arômes de HEETS
 - 20% proposent des promotions prix
 - 13.8% des HEETS sont vendus près des bonbons



Figure 1. Points-of-sale with a HEETS special display cardboard box. Note: The HEETS special display box (red circle), with a white sticker covering the top area (concealing the brand name to comply with the advertisement ban). Also note proximity to youth-oriented merchandise.

Digital marketing of smokeless tobacco: A longitudinal analysis of exposure and initiation among young adults

Stephanie L. Clendennen^{a,*}, Dale S. Mantey^b, Anna V. Wilkinson^{a,b}, Cheryl L. Perry^a,
Melissa B. Harrell^b, Alexandra Loukas^c

Addictive behavior, 2021

- Lien entre exposition au tabac oral sur les réseaux sociaux (chewing gum, snus, poches à nicotine) et consommation de ces produits (1 an après l'étude) ?
- Jeunes non consommateurs de ces produits au début de l'étude (n=2731; 20-32 ans)
 - 14,6% des jeunes interrogés ont été exposés au marketing de ces produits sur les réseaux sociaux
 - L'exposition est associée à une augmentation de leur consommation

From Apple to Werewolf: A content analysis of marketing for e-liquids on Instagram

Linnea I. Laestadius^{a,*}, Megan M. Wahl^a, Pallav Pokhrel^b, Young I. Cho^a

Addictive behaviors, 2019

- Analyse des messages postés sur Instagram sur les e-liquides (mai et octobre 2017)
- 1000 posts analysés
 - 61,1% font la promotion des e-liquides
 - 80% mettent en avant les arômes
 - 35,4% vantent le bon goût
 - 19% que les e-liquides c'est « cool »
 - 1/3 « seulement »: qualité des e-liquides, bénéfiques du vapotage



Fig. 1. Instagram post using promotional and political messages.



Fig. 2. Images from Instagram posts depicting vaping.



Fig. 3. Instagram post depicting illustrations on e-liquid packaging.



Fig. 4. Images from Instagram posts using creative branding to promote e-liquid.

Return of cartoon to market e-cigarette-related products

Jon-Patrick Allem, Tess Boley Cruz, Jennifer B Unger, Ruth Toruno, Josseline Herrera,
Matthew G Kirkpatrick

Preventive Medicine, Keck School of Medicine of the University of Southern California, Los Angeles, California, USA

Tobacco control, 2019

- **Recours aux cartoons pour promouvoir les e-liquides sur Instagram?**
- Novembre 2017; 3481 posts
 - 20,77% posts contiennent un cartoon
 - 67,8% posts font des promotions prix
- *Stratégies marketing identiques au tabac classique (« old Joe »)*



Figure 1.

Image representative of a cartoon used to market e-cigarette products.

Oral nicotine marketing claims in direct-mail advertising

Lauren Czaplicki ¹, Minal Patel ², Basmah Rahman ², Stephanie Yoon,²
Barbara Schillo,² Shyanika W Rose ³

Tobacco control, 2021

- Analyse des messages envoyés par email pour promouvoir le tabac oral
- Mars 2018 – aout 2020; 38 millions d'email promotionnels (RJ Reynolds, Altria)
 - 84% : le tabac oral peut être utilisé partout
 - 69% : le tabac oral est une alternative aux autres produits du tabac
 - 55% : ces produits ne contiennent pas de tabac
- *Messages ambigus sur les risques*

WARNING: This product contains nicotine. Nicotine is an addictive chemical.

TOBACCO LEAF-FREE **NO LIMITS** **VELO**
NICOTINE POLICHES

WARNING: This product contains nicotine. Nicotine is an addictive chemical.

Enjoy nicotine *anytime, anywhere.*

WITH **5 unique flavors & 3 different strengths** on® is designed for discreet satisfaction.

Visit your local store to try on® nicotine pouches today.

COUPONS INSIDE

WARNING: This product contains nicotine. Nicotine is an addictive chemical.

WARNING: This product contains nicotine. Nicotine is an addictive chemical.

WARNING: This product contains nicotine. Nicotine is an addictive chemical.

We took the **simple approach...** by extracting nicotine **from tobacco leaves** and infusing it **into lozenges.**

The support has been real. So now we're coming to more stores near you.

