

Código de Marketing Responsable



CÓDIGO DE MARKETING RESPONSABLE

Nuestro Código de Marketing Responsable es el conjunto de normas de las que nos hacemos responsables y, en coordinación con nuestros Principios de Marketing Responsable, lo que guía nuestro proceso de toma de decisiones. El Código de Marketing Responsable se aplica a nuestras marcas y productos de tabaco, nicotina y sin nicotina y abarca todos los elementos del marketing, desde el diseño del producto hasta su venta.

1. Productos y envases

- 1.1 Nuestros Productos y sus Envases están destinados a Consumidores Adultos.
- 1.2 Nuestros Productos y sus Envases no serán engañosos ni darán a entender que nuestros Productos están exentos de riesgos.
- 1.3 Nuestros Envases contendrán siempre advertencias apropiadas que sean claramente visibles y legibles.
- 1.4 Nos comprometemos a reducir el impacto medioambiental de nuestros Productos y Envases a lo largo de su ciclo de vida.

2. Marketing

- 2.1 Nuestro Marketing está dirigido a Consumidores Adultos.
- 2.2 Nuestro Marketing sólo incluirá Adultos.
- 2.3 Nuestro Marketing debe ser respetuoso con la diversidad de nuestra audiencia (incluyendo: raza, religión, color, etnia, origen nacional, capacidad, orientación sexual y género).
- 2.4 Nuestro Marketing dejará claro que procede de BAT o de nuestras marcas.
- 2.5 Nuestro Marketing no sugerirá que nuestros Productos carecen de riesgos.
- 2.6 Nuestro Marketing no sugerirá que nuestros Productos mejoran el éxito social o profesional o el atractivo sexual.
- 2.7 Utilizaremos advertencias apropiadas, claramente visibles y legibles en nuestro Marketing.
- 2.8 No colocaremos ningún anuncio en publicaciones impresas a menos que podamos establecer razonablemente que su público es predominantemente Adulto.
- 2.9 No colocaremos publicidad exterior en las proximidades de zonas ocupadas principalmente por menores de edad (por ejemplo, escuelas).

3. Marketing Digital y redes sociales

- 3.1 Todas las actividades de Marketing Digital están dirigidas a Consumidores Adultos.
- 3.2 Nuestro Marketing Digital sólo estará presente donde podamos establecer razonablemente que la audiencia del canal es predominantemente adulta.
- 3.3 No utilizaremos redes sociales en nuestro Marketing para marcas o productos de tabaco combustible.
- 3.4 Cuando trabajemos con terceros para promocionar nuestros Productos de Riesgo Reducido*† o marcas en las redes sociales, nos aseguraremos de que sean Adultos y de que su audiencia sea predominantemente Adulta.
- 3.5 Nuestros sitios web y aplicaciones para nuestros Productos y marcas están restringidos por edad.

4. Ventas

- 4.1 Nuestros Productos y artículos de marca relacionados sólo deben ser vendidos a Adultos.
- 4.2 BAT ha puesto en marcha programas de prevención de acceso de menores de edad para evitar que nuestros Productos sean accesibles o vendidos a menores de edad a través de BAT o sus socios comerciales.
- 4.3 Apoyamos las leyes y reglamentos que prohíben la venta de nuestros Productos a cualquier persona menor de la edad mínima legal.
- 4.4 Abogaremos ante los gobiernos por leyes que establezcan una edad mínima de 18 años cuando no existan restricciones de edad.

5. Participación del consumidor (Marketing 1:1)

- 5.1 BAT o sus socios sólo llevarán a cabo actividades de captación de consumidores con Adultos de Edad Verificada.
- 5.2 No captaremos a no fumadores para hablarles de nuestros Productos combustibles.
- 5.3 Los empleados o el personal de terceros contratados que se relacionen con Adultos con fines de Marketing deben ser transparentes en cuanto a que están trabajando en nombre de BAT.

6. Entrenamientos

- 6.1 Los empleados de BAT y las agencias de marketing globales asociadas que participen en el desarrollo, el Marketing y las ventas de nuestros productos deberán completar una capacitación anual sobre nuestros Principios de Marketing Responsable, el Código de Marketing Responsable y las políticas aplicables, que para los empleados de BAT formarán parte de nuestras Normas de Conducta Empresarial.

