

Responsible Marketing Principles



RESPONSIBLE MARKETING PRINCIPLES

Nel lavorare per costruire **A Better Tomorrow™**, questi Responsible Marketing Principles guidano le nostre decisioni aziendali nel modo in cui commercializziamo i nostri prodotti e brand a base di tabacco, nicotina e zero nicotina. Rispetteremo gli stessi standard elevati in ogni mercato in cui operiamo, anche quando siano più rigorosi rispetto alle leggi locali applicabili.

Crediamo che il consumo di tabacco e nicotina sia una scelta che solo gli adulti possono effettuare. Nessun minorenne dovrebbe mai fumare o fare uso di prodotti contenenti tabacco o nicotina.

Noi comprendiamo che i prodotti che vendiamo hanno diversi profili di rischio ma che nessuno dei nostri prodotti è esente da rischi. Siamo inoltre consapevoli che i Prodotti a rischio potenzialmente ridotto** possono massimizzare il loro potenziale di contribuire a una riduzione dei danni causati dal tabacco solo nel caso in cui i consumatori adulti abbiano a disposizione le informazioni necessarie per prendere decisioni informate. Pertanto, è fondamentale che forniamo ai consumatori informazioni chiare e significative riguardo i nostri prodotti.

Tutte le società BAT, i dipendenti e chiunque lavori per nostro conto, a qualsiasi titolo, devono adottare i presenti principi di marketing e cercare di applicarli in buona fede in ogni momento.

I nostri Responsible Marketing Principles:

1. I nostri prodotti sono intesi per consumatori adulti
2. Il nostro marketing è destinato a consumatori adulti
3. Ci impegniamo a impedire l'accesso ai minorenni
4. Il nostro marketing è onesto e accurato
5. Informiamo i consumatori del fatto che i nostri prodotti non sono privi di rischi
6. Rispettiamo e ci atteniamo a tutte le leggi applicabili
7. Richiediamo ai nostri partner di commercializzare i nostri prodotti in modo responsabile

DEFINIZIONI

Adulto – Una persona di età pari o superiore a 18 anni o, se superiore, avente l'età minima nel mercato pertinente per la vendita, l'acquisto, il possesso o il consumo legittimi del tipo di prodotti venduti o pubblicizzati.

Consumatore – In relazione ai prodotti, fa riferimento a un adulto che fa uso di tabacco o nicotina.

Marketing – Qualsiasi comunicazione, attività o branding (inclusi prodotti e packaging) allo scopo di pubblicizzare o promuovere uno dei nostri prodotti a consumatori adulti.

Prodotti – Qualsiasi prodotto a base di tabacco, nicotina o zero nicotina, indipendentemente dal metodo di consumo, inclusi i dispositivi necessari per il consumo di tali prodotti e relativi accessori. Questa definizione non include prodotti che sono:

- 1) Medicinali o prodotti per smettere di fumare;
- 2) Prodotti privi di inalazione che non contengono nicotina o tabacco e che non utilizzano un brand che sia o sia stato utilizzato per prodotti a base di tabacco o nicotina; e
- 3) Venduti dal business Wellbeing & Stimulation di BAT o società partecipata BTV.

Prodotto a rischio ridotto[†] (Reduced Risk Product, RRP) – Prodotti che presentano un rischio potenzialmente ridotto di danni rispetto al fumo di sigarette tradizionali, inclusi prodotti riscaldanti a base di tabacco ed erbe, snus, tabacco da fiuto umido, tabacco da masticare, sacchetti di tabacco o con nicotina o senza nicotina e prodotti a vapore con nicotina o senza nicotina.

*In base al peso delle prove e ipotizzando una transizione completa dal fumo di sigarette. Questi prodotti non sono privi di rischi e creano dipendenza.

[†] I nostri prodotti a vapore Vuse (tra cui Alto, Solo, Ciro e Vibe) e determinati prodotti, inclusi Velo, Grizzly, Kodiak e Camel Snus, venduti negli Stati Uniti, sono soggetti ai regolamenti della FDA e non verranno effettuate affermazioni di riduzione dei rischi riguardo tali prodotti senza autorizzazione dell'agenzia.

Minorenne – Una persona di età inferiore a 18 anni o, se superiore, più giovane dell'età minima nel mercato pertinente per la vendita, l'acquisto, il possesso o il consumo legittimi del tipo di prodotti venduti o pubblicizzati.