

1. Cigarros eletrônicos e produtos de tabaco aquecido - outros países

Diante dos argumentos usados pela indústria do tabaco para inserir no mercado brasileiro cigarro eletrônico e o tabaco aquecido, alegando que o público-alvo seria os adultos fumantes que não conseguem ou não querem parar de fumar, **vale destacar que a forma como estas empresas estão colocando estes produtos no mercado internacional revela realidade completamente diferente.**

Os novos dispositivos eletrônicos para fumar apelam para a estética de *pen drives* e até de *iPhones*, embalagens modernas e participação promocional em grandes eventos de design e moda, feiras internacionais e festivais de música.

A imensa variedade de sabores, que disfarçam o gosto amargo do tabaco, é um forte atrativo dos produtos principalmente para jovens iniciarem o tabagismo.

O uso de sabores e flavorizantes em produtos fumígenos visa tornar o produto mais palatável e atraente para jovens, facilitando o consumo e a iniciação ao tabagismo.

Internet e redes sociais são muito utilizadas para difundir produtos e promoções, além de buscar o endosso de personalidades midiáticas.

Lojas-conceito, tendas, quiosques, stands em feiras e grandes eventos, ambientações em restaurantes, promoções em festas noturnas, shows e concertos, concursos patrocinados, vernissages e outras mostras de arte, publicidade em veículos, hotéis e pontos de comércio, além de aplicativos, ações em redes sociais e divulgações na grande imprensa são alguns dos exemplos de como a indústria tem atuado ao redor do mundo com ações escancaradas de marketing para seus novos produtos.

Lojas-conceito da IQOS, produto de tabaco aquecido da Phillip Morris:

Loja Cidade do Cabo

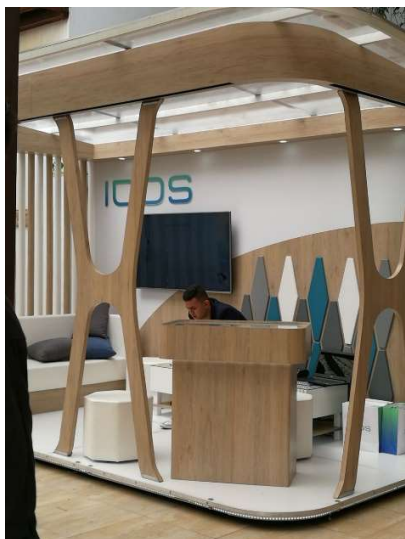


Loja no Canadá

Reino Unido



Loja na Colômbia



Loja da Romênia



Loja da Rússia



Loja na Grécia



Expositor do produto em loja da IQOS

ICQOS Produto de tabaco aquecido da Phillip Morris



Bar em Bogotá, Colômbia, maio de 2018

Festas



Itália, junho de 2017

Festivais de música



Colômbia, março de 2017



Rússia – maio 2017



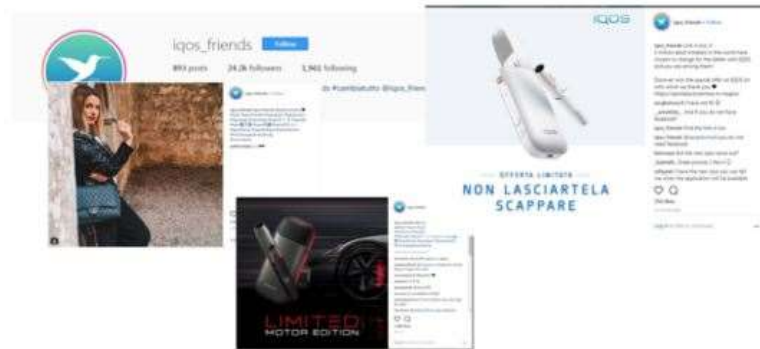
Festival de comida de rua na Rússia – julho 2017



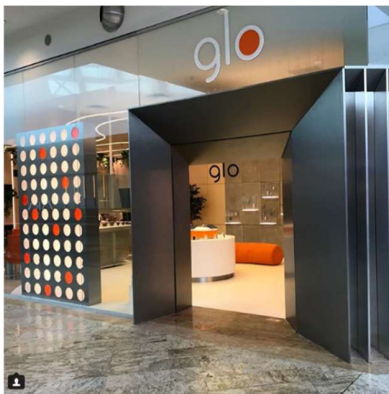
Itália 2017 IQOS e

Vogue Itália criaram o: "IQOS MASTER STYLE EVENT".

