

WYROBY TYTONIOWE DO PALENIA
I AKCESORIA

MIĘDZYNARODOWE STANDARDY MARKETINGOWE



IMPERIAL
BRANDS

> MIĘDZYNARODOWE STANDARDY MARKETINGOWE DOTYCZĄCE WYROBÓW TYTONIOWYCH DO PALENIA I AKCESORIÓW

- 3 Przedmowa
- 4 Nasze zobowiązanie
- 5 Definicje
- 7 Tylko dla osób pełnoletnich
- 10 Poszanowanie wyboru konsumentów
- 11 Odpowiedzialny marketing konsumencki



➤ **IMPERIAL BRANDS PLC** **MIĘDZYNARODOWE STANDARDY** **MARKETINGOWE**

WYROBY TYTONIOWE DO PALENIA I AKCESORIA

W **IMPERIAL BRANDS PLC** wierzymy, że nasze produkty są przeznaczone dla osób dorosłych.

W odpowiedzialny sposób komunikujemy się z naszymi konsumentami w zakresie oferowanych przez nas produktów.

Zobowiązujemy się:

- Dostarczać dorosłym konsumentom szeroką gamę **wyrobów tytoniowych do palenia i akcesoriów** odpowiadających ich preferencjom.
- Dostarczać dorosłym konsumentom informacji niezbędnych do dokonywania świadomych wyborów.

Zależy nam na odpowiedzialnym marketingu i reklamie naszych produktów:

- w sposób zgodny z przepisami prawa, kodeksami postępowania i dobrowolnymi umowami z krajami, w których prowadzimy działalność.
- żeby sprostać preferencjom dorosłych konsumentów.

W pełni wspieramy działania polegające na przeciwdziałaniu dostępowi osób niepełnoletnich do naszych produktów oraz ustanawianiu ograniczeń wiekowych dotyczących ich legalnej sprzedaży i zakupu.

Niniejsze **Międzynarodowe Standardy Marketingowe (ang. International Marketing Standards, IMS) dotyczące wyrobów tytoniowych do palenia i akcesoriów** stosujemy w zakresie reklamy konsumenckiej oraz materiałów i działań promocyjnych. Niniejsze IMS zastępują Międzynarodowe Standardy Marketingowe

Grupy Imperial Tobacco. Zgodnie ze zobowiązaniem w zakresie odpowiedzialnej reklamy i marketingu określonym w naszym Kodeksie Postępowania Grupy, niniejsze standardy:

- Mają zastosowanie w odniesieniu do reklamy konsumenckiej oraz materiałów i działań promocyjnych dotyczących naszych produktów w spółkach Grupy.

- Stanowią podstawę naszego zobowiązania do prowadzenia działań marketingowych i reklamowych naszych produktów wśród pełnoletnich konsumentów w sposób odpowiedzialny w ramach spółek Grupy.

Nadal będziemy:

- Przestrzegać lokalnych przepisów prawa, kodeksów postępowania i dobrowolnych umów, które regulują kwestie reklamowania i promowania wyrobów tytoniowych („wymogi prawne”). Na rynkach, gdzie wymogi prawne są mniej rygorystyczne niż niniejsze IMS, będziemy stosować zasady określone w niniejszych standardach.

- Przedstawiać i opisywać nasze produkty w rzetelny i uczciwy sposób, aby nie wprowadzać dorosłych konsumentów w błąd.
- Dbać o to, aby wszystkie nasze twierdzenia były prawdziwe i uzasadnione.

Wszystkie spółki Grupy, pracownicy i wszyscy pracujący w naszym imieniu (w tym wszystkie agencje reklamowe, promocyjne, badawcze oraz wszelkie inne organizacje zajmujące się marketingiem konsumenckim naszych produktów) są zobowiązani przyjąć w dobrej wierze niniejsze IMS.

Niniejsze IMS zostały zatwierdzone i zaaprobowane przez Komitet Wykonawczy Imperial Brands PLC 24 listopada 2020 r.

