

# LA RÉDUCTION DES RISQUES AU SERVICE DE LA HAUSSE DES PROFITS

Analyse du récit trompeur de l'industrie du tabac

LIVRET

JUIN 2026

---



# TABLE DES MATIÈRES

---

CONTEXTE	3
LE RÉCIT DE L'INDUSTRIE CONFRONTÉ AUX FAITS	4
ARRÊTER LES CIGARETTES CONVENTIONNELLES ?	5
L'INDUSTRIE DU TABAC AU SERVICE DE LA SANTÉ PUBLIQUE ?	8
UNE APPROCHE BASÉE SUR LA SCIENCE ?	10
UN MARKETING LIMITÉ AUX FUMEURS ADULTES ?	13
DES PRODUITS INNOVANTS ?	15
3 CONCLUSION	18
4 BIBLIOGRAPHIE	20

---

## POINTS-CLÉ

- L'industrie du tabac et de la nicotine s'est construit une image d'acteur responsable basée sur la transformation de son activité commerciale et ses nouveaux produits à « risque réduit ».
- Selon des documents internes, ce positionnement découle d'une stratégie commerciale axée sur la croissance du nombre de consommateurs et la maximisation des profits.

D'après les estimations de Philip Morris, ses « nouveaux produits » génèrent une marge nette 2,6 fois plus élevée que celle des cigarettes conventionnelles.

- Les cigarettes restent au cœur de son modèle économique. L'industrie investit toujours dans la conception, la production et la promotion des cigarettes. La diminution mondiale de la consommation de cigarettes a ralenti depuis 2020.

- Les sachets de nicotine et les cigarettes électroniques peuvent représenter des modes de consommation de nicotine à moindre risque pour les personnes adultes qui fument. Mais la « bonbonisation » de ces produits et les stratégies marketing qui les accompagnent favorisent l'émergence d'une nouvelle génération de jeunes dépendants à la nicotine, tout en augmentant le risque d'initiation ultérieure à la cigarette conventionnelle.

- Le concept de réduction des risques dans le domaine du tabac ne doit pas être laissé à l'industrie car il existe un conflit fondamental et inconciliable entre ses intérêts et la santé publique. Prétendant proposer une alternative aux cigarettes, elle cherche d'abord à maintenir le plus de consommateurs possible dans l'addiction.



# CONTEXTE

Depuis une vingtaine d'années, les multinationales du tabac développent un discours axé sur leur « transformation »<sup>1-3</sup>. British American Tobacco (BAT), Japan Tobacco International (JTI) et Philip Morris International (PMI) mettent en avant des produits « à risque réduit », tandis qu'Imperial Brands (Imperial) met en avant une « nouvelle génération de produits »<sup>4</sup>. Cette offre comprend essentiellement les cigarettes électroniques, le tabac chauffé ainsi que les sachets de nicotine. En Suisse, cette gamme de produits commence à être commercialisée par l'industrie en 2015 avec le tabac chauffé IQOS de PMI<sup>5</sup> suivi par la cigarette électronique Vuse de BAT<sup>1,6</sup> et les sachets de nicotine avec la marque Nordic Spirit de JTI dès 2019<sup>7</sup>, marque aujourd'hui retirée du marché suisse<sup>8</sup>. En 2026, PMI et BAT commercialisent chacun ces trois types de produits en Suisse<sup>9</sup>.

Ce repositionnement s'accompagne de promesses ambitieuses : un « futur sans fumée » (PMI)<sup>10</sup>, un « meilleur lendemain » dans un « monde sans fumée » (BAT)<sup>11</sup>, un « meilleur futur » (JTI)<sup>12</sup> ou encore un « futur plus sain » (Imperial)<sup>11,13</sup> liés au déclin de la cigarette. L'industrie affirme ainsi s'engager pour la « réduction des risques »<sup>11,14</sup> causés par le tabac.

Faut-il se fier à l'industrie du tabac quand elle affirme tourner le dos aux cigarettes conventionnelles ? Et faut-il conclure qu'elle mobilise tous les moyens disponibles pour que l'ensemble des adultes qui fument et qui n'arrivent pas ou ne veulent pas arrêter de fumer, *et seulement eux*, basculent vers ces « nouveaux produits »<sup>IV</sup> présentés comme moins nocifs ?

Examinons l'écart entre le récit de l'industrie et les faits.



# LE RÉCIT DE L'INDUSTRIE CONFRONTÉ AUX FAITS

Nous avons découpé le narratif de la « réduction des risques » de l'industrie du tabac en cinq promesses. Pour chaque engagement, nous confrontons le récit de l'industrie aux faits qui viennent le nuancer et le contredire.



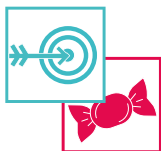
## L'ABANDON DE LA VENTE DE CIGARETTES



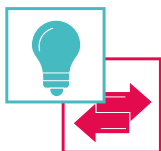
## L'ENGAGEMENT AU SERVICE DE LA SANTÉ PUBLIQUE



## LA TRANSPARENCE SCIENTIFIQUE



## LE MARKETING RESPONSABLE



## L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE AU SERVICE DU PROGRÈS SANITAIRE



# ARRÊTER LES CIGARETTES CONVENTIONNELLES ?

## RÉCIT DE L'INDUSTRIE

### L'industrie promet une transformation portée par les « nouveaux produits »

Considérant la nocivité des cigarettes conventionnelles, les multinationales du tabac mettent en avant des « nouveaux produits » présentés comme moins nocifs. Elles décrivent cette évolution comme une

rupture avec leur modèle historique et affichent des engagements allant jusqu'à promettre un arrêt total de la vente de cigarettes conventionnelles, mesure qu'elles motivent en invoquant leur impact délétère sur la santé<sup>15</sup>.

*« Nous pouvons franchir plus rapidement une étape décisive pour la santé mondiale : un monde sans cigarettes. Qui ne voudrait pas contribuer à bâtir un tel avenir ? »<sup>VI,16</sup>*

PMI

*« Chez BAT, nous nous sommes fixé le but de construire un monde sans fumée en encourageant activement les fumeurs à passer de la cigarette aux produits sans fumée. »<sup>VII,17</sup>*

BAT

*« Pour nous, un avenir meilleur commence par la réduction des risques pour la santé liés au tabagisme, en proposant aux consommateurs adultes des produits de substitution présentant un risque potentiel réduit. »<sup>VI,12</sup>*


JTI

*« Imperial Brands s'engage à apporter une contribution significative au concept de santé publique qu'est la réduction des risques liés au tabac grâce à nos produits de nouvelle génération. »<sup>VIII,18</sup>*

Imperial



## Les cigarettes restent le cœur du modèle économique

La part de cigarettes conventionnelles demeure majoritaire dans le portefeuille mondial de l'industrie du tabac et rien n'indique un changement à court terme. Les cigarettiers contrôlent l'ensemble de la chaîne de valeur du tabac et n'ont aucun intérêt commercial à diminuer leurs ventes ou à abandonner complètement ces produits<sup>19</sup>. Ils soutiennent activement la production du tabac, notamment via des organisations comme l'Association internationale des producteurs de tabac<sup>IX</sup>, un groupe de façade, qui promeut la culture du tabac et s'oppose aux politiques de santé publique<sup>20-24</sup> 

→ Depuis 2020, les ventes de cigarettes de PMI ne diminuent en moyenne que de 0,7% par an. À ce rythme, la multinationale vendrait encore plus de 100 milliards de cigarettes par an dans 250 ans.

→ JTI, de son côté, enregistre une hausse régulière de ses ventes de cigarettes depuis 2021.

## Les multinationales du tabac ne souhaitent pas la fin des cigarettes

Face aux investisseurs, l'industrie met en avant la solidité et la rentabilité du commerce des cigarettes conventionnelles<sup>26</sup>, présentées comme un « moteur de croissance »<sup>27</sup> et un produit « résilient »<sup>28,29</sup>. Elle se félicite de la progression de certaines marques : en 2025, JTI souligne les performances

de Camel (+4,3%) et Winston (+5%)<sup>30</sup>, tandis que Marlboro (PMI) atteint une part de marché record de 11%<sup>28</sup>. Rester « leaders » du marché des cigarettes demeure un objectif stratégique (JTI 2025<sup>X,31</sup>, PMI 2019<sup>XI,32</sup> et 2021<sup>XII,32</sup>, BAT 2021<sup>32</sup>). En effet, PMI justifie le maintien de son implication dans le commerce de cigarettes par la nécessité d'un « leadership responsable » dans ce secteur<sup>33</sup>. Jusqu'en 2020, l'adjectif « éthique » accompagnait le terme « responsable » dans la formule standardisée figurant dans le rapport annuel de PMI à la « Securities and Exchange Commission » états-unienne : ce n'est plus le cas depuis. Les cigarettiers continuent de souligner le potentiel de « croissance future » des cigarettes<sup>27</sup> et mettent en garde contre leur « cannibalisation » par les produits « sans fumée »<sup>34</sup>. Dans son rapport annuel 2025, PMI identifie explicitement la baisse de la consommation de cigarettes comme un risque susceptible de réduire ses revenus et de compromettre sa « transformation sans fumée »<sup>XIII,35</sup>. L'entreprise évoque également les « effets négatifs des taxes » sur ses ventes de cigarettes<sup>XIV</sup>. Ces éléments montrent que, derrière la promesse de transformation, l'industrie entend préserver et ralentir le déclin de la vente de cigarettes conventionnelles.

## L'industrie investit dans le développement de la production de cigarettes

L'industrie continue d'investir fortement dans le développement de la production de cigarettes. PMI a injecté 250 millions de CHF pour moderniser son usine de Krasnodar en Russie (2015-2018)<sup>36</sup>. BAT

Produits	Évolution annuelle 2014–2019 : -4%		Évolution annuelle 2020–2025 : -0,7%	
	2014	2019	2020	2025
Cigarettes	856	707	629	607
Gamme « sans fumée »	0	60	76	179
Volumes totaux	856	767	705	786

**Figure 1** – Évolution des ventes de cigarettes et des « nouveaux produits » de PMI, en milliards d'unités<sup>26</sup>. Le déclin des ventes de cigarettes, annoncé par PMI, a fortement ralenti au cours des cinq dernières années<sup>19</sup>. Parallèlement, les volumes de produits sans fumée augmentent à un rythme plus soutenu que la baisse des ventes de cigarettes. Repères chronologiques : 2014 : lancement du tabac chauffé IQOS. 2020 : lancement de la marque de cigarette électronique Veev. 2022 : rachat de la marque de sachets de nicotine Zyn.



a ouvert une nouvelle usine en Jordanie en 2019<sup>37</sup> et JTI a lancé, en mars 2026, la construction d'une nouvelle usine à 300 millions d'euros en Roumanie<sup>38</sup>. Parallèlement, les cigarettiers élargissent leur offre : PMI a lancé plus de 450 nouveaux types de cigarettes entre 2016 et 2020<sup>32</sup> et de nouveaux formats de paquets contenant 25 et 30 cigarettes ont été introduits en Suisse en 2026<sup>39,40</sup>. Ces investissements témoignent d'une stratégie de long terme en contradiction avec une sortie progressive du marché des cigarettes.

## L'industrie continue de promouvoir les cigarettes

Malgré leur discours de transformation, les cigarettiers continuent de promouvoir activement les cigarettes. En Suisse, la publicité pour les cigarettes reste présente dans les points de vente et dans la presse<sup>41</sup>. En ligne, l'accès est particulièrement facile : des offres promotionnelles (comme des lots de 10 paquets à prix réduit) sont visibles sans vérification d'âge sur le site de la chaîne de supermarchés Denner<sup>30</sup>. Les sites du distributeur Coop<sup>31</sup> et de la chaîne de boutiques k kiosk<sup>32</sup> affichent également de nombreuses offres, avec peu ou pas de contrôle effectif (simple clic). Cette visibilité et cette accessibilité favorisent l'initiation et freinent la baisse de la consommation<sup>42</sup> ➔ **Figure 2**.



**Figure 2** Publicité pour la marque Parisienne (BAT) dans le journal 24 Heures du samedi 4 avril 2026, avec un vocabulaire destiné aux jeunes. La Suisse est un des rares pays d'Europe où les arômes, spécialement attractifs pour les jeunes, sont autorisés dans les cigarettes. En effet, l'Union européenne les a interdits en 2014<sup>43</sup>.



# L'INDUSTRIE DU TABAC AU SERVICE DE LA SANTÉ PUBLIQUE ?

## RÉCIT DE L'INDUSTRIE

### L'industrie se présente comme un acteur de santé publique

Les cigarettiers affirment partager les objectifs de l'OMS et se positionnent comme partie intégrante de la solution au tabagisme<sup>44</sup>. PMI dit vouloir « aider au mieux plus d'un milliard de fumeurs à abandonner les cigarettes combustibles le plus rapidement possible »<sup>XV,45</sup>. Imperial appelle à un « leadership collectif »<sup>XVI</sup>, réunissant autorités de réglementation, acteurs de santé publique et industrie autour de la réduction des risques<sup>46</sup>. BAT qualifie la réduction des risques liés au tabac d'« une des plus grandes opportunités en matière de santé publique de cette génération »<sup>XVII,3</sup>. Dans cette logique, tous poursuivraient un objectif commun : mettre fin aux maladies et aux décès liés au tabagisme<sup>XVIII,47</sup>.

