

Paholaisen pelikirja

HEIKKI HIILAMO

Keskustelu nikotiinituotteiden sääntelystä on ollut Suomesa laimeaa. Kyse lienee ainakin osittain siitä, että politiikkamme on ollut onnistunutta. Toisin on Yhdysvalloissa. Tutkivan toimittajan Lauren Etterin kirja *The Devil's Playbook* kertoo sähkösavukeyhtiö Juulin noususta ja tuhosta. Se on samalla opettavainen kertomus siitä, mitä voi tapahtua, jos sääntelijöiden valppaus pettää ja riippuvuutta aiheuttavat tuotteet jätetään markkinavoimien armoille.

Sähkösavuke on tekninen laite, jonka avulla on mahdollista hengittää nikotiinipitoista höyryä. Tupakkayhtiöt ovat kehittäneet ainakin 1980-luvulta alkaen haitattomampia savukkeita. Tämä tapahtui aluksi salassa, koska virallisesti yhtiöt eivät myöntäneet savukkeiden olevan vaarallisia. 2000-luvun alussa markkinoille alkoi ilmestyä värikkäästi pakattuja eri makuisia sähköisiä nikotiinituotteita, joita markkinoitiin trendikkäästi. Yksikään tuote ei lyönyt itseään läpi tavalla, joka olisi voinut kilpailla savukkeiden kanssa. Ne eivät tuottaneet savukeimäisun kaltaista nikotiini-iskua, eivätkä tupakoitsijat saaneet niistä sellaista nikotiiniannosta, jonka vuoksi he olisivat vaihtaneet poltettavat savukkeet sähkösavukkeisiin.

Haastatteluihin, media-aineistoon ja dokumentteihin perustuvan Lauren Etterin kirjan päähenkilöitä ovat kaksi Stanfordin yliopiston opiskelijaa Adam Bowen ja James Monsees, jotka yhtäältä tupakoitsijoina

tiesivät, miten vaikeaa oli siirtää sähkösavukkeisiin ja toisaalta tunnistivat savukkeiden haittojen vähentämiseen sisältyvän valtavan kaupallisen potentiaalilin. Bowen ja Monsees opiskelijat tuotemuotoilua ja valmistelivat maisteritutkielmaa. Sen aiheeksi tuli luoda sähkösavuke, joka voisi päättää savukkeita valmistavien tupakkajättien vallan. Lähes kaikki tupakoitsijat ovat tietoisia savukkeiden terveyshaitoista, mutta nikotiinin tuottaman nautinnon (ja riippuvuuden) vuoksi he jatkavat tupakointia. Jos tarjolla olisi juuri savukkeiden kaltainen mutta haitattomammalta vaikuttava tapa käyttää nikotiinia, tuotteella olisi valtavat markkinat.

Kaksikko tutustui nikotiinikemiaan ja myös Yhdysvaltojen tupakkaaoikeudenkäyntien seurauksena julkitulleisiin asiakirjoihin, jotka sisälsivät runsaasti tietoa tupakkateollisuuden nikotiinimanipulaatiosta. Yksi suurimmista salaisuuksista oli se, miten yhtiöt muokkasivat savukkeiden savun happamuutta tehdäkseen savukkeista addiktoivampia. Käyttämällä hyväkseen tätä tietoa Bowen ja Monsees onnistuivat luomaan sähkösavukkeen, joka sai myöhemmin nimekseen Juul. Toisin kuin muissa markkinoilla olevissa tuotteissa Juulissa käytettiin nikotiinisuoloa.

Myöhemmille tapahtumille ratkaisevaa oli vuonna 2009 hyväksytyt Yhdysvaltojen tupakkalain eli Family Smoking Prevention and Tobacco Control

Lauren Etter
The Devil's Handbook
Big Tobacco, Juul, and the
Addiction of a New Generation
Crown, 2021

Actin porsaanreikä. Laki antoi ruoka- ja lääkevirasto FDA:lle vallan säännellä tupakkaa. Sähkösavukkeet jäivät kuitenkin harmaalle alueelle. Sähkösavukkeissa oli sallittua esimerkiksi käyttää lähes kaikkia mahdollisia makuaineita. Niitä sai myös markkinoida vapaasti. Tuotteilla ei ollut edes ostoikärajaa. Sähkösavukemainoksia alkoikin ilmestyä kaikkialle – jopa televisioon. Edellisen kerran tupakkamainoksia oli esitetty Yhdysvalloissa vuonna 1971.

