

# Принципи відповідального маркетингу



## ПРИНЦИПИ ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

Працюючи над створенням **Кращого Майбутнього (A Better Tomorrow™)**, ми керуємося цими Принципами відповідального маркетингу під час прийняття рішень щодо просування на ринку наших тютюнових, нікотинових та безнікотинових виробів і брендів. Ми будемо дотримуватися єдиних високих стандартів на всіх ринках, на яких працюємо, навіть якщо вони перевищують вимоги місцевого законодавства.

Ми вважаємо, що споживання тютюну та нікотину – це вибір лише повнолітніх. Ніхто з неповнолітніх не повинен курити чи вживати продукти, що містять тютюн або нікотин.

Ми розуміємо, що продукти, які ми продаємо, мають різні профілі ризику, але жоден із наших продуктів не є безризиковим. Ми також знаємо, що Продукти з потенційно зниженим ризиком\*\* можуть максимально збільшити свій внесок у зменшення шкоди від тютюну лише за умови, що повнолітні споживачі отримують інформацію, достатню для того, щоб зробити усвідомлений вибір. Тому дуже важливо, щоб ми надавали споживачам чітку та змістовну інформацію про нашу продукцію.

Всі компанії BAT, працівники та всі, хто працює від нашого імені в будь-якій ролі, повинні запровадити ці Принципи маркетингу та намагатися завжди сумлінно їх застосовувати.

### Наші Принципи відповідального маркетингу:

1. Наша Продукція призначена для Повнолітніх споживачів
2. Наш Маркетинг орієнтований на Повнолітніх споживачів
3. Ми прагнемо до Запобігання доступу неповнолітніх
4. Наш Маркетинг чесний і точний
5. Ми інформуємо Споживачів про те, що наші Продукти не позбавлені ризиків
6. Ми поважаємо та дотримуємося всіх чинних законів
7. Ми вимагаємо від наших партнерів відповідального підходу до просування нашої Продукції на ринку

## **ДОДАТОК 1: ВИЗНАЧЕННЯ**

**Повнолітня особа** – Особа, якій виповнилося щонайменше 18 років або, якщо встановлено вищий вік, мінімальний вік на відповідному ринку для законного продажу, купівлі, володіння або споживання типу Продукції, яка продається або щодо якої здійснюється інформування..

**Споживач** – Стосовно Продукції означає Повнолітню особу, яка вживає тютюн або нікотин.

**Маркетинг** – Будь-яка комунікація, діяльність або брендинг (включно з Продуктами та Упаковкою) з метою рекламування або інформування одного з наших Продуктів серед Повнолітніх споживачів.

**Продукція/Продукти** – Будь-який тютюновий, ніотиновий або безніотиновий продукт, незалежно від способу його споживання, включно з пристроями, необхідними для споживання таких продуктів, та пов'язаними з ними аксесуарами. Це визначення не поширюється на такі продукти:

- 1) Лікарські засоби або засоби для припинення куріння;
- 2) Продукти, які не призначені для вдихання, які не містять нікотину або тютюну та не мають маркування бренду, який використовується або використовувався для тютюнових або ніотинових виробів; а також
- 3) Продукція, що продається підрозділом Wellness & Stimulation компанії BAT або компанії з пайовою участю BTV.

**Продукція зі зниженим ризиком\*† (RRP)** – Продукти, які становлять потенційно знижений ризик шкоди порівняно з курінням звичайних сигарет, зокрема тютюнові та трав'яні вироби для нагрівання, снюс, вологий нюхальний тютюн, жувальний тютюн, тютюнові або ніотинові чи безніотинові подушечки, а також вироби для паріння з ніотином або без нікотину.

\*На основі вагомих доказів і за умови повної відмови від куріння сигарет. Ці продукти не є безпечними і викликають залежність.

† Наш продукт для Паріння Vuse (зокрема Alto, Solo, Ciro та Vibe), а також деякі продукти, зокрема Velo, Grizzly, Kodiak та Camel Snus, які продаються в США, підлягають регулюванню з боку Управління з контролю за продуктами та ліками США (FDA), і без дозволу цього відомства жодні заяви про знижений ризик стосовно цих продуктів не допускаються.

**Неповнолітня особа** – Особа, якій не виповнилося 18 років, а якщо виповнилося, то вона не досягла мінімального віку, встановленого на відповідному ринку для законного продажу, купівлі, володіння або споживання типу Продукції, яка продається або щодо якої здійснюється інформування.