Find your closest store at **THATREVEL.COM***

REVEL MINT **REVEL** CBBWA

Disclaimer: This study is Truth Initiative's analysis of Mintel data, and does not represent the views or the opinions of Mintel. Images used with permission from Mintel.

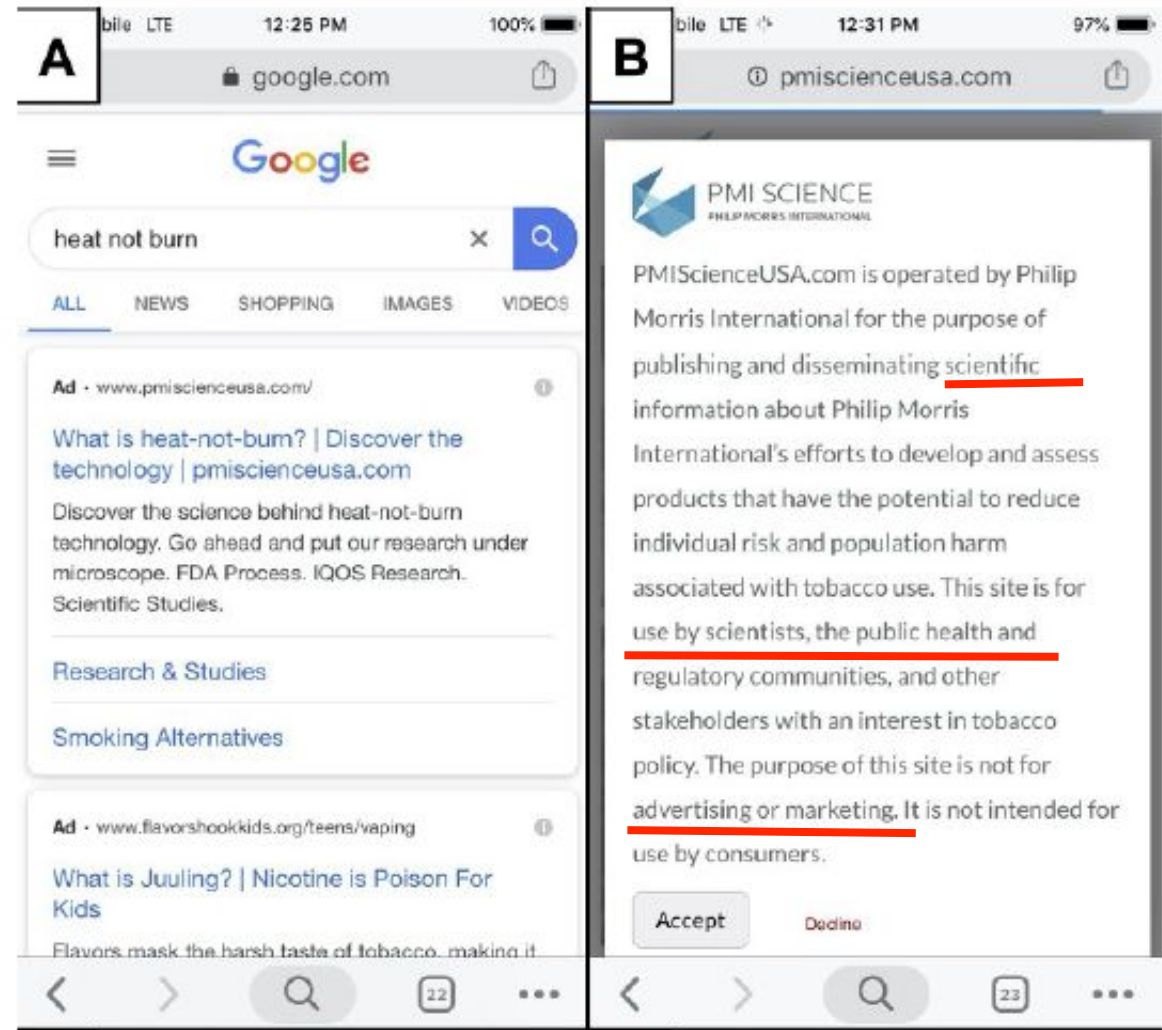
Figure 1 Proportion of direct-mail oral nicotine advertising containing advertising claims by category (A) and exemplar advertisements (B).