### Les « nouveaux produits » sont présentés comme la solution

Selon l'industrie du tabac, les produits alternatifs seraient moins nocifs que les cigarettes et faciliteraient l'arrêt. Leur diffusion à grande échelle est ainsi présentée comme la voie la plus efficace pour réduire les risques, avec des exemples comme la Suède<sup>XIX,48-50</sup>. Les utilisateurs qui abandonnent la cigarette grâce à ces produits sont valorisés comme étant des « changeurs »<sup>XX,4</sup>

ou des « défumeurs »<sup>XXI,51</sup>. Toutefois, les cigarettiers doivent entretenir une ambiguïté, car la « Food and Drug Administration » étatsunienne leur a interdit de classer leurs produits comme thérapeutiques : le code marketing de PMI précise donc que sa gamme « sans fumée » ne doit pas être présentée comme une aide au sevrage<sup>52</sup>.

### Les acteurs de la prévention du tabagisme sont décrits comme des obstacles

L'industrie et ses relais accusent les acteurs de santé publique de freiner les progrès en matière de réduction du risque parce qu'ils seraient trop sévères avec les nouveaux produits. L'OMS est notamment critiquée pour une approche jugée « rétrograde et dogmatique »<sup>xxii,53</sup>, fondée sur des « fictions »<sup>54</sup>. Des organisations et think tanks dénoncent des décisions prises « à huis clos » et vont jusqu'à affirmer que certaines politiques de réglementation des « nouveaux produits » pourraient équivaloir à une « peine de mort pour des millions de personnes »<sup>xxiii,55</sup>. Au contraire, l'industrie et ses relais plaident pour un assouplissement des réglementations marketing encadrant les « nouveaux produits », ainsi qu'une taxation allégée par rapport à celle des cigarettes, afin (disent-ils) de les rendre plus accessibles et abordables<sup>56</sup>.

*« Si l'objectif de réduire puis d'éradiquer le tabagisme est louable, l'approche dépassée et dogmatique de la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac en matière de lutte contre le tabagisme est devenue un obstacle majeur aux progrès de la santé publique. Son refus persistant de reconnaître le potentiel des stratégies de réduction des risques [...] a non seulement entravé les efforts de sevrage tabagique, mais a probablement coûté des millions de vies. »*<sup>XXV,53</sup>

*« World Vapers'Alliance »*<sup>XXIV</sup>

*« Des experts internationaux en matière de santé ont averti aujourd'hui que les gouvernements du monde entier condamnent des millions de personnes à mourir s'ils continuent d'ignorer les avantages indéniables des politiques de réduction des risques liés au tabac. »*<sup>XXVII,55</sup>

*« Smokefree Sweden »*<sup>XXVI</sup>



## Le pseudo-engagement de l'industrie pour la santé publique n'a rien de nouveau

Depuis des décennies, l'industrie affirme agir dans l'intérêt de la santé publique. En 1954, elle déclarait déjà : « nous avons toujours coopéré étroitement avec ceux dont la mission est de protéger la santé publique, et nous continuerons à le faire »<sup>XXVII,57</sup>.

Ce positionnement a constamment été instrumentalisé par l'industrie pour répondre aux critiques, en mettant en avant de prétendues bonnes intentions afin de préserver son image et sa crédibilité, alors même qu'elle connaissait depuis longtemps la grande nocivité de ses produits<sup>58-61</sup>. Au 21<sup>e</sup> siècle, ce positionnement est renouvelé avec la « réduction des risques », pensée comme une « stratégie » par BAT au moment de mandater la firme de relations publiques Lewin Group<sup>3,62</sup>. Cela lui garantit un accès aux sphères politiques et scientifiques.

## L'industrie instrumentalise la notion de réduction des risques

La notion de réduction des risques, présente dans la Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT), a été instrumentalisée par l'industrie. En effet, dans l'article 1, la CCLAT recommande d'agir sur la réduction de la demande, de l'offre et des effets nocifs liés au tabac. Mais le traité ne précise pas les mesures de réduction de la nocivité (ou des risques) à adopter<sup>63</sup>. Ce flou a permis à l'industrie de s'engouffrer dans cet espace. En se présentant comme pionnière dans ce domaine, elle cherche à s'imposer comme un acteur incontournable des politiques de lutte contre le tabagisme. En demandant à ce que tous les acteurs du domaine soient impliqués dans la solution<sup>XXIX,64,65</sup>, l'industrie du tabac entend influencer les décisions politiques en défendant ses intérêts commerciaux. Cette stratégie relève d'une « tactique d'adaptation opportuniste »<sup>3</sup>. Or, l'article 5.3 de la CCLAT recommande de tenir l'industrie à l'écart de l'élaboration des politiques de santé publique<sup>66</sup>.

## Les « nouveaux produits » compensent le déclin des cigarettes

Les produits dits « à risque réduit » ont été principalement introduits sur des marchés où la consommation de cigarettes était déjà en baisse. Ils visent moins à concurrencer les cigarettes qu'à compenser leur

déclin<sup>67</sup>. Certaines études<sup>15</sup>, ainsi que les données de PMI<sup>68</sup>, indiquent même que la diminution mondiale des ventes de cigarettes a ralenti depuis leur introduction. En Suède, la réduction du tabagisme s'explique avant tout par la mise en place de mesures structurelles, bien davantage que par la seule disponibilité de ces produits<sup>69</sup>.

## Une part significative des utilisateurs des « nouveaux produits » continuent de fumer

PMI indique que plus de 41 % des utilisateurs de ses produits « sans fumée » consomment simultanément des cigarettes<sup>68</sup>. Une revue systématique internationale a établi que 68 % des utilisateurs de produits du tabac chauffés fumaient également des cigarettes conventionnelles<sup>70</sup>. En Suisse, les données indiquent que 41 % des utilisateurs des « nouveaux produits » continuent de consommer des cigarettes<sup>71</sup>. Cette polyconsommation anéantit les bénéfices éventuels attendus en termes de santé<sup>72</sup>. En effet, même à volume réduit, la cigarette demeure très nocive<sup>73</sup>.

## L'industrie s'oppose aux mesures efficaces

PMI a poursuivi ou menacé plusieurs États (comme l'Uruguay, le Togo ou l'Australie) pour avoir adopté des réglementations efficaces pour diminuer la consommation de cigarettes, telles que le paquet neutre ou le renforcement des avertissements sanitaires, en invoquant notamment des accords commerciaux passés avec la Suisse<sup>74-77</sup>. Plutôt que de soutenir les politiques de santé publique reconnues pour diminuer la consommation de cigarettes, l'industrie les combat activement, agissant comme si la mise sur le marché de ses « nouveaux produits » constituait la seule réponse légitime et efficace en matière de santé publique<sup>78</sup>.

## L'industrie se sert d'organisations pro-réduction des risques pour discréditer la santé publique

De nombreux think tanks et organisations promouvant les produits à « risques réduits » ou critiquant les politiques de santé publique sont financés, directement ou indirectement, par l'industrie du tabac. Les liens de ces groupes d'intérêt avec l'industrie sont la plupart du temps dissimulés. Par ailleurs, qualifier d'« extrémistes » les acteurs de la prévention relève d'une stratégie visant, d'une part, à délégitimer les mesures susceptibles de nuire à ses intérêts et, d'autre part, à diviser le camp de la santé publique<sup>79</sup>.



# UNE APPROCHE BASÉE SUR LA SCIENCE ?

## RÉCIT DE L'INDUSTRIE

### Une science « transparente »

L'industrie met en avant ses investissements en recherche et développement pour ses produits à « risque réduit », en affirmant une transparence totale :

*« Nous publions nos travaux scientifiques de manière transparente sur notre site web »<sup>XXX,25</sup>*

PMI

Les cigarettiers disposent de plateformes dédiées à leurs travaux scientifiques<sup>90-94</sup> et valorisent leurs infrastructures, comme le centre de recherche de PMI à Neuchâtel, où travaillent des centaines de scientifiques et où sont déposés de nombreux brevets<sup>95-97</sup>.

Cette stratégie s'accompagne de publications internes (comme les « livres blancs » de PMI<sup>88</sup>) et du financement d'organisations présentées comme indépendantes, telles que la Fondation pour un monde sans fumée<sup>XXXI</sup> (aujourd'hui Action globale pour mettre fin au tabagisme<sup>XXXII,89,90</sup>), qui se donne pour mission de financer la recherche, l'aide à l'arrêt et la diversification agricole.

Parallèlement, des chercheurs liés à l'industrie mobilisent le concept de « junk science » (littéralement, science poubelle) pour discréditer des politiques de santé publique pourtant fondées sur des preuves scientifiques<sup>91</sup>.

### L'industrie revendique sa légitimité scientifique

L'industrie affirme que ses produits à « risque réduit » reposent sur des bases scientifiques solides et bénéficient du soutien d'institutions et d'experts indépendants<sup>25,92</sup>. Elle avance que l'absence de combustion rendrait ces produits nettement moins nocifs. Pour le tabac chauffé, elle évoque, par exemple, une réduction de « 95 % » de l'exposition aux substances toxiques<sup>93</sup> et, pour les cigarettes électroniques, 95 % moins de risques<sup>94</sup>. Pour appuyer ces affirmations, elle cite des autorités, telles que la « Food and Drug Administration », « Public Health England » et des figures reconnues de la santé publique<sup>93</sup>.



## Les fonds de l'industrie orientent la recherche

L'industrie investit dans la recherche depuis des décennies, non pour réduire les risques, mais pour influencer la production, la publication et l'interprétation des connaissances scientifiques<sup>95</sup>. Entre les années 1953 et 1998, plus de 300 millions USD ont été consacrés à ces activités de recherche<sup>96</sup> dans le but de peser sur les politiques publiques et de renforcer sa crédibilité scientifique<sup>97</sup>. La Fondation pour un monde sans fumée a ainsi massivement soutenu des initiatives alignées sur le narratif industriel de réduction des risques au détriment des recherches indépendantes rigoureuses<sup>98,99</sup>. Trois quarts des études sur le tabac chauffé sont financés par l'industrie et elles présentent un grand risque de biais<sup>100</sup>.

En Suisse, PMI a par exemple financé et influencé une étude de l'Université de Zurich sur l'efficacité du paquet neutre en 2013, dans le but d'utiliser les résultats pour s'opposer à cette mesure de santé publique<sup>101</sup>. Par ailleurs, Swiss Cigarette<sup>xxxiii</sup> a commandé une étude à l'Université de Lucerne dont les résultats ont été relayés dans les médias avant la votation de l'initiative « Enfants sans tabac » (2022). Jamais publiée, cette étude conclut à un bénéfice global pour l'économie « grâce » aux décès prématurés des personnes fumeuses<sup>102</sup>.

**De manière générale, la quasi-totalité des études financées par l'industrie qui traitent de sujets dont les résultats sont susceptibles d'affecter ses intérêts commerciaux aboutissent à des résultats en sa faveur<sup>103,104</sup>. Une revue systématique a montré que ces études avaient 59 fois plus de chances de présenter les « nouveaux produits » comme étant à risque réduit, comparativement aux études indépendantes qui, elles, ne parvenaient pas à un consensus<sup>105</sup>.**

## L'industrie s'oppose à la transparence

Contrairement à ses affirmations, l'industrie continue d'influencer la recherche de manière opaque<sup>106</sup>. Une étude récente sur les liens entre l'industrie du tabac et les hautes écoles suisses montre que les recherches menées avec ou pour cette industrie sont souvent peu transparentes<sup>107</sup>. L'industrie s'est à plusieurs reprises opposée à la publication des

contrats, malgré les obligations légales. Plusieurs accords incluent des clauses de confidentialité interdisant aux chercheurs de révéler l'existence même des projets sans l'accord préalable de la multinationale. De telles dispositions vont à l'encontre des principes de transparence scientifique ainsi que des obligations légales de transparence auxquelles sont soumises les institutions universitaires.

D'autre part, en 2017, PMI a mis la pression sur l'Université de Lausanne pour lui faire retirer une étude qui analysait les composés du tabac chauffé IQOS et concluait que ses émissions s'apparentaient bien à de la fumée<sup>108,109</sup>.

## Les références scientifiques sont biaisées ou instrumentalisées

Les autorités et experts cités par l'industrie manquent d'indépendance ou sont présentés de manière partielle<sup>110</sup>.

