


# Marketingová norma pro elektronické cigarety

- 
- 2. Předmluva**
  - 3. Náš závazek**
  - 4. Definice pojmů**
  - 6. Jen dospělé osoby**
  - 10. Zodpovědnost a respekt**
  - 11. Transparentnost**

# Marketingová norma pro elektronické cigarety společnosti Fontem Ventures

**Společnost Fontem Ventures (dále jen „Fontem“) si uvědomuje svoji zodpovědnost vůči dospělým spotřebitelům, která se odráží především v kvalitě a bezpečnosti našich elektronických cigaret a naší marketingové komunikaci s dospělými spotřebiteli.**

Myslíme si, že elektronické cigarety, jako alternativa k běžným tabákovým výrobkům, mohou do značné míry přispět ke snížení škodlivých účinků tabáku a uvědomujeme si, že vzhledem k tomu třeba k jejich propagaci přistupovat velmi zodpovědně.

Vynakládáme maximální úsilí na to, aby marketing, reklama a prodej našich elektronických cigaret byl v souladu s místními zákony, předpisy a dobrovolnými dohodami vztahujícími se na reklamu a propagaci elektronických cigaret (dále jen „**Zákonné požadavky**“). Upravili jsme vícero postupů, kterými se řídí naše reklamní, propagační a marketingové aktivity, jakož i prodej našich elektronických cigaret.

Tyto standardy jsou definované v této Marketingové normě pro elektronické cigarety a řídí se jimi všechny naše marketingové aktivity cílené na dospělé spotřebitele.

Plně podporujeme aktivity směřující k omezení přístupu mladistvých osob k elektronickým cigaretám a zavádění věkových omezení v rámci jejich zákonného prodeje a nákupu.

Zastáváme názor, že elektronické cigarety by se měly prodávat a měly by je používat jen dospělí spotřebitelé, se kterými usilujeme v tomto směru zodpovědně komunikovat.

Tato Marketingová norma pro elektronické cigarety se nevztahuje na produkty, které schvalují příslušné orgány v oblasti léků, ani na výrobky se zahříváním tabáku (**HTP**).

Všechny podniky skupiny, všichni její zaměstnanci a všechny reklamní a výzkumné agentury a jiné organizace podílející se na spotřebitelském marketingu našich elektronických cigaret se musí v dobré víře řídit touto Marketingovou normou pro elektronické cigarety.

Tato Marketingová norma pro elektronické cigarety byla schválená a odsouhlasená Business Leadership týmem společnosti FONTEM dne **18. července 2018**.

# Náš závazek

---

## Jen dospělé osoby

Zavazujeme se:

- směřovat naše reklamní a propagační materiály na elektronické cigarety výlučně na dospělé osoby.

## Zodpovědnost a respekt

Zavazujeme se:

- cílit náš marketing elektronických cigaret na dospělé spotřebitele; a
- respektovat svobodnou volbu jednotlivců.

## Transparentnost

Zavazujeme se:

- poskytovat jasné a přesné informace o našich elektronických cigaretách a rizicích s nimi spojených.

## Definice pojmů

---

### Dospělá osoba

Je osoba starší 18 let, pokud místní zákony nebo dobrovolná dohoda neurčí vyšší minimální věkovou hranici pro zákonný prodej, nákup, přechovávání a spotřebu elektronických cigaret. V případě, že byla určena vyšší věková hranice, bude pojem „dospělá osoba“ označovat osobu, která dovršila takto definovaný minimální věk.

### Dospělý spotřebitel

Dospělý uživatel elektronických cigaret nebo dospělý kuřák.

### Dospělý kuřák

Dospělý kuřák běžných tabákových výrobků.

### Dospělý uživatel elektronických cigaret

Dospělý uživatel elektronických cigaret, který je spotřebitelem běžných tabákových výrobků a/nebo elektronických cigaret a/nebo výrobků s obsahem nikotinu.

### Reklama

Všechny reklamní a propagační materiály, aktivity a akce určené pro spotřebitele, týkající se našich elektronických cigaret.

### Mechanismus ověření věku

Jakýkoli způsob ověřování, který prokáže, že spotřebitel je dospělou osobou. Pokud není takové ověření možné vzhledem k technologickým omezením, jde o použití vhodného vyjádření o věkovém omezení.

