

IZDELKI NASLEDNJE GENERACIJE

MEDNARODNI STANDARD TRŽENJA*

*VELJA TUDI ZA POVEZANE IZDELKE IN PRIPOMOČKE



IMPERIAL
BRANDS

NAŠ MEDNARODNI STANDARD TRŽENJA ZA IZDELKE NASLEDNJE GENERACIJE

- 3 Uvod
- 4 Naša zaveza
- 5 Pomen izrazov
- 7 Le odrasli
- 10 Odgovornost in spoštovanje
- 11 Transparentnost



> IMPERIAL BRANDS PLC MEDNARODNI STANDARD TRŽENJA IZDELKI NASLEDNJE GENERACIJE

IMPERIAL BRANDS PLC ima odgovornost do odraslih potrošnikov, to pa se odraža v kakovosti in varnosti izdelkov naslednje generacije in načinu, na katerega komuniciramo z odraslimi v trženjskih prizadevanjih.

Verjamemo v:

- možnost zmanjšanja škodljivosti tobaka z izdelki naslednje generacije;
- zavezo odgovornega trženja naših izdelkov naslednje generacije;
- alternative gorljivim tobačnim izdelkom, kot so izdelki naslednje generacije, predvsem tisti, ki lahko pomembno prispevajo k zmanjšanju škodljivosti tobaka.

Zagotovili bomo jasne in natančne informacije o naših izdelkih, predvsem pa o izdelkih naslednje generacije in z njimi povezanimi tveganji, s čimer bomo odraslim omogočili, da ozaveščeno izbirajo.

Zavezujemo se, da bomo odgovorno tržili, oglaševali in prodajali naše izdelke v skladu z lokalnimi zakoni, kodeksi ravnanja in prostovoljnimi sporazumi, ki urejajo oglaševanje in promocijo tobačnih izdelkov (**pravne zahteve**).

Ta marketinški standard o izdelkih naslednje generacije ureja naše oglaševalske, promocijske in trženjske dejavnosti ter ustrezno prodajo naših izdelkov, nanaša pa se na vse naše dejavnosti trženja odraslim potrošnikom.

Popolnoma podpiramo preprečitev dostopa za mladino in omejitve glede najnižje starosti za zakonito prodajo in nakup izdelkov naslednje generacije in povezanih izdelkov.

Menimo, da je treba naše izdelke prodajati izključno odraslim potrošnikom in da jih smejo uporabljati le odrasli potrošniki. Prav tako z odraslimi o naših izdelkih komuniciramo odgovorno.

Ta mednarodni standard trženja ne velja za nobene izdelke, ki jih je odobril kateri koli organ za zdravila, niti za naše gorljive tobačne izdelke, ki so zajeti z Mednarodnim standardom trženja za gorljive tobačne izdelke in pripomočke.

Vse družbe naše skupine, zaposleni in vsi, ki nastopajo v našem imenu (vključno z vsemi oglaševalskimi, promocijskimi in raziskovalnimi agencijami in slehernimi drugimi organizacijami, ki so vključene v trženje naših izdelkov potrošnikom) bodo v dobri veri sprejeli ta Mednarodni standard trženja za izdelke naslednje generacije.

Izvršni odbor družbe Imperial Brands Plc je odobril in potrdil ta Mednarodni standard trženja za izdelke naslednje generacije 24. novembra 2020.

> NAŠA ZAVEZA

LE ODRASLI

Zavezujemo se, da:

- bomo oglasne/promocijske materiale in dogodke usmerili le na odrasle.
-

ODGOVORNOST IN SPOŠTOVANJE

Zavezujemo se:

- da bomo naše izdelke tržili le odraslim potrošnikom.

Verjamemo, da:

- je treba odraslim potrošnikom ponuditi širok nabor izdelkov, predvsem pa izdelkov naslednje generacije, za izpolnitev njihovih pričakovanj;
 - je predvsem z izdelki naslednje generacije mogoče zmanjšati škodljivost tobaka, ob zavezi k odgovornemu trženju izdelkov;
 - prav tako pa verjamemo v spoštovanje izbire posameznika in ljudi, ki niso odrasli potrošniki, ne bomo spodbujali k uporabi naših izdelkov.
-

TRANSPARENTNOST

Zagotovili bomo:

- jasne in natančne informacije o naših izdelkih, posebej pa o izdelkih naslednje generacije in z njimi povezanimi tveganji, s čimer bomo odraslim omogočili, da ozaveščeno izbirajo.