**Par exemple, s'il est vrai que la « Food and Drug Administration » étatsunienne autorise PMI à affirmer que l'IQOS, le produit de tabac chauffé phare de PMI, « réduit l'exposition » à certaines substances toxiques, l'agence gouvernementale précise aussi qu'« il n'existe pas de preuves cliniques ou épidémiologiques d'une réduction des risques » et que « les connaissances disponibles sont insuffisantes pour démontrer que le produit tel qu'il est actuellement utilisé par les consommateurs, pourrait réduire les effets nocifs et le risque de maladies liées au tabac et qu'il aurait un effet bénéfique sur la santé de la population »<sup>xxxiv,111</sup>. Ces précisions sont systématiquement omises par PMI.**

Certaines « autorités scientifiques » mises en avant pour défendre les produits « à risque réduit » sont liées à l'industrie. C'est le cas du cancérologue français David Khayat (consultant de PMI<sup>112,113</sup>) ou de l'ancien cadre de l'OMS Derek Yach (premier président de la Fondation pour un monde sans fumée<sup>114</sup>). En 2014, un avis plaidant pour une fiscalité allégée et l'autorisation de la publicité pour ces produits a été rédigé par l'Institut de santé globale de l'Université de Genève<sup>115</sup>. Il était notamment signé par des spécialistes liés à l'industrie du tabac, dont le Dr Konstantinos Farsalinos, qui a reçu des milliers



d'euros de Juul, une entreprise de cigarettes électroniques plus tard rachetée par PMI<sup>116</sup>, et Ricardo Polosa, consultant pour BAT et proposé comme collaborateur à Juul par « Health Diplomats »<sup>117,118</sup>. Le cas du Dr Delon Human, partenaire de l'industrie et propriétaire de la société « Health Diplomats », est également édifiant. À travers cette société, ainsi que la société « Euroswiss Health », basées en Suisse<sup>120</sup>, il a piloté des initiatives promouvant la « réduction des

risques » à l'échelle internationale, notamment autour du « modèle suédois »<sup>121,122</sup>. « Euroswiss Health » est à l'origine de l'étude qui a affirmé que les cigarettes électroniques étaient 95 % moins nocives que les cigarettes, chiffre largement remis en question depuis<sup>77,94</sup>.

## Les « nouveaux produits » présentent des risques

→ La nicotine est une substance fortement addictive, avec des effets sur le système cardiovasculaire et sur le cerveau en développement des jeunes<sup>123-126</sup>.

→ Le tabac chauffé contient et émet de nombreuses substances toxiques et expose les utilisateurs à des niveaux significatifs de composés nocifs. S'il peut réduire l'exposition à certaines substances par rapport aux cigarettes, sa nocivité est avérée et ses effets à long terme restent incertains<sup>127,128</sup>. En France, la Mission interministérielle de lutte contre les drogues et les conduites addictives a déterminé que le tabac chauffé ne relevait pas de la réduction des risques<sup>129</sup>.

→ Les cigarettes électroniques peuvent contribuer au sevrage<sup>130,131</sup>, mais elles sont loin d'être sans danger : elles exposent à des

substances toxiques (dont certaines cancérigènes) et sont associées à de possibles risques sur le système respiratoire et cardiovasculaire<sup>132,133</sup>.

→ Les sachets de nicotine présentent également des risques, notamment de surconsommation de nicotine, de lésions buccales et un risque d'intoxication, en particulier chez les jeunes<sup>123,134</sup>.

En résumé, chez les personnes qui fument, le remplacement des cigarettes conventionnelles par des cigarettes électroniques ou des sachets de nicotine pourrait entraîner une diminution des maladies liées au tabagisme et, par conséquent, réduire les risques pour la santé. Pour toutes les autres personnes, ces produits présentent des risques importants de dépendance et peuvent également nuire à la santé<sup>135</sup>.



# UN MARKETING LIMITÉ AUX FUMEURS ADULTES ?

## RÉCIT DE L'INDUSTRIE

### L'industrie affirme que le marketing des « nouveaux produits » cible uniquement les adultes qui fument déjà

Les multinationales du tabac publient des codes d'auto-réglementation de marketing « responsable », assurant que leurs « nouveaux produits » sont destinés exclusivement aux adultes qui fument<sup>52,136,137</sup>. En Suisse, Swiss Tobacco et Swiss Cigarette ont adopté un Codex en

2018 qui les engage à commercialiser leurs produits « de manière responsable »<sup>138</sup>. Dans ce cadre, l'industrie promeut ses produits comme des alternatives pour les fumeurs et insiste sur la nécessité de les « informer », via la publicité, sur les « meilleures alternatives ». Elle se positionne ainsi comme un porte-parole des fumeurs, qu'il ne faudrait pas « exclure » du débat<sup>10</sup>.

*« Ces produits sont réservés aux adultes. Nous effectuons des contrôles très stricts pour limiter l'accès des jeunes à ces produits. Nous développons une communication clairement destinée aux adultes. »<sup>XXXV,15</sup>*

PMI

*« Si nous sommes enthousiastes quant au potentiel de réduction des risques des produits de nouvelle génération, nous reconnaissons aussi qu'il est crucial qu'ils ne soient pas attrayants pour les non-fumeurs, notamment les jeunes. Cela risquerait de compromettre les progrès réalisés grâce au passage des fumeurs adultes à ces produits. »<sup>XXXVI,139</sup>*

Imperial

*« Nous cherchons à éviter l'accès, l'attrait et l'usage des mineurs en adoptant des technologies de vérification d'âge et en nous assurant que nos dispositifs, nos arômes de e-liquides, notre packaging et notre marketing sont conçus pour les adultes. »<sup>XXXVII,140</sup>*

BAT



### Le marketing cible au-delà des fumeurs adultes, notamment les jeunes

Le marketing des produits dits « à risque réduit » s'adresse à un large public incluant les jeunes avec des campagnes conçues pour les cibler<sup>141-146</sup>. Pour soutenir la croissance de ses produits, l'industrie doit en effet renouveler sa base de consommateurs. Or, une part importante des consommateurs de ces produits n'était pas fumeuse auparavant, notamment parmi les jeunes<sup>147</sup>. En Suisse, les 15-24 ans sont surreprésentés parmi les utilisateurs des « nouveaux produits », en particulier des sachets de nicotine et des cigarettes électroniques. Ces dernières constituent aujourd'hui le principal produit d'entrée en consommation de nicotine chez les mineurs<sup>71</sup> et peuvent également agir comme une « porte d'entrée » vers la consommation de cigarettes conventionnelles<sup>148</sup>.

L'attrait des jeunes pour les produits nicotiniques n'est pas un hasard : on peut parler de « bonbonisation » tant ils contiennent des arômes et des édulcorants<sup>149</sup>. En Suisse, cela se traduit par la présence d'arômes fruités dans les sachets de nicotine, les cigarettes électroniques et le tabac chauffé, ainsi que par l'ajout de capsules aromatisées (menthe, fruits) dans certaines cigarettes.

Enfin, les dispositifs de contrôle d'âge restent largement insuffisants : en Suisse, les sites des marques des produits « à risque réduit » sont accessibles aux mineurs, qui peuvent y accéder en indiquant simplement avoir plus de 18 ans en quelques clics, sans vérification effective de leur identité<sup>150-154</sup>.

### La réglementation du marketing des « nouveaux produits » est régulièrement enfreinte par les cigarettiers

Des condamnations de l'industrie pour violation des lois ont été prononcées en France<sup>155</sup> et aux Pays-Bas<sup>156</sup>. En Suisse, des infractions aux lois cantonales ont été commises à Lausanne en 2025<sup>157</sup> et possiblement à Genève en 2026<sup>158</sup>, où des publicités pour du tabac chauffé étaient visibles depuis l'espace public. PMI a aussi enfreint la loi fédérale en 2026 avec des distributions gratuites de sachets de nicotine dans les bars suisses<sup>159</sup>. Cela semble être une stratégie de l'industrie du tabac. En effet, les délais entre la diffusion de ces campagnes et les décisions de justice peuvent s'étendre sur plusieurs années et les entreprises bénéficient de cette temporalité pour poursuivre, entre-temps, des pratiques de marketing illicites et gagner ainsi de nouveaux consommateurs<sup>160</sup>.

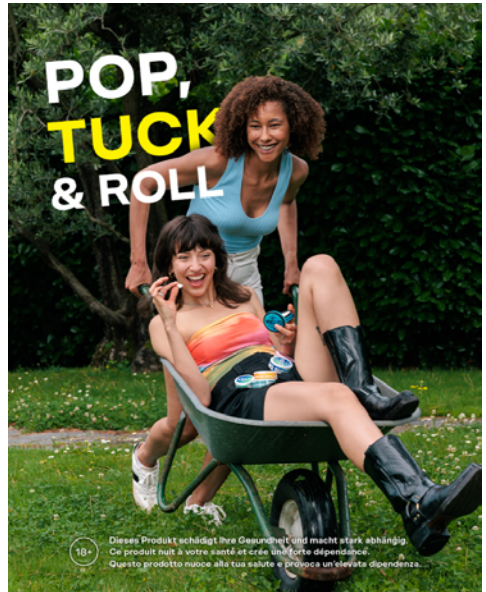


Figure 3 – Publicité numérique pour les sachets de nicotine Velo, Suisse, 2026.



# DES PRODUITS INNOVANTS ?

## RÉCIT DE L'INDUSTRIE

### Les « innovations » technologiques sont présentées comme un progrès sanitaire

L'industrie du tabac présente ses « nouveaux produits » sous un jour résolument positif, en les inscrivant dans un processus continu d'innovation et d'amélioration<sup>161</sup>. Par le passé, elle aurait ainsi été « contrainte » de maintenir la commercialisation de cigarettes conventionnelles tant qu'elle n'avait pas acquis les connaissances techniques nécessaires pour lancer des alternatives supposément moins risquées<sup>86</sup>.

Elle affirme désormais que ces innovations sont appelées à remplacer progressivement les produits conventionnels, comme la cigarette<sup>162,163</sup>. Elle les présente comme étant des « nouvelles technologies »<sup>32</sup>, comparant leur évolution à celle des smartphones.

### La réglementation est décrite comme un frein au progrès

Dans le même temps, l'industrie critique les autorités de réglementation, qu'elle juge trop prudentes, voire « conservatrices » vis-à-vis des « nouveaux produits ». Elle oppose ainsi deux visions : d'un côté ses innovations, présentées comme porteuses de progrès et susceptibles « d'améliorer la santé publique à l'échelle mondiale »<sup>XXXVIII</sup> ; et de l'autre, des politiques publiques décrites comme fondées sur une « idéologie et des hypothèses erronées »<sup>XXXIX,164</sup>.

*« Réglementer les alternatives sans fumée est une approche conservatrice. »<sup>XL,93</sup>*

PMI

*« L'innovation avance plus vite que la réglementation. »<sup>XL,93</sup>*


PMI

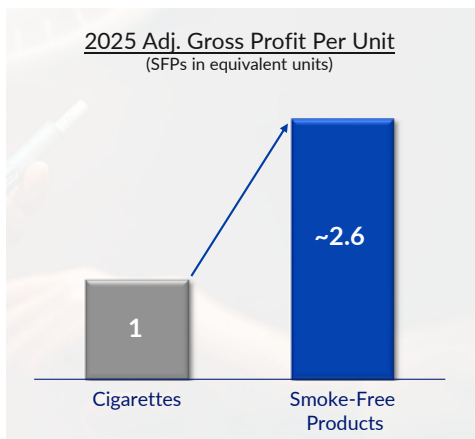


### C'est la rentabilité qui guide la commercialisation des « nouveaux produits »

Contrairement au discours de l'industrie, plusieurs de ces produits existent depuis longtemps<sup>165</sup>. S'ils n'ont pas été développés et commercialisés plus tôt, ce n'est pas pour des raisons techniques, mais parce que leur potentielle rentabilité n'était pas jugée suffisante<sup>166</sup>.

**Des documents internes de l'industrie montrent qu'elle a délibérément évité de promouvoir des alternatives à la cigarette tant que celle-ci était profitable et que sa nocivité pouvait être contestée<sup>167,168</sup>.**

L'introduction de produits alternatifs « moins nocifs » sur le marché aurait en effet comporté le risque d'une reconnaissance implicite de la dangerosité du tabac ainsi que celui de créer une concurrence pour son produit phare, la cigarette. Aujourd'hui, la situation a évolué : les produits dits « à risque réduit » offrent une rentabilité exceptionnelle aux investisseurs. Chez PMI, la marge de ces produits est environ 2,6 fois supérieure à celle des cigarettes en 2025<sup>25</sup>. Dès lors, loin de remplacer le marché existant, ces produits contribuent à son expansion. Entre 2012 et 2023, la valeur totale du marché européen de la nicotine a augmenté de 3 % pour atteindre les 159 milliards d'euros<sup>169</sup>  **Figure 4**.



**Figure 4** – Diapositive d'une présentation de PMI à ses actionnaires en mars 2026. La multinationale met en avant la marge bien supérieure de sa gamme « sans fumée »<sup>25</sup>.

### Les filtres et les cigarettes « light » étaient déjà présentés comme des innovations

L'argument de l'innovation au service de la santé publique n'est pas nouveau. Des années 1930 aux années 1970, les filtres et les cigarettes « light » ont été présentés comme des innovations au service de la santé publique, alors qu'ils se sont révélés inefficaces, voire nocifs<sup>60,170-172</sup>. Ces précédents mettent en évidence une constante : l'« innovation » sert avant tout à maintenir l'attractivité des produits et à soutenir leur consommation. L'industrie dispose des connaissances techniques qui lui permettraient d'intervenir chimiquement sur les cigarettes, par exemple en modifiant leur acidité (pH), afin de diminuer l'absorption de la nicotine et ainsi diminuer le risque de dépendance<sup>58</sup>. De même, certaines mesures, comme la diminution de la teneur en nicotine, pourraient réduire efficacement le potentiel addictif, mais elles sont activement combattues par les cigaretteiers<sup>173</sup>.

