



Le Temps / Sortir
1002 Lausanne
021 331 78 00
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 36'802
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 729.006
N° d'abonnement: 729006
Page: 11
Surface: 75'029 mm²

Philip Morris change de métier

CIGARETTE La multinationale investit des milliards pour convertir les fumeurs aux inhalateurs de tabac et aux vaporettes. Le groupe d'origine américaine, basé à Lausanne, doit surtout convaincre que ses nouveaux produits sont moins nocifs



-90%

En chauffant le tabac au lieu de le brûler, l'iQos est 90% moins nocif qu'une cigarette traditionnelle, affirme Philip Morris.

847

Le groupe reste avant tout un fabricant de cigarettes. Il en a produit 847 milliards en 2015.

Dans son «cube», à l'entrée de Neuchâtel, Philip Morris a investi des milliards et recruté des centaines de chercheurs pour mettre au point ses nouveaux produits du tabac. (THOMAS JANTSCHER)

SERVAN PECA

🐦 @servanpeca

Avant de commencer sa présentation, André Calantzopoulos saisit son iQos et demande: «Ça ne dérange personne si je fume? Cela n'a aucun effet sur votre santé, je peux vous montrer tous les documents!»

Le directeur général de Philip Morris International (PMI) plaisante. Mais le sujet est sérieux: le numéro mondial du tabac doit gérer la plus grande transformation de son histoire. Une mue vers des nouveaux produits du tabac moins nocifs pour la santé. Et un combat

pour convaincre consommateurs et organes de santé publique qu'il dit la vérité.

Pour faire face au recul structurel du marché mondial de la cigarette traditionnelle, de l'ordre de 2 à 3% par an, la multinationale s'oriente vers un autre marché: celui des cigarettes électroniques (avec liquide) et des dispositifs électriques (avec tabac), dont le modèle iQos est le plus avancé.

Signe que la période est inédite, pour la première fois, mercredi, la direction du propriétaire de Marl-

boro était réunie à Lausanne pour détailler sa nouvelle stratégie à cinq journalistes invités dans son centre opérationnel. «C'est un grand changement, nous apprenons chaque jour de nouvelles choses. Cela demande de l'humilité», répétera toute la journée André Calantzopoulos, entre deux bouffées de tabac chauffé.

Le tabac ne brûle plus

C'est la différence fondamentale: il n'y a plus de combustion. Le stick de tabac, inséré dans le tube, est chauffé et non plus brûlé. Une révo-



Le Temps / Sortir
1002 Lausanne
021 331 78 00
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 36'802
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 729.006
N° d'abonnement: 729006
Page: 11
Surface: 75'029 mm²

lution chimique qui, selon Philip Morris, réduit la nocivité de l'iQos de 90% par rapport aux cigarettes traditionnelles.

D'un point de vue industriel, Philip Morris a dû créer de toutes pièces une chaîne d'approvisionnement. Le groupe vient aussi d'inaugurer une première usine en Italie dédiée à ses «alternatives à la cigarette». Dans la région de Bologne, un demi-milliard d'euros a été investi pour produire, pour commencer, 30 milliards de sticks de tabac par an. Premier aboutissement d'une histoire qui a commencé en 2003.

Des centaines de scientifiques

En douze ans, le groupe, qui compte 80000 employés dans le monde, dont 3000 en Suisse, a embauché des centaines de bio-informaticiens, généticiens ou ingénieurs informatiques. Il a dépensé plusieurs milliards – une bonne partie sur son site de Neuchâtel – pour développer ce qu'il appelle les RRP, pour «Reduced-Risk Products», littéralement «Produits à risques réduits».

Les innovations devraient se poursuivre. L'une des prochaines améliorations concernera la capacité de la batterie à recharger le dispositif entre deux sticks de tabac. De 4 minutes et demie actuellement, le délai entre deux cigarettes devrait baisser à 3 minutes. En attendant, André Calantzopoulos préfère avoir deux iQos. Durant la journée, il

alterne entre le modèle blanc et l'anthracite. «Le plus grand enjeu n'est pas le développement des produits, résume-t-il. C'est la gestion des risques.» Concrètement, la gestion d'une réglementation mouvante et différente, selon les régions et les marchés. Le groupe fait face à des organes de santé publique méfiants, voire sceptiques.

