

Imperial Tobacco Group

Tütün Ürünlerinin Pazarlanmasına

Yönelik Uluslararası Standart

STANDARDIN AMACI

Imperial Tobacco Group PLC ("Grup"), tütün mamullerinin yetişkinlere yönelik olduğuna inanmaktadır. Grup, kendini, içerisinde faaliyette bulunduğu ülkelerin kanunları ve isteğe bağlı anlaşmaları dâhilinde ürünlerinin sorumlu bir şekilde tanıtımını ve satışını gerçekleştirmeye adanmış bulunmaktadır.

Tütün Mamullerinin Pazarlanmasına yönelik Uluslararası Standart (işbu "**Standart**") bu taahhüdünü desteklemekte ve Grup şirketlerinin reklâm ve promosyon faaliyetlerinin tüm durumlarda sadece tütün mamullerinin yetişkin tüketicilerine yönelik olduğunu temin edecek ilke ve kuralları açıkça ortaya koymaktadır.

İşbu Standartın amacı açısından, Tütün Mamulleri, snus yanısıra, mamul sigaralar, ince kesilmiş tütün, purolar, ince purolar, pipo tütünü, hazır tütün sargıları, çiğneme tütünü, ağız ve burun enfiyeleri olarak tanımlanmaktadır.

Her nerede ve her ne zaman mümkün olursa, Grup şirketleri, bilgilendirilmiş yetişkin tercihi ve ticari iletişim ilkelerine saygı göstererek, işbu Standartta ortaya konulan uygulamaları ulusal kanunlara ve anlaşmalara dâhil etmek için faaliyette bulundukları pazarlardaki hükümetler ile diğer ilgili makamları teşvik etme gayretinde olacaklardır.

Grup, Tütün Mamullerinin satın alınması açısından uygun mercilerin koymuş olduğu yasal asgari yaş sınırlamalarının uygulanmasına destek vermektedir.

KAPSAM

Dünya çapındaki tüm Grup şirketleri ve çalışanları işbu Standardı gerek belge gerekse öz olarak gözetip uygulayacaktır. Grubun bir çoğunluk hissesini elinde bulundurmaması durumunda, her şeye rağmen işbu Standardı uygulamak için çaba gösterecektir.

İşbu Standart Tütün Mamullerinin pazarlanması, satışı ve dağıtımı faaliyetinde bulunan üçüncü şahıslar yanında direkt olarak Grup şirketlerince çalıştırılan tüm reklam, pazarlama ve araştırma acentelerine de uygulanacaktır.

Grup şirketlerinin imza atanlar sıfatıyla tarafı olduğu, Tütün Mamullerine ilişkin tüm ulusal kanunlar, uygulama kuralları ve isteğe bağlı anlaşmalar uygulandıkları yerlerde gözetilmeye devam edecektir. Bununla birlikte, söz konusu gerekliliklerin işbu Standarttan daha az bağlayıcı olması durumunda, o takdirde işbu Standart, kanunla aksi gerekli olmadıkça, öncelikli olarak uygulanıp gözetilecektir. Ulusal bir kanunun benimsenmesi veya eksikliği hiçbir şekilde işbu Standarda uyma yükümlülüğünden kurtarmayacaktır.

İşbu Standart Tütün Mamullerinin pazarlanması amaçlarıyla tasarlanmamış olan, Yıllık Raporlar ve Hesaplar gibi şirket iletişimlerinde ürünlerinin, markalarının, ambalajlarının veya reklamlarının görüntülerini sergilemesine engel olmamaktadır.

Bu Standart, Grubun, ürünlerine ve markalarına ait ambalajların veya görsellerin, tütün mamullerinin pazarlanması amaçlarıyla tasarlanmamış, üçüncü kişiler tarafından yapılan yayınlar, hatıra tütün ürünleri de dahil tarihî malzemelerin sergilenmelerinde kullanılmasına engel olmamaktadır.

İşbu Standart Grup şirketleri arasındaki iletişimlerle tütün ticaretine uygulanmamaktadır.

İşbu Standartın amacı açısından, bir yetişkin, yerel kanun veya isteğe bağlı anlaşmayla daha yüksek bir asgari yaş sınırı belirlenmiş olmadıkça, 18 yaşındaki veya üzerindeki biri olarak tanımlanmaktadır.