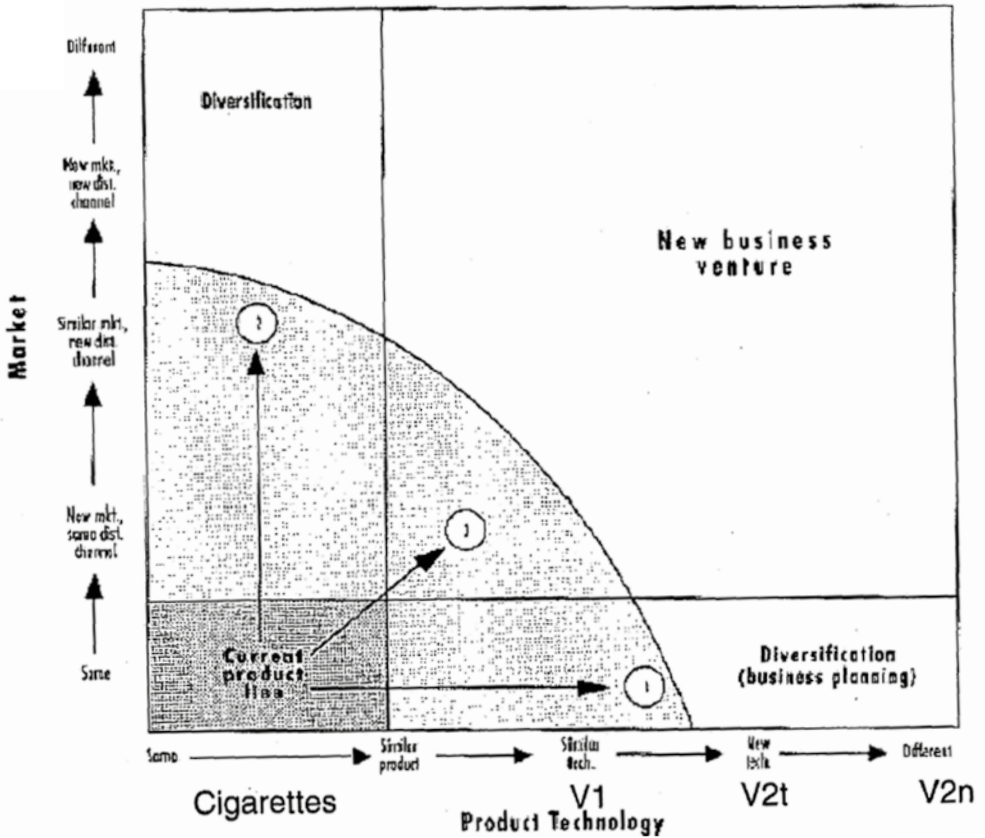
### L'« innovation » attire de nouveaux consommateurs

L'innovation joue un rôle central dans la stratégie de croissance de l'industrie. Elle ne se limite pas à proposer des alternatives : elle sert aussi à recruter de nouveaux consommateurs. Pour BAT, l'innovation constitue « un facteur majeur de croissance »<sup>174</sup>. En marketing, le lancement de nouveaux produits repose sur le ciblage des « primo adoptants », c'est-à-dire les premières cohortes à adopter un produit, un groupe clé pour assurer leur succès commercial<sup>175</sup>. Cette logique se retrouve dans la promotion de produits comme l'IQOS<sup>176</sup>, présentés comme des « innovations du tabac » et destinés à des consommateurs « curieux » en quête de nouveauté<sup>177</sup>. Une stratégie particulièrement efficace auprès des jeunes<sup>178</sup>.



Cette stratégie de l'innovation a été planifiée il y a plus de 20 ans. En 2004, lors d'une réunion dédiée à la « création de nouveaux produits susceptibles de réduire les dommages causés par le fait de

fumer des cigarettes »<sup>XLI</sup>, le diagramme suivant **Figure 5** apparaissait dans une présentation interne de PMI intitulée *Health Science Research*<sup>179</sup>:



**Figure 5** Diagramme extrait d'une présentation interne de PMI montrant la relation entre la diversification des produits et l'expansion du marché.

Dans ce diagramme, l'axe horizontal représente la diversification des produits. Le code V1 est utilisé pour des « cigarettes à nocivité réduite », le code V2t représente des produits « à risque minimal » contenant du tabac (le futur IQOS) et V2n les produits sans tabac contenant de la nicotine. L'axe vertical représente la diversification du marché. La diversification des produits entraîne une expansion du marché : les nouveaux produits sont d'abord distribués en utilisant les canaux de distribution existants pour atteindre de

nouveaux consommateurs, et ensuite, ce développement est amplifié avec l'ouverture de nouveaux canaux de distribution pour les nouveaux produits, dont profitent également les anciens produits.

Développer le marché et augmenter le nombre de consommateurs tel était le plan de PMI en 2004. Aujourd'hui, ce projet est devenu une réalité.



# CONCLUSION

Le récit de la «réduction des risques» permet à l'industrie du tabac de s'approprier ce concept de santé publique et d'en redéfinir les contours. Elle en impose une interprétation centrée sur ses intérêts : la réduction des risques passerait avant tout par le développement de «nouveaux produits» et, par conséquent, par la croissance de ses profits.

Sous couvert de contribuer à la santé publique, l'industrie opère une forme de «capture réglementaire»<sup>XLII</sup> qui lui permet d'augmenter ses profits. Elle plaide pour (et obtient souvent) une réglementation différenciée et plus souple en matière de fiscalité et de marketing pour ses produits «à risque réduit» par rapport aux autres produits du tabac. Sur le plan du marketing, l'industrie s'appuie sur un discours de responsabilité individuelle, qui passe sous silence le fait que ses stratégies ciblent et atteignent également des non-fumeurs et des mineurs.

Parallèlement, l'industrie discrédite les approches de santé publique réellement efficaces, telles que les mesures structurelles de prévention et les dispositifs de soutien à l'arrêt. L'aide médicale au sevrage est présentée par l'industrie comme complexe, peu efficace, voire vouée à l'échec, alors que l'industrie a elle-même conçu ses produits pour être très addictifs.

Ce discours contribue à invisibiliser d'autres leviers essentiels de la lutte contre le tabagisme, notamment la réduction de la demande et la réduction de l'offre. Il a aussi pour but de diviser les milieux de la santé publique en ajoutant de la confusion à l'ordre des mesures prioritaires.

L'objectif des multinationales du tabac est de maintenir et d'augmenter le nombre de consommateurs de ses produits quels qu'ils soient, pour créer un marché de masse de l'addiction au tabac et à la nicotine. La «durabilité» de l'entreprise, assurée par ce nouveau marché, est présentée aux investisseurs comme un atout majeur, allant de pair avec la «croissance»<sup>XLIII</sup>.

Il existe ainsi un conflit fondamental et inconciliable entre la finalité de l'industrie du tabac (maximiser ses profits) et celle de la santé publique en matière de tabagisme qui est de réduire le nombre de personnes qui fument ou qui entrent dans la consommation de nicotine et, pour celles qui ne parviennent pas à arrêter, en limiter les dommages.



# RECOMMANDATIONS

---

## Taxation

- L'industrie utilise la faible taxation de ses « nouveaux produits » pour maximiser ses profits, sans pour autant favoriser la substitution chez les fumeurs, ces produits étant souvent vendus à des prix équivalents, voire supérieurs, aux cigarettes.
- Conformément aux recommandations des organisations sanitaires internationales<sup>180</sup> et nationales<sup>181,182</sup>, il est nécessaire :
  - D'augmenter la taxation des cigarettes.
  - D'aligner la taxation du tabac chauffé sur celle des cigarettes.
  - D'augmenter la taxation de tous les autres produits contenant de la nicotine.

---

## Marketing et parrainage

- Les stratégies promotionnelles des « nouveaux produits » atteignent les non-fumeurs, notamment les jeunes, contribuant à l'initiation plutôt qu'à la substitution. Il est donc essentiel de mettre en œuvre et de faire appliquer effectivement l'initiative « Enfants sans tabac », afin de protéger les mineurs de toute exposition au marketing des produits contenant de la nicotine.
- Le plus efficace serait d'interdire toute forme de publicité et de parrainage pour les produits du tabac et de la nicotine, comme le recommande l'OMS<sup>183</sup> et comme c'est déjà le cas dans une soixantaine de pays<sup>184</sup>, et d'instaurer des emballages neutres pour ces produits.

---

## Recherche

- Compte tenu de l'historique de manipulation et de désinformation de l'industrie du tabac, les études qu'elle finance ne peuvent pas être considérées comme indépendantes et fiables. Il est crucial de prévenir l'instrumentalisation de la recherche académique, notamment dans le cadre du narratif autour des « nouveaux produits », car la « transformation » auto-proclamée de l'industrie constitue un levier d'accès aux institutions académiques<sup>107</sup>. Par ailleurs, la mise sur le marché de nouveaux produits devrait être conditionnée à la disponibilité de données indépendantes, robustes et transparentes sur leur composition et leur potentiel de nocivité<sup>185</sup>.

---

## Réduction des risques

- Le concept de réduction des risques dans le domaine du tabac ne doit pas être laissé à l'industrie. Les acteurs de santé publique doivent se le réapproprier en promouvant des approches fondées sur les preuves. Tout produit commercialisé visant la réduction des risques devrait faire l'objet d'un encadrement strict. Plus largement, la réduction des risques dans le domaine de l'addiction à la nicotine doit s'inscrire dans un cadre structuré impliquant un accompagnement spécialisé des personnes concernées et reconnaître qu'il existe un conflit fondamental et inconciliable entre les intérêts de l'industrie du tabac et de la nicotine et les objectifs de santé publique.