L'Organisation mondiale de la santé ne veut même pas prendre langue avec le groupe sur le sujet, nous dit-on au siège de Lausanne. Contactée jeudi, l'OMS répond en substance que c'est aux autorités compétentes nationales de prendre position sur les nouveaux produits du tabac, en fonction des preuves fournies par les fabricants.

Autre enjeu majeur pour Philip Morris: le degré d'adoption des clients qu'il faut «éduquer» à ces nouvelles manières de fumer. La distribution aussi doit être fondamentalement repensée. Les kiosques ne sont plus la panacée. Un réseau de boutiques, type Nespresso ou Apple Store, sera peu à peu déployé.

Philip Morris a au moins trois autres produits dans le pipeline. Ils devraient être lancés au cours des dix-huit prochains mois. Le groupe s'attend à ce que ses RRP soient rentables à partir de 2018.

Mais le groupe n'est pas seul dans cette course à la cigarette propre. Il y a déjà des centaines de fabricants indépendants d'e-cigarettes. Eux font désormais face à des réglementations et des certifications cou-

teuses qui, selon les analystes de la branche, devraient en laisser plus d'un sur le bas-côté.

«Convertir seulement les fumeurs»

Puis, il y a aussi British American Tobacco avec son Vuse, Japan Tobacco et son Ploom ou Imperial et sa marque Blu. «Eux voient davantage ces produits comme un complément, considère-t-on au siège de PMI à Lausanne. Nous avons comme objectif de convertir les fumeurs, et non pas de séduire des non-fumeurs.» Mais le risque existe. Selon les premières études de PMI au Japon, le premier marché dans lequel l'iQos a été lancé, environ 2% de fumeurs repentis ont recommencé avec l'iQos.

A Lausanne, André Calantzopoulos conclut la rencontre en répondant à une question que lui posent souvent les analystes: «Nous n'avons pas créé d'entité séparée pour les nouveaux produits parce que ce sera notre métier, dans le futur.» Le futur n'est pas demain: PMI produit encore 847 milliards de cigarettes par an (-1% en 2015).

Le directeur général consomme alors son dixième, peut-être son quinzième stick de tabac de la journée. «Je fais partie des testeurs, justifie-t-il en souriant. J'ai aussi participé au développement. A la base, je suis ingénieur électricien.» Le grand patron de Philip Morris est un ancien de l'EPFL. Et un fumeur converti. ■



Le Temps / Sortir
1002 Lausanne
021 331 78 00
www.letemps.ch

Genre de média: Médias imprimés
Type de média: Presse journ./hebd.
Tirage: 36'802
Parution: 6x/semaine

N° de thème: 729.006
N° d'abonnement: 729006
Page: 11
Surface: 75'029 mm²

MARQUE

En Suisse, l'iQos prend ses aises

Le dispositif électrique iQos a convaincu suffisamment de personnes pour voler de ses propres ailes. Ainsi, mercredi, l'entité suisse de Philip Morris International a annoncé que les sticks de tabac seraient désormais commercialisés sous leur propre marque – Heets, en lieu et place de Marlboro HeatSticks – dans les 400 points de vente du pays. Il en sera de même pour les nouveaux marchés dans lesquels l'iQos sera commercialisé ces prochains mois.

Depuis son lancement, fin 2015, l'appareil est vendu à Neuchâtel, Genève, Berne, Zurich et Bâle ainsi qu'à Lausanne. En 2017, une boutique ouvrira au Flon, selon *24 heures*, l'endroit réunira à la fois un magasin, un café-restaurant, un espace de *coworking* et un lieu d'exposition.

iQos a convaincu 4,5% de fumeurs helvétiques, selon PMI. Il représenterait 1,6% du marché national de la fumée. «Avec un produit classique, gagner 0,2 ou 0,3% de parts de marché en une année est déjà très bien», compare le patron du groupe, André Calantzopoulos. Le succès de l'iQos serait encore plus marqué au Japon, avec 4,3% de parts de marché et 9,5% de fumeurs convertis. Lors des six premiers mois, un million d'exemplaires y ont été écoulés. ■ S. P.