> POMEN IZRAZOV

PRIPOMOČKI

Predmeti, ki se uporabljajo za uporabo izdelkov naslednje generacije in povezanih izdelkov, denimo elektronske cigarete ali naprave za ogrevanje tobaka.

ODRASLA OSEBA

Oseba, ki je dopolnila najmanj 18 let, razen če je z lokalno zakonodajo ali prostovoljnim sporazumom določena nižja minimalna starost za zakonito prodajo, nakup, posest ali uporabo izdelkov naslednje generacije. Če je določena nižja minimalna starost, izraz »odrasla oseba« pomeni osebo, ki je dopolnila najmanj število let, določeno s to omejitvijo.

ODRASLI POTROŠNIK

Odrasli potrošnik gorljivih tobačnih izdelkov in/ali izdelkov, na katere se nanaša ta Mednarodni standard trženja.

OGLAŠEVANJE

Katera koli oglasna/promocijska gradiva, dejavnosti in dogodki v zvezi z našimi izdelki, ki so namenjeni potrošnikom. V izogib dvomom se iz te opredelitve izključi naslednje:

- komuniciranje družb naše skupine z relevantnimi trgovci (komuniciranje s poslovnimi partnerji);
- slike izdelkov, blagovne znamke, pakiranja ali oglaševanje (a) v poslovnem komuniciranju (kot so letna poročila in računovodski izkazi) in/ali (b) za namene zgodovinskih interesov;
- spletna mesta družb naše skupine, ki so bolj namenjena sporočanju podatkov o podjetju kot pa promoviranju izdelkov;
- uporabniško ustvarjena vsebina, vključno z besedili, sporočili, slikami, družbenimi mediji in videoposnetki, ki jih je spletni uporabnik ustvaril neodvisno, pri čemer je takšna vsebina naložena na internetno mesto zunaj našega nadzora oziroma nadzora družb naše skupine;
- pakiranje izdelkov.

MEHANIZEM ZA PREVERJANJE STAROSTI

Kateri koli mehanizem, ki potrjuje, da je potrošnik odrasla oseba, kjer pa takšna potrditev ni mogoča zaradi tehničnih omejitev, se za dostop uporablja vključitev ustrezne izjave o dopolnjeni odrasli dobi.

PROCES PREVERJANJA ODRASLE DOBE

Sleherni proces preverjanja za spletni nakup izdelkov naslednje generacije in povezanih izdelkov, s katerim se potrjuje, da je potrošnik odrasli potrošnik.

POVEZANI IZDELKI

Izdelki, ki niso gorljivi in gre za

- (a) izdelke brez tobaka, ki ne vsebujejo nikotina, znotraj iste blagovne znamke kot izdelki naslednje generacije, tradicionalni negorljivi tobačni izdelek ali gorljivi tobačni izdelek;
- (b) izdelke brez tobaka, ki ne vsebujejo nikotina, niso zajeti v odstavku (a), namenjeni pa so le odraslim potrošnikom in
- (c) tradicionalni gorljivi tobačni izdelki.

GORLJIVI TOBAČNI IZDELKI

Tobačni izdelki, ki so delno ali v celoti sestavljeni iz delov rastline tobaka in se lahko uporabijo s postopkom, ki vključuje zgorevanje.

DEMOGRAFSKE INFORMACIJE

Demografske informacije, ki jih pridobimo mi ali naši zastopniki od nosilcev/ponudnikov dogodkov in kažejo, da je (a) med ciljnim občinstvom dogodka najmanj 75 % odraslih oziroma če takšna informacija ni na voljo, (b) med prisotnimi na prejšnjih izvedbah dogodkov je bilo najmanj 75 % odraslih.

DRUŽBA / DRUŽBE SKUPINE

Družbe, v katerih ima Imperial Brands Plc obvladujoči delež, na primer, v katerih ima Imperial Brands Plc več kot (a) 50 % delnic in/ali (b) glasovalnih pravic.

PRAVNE ZAHTEVE

Lokalna zakonodaja, lokalni/nacionalni kodeksi ravnanja v posameznih državah in/ali prostovoljni sporazumi, ki urejajo izdelke, na katere se nanaša ta Mednarodni standard trženja.