A Philip Morris advertisement for its heated tobacco product IQOS sets a troubling precedent

Eric C Leas ,^{1,2} Joanna E Cohen ,³ John W Ayers^{2,4}

Tobacco control, 2020

- Achat mots clefs pour promouvoir le site « scientifique » IQOS (réduction du risque)
- Site Internet pour les scientifiques, les acteurs de la santé publique
- *A ce jour aucune preuve*



C

pmiscienceusa.com



Science and technology can and must play a role in devising solutions to this problem. It's the burning process that creates the vast majority of the harmful and potentially harmful chemicals that are the primary causes of smoking-related diseases. Our goal is to offer current adult smokers who would otherwise continue smoking non-combustible, or smoke-free, alternatives that have the potential to reduce the risk of developing smoking-related diseases as compared to continued smoking.

One such alternative product – IQOS tobacco heating system – is currently under FDA's MRTP review. On April 30,



D

pmiscienceusa.com



Smoke-free alternatives for adult smokers

Smoking tobacco causes a number of serious diseases and increases the risk of early death. Tobacco control strategies in most countries focus on supply and demand measures intended



Résumé de ces articles

- L'industrie du tabac déploie, pour promouvoir ses nouveaux produits, un marketing susceptible d'attirer les jeunes:
 - arômes
 - large présence points de vente dans des endroits stratégiques (bonbons)
 - large présence Internet / réseaux sociaux
 - contenu publicitaire attractif
- Peu d'informations sur les risques / discours « scientifique » pour augmenter la crédibilité

Quelques exemples du marketing déployé en France

Publicité e-liquides
magasin de vapotage
(centre commercial)
Rennes, 2020

MULTIFREEZE

FREEZE TA BOUCHE,
DÉFREEZE TES CHEVEUX !

DÉCOUVREZ NOS 6 MONSTRES GIVRÉS

TIREBOULLETTE FRIPOUILLE SALOPIOT CRAPULE GALIPEÛTE SACRIFANT

PÊCHE MANGÉE PRODUIT ORANGE PRODUIT MANGÉE MANGÉE GAYUS MANGÉE MANGÉE MANGÉE MANGÉE MANGÉE MANGÉE

Liquideo

PRENEZ SOIN
DE VOUS

Vitrine magasin de
vapotage
Rennes, 2019



TROUVEZ VOTRE ALTERNATIVE

Avec l'édition spéciale ePen 3 Jaune d'Hiver

JE DÉCOUVRE

4,99€



PRÉPAREZ-VOUS POUR LE GRAND FRISSON EXPÉRIMENTHE

La fraîcheur est à l'honneur.

Profitez de nos offres complètement

givrées pour ePod et ePen 3.



Observatoire





Ce produit du tabac nuit à votre santé et crée une dépendance

Ce produit du tabac nuit à votre santé et crée une dépendance

ABSOLU MENTHE

UNE NOUVELLE ALTERNATIVE POUR LES FUMEURS DE MENTHOLÉES

2 OFFRES EN ÉDITION LIMITÉE

LE PACK DÉCOUVERTE
LOGIC COMPACT MULTI MENTHOL
18-CIGARETTE + 4 PODS MENTHOL
16,90€

ET LE PACK DE 2 PODS
MULTI MENTHOL
6,90€

4 GOÛTS MENTHOLÉS

INTENSE MENTHE VERTE
INTENSE MENTHE DOUCE
INTENSE MENTHE GIVRÉE
INTENSE FRAISE ROUGE + MENTHE

LE PACK DE 2 PODS
6,90€

Pour commander : logicvapes.staci.com

*PRIX PUBLIC CONSEILLÉ. VENTE INTERDITE AUX MENEURS. CONTENU DE LA NICOTINE NOUVEAU EN CAS D'INGESTION, GAZ SERIEUX. RESPECTER LES PRÉCAUTIONS D'EMPLOI.

CONCEPT ARÔME

100% sans nicotine

BONNE RENTRÉE !

ESSAYEZ une alternative à la cigarette

100% sans nicotine

100% sans nicotine

Fruizee

Toujours aussi frais et fruités. Retrouvez les Fruizee en concentrés !

PULP LIQUIDE Nic Salt

Vos arômes Pulp préférés désormais en version Nic Salt !