Sähkösavukkeet ja muut savuttomat nikotiinituotteet olivat lyöneet kiilan tupakka-asiantuntijoiden riveihin. Osa aktiivisteista kannatti uusiin tuotteisiin perustuvaa haittojen vähentämistä, osa vastusti myös uusia nikotiinituotteita. FDA:n tupakkasääntelystä vastannut johtaja Mitch Zeller kuului ensin mainittuun leiriin. Zeller toisteli väittämää siitä, että ihmiset tupakoivat nikotiinin vuoksi, mutta kuolevat tervaan. Zellerin mielestä savukkeet olivat ”likainen” tapa käyttää nikotiinia, kun taas sähkösavukkeet olisivat ”puhdas” tapa. Zeller halusi FDA:n määräävän savukkeiden nikotiinitason niin alhaiseksi, jotta ne eivät enää aiheuttaisi riippuvuutta. Näin tehtäisiin myös tietä savuttomille nikotiinituotteille.

FDA alkoikin heti vuonna 2009 valmistella määräystä vaihtoehdoisten tuotteiden sääntelystä. Virasto ei kuitenkaan saanut määräystä valmiiksi ajoissa. Vuonna 2014 markkinoilla oli jo lähes 500 erilaista sähkösavukebrändiä, jotka sisälsivät lähes 8 000 erilaista makua.

Mahdoton menestys

Bowen ja Monsees uskoivat omaan keksintönsä ja lähtivät Piilaakson start-up-kulttuurin tapaan etsimään suurta rahoitusta suurelle idealle. He kertoivat sijoittajille pyrkivänsä voittamaan savukkeita valmistavat tupakkajätit omalla sähkösavukkeellaan. Maailman miljardi tupakoitsijaa vaihtaisi uuteen tuotteeseen, joka syrjäyttäisi poltettavat savukkeet kuten kosketusnäyttöpuhelimet syrjäyttivät vanhat matkapuhelimet.

Riskisijoittajien varoilla Bowen ja Monsees jatkoivat tuotekehittelyä ja markkinoinnin suunnittelua. Vuonna 2015 myöhemmin Juul Labs -nimen saanut yhtiö toi markkinoille uuden sähkösavukkeen, joka näytti USB-tikulta ja jonka saattoi ladata USB-pistokkeesta. Vetävän ulkonäön takana oli todellinen innovaatio: Bowen ja Monsees olivat onnistuneet kehittämään ja patentoimaan sähkösavukeliuksen, jossa oli suojojen ansiosta korkea nikotiinipitoisuus ja silti miellyttävä maku. Se tarjosi käyttäjälle samanlaisen miellyttävän ja vahvan nikotiini-iskun kuin savukkeiden polttaminen.

Etter selostaa Juulin eppistä voitkokulkua markkinoilla. Myyntiboomin kuvaus muistuttaa kertomuksia Nokian ensimmäisten matkapuhelinmallien myynnistä. Menestyksen huimassa Juulin johtajat eivät kysel-

leet, keiden käsiin kysytyt tuotteet joutuivat ja miksi. Yhtiö noudatti Piilaakson logiikkaa: valloita markkinat ennen kuin sääntelijät heräävät.

Etterin mukaan Juulin lanseeraus oli tupakkahistorian ”säihkyvin, trendikkäin ja seksikäin” markkinointikampanja. Bowenin ja Monseesin puheiden ja tekojen välille muodostui räikeä ristiriita. Yhtiö ei markkinoinut tuotettaan tupakointiin kyllästyneille aikuisille vaan teini-ikäisille. Influensserit markkinoivat Juulia vetoavilla kuvilla, väreillä ja mauilla. Suosittuja makuja olivat muun muassa mango, minttu, kerma, menthol ja kurkku.

Maut eivät kuitenkaan olleet Juulin menestyksen ensisijainen syy. Juul sisälsi niin paljon nikotiinia, että käyttäjät jäivät lähes välittömästi koukkuun. Jopa paljon savukkeita polttaneet pitivät Juulia liian vahvana. Etterin mukaan Juul pumppassi lapsiin ja nuoriin houkutteleviin makuihin käärittynä niin suuria nikotiinimääriä, ettei kukaan uskonut sen olevan edes mahdollista. Savukkeiden polttajat tietävät nikotiiniannoksensa poltettujen savukkeiden määrästä, mutta Juulin käyttäjät saattoivat huomaamattaan kasvattaa nikotiiniannosta lähes rajattomasti.

