



МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА - РУКОВОДСТВО

РУКОВОДСТВО ПО МЕЖДУНАРОДНЫМ ПРИНЦИПАМ МАРКЕТИНГА

Времена меняются. Принципы остаются неизменными. Они определяют решения, которые мы принимаем, и то, как нас оценивают другие. В рамках нашей миссии по созданию «лучшего будущего» наши Международные принципы маркетинга (МПМ) гарантируют, что мы все будем и впредь продвигать нашу продукцию ответственно и устойчиво, чтобы успешно развивать наши глобальные бренды.

Каждый, кто занимается маркетингом нашей продукции, должен соблюдать наши МПМ и настоящее руководство в качестве минимального стандарта. Конечно, если местное законодательство или другие добровольные правила на рынках более строгие, чем наши МПМ, то мы должны соблюдать их.

Настоящее Руководство вступает в силу с 14 сентября 2023 года, и мы все должны начать следовать его положениям как можно скорее. Группа компаний ITMS несет ответственность за обеспечение того, чтобы все ее маркетинговые материалы и маркетинговая деятельность соответствовали МПМ и настоящему Руководству.

СОДЕРЖАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Создание контента

ОБЯЗАТЕЛЬНО

- Необходимо обеспечивать, чтобы все люди, появляющиеся в нашей рекламе, были старше 25 лет
- Должна быть обеспечена прозрачность в том, что маркетинговая активность исходит от

ЗАПРЕЩЕНО

- Контент не должен включать символы, изображения или темы, предназначенные для привлечения внимания несовершеннолетних лиц
- Контент не должен давать основания полагать, что наша продукция способствует



группы компаний ITMS / наших брендов и направлена на продвижение нашей продукции

спортивному, социальному, профессиональному успеху или придает большую сексуальную привлекательность

Использование соответствующих предупредительных надписей

Все предупредительные надписи на нашей рекламе, рекламных материалах и упаковке должны быть размещены надлежащим образом для соответствующего носителя: должны быть видимы, разборчивы и не должны наноситься на отрывную часть.

Традиционные табачные изделия с процессом горения

Предупредительная надпись должна быть не менее 10%, если иное не установлено местным законодательством

Продукция с потенциально сниженным риском для здоровья

В мире, где регулирование развивается, в отсутствие обязательного местного требования о предупреждении, мы будем использовать следующие предупреждения по мере необходимости:

- Табак для нагревания: «Данный инновационный продукт содержит табак, может нанести вред здоровью и вызывает привыкание»;
- Продукция для вейпинга: «Данный продукт содержит никотин и вызывает привыкание»;
- Табачные изделия орального потребления: «Данный табачный продукт может нанести вред вашему здоровью и вызывает привыкание»;
- Никотинсодержащие изделия орального потребления: «Данный продукт содержит никотин и вызывает привыкание»

Проверка возраста

Традиционные табачные изделия

Наши веб-сайты и приложения, рекламирующие нашу продукцию, **должны быть доступны только совершеннолетним, чей возраст был подтвержден**

Продукция с потенциально сниженным риском для здоровья

Наши веб-сайты и приложения, рекламирующие нашу продукцию, **должны быть доступны только лицам, подтверждающим, что они являются совершеннолетними**

Мы будем продавать нашу традиционную табачную продукцию с процессом горения и продукцию с потенциально сниженным риском для здоровья **онлайн только лицам, прошедшим надежный процесс проверки возраста.**



ВЫБОР СМИ

Печатные издания и наружная реклама

- Совершеннолетняя аудитория 75% +: запрещается размещать рекламу в печатных изданиях, если их аудитория не состоит из примерно 75% или более совершеннолетних.
- Запрещается размещать рекламу на внешней стороне обложки: нельзя размещать рекламу на внешней стороне обложки печатного издания
- 100 м + от школ: запрещается размещение наружной рекламы нашей продукции в магазинах или на мобильных точках продаж в радиусе 100 метров от школы для учащихся в возрасте до 18 лет (это ограничение не препятствует осуществлению мобильной рекламы (например, на такси), если транспортное средство проезжает мимо школы в нормальном режиме работы).

Маркетинг в социальных сетях

Традиционные табачные изделия с процессом горения

Мы не будем использовать общедоступные сайты социальных сетей или сотрудничать с инфлюенсерами в социальных сетях.

Продукция с потенциально сниженным риском для здоровья

Контент в социальных сетях:
Мы обеспечим, чтобы весь контент в социальных сетях был ответственным и ориентированным на совершеннолетних

Платформы социальных сетей:

Мы будем размещать рекламу только в тех случаях, когда можем обоснованно установить, что примерно 75% или более аудитории составляют совершеннолетние

Собственные аккаунты брендов:
Мы обеспечим, чтобы наши собственные аккаунты в социальных сетях:

- были доступны только пользователям, зарегистрированным как достигшим возраста 18+ (где это возможно)
- четко указывали на странице или в шапке профиля, что они предназначены для людей возраста 18+
- содержали соответствующее предупреждение

Корпоративные партнерства

Мы будем вступать в корпоративные партнерства, которые включают продвижение нашей продукции с потенциально сниженным риском для здоровья только в тех социальных сетях, 75% или более аудитории которых составляют совершеннолетние.