6.2 Los terceros que lleven a cabo actividades de Marketing de BAT serán informados de nuestras prácticas de Marketing Responsable y deberán cumplirlas.

7. Gobernanza y propiedad

7.1 Los Principios de Marketing Responsable han sido aprobados por el Consejo de Administración de PLC y el Comité de Auditoría supervisa su cumplimiento en todo el Grupo.

7.2 Nuestros Principios de Marketing Responsable y nuestro Código de Marketing Responsable establecen el estándar mínimo que se aplica a todas nuestras actividades de Marketing.

7.3 Además, el Comité Global de Marketing Responsable proporciona orientación estratégica y supervisión. Las cuestiones que requieren escalación o aclaración se remiten al Comité de Marketing Responsable.

7.4 Publicamos como parte de nuestros Informes y Cuentas Anuales cualquier incidente de incumplimiento de las normas de marketing que dé lugar a una multa, sanción o advertencia reglamentaria.

7.5 Como función responsable en última instancia de las actividades de Marketing del Grupo, la función de Marketing es propietaria y responsable de garantizar que todas las actividades de Marketing cumplan los Principios de Marketing Responsable, el Código de Marketing Responsable y otras normas aplicables.

DEFINICIONES

Adulto – Persona que tiene al menos 18 años o, si es superior, la edad mínima en el mercado pertinente para la venta, compra, posesión o consumo legal del tipo de Productos que se venden o anuncian.

Consumidor – En relación con los Productos, significa un consumidor adulto de tabaco o nicotina.

Participación del Consumidor – Actividades de marketing en las que un Empleado de BAT o un Tercero que trabaja en nuestro nombre se relaciona con un Consumidor Adulto de edad verificada acerca de nuestros Productos o marcas.

Marketing Digital – Marketing que tiene lugar online.

Marketing – Cualquier comunicación, actividad o marca (incluyendo Productos y Envases) con el fin de publicitar o promocionar uno de nuestros Productos a Consumidores Adultos.

Envases – Los materiales de los envases que rodean a los productos cuando se ponen a la venta a los consumidores.

Productos – Cualquier producto de tabaco, nicotina o sin nicotina, independientemente del método de consumo, incluidos los dispositivos necesarios para el consumo de dichos productos y los accesorios relacionados. Esta definición no incluye los productos que son:

- 1) Productos medicinales o para dejar de fumar;
- 2) Productos no inhalables que no contengan nicotina o tabaco y que no utilicen una marca que sea o haya sido utilizada para productos de tabaco o nicotina; y
- 3) Vendidos por el negocio de Bienestar y Estimulación de BAT o de una empresa participada por BTV.

Producto de riesgo reducido*† (RRP) – Productos que presentan un riesgo potencialmente reducido de daños en comparación con fumar cigarrillos convencionales, incluidos los productos de tabaco y hierbas para calentar, el snus, el rapé húmedo, el tabaco de mascar, las bolsitas de tabaco o nicotina o sin nicotina y los productos de vapor de nicotina o sin nicotina.

*Basado en el peso de las pruebas y suponiendo un abandono completo del consumo de cigarrillos. Estos productos no están exentos de riesgos y crean adicción.

† Nuestro producto de vapor Vuse (incluidos Alto, Solo, Ciro y Vibe), y determinados productos, como Velo, Grizzly, Kodiak y Camel Snus, que se venden en EE.UU., están sujetos a la regulación de la FDA y no se harán afirmaciones de riesgo reducido en relación con estos productos sin la autorización de la agencia.

Socios comerciales - Cualquier entidad comercial tercera que venda nuestros Productos y con la que tengamos una relación de cliente o un acuerdo para prestar o recibir servicios de marketing o ventas.

Menor de edad – Persona menor de 18 años o, si es superior, menor de la edad mínima en el mercado pertinente para la venta, compra, posesión o consumo legales del tipo de Productos que se venden o anuncian.