NIKOTINSKI IZDELKI

Izdelki, ki vsebujejo nikotin (ne glede na to, ali je pridobljen iz tobaka, ali pa gre za sintetični nikotin).

IZDELKI NASLEDNJE GENERACIJE

- Nikotinski izdelki in
- tobačni izdelki morebitno zmanjšane škodljivosti.

TOBAČNI IZDELKI MOREBITNO ZMANJŠANE ŠKODLJIVOSTI

Izdelki, za katere velja naslednje:

- delno ali v celoti so sestavljeni iz delov rastline tobaka in se lahko uporabijo brez postopka, ki vključuje zgorevanje;
- imajo zmožnost zmanjšanja bolezni v povezavi s kajenjem in
- so prvič trženi po letu 2014.

IZDELKI

- Izdelki naslednje generacije,
- povezani izdelki in
- pripomočki.

PROMOCIJSKI DOGODKI IN DEJAVNOSTI

Obseg dogodkov in dejavnosti, ki jih organizirajo družbe naše skupine ali so organizirani v imenu družbe naše skupine, in so posebej ustvarjeni za ozaveščanje odraslih potrošnikov glede posamezne blagovne znamke izdelkov naslednje generacije ali povezanih izdelkov.

SPONZORIRANJE

Dogodek, dejavnost ali ekipa, za katere družbe skupine zagotavljajo podporo, z namenom ozaveščanja odraslih potrošnikov glede posamezne blagovne znamke izdelkov naslednje generacije, pri čemer bi dogodek, dejavnost ali ekipa še vedno lahko obstajali oziroma bi se lahko izvajali brez njihove podpore.

TOBAČNI IZDELKI

Tobačni izdelki, ki so delno ali v celoti sestavljeni iz delov rastline tobaka.

TRADICIONALNI NEGORLJIVI TOBAČNI IZDELKI

Tobačni izdelki, kot je tradicionalni švedski snus, vlažni njuhanec ali žvečilni tobak, prvič tržen pred letom 2014.

IZDELKI ZA VAPANJE

- Naprava, kot je elektronska cigareta (ali e-cigareta), ki se uporablja za vdihavanje pare.
- Tekočina z nikotinom ali brez nikotina, iz katere se naredi para z izdelkom iz dela (a) te opredelitve (vključno s katerim koli predmetom, ki vsebuje tako tekočino).

MLADINA

Kdor koli, ki ni odrasla oseba.

> LE ODRASLI

Zavezujemo se, da:

- bomo oglasna/promocijska gradiva in dogodke usmerili le na odrasle.

Menimo, da morajo biti trženjske dejavnosti oglaševanja in promoviranja naših izdelkov namenjene le odraslim in da se smejo z njimi nagovarjati le odrasli. Močno podpiramo prizadevanja, s katerimi bi se preprečilo, da bi mladina imela dostop do naših izdelkov in jih začela uporabljati.

Podpiramo učinkovito zakonodajo in predpise, s katerimi bo mladini preprečen nakup in uporaba izdelkov naslednje generacije in povezanih izdelkov.

Naš standard trženja za izdelke naslednje generacije obsega trženjske prakse, ki odražajo našo jasno osredotočenost na trženje odraslim.

Predvsem bomo zagotovili, da:

1. naši izdelki ne bodo trženi mladini;
2. bodo dejavnosti trženja naših izdelkov naravnane le na odrasle;
3. ne bomo ponujali izdelkov naslednje generacije in povezanih izdelkov z aromami, ki bi zlasti pritegnili mladino (denimo takšnih, ki bi bili po pakiranju ali imenu podobni pekovskim, slaščičarskim ali sladkornim izdelkom);
4. bo embalaža naših izdelkov oblikovana tako, da bo razvidno, da vsebina ni namenjena mladini.
5. Naših izdelkov ne bomo tržili:
 - s prikazom ali upodobitvijo resničnih ali izmišljenih oseb, za katere obstaja verjetnost, da nagovarjajo predvsem mladino (denimo junaki iz risank);
 - s podobo oseb, ki uporabljajo naše izdelke, obnašajo se pa kot mladina oziroma mladoletne osebe.