# Кодекс відповідального маркетингу



## КОДЕКС ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

Наш Кодекс відповідального маркетингу – це набір стандартів, за дотримання яких ми несемо відповідальність та які, в поєднанні з нашими Принципами відповідального маркетингу, визначають наш процес прийняття рішень. Кодекс відповідального маркетингу застосовується до наших тютюнових, нікотинових та безнікотинових продуктів і брендів та охоплює всі елементи Маркетингу – від дизайну продукції до її продажу.

### 1. Продукти та Упаковка

- 1.1 Наша Продукція та її Упаковка призначені для Повнолітніх споживачів.
- 1.2 Наша Продукція та її Упаковка не вводять в оману і не натякають на те, що наша Продукція не містить ризиків.
- 1.3 Наша Упаковка завжди містить відповідні попередження, які добре помітні та читабельні.
- 1.4 Ми прагнемо зменшити вплив нашої Продукції та Упаковки на довкілля впродовж усього їхнього життєвого циклу.

### 2. Маркетинг

- 2.1 Наш Маркетинг орієнтований на Повнолітніх споживачів.
- 2.2 До нашого Маркетингу можуть бути залучені лише Повнолітні особи.
- 2.3 Наш Маркетинг передбачає повагу до різноманітності нашої аудиторії (зокрема раси, релігії, кольору шкіри, етнічної приналежності, національного походження, здібностей, сексуальної орієнтації та статі).
- 2.4 Наш Маркетинг повинен чітко демонструвати, що він походить від BAT або наших брендів.
- 2.5 Наш Маркетинг не стверджує, що наша Продукція позбавлена ризиків.
- 2.6 Наш Маркетинг не стверджує, що наша Продукція підвищує соціальний чи професійний успіх або сексуальну привабливість.
- 2.7 В нашому Маркетингу ми будемо використовувати відповідні, добре видимі та читабельні попередження.
- 2.8 Ми не будемо розміщувати будь-яку рекламу в друкованих виданнях, якщо ми не можемо обґрунтовано встановити, що її аудиторією є переважно Повнолітні особи.
- 2.9 Ми не розміщуватимемо зовнішню рекламу в безпосередній близькості до місць, де переважно перебувають Неповнолітні особи (наприклад, школи).

### **3. Цифровий маркетинг і Соціальні мережі**

- 3.1 Всі заходи Цифрового маркетингу призначені для Повнолітніх споживачів.
- 3.2 Наш Цифровий маркетинг буде присутній лише там, де ми можемо обґрунтовано визначити, що аудиторією каналу є переважно Повнолітні особи.
- 3.3 Ми не будемо використовувати соціальні мережі в нашому Маркетингу для брендів традиційних тютюнових виробів або їхньої продукції.
- 3.4 Якщо ми співпрацюємо зі сторонніми особами для просування в соціальних мережах нашої Продукції зі зниженим ризиком\*† або брендів, ми гарантуємо, що ці особи є Повнолітніми, а їхньою аудиторією є переважно Повнолітні особи.
- 3.5 Наші веб-сайти й додатки для наших Продуктів і брендів мають вікові обмеження.

### **4. Продажі**

- 4.1 Наші Продукти та пов'язані з ними брендovanі товари повинні продаватися тільки Повнолітнім особам.
- 4.2 BAT запровадила програми запобігання доступу Неповнолітніх осіб до нашої Продукції, щоб запобігти доступу Неповнолітніх осіб до нашої Продукції або її продажу Неповнолітнім особам через BAT або її Торговельних партнерів.
- 4.3 Ми підтримуємо закони та нормативні акти, що забороняють продаж нашої Продукції особам, які не досягли визначеного законом мінімального віку.
- 4.4 У країнах, в яких відсутні вікові обмеження, ми будемо закликати уряди до прийняття законів про мінімальний вік – 18 років.

### **5. Залучення споживачів (Маркетинг 1:1)**

- 5.1 BAT або її партнери повинні здійснювати діяльність із залучення споживачів лише серед Повнолітніх осіб, вік яких перевірено.
- 5.2 Ми не будемо взаємодіяти з некурцями щодо нашої продукції.
- 5.3 Працівники або сторонні фахівці, які взаємодіють з Повнолітніми особами для потреб Маркетингу, повинні чітко заявляти про те, що вони працюють від імені BAT.

## **6. Навчання**

- 6.1 Працівники BAT та партнери з агенцій глобального департаменту маркетингу, які беруть участь у розробці, Маркетингу та продажах нашої Продукції, зобов'язані щорічно проходити навчання щодо наших Принципів відповідального маркетингу, Кодексу відповідального маркетингу та застосовних політик, які для працівників BAT стануть частиною наших Стандартів ділової поведінки.
- 6.2 Сторонні особи, які здійснюють Маркетингову діяльність BAT, будуть проінформовані про наші практики Відповідального Маркетингу та зобов'язані їх дотримуватися.