### Proces ověření, zda je spotřebitel dospělou osobou

Jakýkoli proces ověření při on-line nákupu elektronických cigaret, který prokáže, že spotřebitel je dospělou osobou.

### Demografické údaje

Demografické údaje získané naší společností nebo našimi zástupci od organizátorů akcí nebo

poskytovatelů služeb, které prokazují, že a) minimálně 75% cílového publika akcí jsou dospělé osoby, nebo v případě, že takové informace nejsou k dispozici (b) 75 % návštěvníků předcházejících akcí byly dospělé osoby.

## **Elektronická cigareta**

- (a) Zařízení (e-cigareta) používané k inhalaci páry;
- (b) Kapalina s obsahem nebo bez obsahu nikotinu, která je určena k odpařování ve výrobku specifikovaném v části (a) této definice (včetně všech zásobníků takové kapaliny).

Běžné tabákové výrobky a výrobky, jejichž prodej schvalují příslušné orgány v oblasti léků, se nepovažují za elektronické cigarety pro účely této Marketingové normy pro elektronické cigarety.

## **Společnosti skupiny**

Společnosti, ve kterých společnost Imperial Brands PLC vlastní kontrolovanou účast, např. ty, ve kterých vlastní nadpoloviční většinu (a) akcií a/anebo (b) hlasovacích práv.

## **Zákonné požadavky**

Místní zákony, místní a vnitrostátní předpisy a postupy a/anebo dobrovolné dohody vztahující se na elektronické cigarety.

## **Propagační akce a aktivity**

Akce a aktivity organizované společnostmi skupiny anebo jejich jménem, jejichž účelem je zvýšit informovanost o konkrétní elektronické cigaretě mezi dospělými spotřebiteli, a které by nebylo možné organizovat bez podpory společností skupiny.

## **Sponzorství**

Společnosti skupiny sponzorují množství sportovních a kulturních akcí, aktivit a týmů. Touto činností se snaží zvyšovat informovanost dospělých kuřáků o konkrétní značce anebo značkách elektronických cigaret. Jedná se o takové akce, aktivity anebo týmy, které by existovaly anebo se konaly i bez podpory společností skupiny.

## **Běžné tabákové výrobky**

Vyrobené cigarety, cigaretový tabák, doutníky, cigarillos, dýmkový tabák, žvýkací a šňupací tabák.

## **Mladistvé osoby**

Všechny osoby, které nejsou dospělými osobami.

# Jen dospělé osoby

---

Zavazujeme se:

- cílit naše reklamní a propagační materiály na elektronické cigarety výlučně na dospělé osoby.

**Myslíme si, že aktivity propagující elektronické cigarety by měly být cíleny výlučně na dospělé osoby. Podporujeme opatření, která mají zabránit tomu, aby mladistvé osoby měly přístup k informacím o elektronických cigaretách a k samotným výrobkům.**

**Podporujeme zavádění účinné legislativy a regulací, které dokáží zabránit nákupu a používání elektronických cigaret mladistvými osobami.**

**Naše Marketingová norma pro elektronické cigarety obsahuje marketingové postupy zaměřené výlučně na dospělé osoby a současně se snaží v co největší míře omezovat přístup mladistvých osob k informacím o elektronických cigaretách. Především zabezpečíme:**

1. aby naše elektronické cigarety nebyly nabízeny mladistvým osobám;
2. aby naše marketingové aktivity týkající se elektronických cigaret byly zacílené výlučně na dospělé osoby;
3. že tekutiny do náplní nebudeme nabízet a vyrábět v příchutích a vzhledových variantách, které mají v oblibě zejména mladistvé osoby (t.j. balení s vyobrazením animovaných postavíček, výrobky s příchutí cukrovinek a bonbonů, resp. názvy a balením, které je připomínají).

## Reklama

Naše reklamní, propagační a marketingové aktivity se zaměří na publikum a osoby, které, podle našeho nejlepšího vědomí a svědomí, jsou dospělými osobami. Takové reklamní, propagační a marketingové aktivity nebudou využívat obrazové, slovní a jiné prvky, které primárně oslovují mladistvé osoby anebo by mohly být spojovány s jejich kulturou.