OGLASNE VSEBINE

Naše oglasne, promocijske in trženjske dejavnosti bodo namenjene gledalcem ali udeležencem, ki so po našem najboljšem prepričanju odrasle osebe. V tovrstnih oglasnih, promocijskih in trženjskih dejavnostih se ne bodo uporabljale slike ali značilnosti, s katerimi se nagovarja zlasti mladina.

Vse osebe, ki uporabljajo naše izdelke ali imajo pomembno vlogo v naših oglasnih dejavnostih, morajo imeti dopolnjenih najmanj **petindvajset (25)** let, kar mora potrjevati tudi njihov videz, in ne smejo prekomerno povečevati naših izdelkov ali povečevati kajenja.

OGLAŠEVANJE V TISKOVINAH

Oglasna sporočila blagovne znamke naših izdelkov bomo objavljali v tiskanih medijih le, kadar imamo zanesljiv dokaz (kot je določeno za ciljno skupino v razdelku o demografskih informacijah), da je med ciljnim bralstvom vsaj **75 %** odraslih.

OGLAŠEVANJE NA PROSTEM

Oglasnih sporočil za izdelke naše blagovne znamke ne bomo objavljali na zunanjem napisu ali oglasnih panojih na razdalji, ki je manjša od 100 m od glavnih vhodov v šolo. To ne vključuje zunanjih napisov na prodajnem mestu ali pri izobraževalnih ustanovah za odrasle.

LE ODRASLI (nadaljevanje)

RADIJSKO, TELEVIZIJSKO IN KINEMATOGRAFSKO OGLAŠEVANJE

Kadar je oglaševanje naših izdelkov dovoljeno:

- na radiju in televiziji, bomo oglasna sporočila o izdelkih naše blagovne znamke objavljali le v času programa, ki je namenjen odraslim (z namenom zmanjšati izpostavljenost otrok);
- v kinih pa bomo objavljali oglase o izdelkih naše blagovne znamke le, ko oglas spremlja filme, pri katerih je verjetno, da je med prisotnim občinstvom večina odraslih.

OGLAŠEVANJE PRI STORITVI VIDEA NA ZAHTEVO

Oglase blagovne znamke naših izdelkov ne bomo vključevali:

- v igričarske konzole ali kateri koli drug podoben medij (razen če so sprejeti zadostni ukrepi, ki zagotavljajo, da je predmet namenjen le odraslim);
- v programe ki so namenjeni, v večji meri naravnani ali verjetno nagovarjajo predvsem mladino.

DIGITALNO OGLAŠEVANJE

| | |
|---|--|
| Spletna mesta (upravlja jih družba skupine ali pooblaščen oseba v imenu družbe skupine) | Oglase blagovne znamke naših izdelkov bomo objavljali na spletnih mestih, če: <ul style="list-style-type: none"> • je dostop do spletnega mesta in katere koli vsebine, ki jo je mogoče prevzeti, omejen na odrasle; • so zagotovljeni mehanizmi, ki ob dostopu do spletnega mesta omogočajo predhodno preverjanje če so uporabniki odrasli. |
| Spletni/digitalni oglasi | Oglase blagovne znamke naših izdelkov bomo objavljali na spletnih mestih le, kadar: <ul style="list-style-type: none"> • razpolagamo z zadostnimi dokazi (kot je določeno za ciljno skupino v razdelku o demografskih informacijah), da je med ciljnim uporabniki najmanj 75 % odraslih. |
| Aplikacije za pametne telefone | Poskrbeli bomo, da bodo vse tehnologije, ki uporabnikom prek »bližnjic« z uporabo pametnih telefonov omogočajo dostop do spletnih mest z oglasi blagovne znamke naših izdelkov: <ul style="list-style-type: none"> • dostopne le uporabnikom, ki so odrasle osebe, zagotovljeni pa so tudi mehanizmi, ki ob dostopu do spletnega mesta omogočajo predhodno preverjanje, ali so uporabniki odrasle osebe. |
| Družbeni mediji | Naše dejavnosti prek družbenih medijev bomo izvajali izključno: <ul style="list-style-type: none"> • odgovorno; • v skladu z našim Kodeksom ravnanja; • kadar so takšne dejavnosti dovoljene v skladu z določili lokalnih pravnih zahtev; • kjer smo jasno prepoznavni (vključno v primeru kakršnih koli oglaševanj, promocij, ali ko raziskovalne agencije ali katere koli druge organizacije s področja trženja in prodaje nastopajo v našem imenu); • prek vplivnih oseb na družbenih medijih, kjer je med sledilci vplivne osebe na družbenem mediju 75 % odraslih oz. je verjetno, da je temu tako. |