Saveurs disponibles en 20 mg/ml et 10 mg/ml.

Observatoire





Observatoire



Poches à nicotine

Les **CBD pouches** contiennent du **Cannabidiol**, plus connu sous le nom de **CBD**. Reconnue pour ses effets sur votre bien-être, cette molécule vous aide à vous détendre et provoque pas de "High".

<https://nicopouches.fr/fr/105-cbd-pouche>

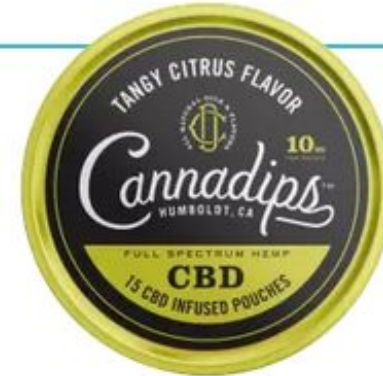


CANNADIPS AMERICAN SPICE 10MG/SACHET

Explosion des notes acidulées d'orange et de citron, des ingrédients naturels, sans tabac,...

14,90 €

J'ACHÈTE



CANNADIPS TANGY CITRUS 10MG/SACHET

Explosion des notes acidulées d'orange et de citron, des ingrédients naturels, sans tabac,...

14,90 €

J'ACHÈTE



16,20 €

Pack découverte On! au format Mini invisible sous la lèvre. Les meilleures saveurs de nicotine pouches, Citrus, Coffee, Mint et Berry. Idéal pour découvrir les sachets de nicotine !

- **Mint** : L'inégalable fraîcheur de la menthe verte.
- **Berry** : La douceur des baies rouges sauvages pour une dégustation fruitée.
- **Citrus** : Des agrumes frais et pétillants. Discrétion assurée avec ce format Mini invisible sous la lèvre, pour en profiter où et quand vous le souhaitez.



elodieinparis • S'abonner
Paris, France

Les gagnants du jeu concours sur le compte Instagram de la marque et répondre à la question suivante en commentaire : « Quel est votre goût mentholé Logic Compact préféré : mentha verte, menthe douce, menthe givrée ou fruit rouge – menthe ? »
Mon préféré : fruit rouge – menthe !
Découvrez-les dans ma story :)
18+, Contient de la nicotine, une substance addictive. Concours ouvert aux fumeurs/vapoteurs adultes uniquement. Fin du concours le 08/06 à 00h. #collab #LogicVapes #LogicCompact #logicmenthol

25 mai

lapetitebordelaise Beauté
25 mai 1 mention J'aime

Aimé par logicvapes_fr et 905 autres personnes

29 MAI

Ajouter un commentaire... Publier



leperchoirpdv • S'abonner
Le Perchoir Porte de Versailles

leperchoirpdv • **BUN DIA**

En plus d'être le roi du bun, et d'être notre atout charme, @charlesbencimon notre directeur de bar est un as des cocktails !

Retrouvez @blu_fr dans l'ensemble de nos établissements.

@studiocucui

#cocktail #leperchoir #rooftop #myblu #myblucommunity #mixology #paris #cocktailbar #VivezPerchés #mybluXleperchoir

3 sem

Aimé par blu_fr et 135 autres personnes

8 NOVEMBRE

Ajouter un commentaire... Publier



sieralena • S'abonner
Paris, France

remporter un bon d'achat d'une valeur de 500€ valable dans un grand nombre de points de vente. Le concours se termine le 8 juin à minuit. 🎁 Pour tenter ta chance rien de plus simple, il te suffit de :
👉 suivre @logicvapes_fr
👉 te rendre sur le post jeu-concours sur leur compte et de commenter avec ton goût mentholé Logic Compact préféré, alors s'tes plutôt menthe verte, menthe douce, menthe givrée ou fruit rouge menthe ?
18+, Contient de la nicotine, une substance addictive.
*Concours ouvert seulement aux fumeurs/vapoteurs adultes, l'âge sera vérifié.
#collab #logicmenthol