# BIBLIOGRAPHIE

- 1 Comité national contre le tabagisme CNCT. Huub Savelkoul, architecte du récit de la transformation de Philip Morris International. 2025. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://www.generationsanstabac.org/fr/actualites/huub-savelkoul-architecte-du-recit-de-la-transformation-de-philip-morris-international/>
- 2 Edwards R, Hoek J, Karreman N, Gilmore A. Evaluating tobacco industry 'transformation': a proposed rubric and analysis. *Tobacco Control*. 2022;31(2):313–21. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/31/2/313.full.pdf>.
- 3 Peeters S, Gilmore AB. Understanding the emergence of the tobacco industry's use of the term tobacco harm reduction in order to inform public health policy. *Tobacco Control*. 2015;24(2):182–9. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/24/2/182.full.pdf>.
- 4 Imperial Brands. Introducing Our Next Generation Products. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260213195258/https://imperialbrandscience.com/introducing-our-next-generation-products/>.
- 5 Philip Morris International Inc. IQOS: 5 ans de progrès. 2020. Accessed on: 23.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20230529063450/https://www.pmi.com/markets/switzerland/fr/qui-sommes-nous/iqos-5-ans-de-progr%C3%A8s>.
- 6 British American Tobacco. E-cigarette. 2019. Accessed on: 23.04.2026. Available from: [https://web.archive.org/web/20231211110717/https://www.bat.ch/group/sites/BAT\\_A4K-KEC.nsf/vwPagesWebLive/DOBDYHXD?opendocument](https://web.archive.org/web/20231211110717/https://www.bat.ch/group/sites/BAT_A4K-KEC.nsf/vwPagesWebLive/DOBDYHXD?opendocument).
- 7 Japan Tobacco International JTJ. Smoke-free nicotine enjoyment from the north. 2019. Accessed on: 23.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20200823161210/https://www.jti.com/sites/default/files/local-files/ch/english/documents/news-documents/20191115-nordic-spirit-ch-media-release-en.pdf>.
- 8 Japan Tobacco International JTJ. Nordic spirit. 2026. Accessed on: 06.05.2026. Available from: <web.archive.org/web/20260309030729/https://nordicspirit.ch/>.
- 9 Association suisse pour la prévention du tabagisme. Produits. 2028. Accessed on: 07.05.2026. Available from: <https://www.at-schweiz.ch/fr/connaissances/produits/>.
- 10 Philip Morris International Inc. Achieving a smoke-free future together. 2023. Accessed on. Available from: <https://web.archive.org/web/20260119063031/https://www.pmi.com/our-progress/achieving-a-smoke-free-future-together/>.
- 11 British American Tobacco. A Better Tomorrow. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260125033249/https://www.bat.ch/fr/qui-sommes-nous/a-better-tomorrow>.
- 12 Japan Tobacco International JTJ. Sustainability. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20250626155825/https://www.jti.com/en/sustainability>.
- 13 Imperial Brands. Healthier futures. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260303225416/https://www.imperialbrandspic.com/people-and-planet/healthier-futures>.
- 14 Infodrog. Réduction des risques. Lexique de la prévention. 2024. Accessed on: 04.05.2026. Available from: <https://www.infodrog.ch/fr/ressources/lexique-de-la-prevention/reduction-des-risques.html#top>.
- 15 Mehegan J, Gallagher A, Elmitwalli S, Edwards R, Gilmore A. Analysis of Philip Morris International's 'aspirational' target for its 2025 cigarette shipments. *Tobacco Control*. 2024. Available from: <https://doi.org/10.1136/tc-2023-058511>.
- 16 Philip Morris International Inc. Providing a diversity of choice for adult smokers can unlock the door to a smoke-free future. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260128074245/https://www.pmi.com/our-progress/>
- 17 British American Tobacco. BAT's commitment to responsible vaping products. 2024. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20251017142452/https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/strategy-and-purpose/responsibility/bats-commitment-to-responsible-vaping-products.pdf>.
- 18 Imperial Brands. blu vapes switch smokers away from cigarettes, new studies find. 2025. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260215013638/https://www.imperialbrandspic.com/news/Stories-and-insights/2025/blu-vapes-switch-smokers-away-from-cigarettes-new-studies-find>.
- 19 Léa Pham Van MS. Who is behind the nicotine industry in Europe? Leading players and their financiers. 13.04.2026. Accessed on: 01.05.2026. Available from: [https://www.contre-feu.org/app/uploads/2026/04/Profundo-pour-Contre-Feu\\_Financement-du-marche-de-la-nicotine-en-Europe.pdf](https://www.contre-feu.org/app/uploads/2026/04/Profundo-pour-Contre-Feu_Financement-du-marche-de-la-nicotine-en-Europe.pdf).
- 20 International Tobacco Grower's Association. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260219021522/https://www.tobaccoleaf.org/>.
- 21 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Tobacco farming. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/tobacco-farming/>
- 22 Nguenha N, Bialous S, Matavel J, Lencucha R. Tobacco industry presence and practices in Mozambique: a 'chaotic' but worthy market. *Tobacco Control*. 2024;33(1):86–92. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/33/1/86.full.pdf>.
- 23 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. International Tobacco Grower's Association. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/international-tobacco-growers-association/>
- 24 Lencucha RA, Vichit-Vadanan R, Patanavanich R, Ralston R. Addressing tobacco industry influence in tobacco-growing countries. *Bull World Health Organ*. 2024;102(1):58–64. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/38164327>
- 25 Philip Morris International Inc. Investor Information. March 2026. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: [https://web.archive.org/web/20260331181844/https://www.pmi.com/content/dam/pmicom/global/docs/investor\\_relation/March\\_2026\\_PMI\\_Investor\\_Information.pdf](https://web.archive.org/web/20260331181844/https://www.pmi.com/content/dam/pmicom/global/docs/investor_relation/March_2026_PMI_Investor_Information.pdf).
- 26 Fitzpatrick I, Bertscher A, Gilmore AB. Identifying misleading corporate narratives: The application of linguistic and qualitative methods to commercial determinants of health research. *PLOS Glob Public Health*. 2022;2(11). Available from: <https://doi.org/10.1371/journal.pgph.0000379>
- 27 British American Tobacco. Combustibles. Winning through Focus and sharpened execution. 2019. Accessed on: 14.04.2026. Available from: [https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/investors-presentations/capital-markets-day-presentations-2019/Combustibles\\_Winning\\_Through\\_Focus\\_And\\_Sharpended\\_Execution.pdf](https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/investors-presentations/capital-markets-day-presentations-2019/Combustibles_Winning_Through_Focus_And_Sharpended_Execution.pdf).
- 28 Philip Morris International Inc. PMI Q3 Results 2025. 2025. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://www.youtube.com/watch?v=IK5SjINjNbQ>
- 29 Philip Morris International Inc. 2026 First-Quarter Results. 2026. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260422185039/https://philipmorrisoninternational.gcs-web.com/static-files/bc9f0707-b24e-43a9-892c-60b2583e587c>.
- 30 Japan Tobacco International JTJ. 2025 Investor Meeting. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: [https://web.archive.org/web/20260305195118/https://www.it.com/investors/results/forecast/pdf/2025/Full\\_Year/20260212\\_05.pdf](https://web.archive.org/web/20260305195118/https://www.it.com/investors/results/forecast/pdf/2025/Full_Year/20260212_05.pdf).



- 31 Japan Tobacco International JTI. Integrated Report 2025. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: [https://www.jit.com/investors/results/integrated\\_report/pdf/2025/integrated-d2025\\_E\\_all.pdf](https://www.jit.com/investors/results/integrated_report/pdf/2025/integrated-d2025_E_all.pdf).
- 32 Philip Morris International Inc. Investor Day 2021. 2021. Accessed on. Available from: [https://web.archive.org/web/20260325155112/https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/investor-relation/investor-day-2021/2021-pmi-virtual-investor-day-coo-slides.pdf?sfvrsn=49afa4b4\\_4](https://web.archive.org/web/20260325155112/https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/investor-relation/investor-day-2021/2021-pmi-virtual-investor-day-coo-slides.pdf?sfvrsn=49afa4b4_4).
- 33 Philip Morris International Inc. Annual Report Pursuant to Section 13 or 15(d) of the Securities Exchange Act of 1934 for the fiscal year ended December 31, 2025. 2026. Accessed on: 04.05.2026. Available from: <https://www.sec.gov/ix?doc=/Archives/edgar/data/1413329/000162828026005939/pm-20251231.htm>.
- 34 Philip Morris International Inc. Annual Report 2022. 2022. Accessed on: 14.04.2026. Available from: [https://web.archive.org/web/20240305211047/https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/investor-relation/pmi\\_2022\\_annualreport.pdf?sfvrsn=cb21d3b6\\_2](https://web.archive.org/web/20240305211047/https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/investor-relation/pmi_2022_annualreport.pdf?sfvrsn=cb21d3b6_2).
- 35 Philip Morris International Inc. Annual report 2025. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260408102230/https://www.pmi.com/content/dam/pmicom/global/docs/investor-relation/pmi-2025-annual-report.pdf>.
- 36 Investnovoros. Philip Morris to carry out upgrading in Krasnodar. 2015. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://investnovoros.ru/en/news/philip-morris-to-carry-out-upgrading-in-krasnodar/>.
- 37 Alebshehy R, Silver K, Chamberlain P. A "willingness to be orchestrated": Why are UK diplomats working with tobacco companies? *Frontiers in Public Health*. 2023;Volume 11 - 2023. Available from: <https://www.frontiersin.org/journals/public-health/articles/10.3389/fpubh.2023.977713>.
- 38 2firsts. JTI Invests EUR 300 Million in New Factory in Romania to Advance Its Localized Expansion. 2firsts [Internet]. 2026 14.04.2026. Available from: <https://www.2firsts.com/news/jti-to-invest-about-300-million-euros-in-new-factory-in-romania-tilfov-county>.
- 39 Coop. Parisiennes. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260407140140/https://www.coop.ch/fr/kiosque/tabacs/cigarettes/parisienne/parisienne-blonde-cigarettes-box-cartouche/p7230299>.
- 40 Kkiosk. Marlboro big pack. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260407135637/https://tabak.kkiosk.ch/fr/collections/marlboro-big-pack>.
- 41 Faeq HA, Hiscock R, Alebshehy R. Exposing tobacco companies' retail presence and highlighting regulatory options. *Tobacco Prevention & Cessation*. 2026;12(April):1–5. Available from: <https://doi.org/10.18332/tpc/211478>.
- 42 Saad C, Cheng B, Takamizawa R, Thakur A, Lee C-W, Leung L, et al. Effectiveness of tobacco advertising, promotion and sponsorship bans on smoking prevalence, initiation and cessation: a systematic review and meta-analysis. *Tobacco Control*. 2025;tc-2024-058903. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/early/2025/01/22/tc-2024-058903.full.pdf>.
- 43 Tobacco Atlas. Starting Today, Flavored Cigarettes Can No Longer Be Sold in the EU. 2020. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://tobaccoatlas.org/en/starting-today-flavored-cigarettes-can-no-longer-be-sold-in-the-eu/>.
- 44 Fitzpatrick I, Dance S, Silver K, Violini M, Hird TR. Tobacco industry messaging around harm: Narrative framing in PMI and BAT press releases and annual reports 2011 to 2021. *Frontiers in Public Health*. 2022;Volume 10 - 2022. Available from: <https://www.frontiersin.org/journals/public-health/articles/10.3389/fpubh.2022.958354>.
- 45 Gilchrist M. Letter from Philip Morris International to the Tobacco Control Research Group. 02.03.2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: [https://www.linkedin.com/posts/insidepmi\\_our-letter-to-the-university-of-bath-activity-7434522923799085056-uk1u/](https://www.linkedin.com/posts/insidepmi_our-letter-to-the-university-of-bath-activity-7434522923799085056-uk1u/).
- 46 Imperial Brands. Our scientific engagement. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://imperialbrandsscience.com/our-scientific-engagement/>.
- 47 Global State of tobacco harm reduction. 2024 a situation report. 2024. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260220131729/https://gstrh.org/resources/thr-reports/the-global-state-of-tobacco-harm-reduction-2024-a-situation-report/331/en/>.
- 48 Smoke Free Sweden. Home page. 2026. Accessed on. Available from: <https://web.archive.org/web/20260502053632/https://smokefreesweden.org/>.
- 49 Quit like Sweden. Home page. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://quitlikesweden.org/>.
- 50 British American Tobacco. Reducing Harm. 2026. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://www.bat.com/strategy-and-purpose/reducing-harm>.
- 51 Philip Morris International Inc. Unsmoke your world | Philip Morris International. 2025. Accessed on. Available from: <https://web.archive.org/web/20250202224314/https://www.pmi.com/unsmoke-your-world>.
- 52 Philip Morris International. Design, marketing, and sale of smoke-free products. 2025. Accessed on: 01.04.2025. Available from: [https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/pmi-sustainability/pmi-04a-c-marketing-code-non-combusted.pdf?sfvrsn=18b76fb6\\_6](https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/pmi-sustainability/pmi-04a-c-marketing-code-non-combusted.pdf?sfvrsn=18b76fb6_6).
- 53 World Vapers' Alliance. 20 Harm-Reduction Lessons the FCTC should take note of. 2025. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260213201422/https://worldvapersalliance.com/20-harm-reduction-lessons-the-fctc-should-take-note-of/>.
- 54 Philip Morris International Inc. Fact versus fiction - World Health Organization report on tobacco | PMI - Philip Morris International. 2023. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20231205190945/https://www.pmi.com/our-science/facts-versus-fiction--world-health-organization-report-on-tobacco>.
- 55 Smoke Free Sweden. Ignoring tobacco harm reduction is a death sentence for millions, global experts tell UN. 2024. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260115050813/https://smokefreesweden.org/2024/09/25/ignoring-tobacco-harm-reduction-is-a-death-sentence-for-millions-global-experts-tell-un/>.
- 56 Philip Morris International Inc. PMI's Statement of purpose. 2023. Accessed on: 04.05.2026. Available from: <https://www.pmi.com/statement-of-purpose/>.
- 57 Burley Auction Warehouse Association. A Frank Statement to Cigarette Smokers. 1954. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/ltin0082/>.
- 58 Proctor RN. Golden Holocaust: Origins of the Cigarette Catastrophe and the Case for Abolition. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press. 2011. 738 p.
- 59 Brandt AM. The Cigarette Century: The Rise, Fall, and Deadly Persistence of the Product That Defined America. New York: Basic Books. 2007.
- 60 Olivier J. Les fabricants de cigarette face à la question tabac et santé en Suisse (1962-2003). Lausanne: Université de Lausanne; 2019. Available from: [https://serval.unil.ch/fr/notice/serval-BIB\\_15A270E5990D](https://serval.unil.ch/fr/notice/serval-BIB_15A270E5990D).
- 61 Earley J. Cigarettes, Lies, and Videotape: Study Links Consumer Perceptions with Tobacco Industry Deceptions. 2026. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://publichealth.jhu.edu/institute-for-global-tobacco-control/2026/cigarettes-lies-and-videotape-study-links-consumer-perceptions-with-tobacco-industry-deceptions/>.
- 62 Walker R. Proposal for the Development of a Harm Reduction Strategy (HRS). 2000. Accessed on: 12.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/rmjn0197/>.
- 63 World Health Organization. WHO Framework Convention on Tobacco Control. Geneva: WHO Framework Convention on Tobacco Control & World Health Organization. 2003 25 May 2003. 36 p.