STANDART

Tütün Mamulleri Marka Reklamının Biçimi ve İçeriği

1. Tütün Mamulleri marka reklamı:

- 18 yaş altındakileri (veya yerel olarak belirtildiği durumlarda daha yüksek asgari yaşta bulunanları) hedeflemeyecektir;
- bir Tütün Mamulleri tüketicisi olmaya özendirmeyecektir; veya
- Tütün Mamulleri tüketicilerini tütün mamullerini bırakmaktan vazgeçirmeye çalışmayacaktır.

2. Tütün Mamulleri marka reklamının içeriği,

- 18 yaş altındakileri (veya mahalli olarak belirtildiği durumlarda daha yüksek asgari yaşta bulunanları) amaçlamayacak veya söz konusu kişilere özel olarak hitap etmeyecektir;
- bir ünlü kişiyi karakterize etmeyecek veya toplum bütünü içerisinde 18 yaş altındaki gençlere daha fazla hitap ettiği düşünülen bir ünlü kişiyi içermeyecektir;
- Tütün Mamulleri tüketiminin popülerite, sportif, profesyonel veya cinsel başarıyı artırdığını ima etmeyecektir;
- pek çok insanın Tütün Mamulleri tükettiğini ileri sürmeyecektir; veya
- Tütün Mamulleri tüketiminin sağlıklı bir aktivite olduğunu ileri sürmeyecektir.

3. Tütün Mamulü marka reklamında çıkan herhangi bir kişi 25 yaş veya üzerinde olacaktır - ve 25 yaş veya üzerinde görünecektir.

Sağlık Uyarıları

4. Tütün Mamulleri marka reklamına izin verildiği durumda, her bir reklam, yerel kanun veya isteğe bağlı anlaşmaya uygun bir sağlık uyarısını içerecektir. Belirtilmiş olmadığı durumlarda, tüm yeni reklamlar, reklamın görüntüleneceği pazar veya gümrüksüz alanın tütün mamulü kategorisi için bir geçerli ve ortak kullanılan sağlık uyarısını taşıyacaktır. Söz konusu uyarıların kullanımı, reklamı yapılan Tütün Mamulünün menşesine dair yanıltıcı bir etkiye sebep olmayacaktır.

Söz konusu sağlık uyarıları,

- en uygun yerel dilde görüntülenecektir;
- açık şekilde görülebilir veya işitilebilir olacaktır; veya
- uygulanabilir ve yasal olarak izin verilebilir olduğu takdirde, sağlık uyarısının yasal kaynağına bir atıfta bulunacaktır.

5. Müşteriye sunulması amaçlanan herhangi bir dış ambalaj üzerinde olduğu kadar Grup şirketlerince üretilen ve/veya pazarlanan Tütün Mamullerinin tüm paketleri üzerinde uygun bir sağlık uyarısı görüntülenecektir. Söz konusu uyarı, mamulün kendisine yönelik olarak üretilmiş bulunduğu, gümrüksüz alanlar dâhil ülke veya pazarın ilgili kanunu veya isteğe bağlı sözleşmesine uyacaktır. Hiçbir yerel kanun veya isteğe bağlı sözleşmenin mevcut olmadığı durumlarda, tütün mamulünün pazarlanmasının amaçlandığı pazar veya gümrüksüz alanın mamul kategorisi için bir geçerli ve ortak kullanılan sağlık uyarısını taşıyacaktır. Söz konusu sağlık uyarılarının kullanımı, reklamı yapılan Tütün Mamulünün menşesine dair yanıltıcı bir etkiye sebep olmayacaktır.

Söz konusu sağlık uyarıları,

- en uygun yerel dilde görüntülenecektir;
- açık şekilde görülebilir olacaktır; veya
- uygulanabilir ve yasal olarak izin verilebilir olduğu takdirde, sağlık uyarısının yasal kaynağına bir atıfta bulunacaktır.

Basılı Medya

6. Hiçbir Tütün Mamulleri marka reklamı, okuyucuların en az % 75'inin yetişkin olduğuna dair tatmin edici delil ortaya konulmadıkça basılı medyada yer almayacaktır.
7. Basılı medyada Tütün Mamulleri marka reklamına izin verilmesi durumunda, her bir reklam paragraf 4 uyarınca uygun bir sağlık uyarısı içerecektir.