Koukuttettujen nuorten sukupolvi

Vuonna 2016 tartuntatautivirasto CDC raportoi kolmen miljoonan keski- ja yläkoulun oppilaan käyttävän sähkösavukkeita. Kyse oli pääasiassa ”juulaamisesta”, sillä Juul hallitsi erityisesti nuorten sähkösavuke-markkinoita. Vasta tässä vaiheessa eli seitsemän vuotta tupakkalain voimaantumisen jälkeen FDA

asetti sähkösavukkeille 18-vuoden ostoikärajan. Sillä ei kuitenkaan ollut juuri ollut vaikutusta. Nuorten käyttäjien määrä kasvoipian 5,4 miljoonaan. Pahimmillaan yhdysvaltalaisista yläkoululaisista lähes joka kolmas käytti sähkösavukkeita. Ennen Juulia eli vuonna 2011 vain 1,5 prosenttia yläkoululaisista oli käyttänyt säännöllisesti sähkösavukkeita.

Juulin suosion kasvu on ällistyttävä ottaen huomioon, että tupakkatuotteita käyttäneiden nuorten määrä oli tätä ennen laskenut vuosikymmenten ajan. Oli päivänselvää, etteivät nämä nuoret olisi koskeneet savukkeisiin. Juul oli luonut nikotiiniriippuvaisten yhdysvaltalais-teenien sukupolven.

Markkinoilla Juulin tuotteiden mahdollisia vaaroja tai sääntelyn kiristymistä ei tunnustettu. Yhtiö saavutti yli kymmenen miljardin arvostuksen neljä kertaa nopeammin kuin Facebook. Vuoden 2018 lopussa Juulin omistajat myivät 35 prosentin osuuden yhtiöstä tupakkajätti Altrialle lähes 13 miljardilla dollarilla. Tämä oli suurin riskisijoittajien yhtiöstä koskaan maksettu hinta.

Juulin perustajat olivat vakuuttaneet iskevänsä tikanin tupakkajättien rintaan, mutta nyt Juulista tuli osa tupakkateollisuutta. Etter kuvaa moraalipaniikkia yhtiön sisällä. Omantunnon rauhoittamiseksi Altria-kauppaan sisältyi avokätsiä bonuksia Juulin työntekijöille. Bonuksia maksettiin yhteensä kaksi miljardia dollaria 1 500 työntekijälle. Juulin kotikaupungissa San Franciscossa alettiin puhua ”juulionaireista”.

Hämmästyttävää on se, miten hitaasti FDA reagoi tilanteeseen. Sähkösavukkeiden suosion kas-

vu ei näkynyt vastaavana savukkeiden myynnin vähenemisenä. Sen sijaan että himotupakoitsijat olisivat vaihtaneet savukkeet sähkösavukkeisiin, niihin tarttuivat koululaiset. Etterin kuvauksen mukaan Juul synnytti paniikin FDA:n sisällä, mutta siltä puuttui työkalut tilanteen korjaamiseksi.

Juulin romahdus

Sähkösavukkeiden voittokulku alkoi katketa pian Altria-kaupan jälkeen. Kyse ei ollut vielä kään FDA:n toimista, vaan siitä, että Yhdysvalloissa uutisoiittiin sähkösavukkeiden aiheuttamista keuhko-ongelmista. Lyhyessä ajassa ilmeni yli 20 sähkötupakan käyttöön yhdistettyä kuolemantapausta ja yli 1 000 sairastumista. Tapaukset liittyivät ilmeisesti kannabisnesteiden polttamiseen. Vuonna 2020 sähkösavukkeita käyttävien nuorten määrä oli negatiivisen huomion seurauksena laskenut 3,6 miljoonaan. He käyttivät kuitenkin aikaisempaa enemmän sähkösavukkeita, mikä kertoo vakavasta riippuvuudesta.

Lopulta Juul joutui FDA:n hampaisiin. Tätä ennen lastensa sähkösavukkeiden käytöstä huolestuneet vanhemmat ja tupakka-aktivistit olivat kuitenkin jo käynnistäneet kampanjan yhtiötä vastaan. Yhtiö yritti puhdistaa mainettaan luopumalla vapaaehtoisesti suosituimmista sähkösavukkeiden mauista ja rajoittamalla markkinointiaan. Yhtiötä vastaan nostettiin tuhansia oikeusjuttuja terveyshaitoista ja teinien addiktoimisesta. Juulin arvo romahti. Kolme neljäsosaa työntekijöistä irtisanottiin. Toiminta lopetettiin 14 maassa.