Každá osoba používající elektronické cigarety anebo hrající důležitou úlohu v našich reklamách musí být - a vypadat, že je - starší **dvacetipěti (25)** let a zároveň nesmí elektronické cigarety žádným způsobem idealizovat.

## Reklama v tisku

V tisku smí být umístována reklama na elektronické cigarety, pouze pokud bylo uspokojivě prokázáno (na základě objektivních demografických údajů), že víc než **75 %** čtenářů daného média jsou dospělé osoby.

## Venkovní reklama

Žádná reklama na elektronické cigarety nesmí být umístována na venkovních tabulích anebo bilboardech, které se nacházejí méně než 100 metrů od školy. Toto pravidlo se nevztahuje na venkovní tabule prodejních míst a instituce vzdělávající dospělé.

## Reklama v rozhlase, televizi a kině

Kde je reklama na elektronické cigarety dovolena:

- v rádiu a televizi smí být reklama na elektronické cigarety vysílána pouze během doby, po kterou je vysílaný program zaměřený především na dospělé osoby (aby byl minimalizovaný vliv na mladistvé osoby); a
- v kinech bude reklama na elektronické cigarety promítána pouze tehdy, pokud lze předpokládat, že se publikum skládá zejména z dospělých osob.

## Reklama ve službách poskytujících video na vyžádání

Reklama na elektronické cigarety nebude umístována:

- v hracích konzolích;
- v programech vytvořených anebo určených primárně pro mladistvé osoby, a v takových, které oslovují hlavně mladistvé osoby.

## Digitální reklama

**Internetové stránky** (včetně internetových stránek spravovaných společností skupiny anebo jejím jménem)

Reklamu na elektronické cigarety budeme umísťovat na internetové stránky, pouze pokud přístup k internetové stránce a obsahu určenému k převzetí obsahu mají jen dospělé osoby a vstup na stránku je kontrolovaný mechanismem ověření věku.

**Reklama na internetu a v elektronické podobě**

Na internetu smí být umístována reklama na elektronické cigarety, pouze pokud bylo uspokojivě prokázáno (na základě objektivních demografických údajů), že víc než **75 %** uživatelů jsou dospělé osoby.

**Aplikace pro mobilní telefony** (včetně internetových stránek spravovaných společností skupiny anebo jejím jménem)

Zabezpečíme, aby všechny technologie, které uživatelům umožňují přístup k reklamním internetovým lokalitám propagujícím naše výrobky prostřednictvím „odkazů“ při používání chytrých telefonů, umožňovaly přístup pouze dospělých uživatelů a byly zabezpečené mechanismem ověření věku.

## Obalové materiály

Všechny obalové materiály určené pro elektronické cigarety:

- budou navrženy tak, aby jejich obsah neoslovoval primárně mladistvé osoby; a
- obsahovaly vhodné varovné označení a text (včetně těch, které vyžaduje zákon).

## Obchodní smlouvy s prodejci

Zabezpečíme, aby naše obchodní smlouvy s prodejci obsahovaly ustanovení, které od nich vyžadují, aby:

- používali označení, které omezují prodej jen dospělým osobám; a
- kontrolovali doklady všech osob, které mají zájem o koupi elektronických cigaret a nemají vzhled dospělé osoby.

## Propagační dary, propagační akce a aktivity

Zabezpečíme, aby propagační dary a naše propagační akce a aktivity týkající se elektronických cigaret oslovovaly primárně dospělé osoby. Kromě toho zabezpečíme:

- aby vstup na akce a aktivity propagující elektronické cigarety byl umožněn pouze dospělým osobám;
- aby akce a aktivity propagující elektronické cigarety byly cílené pouze na dospělé osoby, jejichž věk jsme ověřili;
- abychom zaměstnávali (ať už přímo nebo nepřímo) pouze takové osoby podílející se na akcích a aktivitách propagujících elektronické cigarety (včetně rozdávání vzorků, pokud jej zákon umožňuje), které jsou - a vypadají, že jsou - starší **21 (dvacetjedna) let**;
- abychom prodávali a rozdávali předměty propagující elektronické cigarety a obsahující naše značky a loga jen dospělým osobám a že oděvy propagující elektronické cigarety se budou vyrábět pouze ve velikostech pro dospělé;
- aby všechny nabídky propagující elektronické cigarety byly cílené jen na dospělé. Pokud taková nabídka umožňuje dospělému spotřebiteli přijít na akci anebo setkání v doprovodu jiných osob, musí být tyto osoby také dospělé.