PRIPOROČANJE IN UPORABA OSEBE ZA STIKE Z JAVNOSTJO

- Za priporočanje naših izdelkov bomo najeli le storitve posameznikov (vključno z ambasadorji blagovnih znamk, vplivnih oseb na spletu, modelov ali slavnih oseb) za katere je očitno, da so dopolnili najmanj **petindvajset (25)** let.
- Kot osebo za stike z javnostjo bomo določali le osebe, ki imajo med občinstvom, ki jih spremlja oz. med ciljnim občinstvom 75 % odraslih (kot je določeno za ciljno skupino v razdelku o demografskih informacijah).

SPLETNA PRODAJA

Spletno prodajo izdelkov bomo omejili le na tiste odrasle, ki so dokončali povezani proces preverjanja odrasle dobe v skladu z zahtevami.

TRGOVINE LASTNE BLAGOVNE ZNAMKE

Objektov lastne blagovne znamke za prodajo na drobno ne bomo odpirali v bližini objektov za prodajo na drobno, ki so naravnani predvsem na izpolnjevanje potreb mladine, kot so denimo trgovine z igračami ali trgovine, ki prodajajo oblačila in dodatke za dojenčke in otroke.

PREPREČEVANJE DOSTOPA ZA MLADINO

Trgovce na drobno, s katerimi imamo sklenjene pogodbe o pospeševanju prodaje, bomo spodbujali k:

- ohranjanju oznak, ki omejujejo prodajo na odrasle, in
- preverjanju identitete vseh, za katere je videti, da niso odrasli, izkažejo pa zanimanje za nakup katerega od naših izdelkov.

PROMOCIJSKI DOGODKI IN DEJAVNOSTI

Zagotovili bomo, da bodo naša promocijska darila, dogodki in dejavnosti za izdelke blagovne znamke prirejeni tako, da nagovarjajo odrasle.

Poleg tega:

- omejili bomo dostop do promocijskih dogodkov in dejavnosti za izdelke naše blagovne znamke le na odrasle osebe;
- promocijske dogodke in dejavnosti za naše izdelke blagovne znamke bomo usmerili le na odrasle, katerih starost je bila preverjena;

- za udeležbo na promocijskih dogodkih in dejavnostih (vključno z vzorčenjem, kjer je to dovoljeno) za izdelke naše blagovne znamke bomo zaposlovali (neposredno ali posredno) le osebe, ki so očitno dopolnile najmanj **enaindvajset (21)** let;
- promocijske predmete naše blagovne znamke, na katerih so logotipi ali imena blagovne znamke, bomo prodajali ali podarjali le odraslim potrošnikom. Promocijska oblačila za blagovno znamko naših izdelkov bodo na voljo le v velikostih za odrasle;
- promocijske ponudbe za blagovno znamko naših izdelkov pa bomo usmerili le na odrasle potrošnike. Kadar takšna ponudba omogoča, da se odraslemu potrošniku na udeležbi dogodka ali dejavnosti pridružijo druge osebe, morajo biti tudi te osebe odrasle.

SPONZORIRANJE

Dejavnosti sponzoriranja izdelkov bomo izvajali le v primerih, kadar **imamo zadostne dokaze, da:**

- so vsi tekmovalci, člani ekipe in aktivni udeleženci odrasle osebe;
- je takšen dogodek namenjen odraslim, pri čemer je med ciljnim občinstvom, najmanj 75 % odraslih (kot je določeno za ciljno skupino v razdelku o demografskih informacijah).

VZORČENJE

Kadar je vzorčenje izdelkov dovoljeno z zakonom, bomo vzorčenje izdelka usmerili le na odrasle potrošnike gorljivih tobačnih izdelkov in/ali izdelkov naslednje generacije in povezanih izdelkov, ki so podali izrecno in ozaveščeno privolitev k prejemu takšnih vzorcev.

> ODGOVORNOST IN SPOŠTOVANJE

Naša družba:

- bo trženje svojih izdelkov usmerila le na odrasle potrošnike.