Aimé par logicvapes_fr et 1461 autres personnes

29 MAI

Ajouter un commentaire... Publier



sihambengous • S'abonner
Dubai, United Arab Emirates

sihambengoua • Merci à @blu_fr pour nous avoir accompagné lors de notre voyage à Dubaï avec ma @shannakressB3 dans le cadre de l'émission #JETLAG toujours disponible sur SihamTV (lien dans ma bio). Mon goût préféré ? Noix de coco 🥥🍌. Tous les produits sont disponibles sur le site blu.com ! #myblufr #myblu

43 sem

Aimé par blu_fr et 4 270 autres personnes

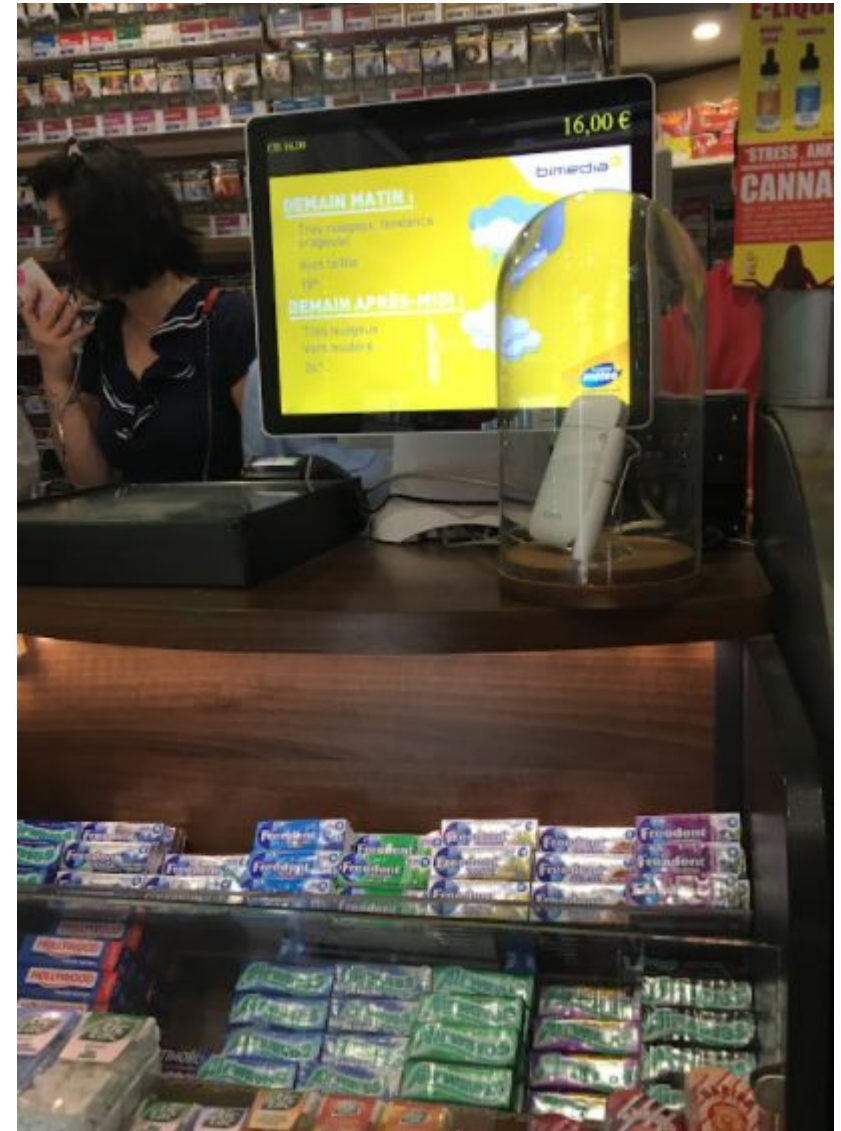
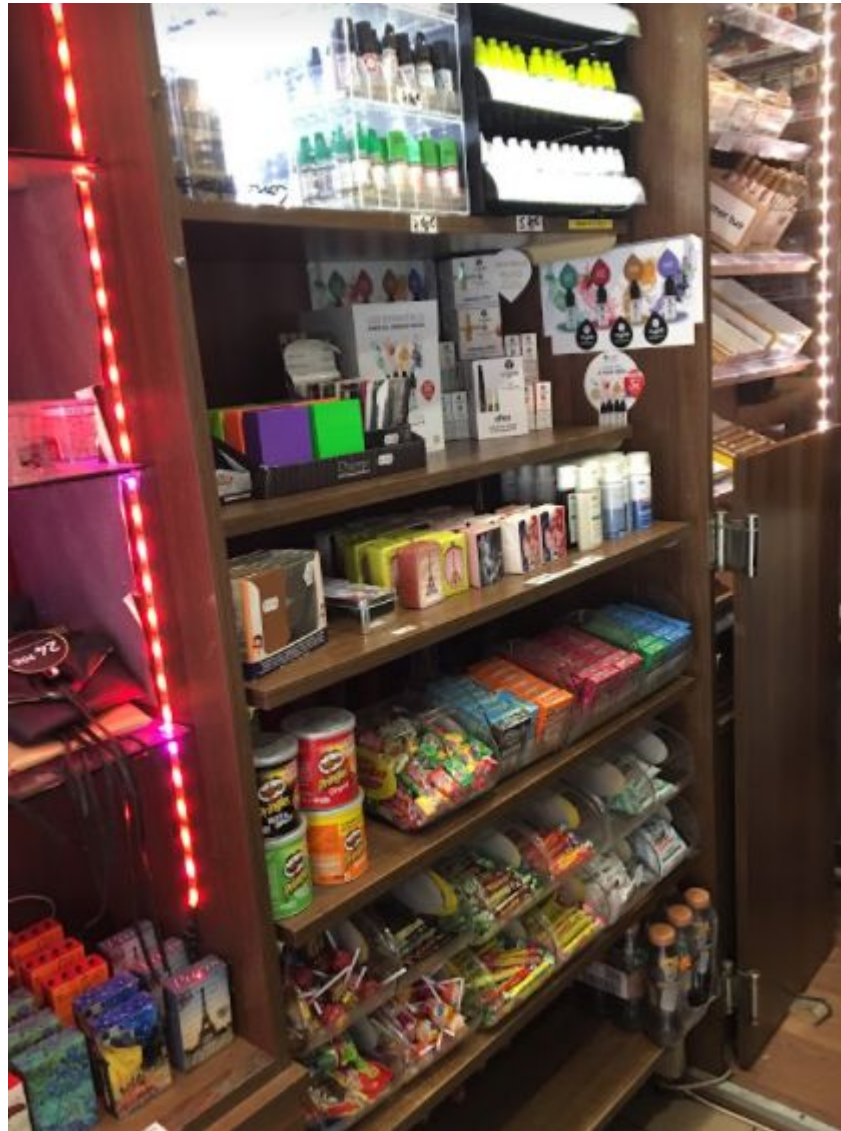
27 JANVIER