> NASZE ZOBOWIĄZANIE

TYLKO DLA OSÓB DOROSŁYCH

Zobowiązujemy się do:

- Prowadzenia marketingu naszych produktów wyłącznie w ramach działań konsumenckich oraz materiałów i działań promocyjnych skierowanych do dorosłych konsumentów.

POSZANOWANIE WYBORU KONSUMENTÓW

Zobowiązujemy się:

- Nie zachęcać kogokolwiek, aby stał się konsumentem wyrobów tytoniowych do palenia.
- Nie zachęcać obecnych konsumentów do zaprzestania konsumpcji tych wyrobów, jeśli taki jest ich wybór.

Zobowiązujemy się:

- Dostarczać pełnoletnim konsumentom szeroką gamę wyrobów odpowiadających ich preferencjom.
- Dostarczać pełnoletnim konsumentom informacji niezbędnych do dokonywania świadomych wyborów.

ODPOWIEDZIALNY MARKETING KONSUMENCKI

Zobowiązujemy się:

- Przedstawiać i opisywać nasze produkty w rzetelny i uczciwy sposób, tak aby nie wprowadzać dorosłych konsumentów w błąd.
- Nie głosić twierdzeń, z których wynikałoby, że wyroby tytoniowe do palenia są bezpieczne.
- Prowadzić działania marketingowe naszych Produktów w sposób odpowiedzialny.

> DEFINICJE

AKCESORIA

Przedmioty wykorzystywane do konsumpcji wyrobów tytoniowych do palenia, na przykład bibułki papierosowe, filtry lub gilzy.

OSOBA DOROSŁA

Osoba, która ukończyła 18 lat, o ile z przepisów lokalnego prawa lub dobrowolnej umowy nie wynika wyższy minimalny wiek uprawniający do legalnej sprzedaży, zakupu, posiadania lub konsumpcji wyrobów tytoniowych. Jeśli określono wyższy minimalny wiek, termin „dorosły” oznacza osobę, która ukończyła co najmniej ten określony wiek minimalny.

REKLAMA/REKLAMOWANIE

Wszelkie reklamy konsumenckie oraz materiały, działania i wydarzenia promocyjne, które mają na celu zachęcenie pełnoletnich konsumentów do wyboru jednej marki zamiast innej. W celu uniknięcia wątpliwości definicja ta nie obejmuje:

- Korespondencji między naszymi spółkami Grupy a odpowiednią branżą (komunikacja branżowa).
- Wizerunków produktów, marek, opakowań lub reklamy (a) w ramach korespondencji firmowej (np. w raportach rocznych i sprawozdaniach finansowych) lub (b) do celów historycznych.
- Korporacyjnych stron internetowych spółek Grupy przeznaczonych do przekazywania informacji o firmie, a nie do promowania produktów.
- Treści wygenerowanych przez użytkownika, z uwzględnieniem tekstów, wiadomości, zdjęć, mediów społecznościowych i filmów, które zostały niezależnie utworzone przez użytkownika online, jeżeli takie treści są zamieszczane na stronie internetowej poza kontrolą naszą i naszych spółek Grupy.
- Opakowań produktów.
- Branding/oznaczenie marek produktów w cennikach lub innych podobnych materiałach informacyjnych służących do przekazywania konsumentom informacji o cenach.

MECHANIZM WERYFIKACJI WIEKU

Każdy mechanizm weryfikacyjny służący potwierdzeniu, czy dany konsument jest osobą dorosłą.

WYRÓB TYTONIOWY DO PALENIA

Wyroby tytoniowe, które wykonane są w całości lub częściowo z rośliny tytoniu i które mogą być konsumowane w wyniku spalania.

MARKETING CYFROWY

Promowanie marek lub produktów i usług za pośrednictwem mediów cyfrowych przy użyciu technologii / urządzeń elektronicznych, takich jak komputery, tablety, smartfony, telefony komórkowe, cyfrowe bilbordy reklamowe i konsole do gier.

SPÓŁKA/SPÓŁKI GRUPY

Podmiot, w którym mamy pakiet kontrolny akcji, np. ponad 50% (a) udziałów lub (b) praw do głosu.

WYMOGI PRAWNE

Lokalne przepisy prawa, lokalne/krajowe kodeksy postępowania lub dobrowolne umowy dotyczące naszych produktów.