Dış Mekân Reklamı

8. Hiçbir Tütün Mamulleri marka reklamı, ağırlıkla 18 yaş altındakiler (veya mahalli olarak belirtildiği durumlarda daha yüksek asgari yaşta bulunanlar) tarafından kullanılan okulların ana girişine 100 metreden daha yakın bulunan dış mekân tabelaları veya billboardların üzerine konulmayacaktır. Bu satış noktasındaki dış mekân tabelalarını içermemektedir.
9. Dış mekân tabelaları ve billboardlar üzerinde Tütün Mamulleri marka reklamına izin verilmesi durumunda, her bir reklam paragraf 4 uyarınca uygun bir sağlık uyarısı içerecektir.

Satış Noktası Malzemesi

10. Yerel kanun veya isteğe bağlı anlaşma ile farklı şekilde belirtilmiş olmadıkça, reklam gösterim alanı 250 santimetre kareyi aşan tüm yeni satış noktası malzemeleri paragraf 4 uyarınca uygun bir sağlık uyarısı taşıyacaktır.

Radyo, Televizyon ve Sinema Reklamı

11. Radyo veya televizyonda Tütün Mamulleri marka reklamına izin verilmesi durumunda, söz konusu reklam sadece programın esas itibarıyla 18 yaşındakiler veya üzerindekiilere (veya yerel olarak belirtildiği durumlarda daha yüksek asgari yaşta bulunanlar veya üzerindekiilere) yönelik olduğu zaman ve saatler sırasında yayınlanacaktır.
12. Sinemalarda Tütün Mamulleri marka reklamına izin verilmesi durumunda, söz konusu reklam seyircilerin esasen 18 yaş altındaki (veya mahalli olarak belirtildiği durumlarda daha yüksek asgari yaşta bulunan) gençlerden oluştuğunun muhtemel olduğu zamanda gösterilmeyecektir.
13. Radyoda, televizyonda veya sinemalarda Tütün Mamulleri marka reklamına izin verilmesi durumunda, her bir reklam paragraf 4 uyarınca uygun bir sağlık uyarısı içerecektir.

Ürün Sunumu

14. Genel halk tarafından izlenmesi amacıyla herhangi bir film, televizyon programı veya diğer herhangi bir kamu performansı veya eğlence ortamında Grubun Tütün Mamulleri, markaları veya reklamlarının plasmanı için hiçbir ödemede bulunulmayacaktır.

İnternet Reklamı

15. Önceden site erişimi yetişkin doğrulama yöntemleri uygulamada bulunmadıkça veya internet sitesinin içeriği veya hizmetleri, söz konusu reklamların kanunca yasaklanmadığı ülkedekilere yöneltilmedikçe internette hiçbir Tütün Mamulleri marka reklamına yer verilmeyecektir. İnternet reklam afişlerinin online medyada olması halinde, kullanıcıların en azından % 75'inin yetişkinler olduğuna dair tatmin edici delilin ortaya konulması yeterlidir.
16. Yetişkin doğrulamasının temin edildiği durumlarda, tüm Tütün Mamulleri marka reklamlarının paragraf 4 uyarınca internet sitesinin hedeflediği ülkeye uygun bir sağlık uyarısını içermesi gerekmektedir.

Videobantları, Ses Bantları, CD'ler, DVD'ler ve Bilgisayar Oyunları

17. Hiçbir Tütün Mamulleri marka reklamı, ürünün sadece yetişkinlere temin edilmesinin amaçlandığını temin edecek tatmin edici önlemler uygulamada olmadıkça, videobantları, ses bantları, CD'ler, DVD'ler ve bilgisayar oyunları veya benzer başka bir ortamda yayınlanan malzemeye dâhil edilmeyecektir.
18. Videobantları, ses bantları, CD'ler, DVD'ler, bilgisayar oyunları veya benzer başka bir ortamda yayınlanan malzemede Tütün Mamulleri marka reklamına izin verilmesi durumunda, her bir reklam paragraf 4 uyarınca uygun bir sağlık uyarısı içerecektir.