Redes sociais



Produto de tabaco aquecido – GLO – British American Tobacco



Romênia

Cigarro eletrônico - JUUL



JUUL, Times Square, New York City, 2015



JUUL Twitter. Janeiro 2018.



Loja-conceito iQOS Boutique (Philip Morris International) em Bogotá, na Colômbia, ao lado de uma Starbucks. Também há casos de lojas iQOS ao lado de Apple Stores e de joalherias, como Tiffany & Co e Cartier. Nessas casos, as lojas iQOS combinam a estética de alta tecnologia e de luxo com a sensação de um clube exclusivo, já que, por vezes, há hostesses nas portas, anunciando um salão de fumantes só para membros no interior da loja.



O smoke lounge, em Milão, na Itália, também remete à ideia de espaço elegante, estiloso e exclusivo para momentos de prazer, relaxamento e novas experiências com iQOS. O produto é vendido como “livre de fumo”.





Acima, imagens da festa de lançamento do iQOS, da Philip Morris International, em Curaçao, no Caribe. A empresa investe em atrações musicais, arte e eventos sociais, para reforçar a ideia de exclusividade.



Em Bogotá, na Colômbia, também houve grande evento de lançamento do iQOS, dispositivo de tabaco aquecido da Philip Morris.



Ainda em Bogotá, Colômbia, a Philip Morris teve stands iQOS no Santa Market, feira inspirada nas feiras de natal da Europa. Os stands divulgavam o produto fumígeno como opção menos danosa à saúde. Vale ressaltar que neste tipo de evento, crianças sempre estão presentes – e invadidas pela massiva campanha de marketing.



Em Cape Town e Johannesburg (acima), na África do Sul, também houve grandes eventos de divulgação do tabaco aquecido da Philip Morris, com DJs, lounges, “degustação” do produto, show acrobático e serviço de catering.



Show de lançamento da marca iQOS em Belgrado, na Sérvia (2017). Neste país, há lojas em pelo menos quatro shopping centers, além de outros 20 pontos de venda distribuídos por Belgrado e Niš.



Ponto de venda de Heets (cigarros de fumo prensado para o dispositivo iQOS), com expositores luminosos, em restaurantes de Bogotá, na Colômbia.



Já na Itália, em junho de 2017, iQOS e a revista Vogue local criaram o evento “IQOS MASTER STYLE EVENT”. Tratava-se de competição para o desenvolvimento de uma edição especial de acessórios para iQOS que incluía uma capa e duas bolsas. O marketing do produto consiste em associá-lo ao design, à moda e ao comportamento despojado, típico das celebridades e no melhor estilo “red carpet” – novamente, a ideia de exclusividade permeia toda e qualquer campanha da marca.



Acima e abaixo, loja iQOS em Kaunas, na Lituânia. Ao redor do mundo, estilizar o produto traduz-se em investimentos em design de interiores.



As lojas IQOS também estão em shoppings centers, como é o caso da loja na Lituânia (acima), e em Bucareste, na Romênia (abaixo).



Arquitetura de interiores minimalista, “clean”, para lojas iQOS em Londres, Inglaterra (acima) e em Lisboa, Portugal (abaixo). A ideia de mudança – “change” - é proposta comercial por meio de um produto que

supostamente ajudaria fumantes a deixar o cigarro (algo de odor forte, não agradável e que remete a sujeira, cinzas), para lançar mão de algo mais limpo, “livre de danos”, inovador e contemporâneo. A ambientação apresenta o novo produto da Philip Morris International.