PRODUKTY

Wyroby tytoniowe do palenia i akcesoria.

WYDARZENIA I DZIAŁANIA PROMOCYJNE

Gama wydarzeń i działań podejmowanych przez Spółki Grupy w celu zwiększania świadomości danej marki lub marek produktów wśród dorosłych konsumentów, a które nie mogłyby być zorganizowane bez wsparcia naszych spółek Grupy.

Nie obejmują one:

- Wcześniej zaplanowanych wydarzeń, w przypadku których organizatorzy zabiegali o wsparcie spółek Grupy i których dalszy sukces nie zależy wyłącznie od spółek Grupy, o ile nie będzie prowadzona promocja marki produktu; wydarzeń i działań korporacyjnych, które nie mają na celu promowania marki wyrobu tytoniowego.

SPONSORING

Wydarzenie, działanie lub zespół działań, któremu spółki Grupy zapewniają wsparcie w celu podniesienia świadomości danej marki lub marek produktów wśród dorosłych konsumentów, ale bez którego to wsparcia wydarzenie, działanie lub zespół nadal istniałyby lub mogłyby być przeprowadzone.

OSOBA NIEPEŁNOLETNIA

Każda osoba niebędąca osobą dorosłą.

> TYLKO DLA OSÓB DOROSŁYCH

Zobowiązujemy się do:

- Promowania naszych produktów wyłącznie w ramach reklamy konsumenckiej oraz materiałów i działań promocyjnych skierowanych do dorosłych konsumentów.

Dorośli konsumenci powinni mieć możliwość podejmowania świadomych decyzji dotyczących zakupu i korzystania z naszych produktów.

Reklama marki naszych produktów (i jej treść):

- Musi być skierowana wyłącznie do osób pełnoletnich.
- Może wykorzystywać wizerunek osoby znanej lub zawierać rekomendację znanej osoby wyłącznie, jeżeli istnieje przekonanie, że dana osoba bardziej przemawia do osób pełnoletnich (biorąc pod uwagę całą populację).

Może przedstawiać tylko osoby, które ukończyły 25. rok życia i na takie wyglądają.

DRUK

Reklamy marek produktów będziemy zamieszczać w mediach drukowanych tylko wtedy, gdy będziemy mieli wystarczające dowody na to, że przynajmniej 75% czytelników stanowią osoby pełnoletnie.

REKLAMA ZEWNĘTRZNA

Nie będziemy zamieszczać reklam marki żadnych produktów na zewnętrznych szyldach lub billboardach ustawionych bliżej niż 100 metrów od głównych wejść do szkół. Nie dotyczy to szyldów zewnętrznych w punktach sprzedaży lub placówkach edukacyjnych dla osób dorosłych..

REKLAMA W RADIU, TELEWIZJI I KINIE

Reklama marki naszych produktów jest dozwolona:

- W radiu lub telewizji, przy czym takie reklamy będą emitowane tylko w godzinach i pasmach kierowanych do osób dorosłych (w celu ograniczenia do minimum odbierania tych treści przez osoby niepełnoletnie).
- W kinach, przy czym takie reklamy będą prezentowane tylko wtedy, gdy osoby dorosłe będą stanowiły większość publiczności.

GRY KOMPUTEROWE I MEDIA PRZECHOWUJĄCE DANECYFROWE

Nie zamieszczamy reklam marek naszych produktów w materiałach publikowanych na nośnikach, które mogą przechowywać dane cyfrowe, takie jak płyty CD, DVD, gry komputerowe lub inne podobne nośniki, chyba że zostały podjęte odpowiednie środki celem zapewnienia, że dany nośnik jest przeznaczony wyłącznie dla osób dorosłych.

TYLKO DLA OSÓB DOROSŁYCH (cd.)

