

«Chez BAT, on sent un nouveau souffle»

NICOTINE Si la cigarette reste majoritaire, l'industrie du tabac vit une révolution, s'enthousiasme Mads Larsen. Parmi les nouveaux produits nicotinés, le directeur général de British American Tobacco en Suisse croit beaucoup dans le potentiel du tabac à usage oral

PROPOS RECUEILLIS PAR SERVAN PECA
@servanpeca

Avant, il y avait les cigarettes. Des milliards de petits tubes de papier remplis de tabac qu'il fallait décliner sous différentes marques, selon leur goût, leur filtre et leur teneur en diverses substances. C'était simple, et un peu monothématique, si l'on en croit le discours de Mads Larsen.

Dans son bureau de l'avenue de Rhodanie, au sud de Lausanne, le directeur général de British American Tobacco (BAT) Suisse depuis 2017 se montre nettement plus enthousiaste à propos des multiples nouveaux secteurs d'activité dans lesquels les géants du tabac se sont désormais lancés. Aujourd'hui, il y a les «vapour», les «THP» ou encore les «modern oral». Des noms pour catégoriser les e-cigarettes, les sticks de tabac chauffés et le tabac à usage oral. Des produits «potentiellement à risques réduits», selon le langage, prudent, utilisé par le groupe britannique qui emploie quelque 350 personnes dans le pays, principalement à Lausanne et à Boncourt (JU).

Chez BAT comme chez ses concurrents, la transformation industrielle est en marche. En 2018, le groupe a déposé 130 nouveaux brevets pour se positionner dans ces nouvelles façons de consommer de la nicotine. «Nous voulons être les leaders de cette transition», assène Mads Larsen. Car c'est bien d'une transition, et non pas d'un bouleversement, qu'il s'agit. Un chiffre le prouve: la cigarette traditionnelle génère encore quelque 90% des revenus de BAT en Suisse.

Est-ce que vous fumez? Non. Je n'ai jamais fumé, j'ai, comme beaucoup d'autres, essayé quelques fois durant ma jeunesse, mais sans plus.

Je vous pose la question autrement, de manière un peu plus moderne: est-ce

que vous consommez des produits nicotinés? Oui, je consomme parfois des sachets d'Epok, le tabac à usage oral que nous venons de lancer. C'est peut-être en lien avec mes origines scandinaves, pays où ces produits sont très prisés. Mais je ne serai jamais un grand consommateur, il se passe parfois plusieurs jours sans que j'en consomme. Je suis conscient que c'est un produit nicotiné et donc addictif.

«Nous commençons à attirer des personnes qui, avant, n'auraient pas forcément envisagé de travailler pour l'industrie du tabac»

On parle bien du snus? Oui, une version plus moderne du snus «à la suédoise». Je crois beaucoup en l'avenir de ce type de produits. La pratique est certes très différente, mais c'est un avantage, cela permet aux fumeurs d'en finir avec la gestuelle, les habitudes liées aux cigarettes. En plus, ces produits sont discrets, n'émettent pas d'odeur ni de fumée... Ils se marient très bien avec la société et notre mode de vie actuels.

BAT pourrait-il survivre dans un monde sans fumée et sans fumeurs? C'est ce vers quoi on se dirige. Mais aujourd'hui, on constate que la plupart des gens consomment plusieurs produits à la fois. Ainsi, les cigarettes génèrent encore environ 90% de

notre chiffre d'affaires en Suisse. Les nouveaux produits, 10%. Et nous considérons que cette part peut atteindre 30% d'ici à dix ans.

Un franc sur dix, pour l'instant. Cela paraît peu, par rapport à l'intensité des débats et des discussions autour de ces nouveaux produits du tabac. Pour les consommateurs, c'est une évolution, mais pour nous, en tant qu'industriels, c'est une révolution! On sent véritablement un nouveau souffle. Cela fait 17 ans que j'ai intégré le groupe, et je peux vous dire que les cinq dernières années ont vraiment été très différentes du reste. C'est un énorme changement, et tout le monde le ressent. On voit aussi que l'on commence à attirer des personnes qui, avant, n'auraient pas forcément envisagé de travailler pour l'industrie du tabac. Parce que notre réputation s'améliore, mais aussi parce que le métier a changé! Nous avons besoin de compétences, dans la technologie ou l'informatique, dont nous n'avions pas besoin auparavant. Certains de nos employés viennent de chez Siemens ou Apple, par exemple. Chez BAT Suisse, désormais, la moyenne d'âge est seulement de 33 ans.

Pas plus tard que le mois dernier, la Suisse a levé l'interdiction de vendre du tabac à usage oral, à la suite d'une décision du Tribunal fédéral. J'imagine que c'est une bonne nouvelle? Nous n'y sommes pour rien, mais nous sommes évidemment contents. Cela va contribuer à mettre fin aux légendes urbaines qui entourent ces produits, comme la présence de verre pilé dans les sachets, ou le fait que le tabac à usage oral provoquerait des cancers de la bouche. Nous sommes aussi conscients que cela va permettre à des concurrents de se positionner dans un segment de marché où nous sommes numéro un. Mais

LE TEMPS

ce n'est pas plus mal. Plus on est nombreux, plus il sera aisé de convaincre les consommateurs de cigarettes de faire la transition vers un produit moins nocif.