As “embaixadas” iQOS são um conceito de negócio que está além das próprias lojas-conceito. Em várias cidades italianas, a missão das embaixadas é “criar um lugar confortável, onde todos possam ter a experiência da inovação de iQOS”, segundo a Sartoria Comunicazione, que desenvolveu a ideia dos espaços. A imagem acima e as duas abaixo mostram a Embaixada iQOS em Roma.



Photographic ART EVENT

7 pm Wednesday the **18th January** 2017
 at DER 4TE RAUM by IQOS, Bleicherweg 7, 8001 Zurich

"Event curated and sponsored by IQOS, a brand of Philip Morris Product S.A. During the event, the adult smokers will have the opportunity to discover IQOS." Access restricted to adults only (18+)



This event is by invitation only
 Please let us know if you are attending on email: EVENT@ART4FUN.ch
 We are looking forward to seeing you at our vernissage.
 Camilla & Michala

ART4FUN.CH



Opening Hours of the Store:
 TUE/WED 10am - 8pm, THU/FRI/SAT 10 am - 10 pm, (SUN/MON closed)
 The artwork will be at DER 4te RAUM from the 10th until the 18th of January
 WEBSITE: DERVIERTERAUM.IQOS.CH - PHONE: +41 (0) 77 459 8977



Exibição de fotografia patrocinada pela marca iQOS, da Philip Morris, na Suíça (Zurique), em 2017.



Também na Rússia, era possível ver carros iQOS em 2017 fazendo propaganda do novo produto de tabaco aquecido nas ruas.



A presença da marca da Philip Morris em festivais de food trucks (Rússia), assim como em outras feiras abertas, possibilita o contato de iQOS com crianças, adolescentes e jovens não-fumantes, entre muitos outros.



De abril a maio de 2018, a publicidade de iQOS distribuía-se livremente pelos shopping centers de Sofia, na Bulgária, facilitando o contato de crianças com o produto, como ocorre na foto à direita.



Listin Diario

NEWSLETTER

INICIO LA REPUBLICA EL DEPORTE LA VIDA LAS MUNDIALES ECONOMIA & NEGOCIOS ENTRETENIMIENTO LAS SOCIALES CLASIFICADOS

Na República Dominicana (maio de 2018), a propaganda de iQOS aparece nas homepages da grande imprensa local – vendendo, aos fumantes, a ideia de que podem desfrutar do tabaco livre de fumo e de cinzas.



Em Toronto, no Canadá, os clientes da Philip Morris eram convidados a trocar seus maços de cigarros e isqueiros por um iQOS - brinde (maio de 2017).



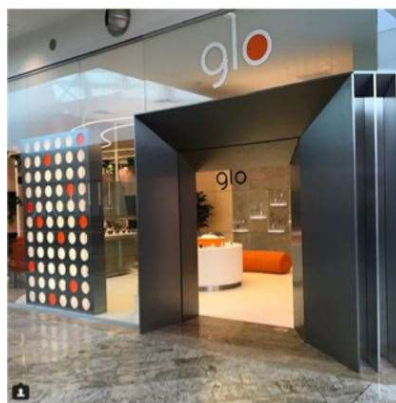
A investida da Philip Morris para colocar o iQOS no mercado sul-americano é intensa, inclusive com publicidades em grandes veículos da imprensa chilena.



A Philip Morris não perdeu nem o festival de publicidade de Cannes (França) para divulgar sua política de desenvolvimento de inovações e novos produtos, sempre associando-os a uma tecnologia de ponta.



Na Romênia, a marca Glo – também de tabaco aquecido -, da fabricante British American Tobacco, está em outdoors, expositores de venda em bares (acima), mas também em carros de divulgação nas ruas, lojas de shopping centers e eventos populares de rua, como feiras (abaixo).



A marca Hangover desenvolve capas para iQOS, dispositivo de tabaco aquecido da Philip Morris. Os temas lúdicos e infantis – boneca, Superman – fazem associação perversa entre o uso do tabaco e a juventude, embora a empresa afirme, veementemente, que o produto é voltado para adultos que querem parar ou reduzir o uso de cigarros convencionais.