MARKETING CYFROWY I REKLAMA INTERNETOWA

Witryny internetowe

(prowadzone przez lub w imieniu spółki Grupy)

Reklamy marki produktów zamieszczamy w witrynach internetowych tylko wtedy, gdy:

- Dostęp do witryny internetowej i wszelkich treści do pobrania jest ograniczony do osób pełnoletnich oraz wdrożono mechanizmy weryfikacji wieku stosowane przed uzyskaniem dostępu do witryny.
- Mechanizm i proces weryfikacji wieku w przypadku danej witryny internetowej zostanie zakończony przed wyświetleniem jakichkolwiek treści związanych z marką

Reklamy internetowe/cyfrowe

Reklamy marki produktów zamieszczamy tylko wtedy, gdy:

- Mamy wystarczające dowody na to, że przynajmniej 75% odbiorców stanowią osoby pełnoletnie.
- Reklamy te są wyraźnie oznaczone (także w przypadku, gdy w naszym imieniu działają wszelkie agencje reklamowe, promocyjne, badawcze oraz inne organizacje zaangażowane w marketing i sprzedaż naszych produktów)

Aplikacje mobilne na smartfony

(prowadzone przez lub w imieniu spółki Grupy)

Zapewnimy, że wszelkie technologie dające użytkownikom dostęp do witryn internetowych z reklamą marek naszych produktów za pośrednictwem „skrótów” przy użyciu smartfonów:

- Będą dostępne tylko dla użytkowników, którzy są osobami dorosłymi i pod warunkiem, że mają oni dostęp do witryny przy zastosowaniu mechanizmu weryfikacji wieku.
- Mechanizm i proces weryfikacji wieku za pośrednictwem aplikacji mobilnej na smartfona w przypadku danej witryny internetowej zostanie zakończony przed wyświetleniem jakichkolwiek treści związanych z marką.

Marketing wirusowy

Nie angażujemy się w marketing wirusowy w ramach ogólnodostępnych sieci internetowych lub innych, w których nie jest możliwe kontrolowanie integralności przekazu lub jego potencjalnych odbiorców.

TYLKO DLA OSÓB DOROSŁYCH (cd.)

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

Zobowiązujemy się prowadzić działania w mediach społecznościowych:

- W odpowiedzialny sposób.
- Zgodnie z naszym [Kodeksem Postępowania Grupy](#).
- Gdy takie działania są dozwolone w ramach lokalnych wymagań prawnych.
- Gdzie jesteśmy wyraźnie przedstawieni (także w przypadku, gdy w naszym imieniu działają jakiegokolwiek agencje reklamowe, promocyjne, badawcze i inne organizacje oraz influencerzy obecni w mediach społecznościowych); oraz
- Z influencerami obecnymi w mediach społecznościowych, których 75% osób obserwujących to osoby dorosłe lub prawdopodobnie dorosłe.

WYDARZENIA I DZIAŁANIA PROMOCYJNE

Tam, gdzie wydarzenia i działania promocyjne związane z marką produktów są dozwolone, mogą one być organizowane wyłącznie, jeśli zostały opracowane aby przemawiać do osób dorosłych.

Ponadto, będziemy:

- kierować próbki produktów wyłącznie do dorosłych konsumentów, którzy udzielili wyraźnej i świadomej zgody na otrzymywanie takich próbek.
- ograniczać dostęp do Wydarzeń i Aktywacji Promocyjnych związanych z markami Produktów wyłącznie do osób Dorosłych.
- kierować Wydarzenia i Aktywacje związane z markami naszych Produktów wyłącznie do osób Dorosłych po przeprowadzeniu weryfikacji ich wieku.
- zatrudniać (pośrednio lub bezpośrednio) osoby do udziału w Wydarzeniach i Aktywacjach Promocyjnych związanych z markami naszych Produktów, (włączając rozdawanie próbek produktów) wyłącznie, jeżeli ukończyły 21. rok życia i ich wygląd wyraźnie wskazuje na ten lub wyższy wiek.

- sprzedawać lub rozdawać przedmioty służące promowaniu marek Produktów, oznaczone nazwami marek lub logo, wyłącznie osobom Dorosłym. Odzież promująca marki Produktów będzie dostępna tylko w rozmiarach przewidzianych dla osób dorosłych.
- Oferty promocyjne związane z naszymi produktami będziemy kierować wyłącznie do pełnoletnich konsumentów. Jeśli taka oferta dopuszcza pełnoletniemu konsumentowi przebywanie w towarzystwie innych osób podczas wydarzenia lub działania, osoby te również muszą być pełnoletnie.