Plus généralement, la nouvelle loi sur le tabac, qui devrait entrer en vigueur en 2022, est encore en discussion. Quelle est votre position sur ce projet? Elle a ceci de bon qu'elle renforce l'interdiction de vendre des produits nicotinés aux mineurs. Il est impensable, aujourd'hui, comme c'est par exemple le cas à Genève, que cela ne soit pas réglementé. En revanche, le projet de loi ne nous satisfait pas complètement. Notamment en ce qui concerne le manque de différenciation entre les cigarettes et les nouveaux produits du tabac. Par exemple, il n'est pas prévu de légiférer différemment sur l'e-cigarette ou les produits du tabac chauffé en termes de tabagisme passif. En ce qui concerne la protection contre la tromperie [qui exige que les indications figurant sur les produits ou sur la publicité ne trompent pas le consommateur, ndr], nous sommes d'avis qu'il doit rester possible de dire ce qui est véridique. C'est particulièrement important pour les nouveaux produits.

Cette méfiance envers votre industrie n'est-elle pas légitime? Il y a beaucoup de gens qui pensent que ces nouveaux produits sont moins dangereux pour la santé que les cigarettes. Mais ils ne le disent pas ouvertement. Ce serait

évidemment plus aisé pour nous si, comme en Angleterre, l'organe de santé public encourageait les fumeurs à changer de produits.

«Beaucoup de gens pensent que ces nouveaux produits sont moins dangereux pour la santé que les cigarettes. Mais ils ne le disent pas ouvertement»

L'acronyme utilisé par l'un de vos concurrents – Philip Morris, pour ne pas le nommer – pour qualifier les nouveaux produits du tabac est RRP, pour «reduced-risk products». BAT, lui, a choisi d'ajouter un P, pour «potentially reduced-risk products». Vous n'avez pas confiance en vous? Nous pensons, et nos études le démontrent, que les risques sont moins élevés. Mais il est essentiel, à nos yeux, de se montrer prudents dans notre manière de présenter les choses. Ce d'autant plus que l'industrie du tabac n'a pas tou-

jours dit la vérité... Et à part pour le snus, utilisé depuis des décennies en Suède, nous n'avons pas une vision à long terme des effets de ces produits.

Outre BAT, le pays abrite le siège mondial de Philip Morris et celui de Japan Tobacco, qui y paient des impôts et y emploient des milliers de personnes. La Suisse est-elle, pour cette raison, moins sévère avec les industriels du tabac? Je ne vais pas me lancer dans une estimation qui dirait à quel point cela pèse, parce que, très honnêtement, je l'ignore. Ce que je salue, c'est que la Suisse sait prendre des décisions basées sur des faits, comme dans le cas du snus. Dans les pays voisins plus restrictifs, l'émotionnel et le dogmatique prennent le dessus sur le pragmatisme.

BAT en Suisse, c'est aussi Parisienne, fabriquée à Boncourt et seulement vendue en Suisse. N'est-ce pas une marque qui pourrait s'exporter? Je précise quand même qu'elle est aussi vendue en Autriche et au sud de l'Allemagne. Cela dit, Parisienne est vraiment bien adaptée au marché suisse, elle s'appuie sur les valeurs suisses. A l'étranger nous avons d'autres marques internationales. Mais aussi des marques locales, qui ont un peu le même statut que Parisienne ici. BAT Suisse est à peu près libre de faire ce qu'elle veut avec cette marque. C'est une fierté. Mais encore une fois, la grande nouvelle fierté, ce sont les nouvelles catégories de produits. ■

LE TEMPS



PROFIL

1969 Naissance à Allerød, au Danemark, où Mads Larsen complète ses études primaires et secondaires.

1990 Etudes d'économie à l'Université de Boulder, Colorado. Diplôme en poche, il devient propriétaire et gérant d'un bar-restaurant dans la ville voisine de Denver.

1999 Arrivée en Suisse avec son épouse (suisse) et début de carrière dans l'industrie du vélo, son sport fétiche.

2002 Entrée chez BAT Suisse.

2008 Retour à Copenhague pour devenir directeur de vente pour les pays nordiques.

2016 Devient directeur général de BAT Suisse à Lausanne.

Mads Larsen: «Ce que je salue, c'est que la Suisse sait prendre des décisions basées sur des faits, comme dans le cas du snus. Dans les pays voisins plus restrictifs, l'émotionnel et le dogmatique prennent le dessus sur le pragmatisme.» (FRANÇOIS WAUVE/LUNDI13 POUR LE TEMPS)