- 64 Ennis G. Dark PR: How Corporate Disinformation Undermines Our Health and the Environment. Wakefield: Daraja Press, 2023.
- 65 Tobacco Control Research Group. Deadly Industry: Challenging Big Tobacco. Ep 12: Why do corporations want a seat at the policy-making table? 2025. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://shows.acast.com/deadly-industry-challenging-big-tobacco/episodes/68de4d4530d4829de274739>.
- 66 WHO Framework Convention on Tobacco Control. Guidelines for implementation of Article 5.3 of the WHO Framework Convention on Tobacco Control 2008 22 November 2008. 20 p.
- 67 STOP. A global Tobacco Industry Watchdog. Addiction at Any Cost: Philip Morris International Uncovered. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://exposetobacco.org/pmi-uncovered/>.
- 68 Philip Morris International Inc. Consumers Anlysis Group New York Conference. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260402125046/https://philipmorrisinternational.gcs-web.com/static-files/c47c9ffe-e810-4e5c-878d-baf0cc06c07d>.
- 69 Cancerfonden. Swedish Tobacco Policy. 2024. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://www.cancerfonden.se/om-oss/about-us/swedens-road-to-reduced-tobacco-smoking>.
- 70 Scala M, Dallera G, Gorini G, Achille J, Havermans A, Neto C, et al. Patterns of Use of Heated Tobacco Products: A Comprehensive Systematic Review. Journal of Epidemiology. 2025;advpub. Available from: <https://doi.org/10.21887/jea.JE20240189>.
- 71 Notari L. AJDJM. Produits du tabac et de la nicotine – Résultats de l'Enquête Santé et Lifestyle 2025 et évolutions récentes. Lausanne; 2026. Available from: <https://www.addictionsuisse.ch/publication/produits-du-tabac-et-de-la-nicotine-resultats-de-lenquete-sante-et-lifestyle-2025-et-evolutions-recentes/>.
- 72 Quach NE, Pierce JP, Chen J, Dang B, Stone MD, Strong DR, et al. Daily or Nondaily Vaping and Smoking Cessation Among Smokers. JAMA Network Open. 2025;8(3):e250089. Available from: <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2025.0089>
- 73 Pope CA, 3rd, Burnett RT, Krewski D, Jerrett M, Shi Y, Calle EE, et al. Cardiovascular mortality and exposure to airborne fine particulate matter and cigarette smoke: shape of the exposure-response relationship. Circulation. 2009;120(11):941–8. Available from: <https://doi.org/10.1161/circulationaha.109.857888>.
- 74 Koessler C. L'Uruguay gagne contre Philip Morris. Le Courrier. 12.07.2016. Available from: <https://lecourrier.ch/2016/07/12/uruguay-gagne-contre-philip-morris/>.
- 75 Ulucanlar S, Fooks GJ, Gilmore AB. The Policy Dystopia Model: An Interpretive Analysis of Tobacco Industry Political Activity. PLOS Medicine. 2016;13(9):e1002125. Available from: <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1002125>.
- 76 World Health Organisation. Litigation Spotlight: Philip Morris vs. Uruguay. 2025. Accessed on: 15.04.2026. Available from: <https://extranet.who.int/fctcapps/fctcapps/fctc/kh/ITInterference/news/litigation-spotlight-philip-morris-vs-uruguay>.
- 77 Franceinfo. Quand Philip Morris empêche le Togo de lutter contre le tabagisme. 2017. Accessed on: 16.04.2026. Available from: [www.isds.bilaterals.org/?quand-philip-morris-empêche-le&lang=en](http://www.isds.bilaterals.org/?quand-philip-morris-empêche-le&lang=en).
- 78 Campaign for Tobacco-Free Kids. Major Tobacco Control Litigation Victories. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.tobaccocontrolaws.org/litigation/major-litigation-decisions>.
- 79 British American Tobacco. The CORA Strategy. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/kmhl0195/>.
- 80 Japan Tobacco International JTI. Science resource hub. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.jti.com/en/science/science-resource-hub>.
- 81 Philip Morris International Inc. PMI Science. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.pmisience.com/>.
- 82 Imperial Brands. Imperial Brands Science. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://imperialbrandsscience.com/>
- 83 British American Tobacco. BAT Science. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.bat-science.com/>.
- 84 British American Tobacco. Virtual experience. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.bat-science.com/virtualexperience/index.html>.
- 85 Philip Morris International Inc. Innovation Campus. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://www.innovationcampuspmi.com/#room05>.
- 86 Philip Morris International Inc. Neuchâtel. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260213104728/https://www.pmi.com/markets/switzerland/fr/qui-sommes-nous/neuchatel/>.
- 87 SRF. De la cigarette électronique aux sièges pour enfants: comment la Suisse est devenue championne des brevets. Swissinfo. 07.04.2026. Available from: <https://www.swissinfo.ch/fr/ecommerce-mondial/de-la-cigarette-%C3%A9lectronique-%C3%A0-lappareil-de-laboratoire-des-surprises-sur-les-brevets-suisse/91186737>.
- 88 Philip Morris International Inc. Public health –much harder than rocket science. 2019. Accessed on: 16.04.2026. Available from: [https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/newsroom/pmi-white-paper-on-public-health-january-2019.pdf?sfvrsn=a8119eb5\\_2](https://www.pmi.com/resources/docs/default-source/newsroom/pmi-white-paper-on-public-health-january-2019.pdf?sfvrsn=a8119eb5_2).
- 89 Global Action to End Smoking. Home page. 2026. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://globalactiontoendsmoking.org/>.
- 90 Walker J. The Foundation for a Smoke-Free World—even less independent from its tobacco company funder. 2021. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://blogs.bmj.com/bmj/2021/08/10/the-foundation-for-a-smoke-free-world-even-less-independent-from-its-tobacco-company-funder/>.
- 91 STOP. A global Tobacco Industry Watchdog. Crooked Nine. Nine ways the tobacco industry undermines health policy. 2019. Accessed on: 16.04.2026. Available from: <https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/2019/09/Crooked-9-STOP.pdf>.
- 92 Philip Morris International Inc. Voici les faits. 2024. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20250813061140/https://www.thefacts.ch/fr/?imgTextSlide=1>.
- 93 Philip Morris International Inc. Let's talk. 2026. Accessed on: 14.04.2026. Available from: <https://video.pmi.com/v.html?player.html?token=2f5070d679d83938c1968320fc10e708&showBrowse=0&showSharing=0&socialSharing=0&source=site&photo%5fid=118545580>.
- 94 Botsley S. Public Health England under fire for saying e-cigarettes are 95% safer. The Guardian. 28.08.2015. Available from: <https://www.theguardian.com/society/2015/aug/28/public-health-england-under-fire-for-saying-e-cigarettes-are-95-safer>.
- 95 Legg T, Hatchard J, Gilmore AB. The Science for Profit Model—How and why corporations influence science and the use of science in policy and practice. PLOS One. 2021;16(6):e0253272. Available from: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253272>.
- 96 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Tobacco Industry Research Committee. 2020. Accessed on: 24 August 2025. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/tobacco-industry-research-committee/>.
- 97 Ong EK, Glantz SA. Constructing «sound science» and «good epidemiology»: tobacco, lawyers, and public relations firms. Am J Public Health. 2001;91(11):1749–57. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11684593>.
- 98 STOP. A global Tobacco Industry Watchdog. Global Action to End Smoking Tax Return Suggests Business as Usual, Despite New Labels. 2025. Accessed on: 16.04.2026. Available from: [https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/GAES\\_2024\\_Tax\\_Return.pdf](https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/GAES_2024_Tax_Return.pdf).
- 99 Legg T, Clift B, Gilmore AB. Document analysis of the Foundation for a Smoke-Free World's scientific outputs and activities: a case study in contemporary tobacco industry agnogenesis. Tobacco Control. 2024;33(4):525–34. Available from: <https://doi.org/10.1136/tc-2022-057667>.



- 100 Braznell S, Van Den Akker A, Metcalfe C, Taylor GMJ, Hartmann-Boyce J. Critical appraisal of interventional clinical trials assessing heated tobacco products: a systematic review. *Tobacco Control*. 2024;33(3):383–94. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/33/3/383.full.pdf>.
- 101 Transparency and Truth. The University of Zurich – Philip Morris case. 2024. Accessed on: 18.12.2025. Available from: <https://transparencyandtruth.ch/en/ressource/the-university-of-zurich-philip-morris-case/>.
- 102 Canevascini M, Diethelm P, Lonchamp S, Molineaux H, Heizmann T. Briefing paper: Universities under influence - How the tobacco industry infiltrates Swiss academic institutions. 2026. Accessed on: 05.05.2026. Available from: [https://transparencyandtruth.ch/en/ressource/investigation\\_universities/](https://transparencyandtruth.ch/en/ressource/investigation_universities/).
- 103 Pisinger C, Godtfredsen N, Bender AM. A conflict of interest is strongly associated with tobacco industry-favourable results, indicating no harm of e-cigarettes. *Preventive Medicine*. 2019;119:124–31. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0091743518303864>.
- 104 Barnes DE, Bero LA. Industry-funded research and conflict of interest: an analysis of research sponsored by the tobacco industry through the Center for Indoor Air Research. *Journal of health politics, policy and law*. 1996;21 3:515–42. Available from: <https://www.semanticscholar.org/paper/Industry-funded-research-and-conflict-of-interest%3A-Barnes-Bero/b46ef54c36f65e07c28c40be64097aa1346be6e7>.
- 105 Hendlin YH, Vora M, Elias J, Ling PM. Financial Conflicts of Interest and Stance on Tobacco Harm Reduction: A Systematic Review. *Am J Public Health*. 2019;109(7):e1–e8. Available from: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6603486/>.
- 106 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*. 2025;27(5):794–804. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/38925638>.
- 107 Canevascini M, Diethelm P, Lonchamp S. Swiss universities: low-vancing fruits for the tobacco industry? : *OxySuisse*; 2026. Available from: <https://transparencyandtruth.ch/en/ressource/the-tobacco-industry-swiss-universities/>.
- 108 Radio Télévision Suisse. Temps présent. Les nouveaux pièges de l'industrie de la nicotine. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.rts.ch/emissions/temps-present/emission/whatson:4315791321812.html>.
- 109 PMI science, Maeder S, Peitsch M. Comments on the article entitled "Heat-Not-Burn Tobacco Cigarettes: Smoke by Any Other Name". 2017. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260216213607/https://www.pmscience.com/en/research/independent-studies/comments-on-the-article-entitled-heat-not-burn-tobacco-cigarettes-smoke-by-any-other-name/>.
- 110 Jenssen BP, Walley SC, McGrath-Morrow SA. Heat-not-Burn Tobacco Products: Tobacco Industry Claims No Substitute for Science. *Pediatrics*. 2018;141(1):e20172383. Available from: <https://policylab.chop.edu/article/heat-not-burn-tobacco-products-tobacco-industry-claims-no-substitute-science>.
- 111 Food and Drug Administration. Technical Project Lead Review of Modified Risk Tobacco Products Application MTRPA(s). 2023. Accessed on: 27.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260427091838/https://www.fda.gov/media/192114/download?attachment>.
- 112 Franceinfo. Vapoteuses, L'empire de la clope contre-attaque. 2026. Accessed on: 17.04.2026. Available from: [https://www.franceinfo.fr/replay-magazine/france-2/complement-d-enquete/complement-d-enquete-vapoteuses-l-empire-de-la-clope-contre-attaque\\_7867340.html](https://www.franceinfo.fr/replay-magazine/france-2/complement-d-enquete/complement-d-enquete-vapoteuses-l-empire-de-la-clope-contre-attaque_7867340.html).
- 113 Horel S. David Khayat, un oncologue star en VRP de l'industrie du tabac. *Le Monde*. 14.04.2021. Available from: [https://www.lemonde.fr/societe/article/2021/04/14/david-khayat-un-monsieur-cancer-en-vrp-de-l-industrie-du-tabac\\_6076758\\_3224.html](https://www.lemonde.fr/societe/article/2021/04/14/david-khayat-un-monsieur-cancer-en-vrp-de-l-industrie-du-tabac_6076758_3224.html).
- 114 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Foundation for a Smoke-Free World. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/ffsw/>.
- 115 Institut de Santé Globale UNIGE. Avant-projet loi sur les produits du tabac (LPTab): procédure de consultation. 2014. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://transparencyandtruth.ch/wp-content/uploads/2026/04/ISG-UNIGE-Institut-de-Sante-Globale-Universite-de-Geneve.pdf>.
- 116 Horel S. Un influent cardiologue, spécialiste de la nicotine, a reçu des milliers d'euros de l'industrie du vapotage. *Le Monde*. 11.11.2025. Available from: [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/articles/2025/11/11/vapotage-enquete-sur-l-expert-secret-du-lobby-de-la-nicotine\\_6652984\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/articles/2025/11/11/vapotage-enquete-sur-l-expert-secret-du-lobby-de-la-nicotine_6652984_4355770.html).
- 117 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Riccardo Polosa. 2023. Accessed on: 17.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/riccardo-polosa/>.
- 118 Health Diplomats. Microsoft Word - Juul background note on POLOSA - March 2019.doc. 2019. Accessed on: 12.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/hkbl0328/>.
- 119 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Delon Human. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/delon-human/>.
- 120 Health Diplomats. Disclosure. 2026. Accessed on: 17.04.2026. Available from: <https://healthdiplomats.com/disclosure/>.
- 121 Tobacco Tactics - Tobacco Control Research Group at the University of Bath. Health Diplomats. 2026. Accessed on: 17.04.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/health-diplomats/>.
- 122 Smoke Free Sweden. Privacy policy. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://smokefreesweden.org/privacy-policy/>.
- 123 Kent JT, Mok G, Austin E. Nicotine Toxicity From Repeat Use of Nicotine Pouches. *Nicotine Tob Res*. 2025;27(4):767–8. Available from: <https://doi.org/10.1093/ntr/ntae111>.
- 124 Henstra C, Dekkers BGJ, Olgers TJ, ter Maaten JC, Touw DJ. Managing intoxications with nicotine-containing e-liquids. *Expert Opinion on Drug Metabolism & Toxicology*. 2022;18(2):115–21. Available from: <https://doi.org/10.1080/17425255.2022.2058930>.
- 125 Yu C, Liu J, Sakurai R, Wang Y, Afrose L, Gour A, et al. Perinatal nicotine vaping exposure induces pro-myofibroblastic phenotype in rat bone marrow-derived mesenchymal stem cells. *Reprod Toxicol*. 2024;129:108673. Available from: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11377149/>.
- 126 Colyer-Patel K, Kuhns L, Weidema A, Lesscher H, Cousijn J. Age-dependent effects of tobacco smoke and nicotine on cognition and the brain: A systematic review of the human and animal literature comparing adolescents and adults. *Neurosci Biobehav Rev*. 2023;146:105038. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/36627063>.
- 127 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*. 2017;177(7):1050. Available from: <http://archinte.jamanetwork.com/article.aspx?doi=10.1001/jamainternmed.2017.1419>.
- 128 Davigo M, van Schooten FJ, Opperhuizen A, Remels AHV, Talhout R. The chemical profile and toxicological impact of heated tobacco products. *Inhalation Toxicology*. 2026;38(2):77–94. Available from: <https://doi.org/10.1080/08956378.2026.2615967>.
- 129 Comité national contre le tabagisme CNCT. Le tabac chauffé ne relève pas de la réduction des risques selon la MILDECA. 2023. Accessed on: 04.05.2026. Available from: <https://www.generationsanstabac.org/fr/actualites/le-tabac-chauffe-ne-releve-pas-de-la-reduction-des-risques-selon-la-mildeca/>.