SPONSORING

Tam, gdzie działania sponsoringowe w zakresie marki produktów są dozwolone, będą one przez nas prowadzone tylko wtedy, jeśli będziemy mieć wystarczające dowody na to, że wszyscy współzawodnicy, członkowie zespołu i aktywni uczestnicy są osobami pełnoletnimi.

Odzież i materiały związane ze sponsoringiem marki produktów na potrzeby jakiegokolwiek wydarzenia lub działania będziemy przekazywać zespołom lub poszczególnym osobom uczestniczącym w danym wydarzeniu lub działaniu, jeżeli osoby pełnoletnie będą w stanie docenić atrakcyjność takiego zespołu lub osoby indywidualnej.

POCZTA BEZPOŚREDNIA

Nie będziemy prowadzić działań marketingowych związanych z naszymi produktami za pośrednictwem poczty bezpośredniej, chyba że upewnimy się, że odbiorcy są pełnoletnimi konsumentami. Podjęte zostaną wszelkie racjonalne środki w celu zapewnienia, że jedynie pełnoletni konsumenci będą umieszczani na listach adresowych.

BADANIA RYNKOWE DOT. PRODUKTÓW

Badania dotyczące koncepcji, reklamy i promocji produktów będziemy zlecać do przeprowadzenia wyłącznie wśród pełnoletnich konsumentów.

> POSZANOWANIE WYBORU KONSUMENTÓW

Zobowiązujemy się do:

- Powstrzymania się od zachęcania kogokolwiek, aby stał się konsumentem wyrobów tytoniowych do palenia..
- Niezachęcania obecnych konsumentów do zaprzestania konsumpcji tych wyrobów, jeśli taki jest ich wybór.

Zobowiązujemy się:

- Dostarczać dorosłym konsumentom szeroką gamę wyrobów odpowiadających ich preferencjom.
- Dostarczać dorosłym konsumentom informacji niezbędnych do dokonywania świadomych wyborów.

STYL I TREŚĆ REKLAM MARKI PRODUKTÓW

Jesteśmy przekonani, że portfolio oferowanych przez nas produktów odpowiada preferencjom dorosłych konsumentów. Firmowa reklama konsumencka oraz materiały i działania promocyjne (w tym ich treść) skierowane do dorosłych konsumentów mają na celu zwrócenie ich uwagi na szeroką gamę produktów i marek do wyboru.

Równocześnie reklama konsumencka oraz materiały i działania promocyjne (w tym ich treść) nie mogą:

- Zachęcać kogokolwiek, aby stał się konsumentem wyrobów tytoniowych do palenia.
- Zniechęcać obecnych konsumentów do zaprzestania konsumpcji wyrobów tytoniowych do palenia.
- Sugerować, że konsumpcja wyrobów tytoniowych do palenia sprzyja popularności, osiągom w sporcie lub sukcesom odnoszonym w życiu zawodowym czy seksualnym.
- Sugerować, że większość ludzi sięga po wyroby tytoniowe do palenia.

➤ ODPOWIEDZIALNY MARKETING KONSUMENCKI

Zobowiązujemy się:

- Przedstawiać i opisywać nasze produkty w rzetelny i uczciwy sposób, aby nie wprowadzać dorosłych konsumentów w błąd.
- Nie wygłaszać twierdzeń, z których wynikałoby, że wyroby tytoniowe do palenia są bezpieczne.
- Prowadzić działania marketingowe naszych produktów w sposób odpowiedzialny.

DZIAŁANIA W ZAKRESIE MARKETINGU KONSUMENCKIEGO

Nasze reklamy konsumenckie oraz materiały i działania promocyjne muszą być zgodne ze wszelkimi wymogami prawnymi, firmowym Kodeksem postępowania i niniejszymi IMS.

Tego nie robimy:

- Nie wygłaszamy twierdzeń, z których wynikałoby, że wyroby tytoniowe do palenia są bezpieczne.