4

Observatoire



Observatoire





PHILIP MORRIS
INTERNATIONAL

Message de notre Présidente Jeanne Pollès

Face aux nouveaux enjeux mondiaux, transformons-nous
vraiment!



nombre sont nocifs. Lorsqu'il est seulement chauffé, les quantités de composés toxiques et potentiellement toxiques sont réduites en moyenne de 90 à 95% par rapport à la cigarette classique.

<https://www.capital.fr/entreprises-marches/la-presidente-de-philip-morris-france-veut-arreter-de-vendre-des-cigarettes-1359961>



Utiliser uniquement IQOS est moins nocif que de continuer à fumer des cigarettes**.

IQOS UNE MEILLEURE ALTERNATIVE QUE LES CIGARETTES

Découvrez les avantages d'IQOS

Conclusion

Quel est le rôle du marketing déployé par l'industrie du tabac pour promouvoir ses nouveaux produits ?



PHILIP MORRIS
INTERNATIONAL

Message de notre Présidente Jeanne Pollès

Face aux nouveaux enjeux mondiaux, transformons-nous
vraiment!



Le tabac chauffé propose aux fumeurs une alternative. Bien évidemment, la prévention et l'encouragement à arrêter de fumer doivent être les deux principaux piliers de la politique de santé publique. Mais on doit pouvoir intégrer un troisième pilier, fondé sur des alternatives. Le marché français représente 40 milliards



« Il est utile de considérer les légères comme une troisième alternative à la cessation et à la réduction - [une marque] hybride des tentatives sans succès des fumeurs pour modifier seul leurs habitudes. »

— Robert Bexon, Imperial Tobacco, « R&D /Marketing Structures Creativity Conference », 1984.