Партнерства с физическими лицами в качестве сторонних промоутеров (инфлюенсеров)



В тех случаях, когда мы (напрямую или косвенно через агентства или другие третьи стороны) платим физическим лицам за продвижение нашей продукции с потенциально сниженным риском для здоровья в социальных сетях, мы должны убедиться, что:

1. они являются совершеннолетними потребителями возраста 25 лет и старше;
2. 85% их подписчиков старше возраста совершеннолетия, который является максимальным из тех стран, в которых проживает более 15% подписчиков;
3. какие-либо конкретные репутационные риски были определены, рассмотрены и приняты во внимание

Если физическое лицо базируется в стране (его/ее внутренний рынок), отличной от рынка, который стремится привлечь его/ее, заинтересованный рынок должен проконсультироваться с его/ее внутренним рынком перед таким сотрудничеством.

Руководящие принципы, которые должны соблюдаться сторонними промоутерами

Сторонние промоутеры должны согласиться следовать следующим принципам:

- Полностью соблюдать наши МПМ и настоящее Руководство
- Соблюдать прозрачность относительно своих отношений с группой компаний ITMS (например, включать хештеги #ad, #advertising, #in partnership with, #with ...)
- Обеспечивать, чтобы публикуемые ими сообщения были предназначены только для совершеннолетних
- Не делать заявлений, связанных со здоровьем, сниженным риском, воздействием или выбросами, и не подразумевать, напрямую или косвенно, что наша продукция безопаснее или может помочь людям бросить курить (без наличия специального регулятивного разрешения и разрешения группы компаний ITMS)
- Обеспечивать, чтобы все публикуемые ими сообщения были ответственными, и не связывать нашу продукцию с такими темами, как религия, политика, наркотики или незаконная деятельность.



ПРИЛОЖЕНИЕ 1 - ОПРЕДЕЛЕНИЯ

совершеннолетний

Лицо, достигшее 18 лет или, если минимальный возраст выше, достигшее минимального возраста для законной продажи, покупки, владения или потребления рекламируемого типа продукции

реклама

Любые рекламные материалы для потребителей, рекламные акции или мероприятия или использование брендинга (не включая упаковку), цель которых - побудить потребителей приобрести один из наших продуктов. Во избежание сомнений, из этого определения исключены следующие категории:

коммуникация для торговых партнеров; упаковка табачной продукции; использование брендинга продукта или информации о продукте с целью донесения до потребителя информации о продукте или цене не с целью рекламы

потребитель

В отношении табака или никотинсодержащих продуктов означает совершеннолетнего потребителя табака или никотина.

продукция с потенциально сниженным риском для здоровья

Продукты, представляющие потенциально меньший риск причинения вреда по сравнению с курением традиционных сигарет, включающие системы нагревания табака, нагреваемый табак, снюс, насвай, жевательный табак, табачные или никотинсодержащие пэки и никотинсодержащую продукцию для вейпинга.

несовершеннолетние лица

Лица моложе 18 лет или, если минимальный возраст выше, не достигшие минимального возраста для законной продажи, покупки, владения или потребления рекламируемого типа продукции



ПРИЛОЖЕНИЕ 2 – РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРИНЦИПОВ МАРКЕТИНГА

Ответственность

- Несмотря на то, что необходимо руководствоваться рекомендациями Департамента по правовым вопросам и внешнекорпоративным связям, Отдел маркетинга единолично несет полную ответственность за планирование и осуществление маркетинговой деятельности группы компаний ITMS. Поэтому соблюдение Принципов маркетинга – ответственность Отдел маркетинга. Лицо, ответственное за процесс - Директор по маркетингу.
- Локальный Отдел маркетинга (или Центральный маркетинг в случае рекламных материалов, произведенных над рынком) несет ответственность за обеспечение соответствия всех предлагаемых рекламных и маркетинговых мероприятий требованиям МПМ.
- Департамент по правовым вопросам и внешнекорпоративным связям оказывает поддержку Отделу маркетинга в этом вопросе.

Утверждение

- Вся рекламная и маркетинговая деятельность должна соответствовать МПМ и должна быть рассмотрена и утверждена локальным Отделом маркетинга и Департаментом по правовым вопросам и внешнекорпоративным связям.

Передача вопросов на более высокий уровень для рассмотрения

- В отношении материалов, произведенных над рынком, когда не может быть достигнуто соглашение о применении МПМ, вопрос должен быть передан на рассмотрение Директору по маркетингу, Директору по правовым вопросам и внешнекорпоративным связям и Старшему советнику по правовым вопросам.
- В отношении утверждения для местного использования, когда не может быть достигнуто соглашение о соблюдении, вопрос должен быть передан по линии местному Руководителю отдела маркетинга, Департаменту по правовым вопросам и внешнекорпоративным связям и Генеральному директору компании, которые отвечают за принятие решения и обеспечение соблюдения МПМ.

Контроль соблюдения

- Рынки обязаны отчитываться о своем соблюдении МПМ на ежегодной основе, используя действующую систему контроля (Control Navigator). Результаты регулярно проверяются уполномоченными лицами.