## **7. Управління та відповідальність**

- 7.1 Принципи відповідального маркетингу затверджені Правлінням PLC, а Аудиторський комітет здійснює нагляд за їх дотриманням у всій Групі.
- 7.2 У наших Принципах відповідального маркетингу та Кодексі відповідального маркетингу визначено мінімальні стандарти, які застосовуються до всієї нашої Маркетингової діяльності.
- 7.3 Крім того, стратегічне керівництво та нагляд здійснює Глобальний комітет з відповідального маркетингу. Питання, які потребують вирішення або роз'яснення, передаються на розгляд Комітету з відповідального маркетингу.
- 7.4 У наших Річних звітах і фінансових звітах ми публікуємо інформацію про всі випадки недотримання нормативних вимог щодо маркетингу, які призвели до штрафу, пені або попередження з боку регуляторних органів.
- 7.5 Як підрозділ, відповідальний за Маркетингову діяльність Групи, відділ маркетингу несе відповідальність за забезпечення відповідності всієї Маркетингової діяльності Принципам відповідального маркетингу, Кодексу відповідального маркетингу та іншим застосовним стандартам.

## **ДОДАТОК 1: ВИЗНАЧЕННЯ**

**Повнолітня особа** – Особа, якій виповнилося щонайменше 18 років або, якщо встановлено вищий вік, мінімальний вік на відповідному ринку для законного продажу, купівлі, володіння або споживання типу Продукції, яка продається або щодо якої здійснюється інформування.

**Споживач** – Стосовно Продукції означає Повнолітню особу, яка вживає тютюн або нікотин.

**Залучення споживачів** – Маркетингова діяльність, в якій працівник BAT або Стороння особа, яка працює від нашого імені, взаємодіє з Повнолітнім споживачем, вік якого перевірено, щодо нашої Продукції або брендів.

**Цифровий маркетинг** – Маркетинг, який здійснюється в інтернеті.

**Маркетинг** – Будь-яка комунікація, діяльність або брендинг (включно з Продуктами та Упаковкою) з метою рекламування або інформування одного з наших Продуктів серед Повнолітніх споживачів.

**Упаковка** – Пакувальні матеріали, в які упаковано продукцію, щоб зробити її доступною для продажу споживачам.

**Продукція/Продукти** – Будь-який тютюновий, нікотиновий або безнікотиновмісний продукт, незалежно від способу його споживання, включно з пристроями, необхідними для споживання таких продуктів, та пов'язаними з ними аксесуарами. Це визначення не поширюється на такі продукти:

- 1) Лікарські засоби або засоби для припинення куріння;
- 2) Продукти, які не призначені для вдихання, які не містять нікотину або тютюну та не мають маркування бренду, який використовується або використовувався для тютюнових або нікотинових виробів; а також
- 3) Продукція, що продається підрозділом Wellness & Stimulation компанії BAT або компанії з пайовою участю BTV.

**Продукція зі зниженим ризиком\*† (RRP)** – Продукти, які становлять потенційно знижений ризик шкоди порівняно з курінням звичайних сигарет, зокрема тютюнові та трав'яні вироби для нагрівання, снюс, вологий нюхальний тютюн, жувальний тютюн, тютюнові або нікотинові чи безнікотинові подушечки, а також вироби для паріння з нікотином або без нікотину.

\*На основі вагомих доказів і за умови повної відмови від куріння сигарет. Ці продукти не є безпечними і викликають залежність.

† Наш продукт для Паріння Vuse (зокрема Alto, Solo, Ciro та Vibe), а також деякі продукти, зокрема Velo, Grizzly, Kodiak та Camel Snus, які продаються в США, підлягають регулюванню з боку Управління з контролю за продуктами та ліками США (FDA), і без дозволу цього відомства жодні заяви про знижений ризик стосовно цих продуктів не допускаються.

**Торговельні партнери** – Будь-який сторонній суб'єкт господарювання, який продає нашу Продукцію та з яким ми маємо клієнтські відносини або укладену угоду про надання чи отримання маркетингових послуг або послуг з продажу.

**Неповнолітня особа** – Особа, якій не виповнилося 18 років, а якщо виповнилося, то вона не досягла мінімального віку, встановленого на відповідному ринку для законного продажу, купівлі, володіння або споживання типу Продукції, яка продається або щодо якої здійснюється інформування.