- 130 Cros J, Lebon L, Jacot Sadowski I, Delgrand Jordan M, Zobel F, Zürcher K. Réduction des risques dans le domaine du tabac 2022-2023 | Unisanté.
- 131 Auer R, Schoeni A, Humair J-P, Jacot-Sadowski I, Berlin I, Stuber MJ, et al. Electronic Nicotine-Delivery Systems for Smoking Cessation. *New England Journal of Medicine*. 2024;390(7):601–10. Available from: <https://www.nejm.org/doi/full/10.1056/NEJ-Moa2308815>.
- 132 Stewart BW, Marshall H, Bonevski B, Griffin HJ, Hopkins AM, Itchins M, et al. The carcinogenicity of e-cigarettes: a qualitative risk assessment. *Carcinogenesis*. 2026;47(1). Available from: <https://doi.org/10.1093/carcin/bgag015>.
- 133 Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation dleedt. Evaluation des risques sanitaires liés aux produits du vapotage. 2025. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.anses.fr/system/files/TABAC2023-AUTO-0223-RA.pdf>.
- 134 Clegg R. High on snus in school: The hidden nicotine pouches shredding teens' gums. 2025. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.bbc.com/news/articles/c9395ywgz3o>.
- 135 Tobacco Control Research Group. A Beginner's Guide To Newer Nicotine And Tobacco Products: Nicotine Pouches, Heated Tobacco And E-cigarettes (Vapes). 2026. Accessed on: 07.05.2026. Available from: <https://oncodaily.com/voices/nicotine-and-tobacco-products-491901>.
- 136 Japan Tobacco International JTI. **MARKETING OUR PRODUCTS RESPONSIBLY**. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260418081501/https://codeofconduct.jti.com/point/en/jti-code-of-conduct/component/default/130524>.
- 137 Imperial Brands. Code of Conduct. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: [https://reemtsma.com/content/uploads/2024/10/Code-of-Conduct-English\\_Sep-2024.pdf](https://reemtsma.com/content/uploads/2024/10/Code-of-Conduct-English_Sep-2024.pdf)
- 138 Communauté du commerce suisse en tabacs. Protection des mineurs. 2025. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20250714112157/https://www.swiss-tobacco.ch/codex/?lang=fr>.
- 139 Imperial Brands. Talking Tobacco Harm Reduction. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260419154752/https://imperialbrandsscience.com/talking-tobacco-harm-reduction/>.
- 140 British American Tobacco. Omni. Une vision d'avenir pour un monde essentiellement sans fumée. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.asmokelessworld.com/gb/en/download-form>.
- 141 Watts C, Burton S, Freeman B. 'The last line of marketing': Covert tobacco marketing tactics as revealed by former tobacco industry employees. *Global Public Health*. 2021;16(7):1000–13. Available from: <https://doi.org/10.1080/17441692.2020.1824005>.
- 142 Robert K. Jackler, Divya Ramamurthi, 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. 2020. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <http://tobacco.stanford.edu/iqosanalysis>.
- 143 STOP. A global Tobacco Industry Watchdog. Driving Addiction. A race for future generation. 2024. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://exposetobacco.org/wp-content/uploads/Race-For-Future-Generations.pdf>.
- 144 Davies M, Stockton B, Chapman M, Cave T. The 'Unsmoke' screen: the truth behind PMI's cigarette-free future. *The Bureau of Investigative Journalism*. 2020. Available from: <https://www.thebureauinvestigates.com/stories/2020-02-24/the-unsmoke-screen-the-truth-behind-pmis-cigarette-free-future>.
- 145 Lonchamp S, Canevascini M, Diethelm P, Ducry B. « For adults only » : les jeunes dans le viseur de l'industrie du tabac. Episode 1 - « Jeunesse, l'industrie du tabac vous aime! ». *OxySuisse*; 2025. Available from: <https://transparencyandtruth.ch/wp-content/uploads/2025/01/251002-TNT-EPISODE1-FR.pdf>.
- 146 Campaign for Tobacco-Free Kids. #Sponsored By BigTobacco Tobacco & Nicotine Marketing on Social Media. 2023. Accessed on: 05.05.2026. Available from: [https://assets.tobaccofreekids.org/content/what\\_we\\_do/industry\\_watch/social-media-marketing-tactics/2023\\_12\\_08\\_SponsoredByBigTobacco.pdf](https://assets.tobaccofreekids.org/content/what_we_do/industry_watch/social-media-marketing-tactics/2023_12_08_SponsoredByBigTobacco.pdf).
- 147 Freeman B, McCool J, Hardie L, Egger S. The tobacco lobby claims vaping is displacing youth smoking – a close look at the evidence tells another story. 2025. Accessed on 21.05.2026. Available from: <https://theconversation.com/the-tobacco-lobby-claims-vaping-is-displacing-youth-smoking-a-close-look-at-the-evidence-tells-another-story-252283>
- 148 Pierce JP, Chen R, Leas EC, White MM, Kealey S, Stone MD, et al. Use of E-cigarettes and Other Tobacco Products and Progression to Daily Cigarette Smoking. *Pediatrics*. 2021;147(2). Available from: <https://doi.org/10.1542/peds.2020-025122>
- 149 Radio Télévision Suisse. «Enfumés», ou comment une journaliste a infiltré l'industrie de la vape. 2026. Accessed on: 06.05.2026. Available from: <https://www.rts.ch/info/sante/2026/article/enfumés-ou-comment-une-journaliste-a-infiltré-l-industrie-de-la-vape-29226290.html>.
- 150 Philip Morris International Inc. Veev. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260119052331/https://www.veev-vape.com/ch/en>.
- 151 British American Tobacco. Découvre de nouveaux horizons. Velo et Vuse. 2026. Accessed on: 19.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260218144813/https://www.abettertomorrow.ch/>.
- 152 Philip Morris International Inc. Iqos.ch. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260419161320/https://www.tryiqos.ch/en/>.
- 153 Philip Morris International Inc. Zyn.com. 2025. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20251010074045/https://www.zyn.com/ch/en>.
- 154 Association suisse pour la prévention du tabagisme. Des sachets de nicotine présentés comme « sans nicotine » : AT Suisse signale des violations à l'OFSP et au SECO. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.at-schweiz.ch/fr/news-media/news/des-sachets-de-nicotine-pr%C3%A9sent%C3%A9s-comme-sans-nicotine-at-suisse-si-gnale-des-violations-%C3%A0-0fosp-et-au-seco/>
- 155 Comité national contre le tabagisme CNCT. Nouvelle condamnation de Philip Morris France et première condamnation de son ancienne présidente. 20. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://cnct.fr/communiqués/nouvelle-condamnation-de-philip-morris-france-et-premiere-condamnation-de-son-ancienne-presidente/>.
- 156 NL Times. Banned claims that heated tobacco is healthier in shops supported by Philip Morris. *NL Times*. 19.03.2026. Available from: <https://nltimes.nl/2026/03/19/banned-claims-heated-tobacco-healthier-shops-supported-philip-morris>.
- 157 Ville de Lausanne. Procédés de réclamation liés au tabac à la boutique «IQOS», rue de Bourg 53, à Lausanne. 2025. Accessed on: 18.04.2026. Available from: [https://transparencyandtruth.ch/wp-content/uploads/2026/04/20250722\\_Lettre\\_Ville\\_Lausanne\\_biffe.pdf](https://transparencyandtruth.ch/wp-content/uploads/2026/04/20250722_Lettre_Ville_Lausanne_biffe.pdf)
- 158 Zeines S. Une pub pour cigarettes à la légalité douteuse. *Le Courrier*. 15.04.2026. Available from: <https://lecourrier.ch/2026/04/15/une-pub-pour-cigarettes-a-la-legalite-douteuse/>.
- 159 Mesot L. Zyn et douduons à paillettes: Philip Morris promène sa nicotine dans les stations de ski et, bientôt, dans les bars de Genève et Lausanne. *Le Temps*. 02.04.2026. Available from: <https://www.letemps.ch/societe/zyn-et-douduons-a-paillettes-philip-morris-promene-sa-nicotine-dans-les-stations-de-ski-et-bientot-dans-les-bars-de-geneve-et-lausanne>.
- 160 Couët Md. Enfumés. J'ai infiltré l'industrie de la vape. 2026. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.rts.ch/play/tv/documentaire/video/enfumés-jai-infiltré-l-industrie-de-la-vape?urn=urn:rts:video:63bf67c-d7bf-324a-967a-4ea9bd3de528>.
- 161 Philip Morris International Inc. Technovation. 2025. Accessed on: 22.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260306172327/https://www.pmi.com/technovation2025presskit/>.



