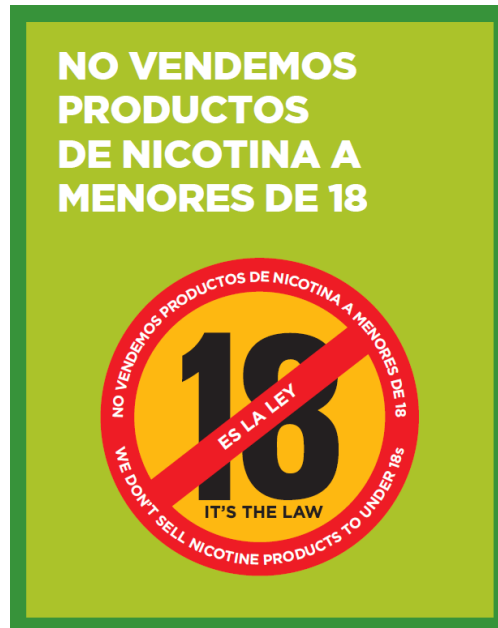


BAT lanza una nueva campaña contra la venta a menores

- La acción apoya a profesionales y consumidores en la prevención y el cumplimiento de la ley vigente en materia de venta de tabaco y nuevos productos con nicotina riesgo reducido de potencial.



Madrid, 29 de mayo de 2020. British American Tobacco (BAT) ha puesto en marcha una nueva campaña en los puntos de venta de apoyo a profesionales y consumidores en la prevención y el cumplimiento de la ley vigente, que prohíbe vender productos con nicotina a menores de edad.

Como compañía que se rige por los más estrictos estándares de responsabilidad corporativa, BAT cuenta con unos principios de marketing clave que establecen que la comercialización de sus productos será responsable, precisa y no engañosa, así como dirigida única y exclusivamente a consumidores adultos.

La nueva campaña, implementada en estancos y máquinas de vending, ahonda en ese compromiso de no facilitar el acceso de menores al producto, y lo hace a través de la concienciación a consumidores y profesionales de mantener un control de la venta tanto de tabaco como de nuevos productos con nicotina de potencial riesgo reducido, como el vapeo o el tabaco calentado.

La prevención del consumo a menores de 18 años es una responsabilidad compartida de las marcas, los comerciantes y los consumidores, y la campaña pretende reforzar el mensaje y ese compromiso común de evitar que cualquiera que no sea un consumidor adulto pueda acceder a la compra de un producto de nicotina.

Sobre British American Tobacco

BAT es una de las principales compañías multi-categoría de bienes de consumo, que ofrece productos de tabaco y nicotina a millones de consumidores en todo el mundo. Emplea a más de 55.000 personas, es líder en más 50 países y posee fábricas en 48. Su cartera estratégica está compuesta por sus marcas mundiales de cigarrillos y una creciente gama de productos de riesgo potencialmente reducido. Estos incluyen productos de vapeo, de tabaco calentado o sin combustión, productos modernos de nicotina, que incluyen bolsas de nicotina sin tabaco, así como productos orales tradicionales como snus y tabaco húmedo. En 2019, el Grupo generó ingresos de £ 25,8 mil millones y beneficio operativo de £ 9,01 mil millones.

Para más información:

Cristina Agudo
Communication Manager Executive
914175238
cristina_agudo@bat.com

Jon Nagore
Comms Executive Associate
91 702 71 70
jnagore@kreab.com