

Le dichiarazioni della multinazionale

Mondo senza sigarette

La svolta (e il calcolo) del capo di Marlboro

Un mondo senza sigarette, in cui sia «risolto il problema del fumo»; a cominciare dal Regno Unito, dove l'auspicio è quello di un «divieto totale» entro il 2030. È quanto si augurano, probabilmente, la maggior parte dei medici: il fumo, attivo e passivo, causa per l'Oms 8 milioni di morti l'anno. A esprimere questo desiderio, però, è Jacek Olczak, amministratore delegato della multinazionale del tabacco Philip Morris. In un'intervista al tabloid britannico *Mail on Sunday* prefigura la «sparizione» dagli scaffali dei tabaccaia del Regno Unito del marchio principale dell'azienda, cioè Marlboro. Lo stesso, poi, accadrà negli altri Paesi,

Chi è



● Jacek Olczak è il nuovo amministratore delegato di Philip Morris International. Al timone dal 30 maggio, guida la svolta dell'azienda contro il fumo di sigaretta

dove si fuma sempre meno a causa di un'accresciuta consapevolezza del danno e dei divieti sempre più stringenti.

Che i distributori delle Marlboro vogliano veder «sparire le sigarette», è coerente con lo spericolato cambio di immagine che l'azienda sta perseguendo con la direzione del polacco Olczak, contrario al fumo e al timone di Philip Morris da maggio. È del 21 luglio scorso, ad esempio, la decisione dell'azienda di comprare per 1,4 miliardi di dollari l'azienda Vectura che produce inalatori contro l'asma.

È anche una scelta obbligata: come il brand di intimo Victoria's Secret, dopo avere perso il 15% in cinque anni,



Testimonial

Il «Marlboro Man», in una delle celebri campagne del marchio della seconda metà dello scorso secolo

ora si dichiara «femminista», le azioni di Philip Morris si sono deprezzate del 3% quando, nei giorni scorsi, l'azienda ha presentato agli investitori i risultati del secondo trimestre. Sempre più azionisti, poi, rifiutano di investire nel tabacco, ancorché redditizio: tra questi la banca d'investimenti olandese Abn Amro, il cui consulente Ruben Zan-

dvliet ha definito l'acquisto di Vectura «la mossa più cinica che potrei immaginare». Nel 1965, anche stimolati dall'iconico «Marlboro Man», fumavano il 43% degli americani; oggi è il 14%. Il mercato delle sigarette, ha ammesso Olczak, «come quello delle auto a benzina», va a esaurimento.

Più redditizio si presenta quello delle alternative: inalatori, vaporizzatori, sigarette elettroniche. Philip Morris produce ad esempio un apparecchio che riscalda il tabacco: ne ha venduti già 20 milioni. Il programma annunciato a febbraio è che entro il 2025 il 50% del fatturato venga da prodotti non da fumo (ora è al 25%), e almeno un miliardo di dollari, entro il 2025, da prodotti senza nicotina; lo scopo è, addirittura, «diventare un'azienda di benessere e salute». «Bisogna dare al pubblico alternative al fumo: con i giusti divieti alcuni Paesi possono farlo in meno di 10 anni», ha detto Olczak.

La «svolta salutista» di Philip Morris — mentre altri produttori come Imperial, che produce le Winston, stanno

disinvestendo dai vaporizzatori per tornare a promuovere il fumo, e la stessa Altria, che distribuisce Marlboro negli Usa, è più tradizionalista — è additata dagli attivisti come ipocrita e interessata. Che Philip Morris investa nella produzione di apparecchi anti-asma, ad esempio, è un conflitto d'interesse: l'asma è causata anche dal fumo. Poi, non pare sostenibile: «Quan-

Mercato

Philip Morris punta sulle alternative alle sigarette, come inalatori e vaporizzatori

do tutti i fumatori si saranno convertiti alle alternative», si chiede la lobbista anti-fumo britannica Deborah Arnott, «come convinceranno gli altri a cominciare?». Una delle risposte è il mercato della cannabis legale, sempre più sdoganata, mentre il fumo di tabacco lo è sempre meno.

Irene Soave

© RIPRODUZIONE RISERVATA