Zobowiązujemy się do:

- Niewygłaszania twierdzeń, z których wynikałoby, że wyroby tytoniowe do palenia są korzystne dla zdrowia.
- Upewniania się, że reklamy naszych wyrobów tytoniowych do palenia zawierają wyraźnie widoczne (a w przypadku środków masowego przekazu takich jak radio – słyszalne) ostrzeżenia dotyczące ochrony zdrowia.

LOKOWANIE PRODUKTU

Nie będziemy dokonywać żadnych płatności (pośrednio ani bezpośrednio) za lokowanie naszych Produktów, marek lub reklam w jakimkolwiek filmie, programie telewizyjnym lub w ramach występów publicznych czy rozrywkowych przeznaczonych dla szerokiej publiczności.

KORZYSTANIE Z NAZW MAREK I LOGO PRZEZ PODMIOTY TRZECIE

Podejmiemy uzasadnione kroki aby zapobiec używaniu przez podmioty trzecie znaków towarowych i wzorów naszych Produktów bez naszej zgody lub w sposób niezgodny z zasadami określonych w niniejszych IMS.

PRAKTYCZNY PRZEWODNIK

Ostrzeżenia zdrowotne muszą:

- Być zamieszczone na wyrobach tytoniowych do palenia i w wymienionych niżej materiałach reklamowych/promocyjnych wyrobów tytoniowych do palenia (jeżeli są one dozwolone):
 - ✓ Publikacje drukowane.
 - ✓ Reklama zewnętrzna.
 - ✓ Materiały w punktach sprzedaży (>250 cm² i z wyłączeniem brandowanych przedmiotów wydawanych konsumentom).
 - ✓ Reklama w radiu, telewizji i kinie.
 - ✓ Marketing cyfrowy i reklama internetowa.
 - ✓ Filmy, nagrania audio, płyty CD, DVD i gry komputerowe.
 - ✓ Poczta bezpośrednia.
- Być ukazane przy użyciu najbardziej odpowiedniego języka lokalnego.
- Być wyraźnie widoczne (albo słyszalne).
- Zawierać odesłanie do przepisów prawa, z których wynika dane ostrzeżenie zdrowotne, jeśli jego podanie jest właściwe i prawnie dopuszczalne.

PRODUKTY DO PALENIA I WYROBY TYTONIOWE

Stosowane ostrzeżenia zdrowotne, wynikające z wymogów prawnych, muszą być umieszczane na:

- Materiałach reklamowych/promocyjnych dotyczących wyrobów tytoniowych do palenia przeznaczonych dla konsumentów.
- Materiałach dostępnych w punktach sprzedaży, jeśli powierzchnia reklamowa jest większa niż 250 cm² (z wyłączeniem brandowanych przedmiotów, które są wydawane konsumentom, o ile jest to dozwolone).
- Opakowaniach Wyrobów Tytoniowych do Palenia produkowanych lub wprowadzonych do obrotu przez spółki Grupy (oraz na wszystkich opakowaniach zewnętrznych prezentowanych konsumentom).

W przypadku krajów, w których nie są określone wymogi prawne w zakresie ostrzeżeń zdrowotnych, odpowiednie i powszechnie stosowane ostrzeżenia zdrowotne muszą być umieszczane na wszystkich:

- Materiałach reklamowych/promocyjnych dotyczących Wyrobów Tytoniowych do Palenia przeznaczonych dla konsumentów.
- Opakowaniach Wyrobów Tytoniowych do Palenia produkowanych lub wprowadzonych do obrotu przez spółki Grupy (oraz na wszystkich opakowaniach zewnętrznych prezentowanych konsumentom).

AKCESORIA

O ile wymogi prawne danego kraju nie stanowią inaczej, nie umieszczamy ostrzeżeń dotyczących ochrony zdrowia na akcesoriach, ponieważ:

- Takie ostrzeżenia są już zamieszczone na Wyrobach Tytoniowych do Palenia.
- Dodatkowe ostrzeżenia zdrowotne nie dostarczą konsumentom żadnych nowych informacji.

Siedziba Spółki
Imperial Brands PLC
121 Winterstoke Road
Bristol BS3 2LL
Wielka Brytania
www.imperialbrandsplc.com