« La question de savoir si de telles cigarettes sont vraiment moins dommageables pour la santé n'importe pas. »¹

— Dr Robert Gibb, Imperial Tobacco, lettre à la British American Tobacco, 1975.



« I like to better smoke »

that they should not smoke. For these women smoking represents an independent and defiant stance. As women are reacting increasingly to the constraints put upon them by

However, because of women's nurturing role in society, they are naturally more involved with low tar cigarettes than men (74% of low tar smokers are female). They do not want to stop

Les femmes culpabilisent de fumer eu égard à leur famille. Elles trouvent donc un compromis en fumant des cigarettes « light ».

What we have is a large section of the smoking population

which
but
stere
have
This

What we have is a large section of the smoking population which is ideally suited to a cigarette of low tar potential, but one which does not compromise its user into the stereotype of a low tar smoker (i.e. someone who doesn't dare have the real thing).

Philip Morris (1985)

<http://legacy.library.ucsf.edu/tid/iqx19e00>

Consider your Adam's Apple!!*
**Don't Rasp Your Throat
 With Harsh Irritants**

"Reach for a
LUCKY instead"

Place your finger on your Adam's Apple. You are actually touching your larynx - this is your voice box - it contains your vocal chords. When you consider your Adam's Apple, you are considering your throat - your vocal chords.

What is the effect of modern Ultra Violet Rays upon tobacco? Dr. E. E. Free, one of America's well-known scientists, who was retained by us to study Lucky Strike's manufacturing process, addressing the Hauxwelling Engineering Society, said:

"The essential effect of the Ultra Violet is the production of better tobacco and of cigarettes regarded by virtually all smokers who have tasted them as milder and with a lesser tendency to cause throat irritation."

Here in America LUCKY STRIKE is the only cigarette that employs Ultra Violet Rays in connection with its exclusive "TOASTING" Process - the only cigarette that brings you the benefits of the exclusive "TOASTING" Process which expels certain harsh irritants present in all raw tobaccos.



MADE IN U.S.A.
 © 1947, L. T. Co., N.Y.

"It's toasted"

Including the use of Ultra Violet Rays.

Sunshine Mellowers - Heat Purifier

Your Throat Protection - against irritation - against cough



Estelle Skinner
 NEW YORK, N. Y.

According to repeated nationwide surveys,

**More Doctors
 Smoke CAMELS
 than any other
 cigarette!**

Doctors in every branch of medicine were asked, "What cigarette do you smoke?" The brand named most was Camel!

You'll smoke Camels for the same reasons so many doctors smoke them. Camels have fresh, cool, mellow, just after jacks, and a flavor unobtainable by any other cigarette. Make this available now. Smoke only Camels for 30 days and see how well Camels please your taste. You will stay with them through your smoky smoke. You'll no longer regrettable a cigarette can be!