Promosyon Etkinlikleri ve Faaliyetleri

Grup şirketleri, yetişkin tüketiciler arasında Tütün Mamullerinin belirli bir marka veya markalarının farkındalığını yaratmak için belirli bir biçimde oluşturulan ve Grup şirketlerinin desteği söz konusu olmaksızın meydana gelmeyecek olan bir dizi etkinlik ve faaliyeti üstlenmektedir. Söz konusu etkinlik ve faaliyetler, organizatörlerin sonradan Grup şirketlerinin desteğini aradıkları ve sürekli başarısı, hiçbir Tütün Ürünü marka promosyonu meydana gelmediği sürece sadece Grup şirketlerine bağlı olmayan önceden düzenlenmiş etkinlikleri içermediği gibi hiçbir tütün markası promosyonunun amaçlanmadığı şirket etkinliklerini ve faaliyetlerini de içermemektedir.

19. Tütün Mamulleri marka promosyonu etkinlikleri ve faaliyetlerine izin verildiği durumlarda, söz konusu etkinlik ve faaliyetler işbu Standarda uyacak şekilde idare edilecektir.
20. Tütün Mamullerinin numune denemesi, 18 yaşındakiler veya üzerindeki (veya mahalli olarak belirtildiği durumlarda daha yüksek asgari yaşta bulunan) mevcut tüketicilerle sınırlandırılacaktır.
21. Tütün Mamulleri promosyon etkinliklerine erişim yetişkinlerle sınırlandırılacaktır.
22. Hiçbir Tütün Mamulleri promosyon faaliyeti veya etkinliği, 18 yaş altındaki (veya mahalli olarak belirtildiği durumlarda daha yüksek asgari yaşta bulunan) herhangi bir kimseyi amaçlamayacak veya söz konusu kişilere özel olarak hitap etmeyecektir.
23. Tütün Mamulleri markası promosyon faaliyetleri sadece 18 yaşındakiler veya üzerindeki (veya mahalli olarak belirtildiği durumlarda daha yüksek asgari yaşta bulunanlar) olarak doğrulanmış bulunanlara yönelik olacaktır.
24. Numune denemesi dâhil olmak üzere, Tütün Mamulleri marka promosyon etkinlikleri ve faaliyetlerinde doğrudan veya dolaylı olarak istihdam edilen tüm personel 21 yaş veya üzerinde olacak ve 21 yaş veya üzerinde olduğu görünecektir.
25. Tütün Mamulleri marka adları veya logolarını taşıyan Tütün Mamulleri marka promosyon ürünleri 18 yaş altındakilere (veya mahalli olarak belirtildiği durumlarda daha yüksek asgari yaşta bulunanlara) satılmayacak veya hediye edilmeyecektir.
26. Tütün Mamulleri marka promosyon giysileri sadece yetişkin bedenlerinde bulundurulacaktır.
27. Tüm Tütün Mamulleri marka promosyon teklifleri sadece yetişkin tüketicilere yönelik olacaktır. Söz konusu bir teklifin, bir etkinlik veya faaliyette diğer kişilerce eşlik edilecek yetişkin bir tüketiciye izin verdiği durumlarda, söz konusu eşlik edenlerin kendilerinin yetişkin olması gerekmektedir.

Sponsorluk

Grup şirketleri, yetişkin tüketiciler arasında belirli bir Tütün Mamulleri markasının veya markalarının farkındalığını yaratmak için bir dizi sportif ve kültürel etkinlik, faaliyet ve takım için sponsorluk desteği sağlamaktadır, ancak söz konusu destek olmaksızın etkinlik, faaliyet veya takım yine de mevcut olacak veya meydana gelecektir.

28. Tütün Mamulleri marka sponsorluğuna izin verildiği durumlarda, sponsorlukla ilgili tüm reklam ve promosyon faaliyetleri, işbu Standarda uyacak şekilde idare edilecektir.

29. Tüm rakipler, takım üyeleri ve aktif katılımcıların yetişkin olduğuna dair tatmin edici delil temin edilmedikçe herhangi bir etkinlik, faaliyet veya birey için hiçbir yeni sponsorluğa girilmeyecektir.
30. Gençlere, yetişkinlere olduğundan daha çok hitap eden herhangi bir etkinlik, olay, takım veya bireye Tütün Mamulleri marka sponsorluğu, giyim ve malzemeleri sağlanmayacaktır.

