

Principios de marketing responsable



PRINCIPIOS DE MARKETING RESPONSABLE

Mientras trabajamos para construir un **Better Tomorrow™**, estos Principios de Marketing Responsable guían nuestras decisiones a la hora de comercializar nuestros productos y marcas de tabaco, nicotina y cero nicotina. Mantendremos los mismos altos estándares en todos los mercados en los que operamos, incluso cuando sean más estrictos que las leyes locales aplicables.

Creemos que el consumo de tabaco y nicotina es una elección sólo para adultos. Ningún menor de edad debe fumar ni consumir productos que contengan tabaco o nicotina.

Entendemos que los productos que vendemos tienen diferentes perfiles de riesgo, pero que ninguno de nuestros productos está libre de riesgo. También sabemos que potencialmente los Productos de Riesgo Reducido*† sólo pueden maximizar su potencial para contribuir a la reducción de los daños del tabaco si los consumidores adultos disponen de la información necesaria para elegir con conocimiento de causa. Por lo tanto, es esencial que proporcionemos a los consumidores información clara y significativa sobre nuestros productos.

Todas las empresas de BAT, empleados y cualquier persona que trabaje en nuestro nombre, en cualquier capacidad, deben adoptar estos Principios de Marketing y tratar de aplicarlos de buena fe en todo momento.

Nuestros principios de marketing responsable:

1. Nuestros Productos están destinados a Consumidores Adultos
2. Nuestro Marketing está dirigido a Consumidores Adultos
3. Estamos comprometidos con la prevención del acceso de menores de edad
4. Nuestro marketing es honesto y preciso
5. Informamos a los Consumidores de que nuestros Productos no están exentos de riesgos
6. Respetamos y cumplimos todas las leyes aplicables
7. Exigimos a nuestros socios que comercialicen nuestros Productos de forma responsable.

DEFINICIONES

Adulto – Una 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 legales del tipo de Productos que se venden o anuncian.

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

Marketing – Cualquier comunicación, actividad o marca (incluidos Productos y Envases) con fines publicitarios o de promoción de uno de nuestros Productos entre Consumidores Adultos.

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.

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