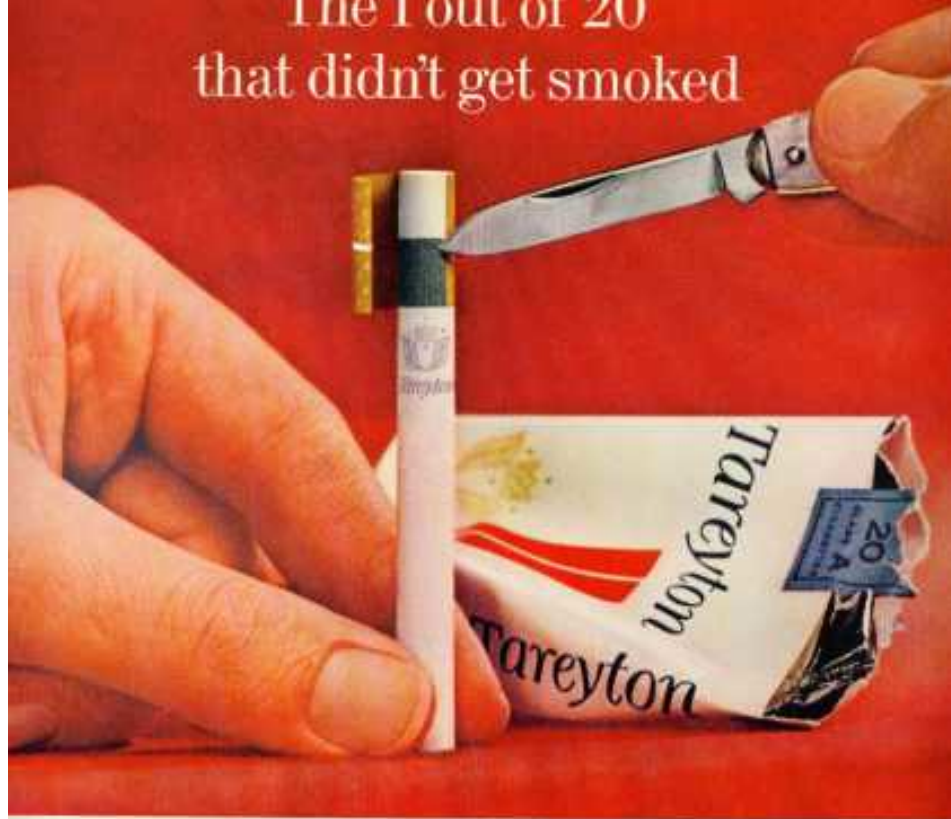


THE DOCTORS' CHOICE IS AMERICA'S CHOICE!



For 30 days, test Camels in your "if-Zone" (if for Throat, if for Taste.)

The 1 out of 20
that didn't get smoked



There's a lot of satisfaction in pointing out something good to a friend. That's why it often happens that one cigarette out of a pack of Dual Filter Tareytons never does get smoked.

People break it open to demonstrate its unique Dual Filter containing Activated Charcoal. They may not know why it works so well, but they do know this: It delivers far more than high filtration... it brings out the best taste of the best tobacco—as no single filter can!

Try a pack of Tareytons. We believe the extra pleasure they bring will soon have you passing the good word to your friends.

Dual Filter does it:

1. It combines a unique inner filter of ACTIVATED CHARCOAL... definitely proved to make the smoke of a cigarette mild and smooth...
2. with an efficient pure white outer filter. Together they bring you the real thing in mildness and fine tobacco taste!



NEW DUAL FILTER **Tareyton**



Heated tobacco products: another tobacco industry global strategy to slow progress in tobacco control

Stella A Bialous,^{1,2} Stanton A Glantz³

Tobacco control, 2018

According to this 'confidential internal use only' plan, PMI's 'external engagement' plans were:

1. Establish the concept of harm reduction as legitimate public policy in tobacco regulation.
2. Establish the legitimacy of tobacco companies to be a part of the regulatory debate on RRP [reduced risk products] ('part of solution').
3. Leverage PMI's innovation and scientific research to establish credibility with stakeholders.
4. Identify and engage non-traditional third party stakeholders/allies (e-cigarette manufacturers and retailers, adult consumers of RPP products, tobacco harm reduction advocates, scientific community) globally and locally.
5. Develop compelling messages and materials to support our advocacy on RPP issues.
6. Amplify and leverage the debate on harm reduction around global events (eg, COP6).
7. Continue to engage with regulators globally.⁴⁰

As discussed below, these strategies echo the tobacco industry's decades-long efforts to undermine tobacco control and present itself as an 'indispensable' partner in all policy discussions.

- Se positionner comme des acteurs de la réduction du risque
- Faire partie des acteurs de la prévention
- Collaborer avec les gouvernements (pour éviter les régulations)

Rien de nouveau !

Philip Morris : « Nous voulons engager un débat avec les autorités de santé »

Patron de Philip Morris International (PMI) depuis 2013, André Calantzopoulos a entrepris de négocier un très grand virage dans la stratégie du premier cigarettier mondial.

Lire plus tard

Conso & Distribution

Partager

Commenter



Les Echos, 25 janv. 2019

Il faut proposer des alternatives aux fumeurs [...]. Et il faut que les pouvoirs publics accompagnent cette transition vers de nouveaux produits, qui seront moins nocifs pour la santé, en créant un cadre réglementaire d'évaluation basé sur la science et sur l'accès à l'information pour le consommateur.

Il ne faut pas un débat uniquement dominé par l'émotion et l'idéologie. Mais un débat entre adultes, entre experts.

Merci pour votre attention



Karine.Gallopel-Morvan@ehesp.fr