- 162 Philip Morris International Inc. Cube Timeline. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://cubetimeline.innovationcampuspmi.com/?lang=fr>.
- 163 Imperial Brands. How we innovate. 2026. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260331103239/https://www.imperialbrandspic.com/who-we-are/our-transformation/how-we-innovate>.
- 164 Philip Morris International Inc. Innovation under pressure. Navigating complexity to drive change. 2025. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.pmi.com/content/dam/pmicom/global/docs/progress/davos-2025/innovation-under-pressure---navigating-complexity-to-drive-change.pdf>.
- 165 Chakma JK, Allen S. Tobacco harm reduction policy: The old wine in a new bottle. *Indian J Med Res.* 2025;161(3):226–8. Available from: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/40347509>.
- 166 Martinet Y, Béguinot E, Diethelm P, Wirth N. «Nicotine industry: risk reduction, an exclusively financial objective». *Rev Prat.* 2021;71(1):27–32. Available from: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34160934/>.
- 167 Glantz S, Slade J, Bero LA, Hanauer P, Barnes DE. The Cigarette papers. 1998. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://publishing.cdlib.org/ucpressebooks/view?docId=ft8489p25j;chunk.id=0;doc.view=print>.
- 168 Dutra LM, Grana R, Glantz SA. Philip Morris research on precursors to the modern e-cigarette since 1990. *Tob Control.* 2017;26(e2):e97–e105. Available from: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/26/e2/e97>.
- 169 Berreta E. Lutte contre le tabagisme: l'Europe distancée par l'industrie. *Le Point.* 09.04.2026. Available from: <https://www.lepoint.fr/monde/lutte-contre-le-tabagisme-leurope-distancee-par-lindustrie-363AUXRZUBDMBN4W6YJDYELIUY/>
- 170 Pollay RW, Dewhirst T. The dark side of marketing seemingly "Light" cigarettes: successful images and failed fact. *Tobacco Control.* 2002;11(suppl 1):i18–i31. Available from: [https://doi.org/10.1136/tc.11.suppl\\_1.i18](https://doi.org/10.1136/tc.11.suppl_1.i18).
- 171 Tobacco Tactics. Cigarette Filters. Accessed on: 05.05.2026. Available from: <https://www.tobaccotactics.org/article/cigarette-filters/>.
- 172 Lebon L, Diethelm P, Cros J, Zürcher K. *Revue Médicale Suisse: Prévention du tabagisme en Suisse: 60 ans de progrès graduels (1964-2024).* *Revue Médicale Suisse.* 2025;21(925):1368–73. Available from: <https://www.revmed.ch/revue-medicale-suisse/2025/revue-medicale-suisse-925/prevention-du-tabagisme-en-suisse-60-ans-de-progres-graduels-1964-2024>.
- 173 Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de la santé et du médicament. Réduction de la teneur en nicotine dans les produits du tabac: synthèse des études internationales et faisabilité de la mesure en France. 2025. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://www.anses.fr/system/files/TABAC2025-AST-0038.pdf>.
- 174 British American Tobacco. Consumers & Marketing. 2017. Accessed on: 18.04.2026. Available from: [https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/investors-presentations/capital-markets-day-presentations-2017/Consumers\\_Marketing.pdf](https://www.bat.com/content/dam/batcom/global/main-nav/investors-and-reporting/investor-presentations/investors-presentations/capital-markets-day-presentations-2017/Consumers_Marketing.pdf).
- 175 Stacks DW, Salwen MB, Eichhorn KC. *An Integrated Approach to Communication Theory and Research.* New York: Routledge. 2019.
- 176 Philip Morris International Inc. 2018 First-Quarter Results. 2018. Accessed on: 18.04.2026. Available from: <https://philipmorrisinternational.gcs-web.com/static-files/a992f191-bfd0-452a-ae73-b236f64d0b3d>.
- 177 Philip Morris International Inc. 9 reasons to switch to iQOS. 2026. Accessed on: 19.04.2026. Available from: <https://web.archive.org/web/20260123234250/https://ch.iqos.com/en/products/iqos/what-is>.
- 178 Owotomo O, Walley S. The youth e-cigarette epidemic: updates and review of devices, epidemiology and regulation. *Curr Probl Pediatr Adolesc Health Care.* 2022;52(6):101200. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1538544222000694>.
- 179 Unknown. SAB MTG OCT 2004 DRAFT PATSKAN.PPT. 2004. Accessed on: 12.05.2026. Available from: <https://www.industrydocuments.ucsf.edu/docs/ksh0218/>.
- 180 Organisation mondiale de la Santé. WHO technical manual on tobacco tax policy and administration. 2025. Accessed on: 23.04.2026. Available from: <https://www.who.int/publications/item/9789240019188>.
- 181 Association suisse pour la prévention du tabagisme. Position commune des organisations suisses de santé et de lutte contre la toxicomanie sur les cigarettes électronique. 2024. Accessed on: 04.05.2026. Available from: [https://www.at-schweiz.ch/documents/969/Position\\_commune\\_2024.pdf](https://www.at-schweiz.ch/documents/969/Position_commune_2024.pdf).
- 182 Association suisse pour la prévention du tabagisme. Produits du tabac à chauffer. Position commune des organisations suisses de santé et de prévention des addictions. 2025. Accessed on: 04.05.2026. Available from: [https://www.at-schweiz.ch/documents/1109/2025\\_09\\_10\\_Gemeinsamer\\_Standpunkt\\_HTTP\\_F.pdf](https://www.at-schweiz.ch/documents/1109/2025_09_10_Gemeinsamer_Standpunkt_HTTP_F.pdf).
- 183 Organisation mondiale de la Santé. WHO Position on Tobacco Control and Harm Reduction. 2025. Accessed on: 23.04.2026. Available from: <https://cdn.who.int/media/docs/default-source/tobacco-hq/whoposition-nov12.pdf>.
- 184 Organization USNCIAWH. The Economics of Tobacco and Tobacco Control: National Cancer Institute Tobacco Control.2016.
- 185 Hird T, Gallagher A, Evans-Reeves K, Zatoński M, Dance S, Diethelm P, et al. Understanding the long-term policy influence strategies of the tobacco industry: two contemporary case studies. *Tobacco Control.* 2022;31(2):297. Available from: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35241603/>.

## NOTES

- I Le marché des cigarettes électroniques n'est pas dominé par les multinationales du tabac dont les produits sont concurrencés par de nombreuses marques dont un grand nombre d'entreprises chinoises. Mais les multinationales travaillent à combler leur retard et enregistrent une croissance rapide de leurs marques de cigarettes électroniques (+95% pour la marque de cigarette électronique Veev de PMI au premier trimestre 2026 comparé au premier trimestre 2025). Voir Philip Morris (2026) First Quarter results.
- II Terminologie en langue originale: "Reduced Risk Products", "Next Generation Products", "Smoke-free future", "A Better Tomorrow", "A Smokeless World" "A Better Future", "Healthier futures".
- III En santé publique, la réduction des risques est un concept issu de la prévention des drogues dures qui vise à limiter les conséquences négatives sanitaires, sociales et économiques de

la consommation des drogues en proposant des produits et une manière de les consommer moins dangereux.

- IV Dont le caractère de « nouveauté » est questionnable, voir le chapitre 2.5.
- V Citation en langue originale: "We can more rapidly achieve a significant milestone in global health—a world without cigarettes. Who wouldn't want to help deliver a future like that?"
- VI Citation en langue originale: "For us, a better future starts with lowering the health risks associated with smoking by providing adult consumers with alternative products offering reduced-risk potential."
- VII Citation en langue originale: "At BAT, we have set ourselves the aim to Build a Smokeless World by actively migrating smokers from cigarettes to smokeless products."
- VIII Citation en langue originale: "Imperial Brands is committed to making a meaningful contribution to the public health concept of



	tobacco harm reduction through our next generation products.”	eventually eradicate smoking is laudable, the FCTC’s outdated and dogmatic approach to tobacco control has become a significant obstacle to public health progress. Its stubborn refusal to acknowledge the potential of harm- reduction strategies [...] has not only hindered smoking cessation efforts but has likely cost millions of lives.”
IX	Terme en langue originale: « International Tobacco Growers Association »	
X	Citation en langue originale: “We also hire and develop talent who will lead the Group as senior management and each business as a leader, who expand and optimize our businesses and who explore new areas where we can offer value to society.”	
XI	Citation en langue originale: “Committed to maintaining: □ Leadership of the cigarette category outside China and the U.S.”	XXVI Smokefree Sweden est un site web crée par la société de services suisse Health Diplomats, gérée par Delon Human, qui compte parmi ses clients des compagnies de tabac, dont BAT et Juul. Voir Tobacco Tactics (2026) Health Diplomats.
XII	Citation en langue originale: “Leveraging Leadership in Combustibles to Continue Supporting Smoke-Free Expansion and Sustainability Efforts”	XXVII Citation en langue originale: “International health experts today warned that governments of the world are condemning millions to die if they continue to ignore the irrefutable benefits of tobacco harm reduction (THR) policies.”
XIII	Citation en langue originale: “The decline in the consumption of cigarettes could have a material adverse effect on our revenues, cash flows and profitability, which in turn may have a material adverse effect on our ability to fund our smoke-free transformation.”	XXVIII Le « Frank Statement to Cigarette Smokers » est un court texte de relations publiques écrit par l’industrie du tabac et paru dans des centaines de journaux aux États-Unis. Son but était de rassurer le public sur la nocivité des cigarettes et d’annoncer un large programme de recherches sur cette question qui était en réalité déjà tranchée à l’époque. Citation en langue originale: “We always have and always will cooperate closely with those whose task it is to safeguard the public health.”
XIV	Citation en langue originale: “In addition, increases in cigarette taxes are expected to continue to have an adverse impact on our sales of cigarettes, due to resulting lower consumption levels”.	XXIX Terme en langue originale: “Multistakeholderism”
XV	Citation en langue originale: “How best to help the more than one billion people who smoke move away from combustible cigarettes as quickly as possible.”	XXX Citation en langue originale: “We publish our science transparently on our website.”
XVI	Citation en langue originale du Global State of Tobacco harm reduction: “There’s increasing and energising consensus that regulators, public health, and industry need to come together and demonstrate collective leadership around tobacco harm reduction (THR) on behalf of the world’s billion-plus adult smokers. [...] To engender genuine change, harm reduction academics/ scientists and industry must break free from their respective echo chambers to better engage with public health, regulatory bodies and consumers.”	XXXI Terme en langue originale: “Foundation for a Smoke-Free World”
XVII	Citation en langue originale: “tobacco harm reduction has the potential to be one of the biggest public health opportunities of this generation”.	XXXII Terme en langue originale: “Global Action to End Smoking”
XVIII	Citation en langue originale: “Everyone working in tobacco control and in tobacco harm reduction wants the same outcome: an end to smoking-related death and disease.”	XXXIII L’association Suisse des cigarettiers regroupant PMI, JTI et BAT.
XIX	En raison de la forte baisse du tabagisme observée ces dernières années en Suède, ce pays est fréquemment mis en avant par l’industrie du tabac et ses alliés comme la preuve que les produits à « risque réduit », notamment le snus, auraient efficacement remplacé les cigarettes. En réalité, le recul du tabagisme s’explique en grande partie par des politiques de santé publique efficaces et non par la disponibilité des produits de l’industrie.	XXXIV Citation en langue originale: “There is no direct clinical or epidemiological evidence of risk reduction, and the available evidence is insufficient to demonstrate that the product, as actually used by consumers, will significantly reduce harm and risk to individual users and benefit the health of the population as a whole.”
XX	Citation en langue originale: “So, to help make a meaningful contribution to the public health concept of tobacco harm reduction (THR), we’re committed to offering them a range of satisfying, non-combustible NGP brands that fulfil their diverse range of needs and maximise their switching opportunities.”	XXXV Citation en langue originale: “These products are for adults only. We have very strict controls in terms of limiting the access of youth to these products. We develop our communication which is clearly geared just to the adults”
XXI	Terme en langue originale: “Unsmoker”.	XXXVI Citation en langue originale: “While we’re excited about the harm reduction potential of NGP, we also recognise it’s crucial they’re not also attractive to non-smokers – including youth. This would potentially undermine any progress made through switching adult smokers.”
XXII	Citation en langue originale de la World Vapers alliance: “While the aim to reduce and eventually eradicate smoking is laudable, the FCTC’s outdated and dogmatic approach to tobacco control has become a significant obstacle to public health progress. Its stubborn refusal to acknowledge the potential of harm- reduction strategies [...] has not only hindered smoking cessation efforts but has likely cost millions of lives.”	XXXVII Citation en langue originale: “We are striving to: • Prevent underage access, appeal and accidental use, by adopting age-gating technologies and accidental use restriction features, and ensuring device features, e-liquid flavours, packaging and marketing are designed for adults.”
XXIII	Citation en langue originale: “International health experts today warned that governments of the world are condemning millions to die if they continue to ignore the irrefutable benefits of tobacco harm reduction (THR) policies.”	XXXVIII Citation en langue originale: “Innovation has fundamentally transformed the businesses of Philip Morris International (PMI) and has the potential to improve public health globally”
XXIV	La « World Vapers’ Alliance » est un groupe d’intérêt très critique de l’OMS et qui est financé indirectement par l’industrie du tabac via le Consumer Choice Center. Voir Tobacco Tactics (2025), World Vapers’ Alliance.	XXXIX Citation en langue originale: “ideology and faulty assumptions”
XXV	Citation en langue originale: “While the aim to reduce and	XL Citation en langue originale: “Innovation moves faster than regulation.” “regulating smoke free alternative is a conservative approach.”
		XLI Citation en langue originale: “create new products that might reduce the harm caused by cigarette smoking”.
		XLII La capture réglementaire désigne une situation dans laquelle les autorités chargées de réguler un secteur sont influencées par les intérêts des industries qu’elles sont censées encadrer, au détriment de l’intérêt public.
		XLIII « Des sources de revenus nets solides et durables » (“Strong and Sustainable Net Revenue Drivers”) et « Cinquième année consécutive de croissance du volume total » (“Fifth Consecutive Year of Total Volume Growth”) sont annoncés par PMI dans une présentation intitulée « Informations aux investisseurs » (“Investor Information”) en mars 2026. Voir Philip Morris (2026), Investor Information.



# IMPRESSUM

## Rédaction et relecture

Hugo Molineaux, Michela Canevascini, Pascal Diethelm,  
Sophie Lonchamp, Marthe Solleder (OxySuisse)

Ce livret se base sur un premier travail réalisé par Sarah Caillet pour Unisanté et Hugo Molineaux pour l'Association suisse pour la prévention du tabagisme.

## Graphisme

Plates-Bandes communication

### Comment citer ce document :

Molineaux H, Canevascini M, Diethelm P, Lonchamp S, Solleder M,  
La réduction des risques au service de la hausse des profits.  
Analyse du récit trompeur de l'industrie du tabac. OxySuisse; 2026,  
Disponible sur : [transparencyandtruth.ch/ressource/reduction-des-risques-et-nouveaux-produits-du-tabac-le-double-jeu-de-lindustrie/](https://transparencyandtruth.ch/ressource/reduction-des-risques-et-nouveaux-produits-du-tabac-le-double-jeu-de-lindustrie/).

### Financement :

Le projet Transparency and Truth est financé par le Fonds de prévention du tabagisme suisse.



[transparencyandtruth.ch](https://transparencyandtruth.ch)

OxySuisse  
Rue Enning 4  
CH-1003 Lausanne  
[info@oxysuisse.ch](mailto:info@oxysuisse.ch)  
[oxysuisse.ch](https://oxysuisse.ch)