Verjamemo, da:

- je treba odraslim potrošnikom ponuditi širok nabor izdelkov, predvsem pa izdelkov naslednje generacije, za izpolnitev njihovih pričakovanj;
- je predvsem z izdelki naslednje generacije mogoče zmanjšati škodljivost tobaka, ob zavezi k odgovornemu trženju izdelkov;
- prav tako pa verjamemo v spoštovanje izbire posameznika in ljudi, ki niso odrasli potrošniki, ne bomo spodbujali k uporabi naših izdelkov.

ODGOVORNOST

Verjamemo in zavežujemo se k:

- zagotavljanju učinkovitih alternativ gorljivim tobačnim izdelkom in prednostim, ki morebiti lahko pomembno prispevajo k javnemu zdravju, če se kadilci odločijo za naše izdelke, predvsem pa za izdelke naslednje generacije;
- ponujanju portfelja izdelkov, zlasti izdelkov naslednje generacije, ki izpolnjuje pričakovanja odraslih potrošnikov.

Predvsem se zavežujemo k naslednjemu:

- naše trženjske dejavnosti bomo usmerili na odrasle potrošnike;
- slike uporabe naših izdelkov bomo prikazovali in promovirali v varnih in ustreznih okoljih.

SPOŠTOVANJE

Spodbujamo raznolikost v svetu, v katerem živimo in ustvarjamo, zato med našim trženjem ne bomo nikoli sami diskriminirali niti dopuščali diskriminacije s strani naših partnerjev.

Predvsem se zavežujemo k naslednjemu:

- upoštevali bomo splošno sprejete sodobne standarde dobrega okusa in pokazali občutljivost do lokalnih kultur in stališč;
- ne bomo predstavljali ali zagovarjali združenj, ki ravnajo nezakonito, antisocialno ali nasilno;
- izbire neuporabe naših izdelkov nikoli ne bomo opisovali s podcenjevanjem ali obsojanjem, se iz take izbire norčevali ali nakazovali, da je takšna izbira napačna ali neumna.

> TRANSPARENTNOST

Zagotovili bomo:

- jasne in natančne informacije o naših izdelkih, posebej pa o izdelkih naslednje generacije in z njimi povezanimi tveganji, s čimer bomo odraslim omogočili, da ozaveščeno izbirajo.

Verjamemo:

- v možnost zmanjšanja škodljivosti tobaka predvsem z izdelki naslednje generacije.

Zavezuje se:

- da bomo izrecne ali implicitne trditve o kakovosti, učinkovitosti ali funkcionalnih lastnostih naših izdelkov, predvsem pa izdelkov naslednje generacije, v naših oglasnih, promocijskih in trženjskih dejavnostih navajali le, kadar je takšne trditve mogoče utemeljiti s prepričljivimi znanstvenimi dokazi in tehnično oziroma potrošniško raziskavo, kot je ustrezno.
- V vseh oglasnih vsebinah o izdelkih, ki vsebujejo nikotin, bo jasno navedeno, da ti izdelki vsebujejo nikotin.

Ne bomo:

- prikazovali in opisovali naših izdelkov nepošteno in neiskreno, s čimer bi zavajali odrasle potrošnike.

ZDRAVSTVENA OPOZORILA

Izdelki naslednje generacije in povezani izdelki

Zagotovili bomo, da bodo na vseh ustreznih pakiranjih naših izdelkov naslednje generacije in povezanih izdelkov jasno in razvidno navedena ustrezna zdravstvena opozorila, kot je določeno s pravnimi zahtevami. V državah, kjer pravne zahteve za zdravstvena opozorila niso določene, je treba uporabljati ustrezna zdravstvena opozorila in/ali informacije, ki so v splošni rabi.

Pripomočki

Če pravne zahteve držav ne določajo drugače, na ustreznih pakiranjih izdelkov naslednje generacije in povezanih izdelkov ne bomo navajali nobenih zdravstvenih opozoril, in sicer iz naslednjih razlogov:

- zdravstvena opozorila in/ali druge informacije so že navedene na izdelkih naslednje generacije in povezanih izdelkih;
- nadaljnja zdravstvena opozorila na ustreznih pakiranjih pripomočkov odraslemu potrošniku ne bodo zagotovila nobene dodatne informacije.

Sedež:
Imperial Brands PLC
121 Winterstoke Road
Bristol BS3 2LL
Združeno kraljestvo
www.imperialbrandsplc.com



**IMPERIAL
BRANDS**