Etterin kirjan julkaisemisen jälkeen Juulin syöksykierre

on vain syventynyt. Kesäkuussa 2022 FDA kielsi Juulin tuotteiden myynnin. Oikeus päätti kuitenkin toimenpidekiellosta siksi aikaa, että yhtiön valitus ehditään käsitellä. Heinäkuussa 2022 Altria lähes 13 miljardin dollarin Juul-sijoituksen arvo oli kutistunut 450 miljoonaan dollariin eli 3,5 prosenttiin alkuperäisestä. Joulukuussa Juul sopi noin 10 000 oikeusjuttua 1,2 miljardilla dollarilla. Yhtiötä vastaan on edelleen lukuisia oikeusjuttuja, joissa muun muassa osavaltiot, piirikunnat, kaupungit ja koulupiirit syyttävät yhtiötä siitä, että se tiesi tai sen olisi pitänyt tietää yhtiön erittäin nikotiinipitoisten tuotteiden koukuttavan teini-ikäisiä.

Etter kritisoi johtopäätöksensä Bowenia ja James Monseea siitä, että he valitsivat hirviömäisen kasvun pitkäjänteisen kehittämiseen sijaan. Varovaisempi strategia olisi voinut tuoda heille sekä sääntelijöiden että kansalaisten tuen.

Tarinan opetukset

Juulin tarinaa voi lähestyä myös FDA:n näkökulmasta. Kyseessä oli haittojen vähentämisen politiikan täydellinen epäonnistuminen: strategian hyödyt jäivät saamatta, mutta haitat tulivat moninkertaisina. Onneksi Suomi torjui haittojen vähentämisen. Suomen tupakkalain muutos elokuussa 2016 rinnasti sähkösavukkeiden myynnin ja markkinoinnin tupakkaan. Laki kieltää sähkösavukkeiden tilaamisen ulkomailta. Myös maku- ja hajuaineet ovat kiellettyjä. Tärkeä kohta sääntelyä on se, että nikotiininsteitä saa myydä maksimissaan 10 ml pulloissa, joiden suurin sallittu nikotiinipitoisuus on 20 mg/ml. Esi-

merkiksi Juul-tuotteissa nikotiinipitoisuus on lähes kolminkertainen.

Tiukan sääntelyn vuoksi sähkösavukkeiden käyttö on pysynyt Suomessa vähäisenä. Toisin kävi Islannissa, joka koki oman Juul-epidemiansa. Siellä 17 prosenttia kymmenesluokkalaisista oli kokeillut sähkösavukkeita vuonna 2015. Säännöllisiä käyttäjiä ei ollut lainkaan. Sitten Juul tuli maahan. Vuonna 2018 noin kolme neljästä teini-ikäisestä oli vähintäänkin kokeillut sähkösavukkeita ja joka kymmenes käytti niitä päivittäin.

Yhdysvaltojen sähkösavukepidemia ei ole suomalaisille yhtä tuttu kuin niin kutsuttu opioidi-kriisi. Opioidesä sisältävät kipulääkkeet aiheuttivat vuonna 2019 lähes 50 000 kuolemantapausta Yhdysvalloissa. Kymmenen vuotta aikaisemmin sama luku oli noin 8 000. Molempien taustalla on vastuuton myynninedistäminen. Opioidilääkkeiden käyttö yleisty harhaanjohtavan, vääristelevän ja vaarallisen markkinoinnin seurauksena. Molemmat tapaukset kertovat siitä, miten nopeita ja laajoja terveyshaittoja herkkäuskoisuus kaupallisia intressejä ajavien lupauksiin ja sitä seuraavat valvonnan ja sääntelyn puutteet voivat aiheuttaa.

Etterin kirja onkin kylmä suihku niille tupakka-asiantuntijoille, jotka alun perin hyväksyivät ja edelleen hyväksyvät ajatuksen siitä, että sähkösavukkeet voisivat tuoda helpotusta kaikkein vaikeimmasta nikotiiniriippuvuudesta kärsiville. Samankaltainen haittojen vähentäminen kuin huume politiikassa ei toimi tupakkapolitiikassa.