

Bloomberg Opinion: [Big Tabacco si sta trasformando in Big Vape](#)

Perché Altria e Juul sostengono la richiesta del Senatore McConnell di aumentare l'età minima per i prodotti del tabacco a 21 anni.

di Karl W. Smith (già professore assistente di economia della University of North Carolina e fondatore del blog Modeled Behavior)

25 aprile 2019

Il leader della maggioranza al Senato Mitch McConnell ha dichiarato la settimana scorsa di voler introdurre una legge che innalzi l'età minima per i prodotti del tabacco da 18 a 21. Questo è un inatteso cambiamento di ruoli: lo stato di Kentucky da cui proviene McConnell è un importante stato produttore di tabacco, e i Repubblicani non sono generalmente propensi a regolare il business.

Cosa sta succedendo? La chiave per comprendere la proposta di McConnell è il fatto che Altria Group Inc., il più grande produttore di tabacco negli Stati Uniti la approvi. La chiave per comprendere l'appoggio di Altria è la sua quota di \$ 12,8 miliardi in Juul Labs Inc., il più grande player nel settore dello svapo. In pochi anni, la sua quota di mercato è salita alle stelle rispetto a quella dei suoi rivali.

Il vantaggio di Altria in questo accordo è chiaro: la popolarità di Juul è in forte aumento, mentre il mercato statunitense delle sigarette è in costante declino. Il vantaggio di Juul è un po' più sfumato. Ottiene l'accesso alle competenze normative - come afferma il CEO di Altria, "Abbiamo anni di esperienza e letteralmente centinaia se non migliaia di interazioni con la FDA." Insomma, Altria, la casa madre di Philip Morris, sa come funziona il sistema. Per le start-up ciò significa spegnere sul nascere qualsiasi accusa secondo cui i suoi prodotti si rivolgono a un pubblico di ragazzi.

Bisogna ricordare che a partire dal 1967, Philip Morris intraprese una guerra durata 40 anni contro gli sforzi della Food and Drug Administration (FDA) per limitare il marketing e la promozione dei prodotti del tabacco. Nell'aprile del 1997, una sentenza in un tribunale federale le diede ragione stabilendo che la FDA non aveva alcuna autorità per regolamentare la commercializzazione di sigarette o altri dispositivi di rilascio di nicotina, anche se poteva regolare la vendita del tabacco. L'idea era che il governo avesse il diritto di dire che il tabacco è dannoso per la salute dei ragazzi, ma non aveva il diritto di dire che fumare non è "cool". Nonostante quella vittoria, un anno e mezzo dopo, l'industria del tabacco accettò un accordo con gli stati in base al quale fu costretta a sborsare 365 miliardi di dollari e ad accettare di attenersi a tutte le linee guida precedentemente proposte dalla FDA in materia di marketing e promozione dei prodotti di sigarette.

Da quel momento in poi, Philip Morris ha compiuto un duro percorso: ha cambiato il suo nome in Altria che, non a caso, suona come Altruismo. Ha avviato una iniziativa chiamata [Success360°](#), che investe in organizzazioni non profit come [Boys and Girls Club](#), [4-H](#) e Big Brothers Big Sisters. Ma ciò che appare più importante è che ha iniziato a sostenere un aumento della regolamentazione da parte di FDA. Altria non era già più nel settore del commercio del tabacco; era nel settore delle relazioni pubbliche e della influenza sui regolatori.

La strategia di Altria era subdolamente machiavellica: sulla scia del suo insediamento nel settore del tabacco, è rimasta l'unica compagnia di tabacco in America con le risorse necessarie a adattarsi a un complesso contesto normativo. Nel 2002, Altria iniziò una campagna per mettere ufficialmente le sigarette sotto la supervisione diretta della FDA, una prospettiva che aveva combattuto per 30 anni. I concorrenti hanno denunciato questo come Marlboro Monopoly Act.

Ora Altria sta quasi certamente pianificando la stessa tattica con Juul. Fino al 2016, la sigaretta elettronica più venduta negli Stati Uniti era Vuse. Nel 2017, tuttavia, Juul è diventato il leader travolgente, il suo aumento stratosferico, alimentato dallo sviluppo di sali di nicotina facili da assorbire. Ma una svolta tecnologica che ha funzionato una volta non rappresenta necessariamente la ricetta per un successo duraturo. Una partnership con Altria offre a Juul un percorso alternativo: usare il potere delle normative per scoraggiare la competizione. Lo stesso giorno in cui McConnell ha annunciato i suoi piani per aumentare l'età per poter fumare o svapare, l'Amministratore delegato di Juul ha promesso il suo sostegno.

Juul è già popolare tra gli utenti più giovani, quindi tenere fuori i concorrenti aiuta a consolidare il suo predominio. Ancora più importante, stabilendo il precedente secondo cui le sigarette elettroniche dovrebbero essere tenute lontane dai ragazzini, crea un pericoloso contesto normativo che potrebbe rendere le concorrenti restie ad entrare. Sostenendo la proposta di McConnell, Altria e Juul stanno tentando di congelare il mercato del tabacco proprio dove vogliono loro: con loro in cima.

L'articolo non riflette necessariamente l'opinione del comitato di redazione di Bloomberg LP e dei suoi proprietari.