## Prodej přes internet

Prodej elektronických cigaret přes internet omezíme na dospělé osoby, které prošly procesem ověření.

## Podpora výrobků a vyjádření v jejich prospěch

- Pro tyto účely budeme využívat pouze osoby, které jsou - a vypadají na to, že jsou - starší **25 (dvacetipět) let**.

Ve prospěch elektronických cigaret se mohou vyjadřovat pouze osoby, jejichž (zamýšlené) publikum tvoří minimálně ze 75 % dospělé osoby (na základě objektivních demografických údajů).



## Rozdávání vzorků

Tam, kde zákon umožňuje rozdávání vzorků, zabezpečíme, aby rozdávání vzorků elektronických cigaret bylo omezené jen existujícím dospělým spotřebitelům běžných tabákových výrobků anebo elektronických cigaret, kteří dali výslovný a informovaný souhlas s tím, že jim takové vzorky budou poskytnuty.

## Sponzorství

Budeme sponzorovat jen takové aktivity, u nichž bylo uspokojivě prokázáno, že:

- všichni soutěžící, členové týmu anebo aktivní účastníci jsou dospělé osoby;
- taková akce nebo aktivita je určena dospělým osobám a publikum tvoří minimálně ze 75 % dospělé osoby (na základě objektivních demografických údajů).

# Zodpovědnost a respekt

---

Zavazujeme se:

- cílit náš marketing elektronických cigaret na dospělé spotřebitele; a
- respektovat svobodnou volbu jednotlivců.

## Zodpovědnost

**Usilujeme o to, abychom vytvářeli vhodné alternativy k běžným tabákovým výrobkům, a zastáváme názor, že přechod kuřáků na elektronické cigarety může mít zásadní přínos pro veřejné zdraví. Především zabezpečíme:**

- aby naše marketingové aktivity byly zaměřené na dospělé spotřebitele; a
- že používání našich elektronických cigaret budeme propagovat jen v bezpečném a vhodném prostředí.

## Respekt

**Ve světě, ve kterém žijeme a pracujeme, podporujeme diverzitu, proto v našich marketingových materiálech nikdy nevyobrazujeme diskriminaci, a nikdy nebudeme tolerovat diskriminaci ze strany našich partnerů. Především zabezpečíme:**

- že nebudou vyobrazované ani žádným způsobem podporované projevy nezákonného, protispolečenského anebo násilného chování;
- dodržování všeobecně akceptovaných moderních norem vkusu a citlivý přístup k místní kultuře a zvykům; a
- abychom nikdy neprezentovali rozhodnutí jednotlivce nepoužívat naše elektronické cigarety znevažujícím nebo hanlivým způsobem, abychom takové rozhodnutí nezesměšňovali anebo ho neprezentovali jako nesprávné nebo nerozumné.

# Transparentnost

---

Zavazujeme se:

- poskytovat srozumitelné a přesné informace o našich elektronických cigaretách a rizicích s nimi spojenými tak, aby se jejich uživatelé mohli rozhodovat na základě všech dostupných informací.

**O kvalitě, parametrech a funkcionalitě našich elektronických cigaret se budeme výslovně anebo implicitně vyjadřovat jen v rámci našich reklamních a marketingových aktivit a jen pokud budou podloženy nespornými vědeckými důkazy a odborným anebo spotřebitelským průzkumem.**

Naše tvrzení nikdy nezakládáme na porovnávání výrobků s konkurencí.

Zabezpečíme, aby všechny obalové materiály určené pro elektronické cigarety byly jasně a viditelně označené příslušnými zdravotními varováními v souladu s požadavky místních zákonů. V zemích, kde neexistuje zákonný požadavek na používání zdravotních varování, se použijí vhodná a běžně používaná zdravotní varování.

Všechny reklamy na elektronické cigarety obsahující nikotin budou obsahovat jasnou informaci o tom, že se jedná o výrobky s obsahem nikotinu.