

# **PRINCIPI DI MARKETING INTERNAZIONALE**



**BRITISH AMERICAN  
TOBACCO**

**PRINCIPI DI MARKETING INTERNAZIONALE**

I tempi cambiano. I principi restano. Essi guidano le nostre decisioni e il modo in cui veniamo giudicati dagli altri. Con la missione di creare un “domani migliore”, i nostri principi di marketing internazionale (*International Marketing Principles, IMP*) ci garantiscono di commercializzare i prodotti in modo responsabile e sostenibile, per far crescere con successo i nostri marchi globali.

I giovani non devono mai fumare o usare prodotti a base di tabacco o nicotina.

Siamo impegnati ad applicare i nostri Principi di marketing internazionale a tutti i prodotti e a mantenere gli stessi standard elevati in ogni mercato in cui operiamo, anche quando sono più rigorosi delle leggi locali in vigore.

In base alla comprensione dei prodotti che trattiamo, abbiamo diversi profili di rischio e di conseguenza varia il modo in cui manteniamo il nostro impegno verso un marketing responsabile.

Commercializziamo le nostre sigarette in modo responsabile, per soddisfare le preferenze dei fumatori adulti di oggi.

Grazie ai prodotti a rischio potenzialmente ridotto è possibile massimizzare la riduzione del danno da tabacco, ma solo se i consumatori adulti dispongono delle informazioni necessarie per fare scelte consapevoli. Pertanto, è imperativo fornire ai consumatori informazioni chiare e pertinenti sui nostri prodotti.

## CI FACCIAMO GUIDARE DA 10 ELEMENTI CHIAVE

- 1. Un domani migliore** Il nostro scopo e il nostro impegno verso i diversi stakeholder
- 2. Scelta del consumatore** La chiara convinzione di offrire ai consumatori un portfolio di scelte
- 3. Riservato agli adulti** La nostra attività è mirata e destinata solo agli adulti
- 4. Responsabilità costante** L’impegno costante di assumersi la responsabilità di tutto ciò che facciamo
- 5. Scienza garantita** Il fondamento della nostra attività e del nostro portfolio di prodotti sono studi scientifici globalmente riconosciuti
- 6. Trasparenza assoluta** Una modalità assolutamente trasparente di condurre la nostra attività
- 7. Futuro sostenibile** L’ambizione di creare un business sostenibile per le generazioni future
- 8. Collaborazioni efficaci** Non possiamo risolvere da soli le sfide del nostro business, abbiamo bisogno di partner
- 9. “Diversity”** Un’azienda realmente globale impegnata verso la *diversity* in tutti i sensi
- 10. Nuove generazioni di adulti** Responsabilità verso i consumatori, risposte alle crescenti esigenze insoddisfatte dei consumatori

## I NOSTRI PRINCIPI

Le società del Gruppo e chiunque lavori per nostro conto in qualsiasi veste devono adottare questi Principi di marketing e cercare di applicarli sempre in buona fede.

Per tutti i prodotti, il nostro marketing deve essere:

---

### 1-Responsabile

---

### 2-Accurato e non fuorviante

---

### 3-Diretto ai consumatori adulti

---

### 4-Trasparente

---

### 5-Conforme alla disciplina vigente

---



**BRITISH AMERICAN  
TOBACCO**

Principi di marketing internazionale