Doğrudan Mail

31. Tütün Mamullerinin doğrudan mail yoluyla pazarlanması sadece kimlikleri doğrulanmış yetişkin tüketicilere yönelik olacaktır. 18 yaş altındakilerin (veya mahalli olarak belirtildiği durumlarda daha yüksek asgari yaşta bulunanların) tüm doğrudan mail listeleri dışında bırakıldıklarını temin etmek için makul tüm tedbirler alınacaktır.
32. Doğrudan mail yoluyla Tütün Mamulleri marka reklamına izin verildiği durumlarda, her bir reklam paragraf 4 uyarınca uygun bir sağlık uyarısı içerecektir.

Marka Adları ve Logoların Üçüncü Kişilerce Kullanımı

33. Mümkün olduğu durumlarda, herhangi bir yetkilendirme söz konusu olmaksızın veya işbu Standardın ilkelerini zayıflatacak bir tarzda olarak, Grubun tütün mamulleri ticari markalarının ve tescilli tasarımlarının üçüncü kişilerce kullanımını önlemek için makul önlemler alınacaktır.

Ürün Pazar Araştırması

34. Tütün Mamulleri konsepti, reklam ve promosyon araştırmaları sadece yetişkin tüketiciler arasında devreye sokulacaktır.

Uygulama ve Uyum

35. Çalışanların ve acentelerin ve diğer ilgili üçüncü kişilerin işbu Standardı anlama, uygulama ve söz konusu Standarda uyumunu temin edecek etkin mekanizmaları tesis etmek tüm Grup şirketleri ile İş Birimlerinin sorumluluğu altında bulunmaktadır. İşbu Standardın uygulanması herhangi bir ilgili yerel kanunu ihlal etmediği sürece, Grup şirketleri ile İş Birimlerinin, işbu güncelleştirilmiş Standardı 31 Ekim 2009 tarihinde uygulamaya başlamaları ve 31 Ekim 2010'dan daha geç olmamak üzere söz konusu Standarda tam olarak uyulduğunu teyit etmeleri beklenmektedir.
36. Grubun 31 Ekim 2009 tarihinden sonra bir şirketin çoğunluk hissesini elde etmesi durumunda, Grubun Satış & Pazarlama Müdürü, Standardı, uygulanması herhangi bir ilgili yerel kanunu ihlal etmediği sürece, Standardın tanziminden itibaren 12 aydan daha geç olmamak üzere tam uygunluğun beklendiği söz konusu şirkete tanzim edip temin edecektir.
37. Çalışanlar, işbu Standardın Grubun intranet sitesinde yayımlanması, ilgili kanallar vasıtasıyla kopyalarının dağıtımı ve eğitim ve gelişme programlarında Standarda atıfta bulunulması kanalıyla işbu Standarda ilişkin yükümlülüklerinden haberdar edilecektir.
38. İşbu Standardın kopyaları Grup şirketlerince çalıştırılan tüm reklam, promosyon, numune ve araştırma acentelerine temin edilecektir. Her bir acenteye, tayininin ve Grup şirketleri lehine temsilde bulunmasının, (çalışanları dâhil) söz konusu acentenin Standarda uyumuna bağlı olacağı bildirilecektir. Grubun Tütün Mamullerinin pazarlanması, satışı ve dağıtımında faaliyet gösteren üçüncü kişiler olduğu kadar söz konusu acentelerle olan tüm sözleşme ve anlaşmalarda Standarda referansta bulunulacaktır.
39. İşbu Standardın bir kopyası tüm ilgili harici mahalli firmalara temin edilecek olup söz konusu firmalarca onaylanan tüm Tütün Mamulleri markasına ait reklam malzemesi işbu Standarda uymalıdır.
40. Grup, bilerek veya ihmalen işbu Standardı ihlal eden herhangi bir çalışana karşı uygun aksiyonu alacaktır.
41. Mahalli olarak çözüme kavuşturulamayan yoruma ilişkin önemli sorular açıklığa kavuşturulması amacıyla Grup Hukuk Departmanına yöneltilmelidir. İşbu Standardın yorumlanmasına ilişkin konular açısından nihai sorumluluk Grup Hukuk Departmanında olacaktır.

42. İşbu Standardın, istemeden veya bunun dışında önemli herhangi bir ihlali mümkün olan makul en kısa zamanda Grup Hukuk Departmanına raporlanacaktır.
43. İşbu Standardın uygulanma ve yorumlanmasının sürekliliğini temin etmek için düzenli bir Grup çapında gözden geçirmede bulunulacaktır.