



Związek Firm Public Relations przystępuje do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy

Zarząd Związku Firm PR, uwzględniając głos Walnego Zgromadzenia Członków z dnia 27.02.2020, podjął decyzję o przystąpieniu do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy. Decyzja wynika z przyjętej polityki spójności ZFPR, która zakłada promowanie profesjonalnych standardów public relations we wszystkich środowiskach związanych z branżą PR. To trzeci, po przyjęciu we wrześniu 2019 Kodeksu Etyki PR i w lutym 2020 Kodeksu Dobrych Praktyk, krok w kierunku utworzenia możliwie szerokiej platformy współpracy pomiędzy podmiotami, które chcą promować i przestrzegać dobrych praktyk w relacjach biznesowych ze swymi interesariuszami. ZFPR przystępuje do Rady Reklamy na prawach członka zwyczajnego.

„Jako organizacja reprezentująca profesjonalną praktykę public relations poszukiwaliśmy możliwości jeszcze większego zbliżenia ze środowiskiem naszych klientów i z szerzej pojmowaną branżą komunikacji marketingowej. Rada Reklamy otwiera przed nami taką perspektywę. Liczymy na szczerzy i otwarty dialog na temat kształtowania etycznych standardów i reguł fair play w naszych wzajemnych relacjach” – mówi Adam Jarosz, Prezes ZFPR.

„Rada Reklamy przyjmuje z otwartością i zadowoleniem decyzję Związku Firm Public Relations. ZFPR, będąc największą w Polsce branżową organizacją zrzeszającą agencje i firmy doradcze z rynku PR, wnosi do Rady wzmocnienie organizacyjne oraz kompetencyjne. Dopełni nasze forum i inicjatywy o głos bardzo ważnej branży związanej z komunikacją marketingową, jaką bez wątpienia jest public relations. W podejściu ZFPR do kwestii etyki cieszy nas zarówno duża waga, jaką branża przykładła do tego aspektu działalności, jak i nowe perspektywy, które mogą wnieść jej eksperci – np. w obszarze dobrych praktyk współpracy z liderami opinii, przedstawicielami mediów, odpowiedzialności za rzetelność i transparentność informacji” - mówi Agnieszka Kępińska-Sadowska, Prezes Związku Stowarzyszeń Rady Reklamy.



Związek Firm Public Relations powstał w styczniu 2001 roku jako reprezentacja branży profesjonalnych usług Public Relations w Polsce i zrzesza wiodące agencje PR. Jest członkiem Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan i Międzynarodowej Organizacji Konsultantów do Spraw Komunikacji (ICCO). Cele działalności Związku to m.in.: ochrona praw i interesów zrzeszonych w nim członków, reprezentowanie ich wobec organów państwowych i instytucji, dbałość o najwyższe standardy etyczne i zawodowe w oparciu o Kodeks Dobrych Praktyk, Kodeks Etyki PR i Kartę Sztokholmską ICCO.

Od kilkunastu lat ZFPR jest organizatorem Złoty Spinaczy – konkursu promującego najlepsze projekty z dziedziny PR. Związek jest również jednym z założycieli Rady Etyki PR (REPR), będącej podmiotem społecznym dbającym o ochronę najwyższych standardów etycznych w Public Relations. ZFPR prowadzi również intensywny program szkoleniowy London School of Public Relations.

Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy

Misją Związku Stowarzyszeń Rady Reklamy jest eliminowanie nieetycznego i nieuczciwego przekazu reklamowego oraz promowanie najwyższych standardów komunikacji poprzez upowszechnianie **Kodeksu Etyki Reklamy** oraz nadzór nad przestrzeganiem jego zapisów. Rada Reklamy od 2006 roku działa na rzecz samoregulacji, regularnie uzupełniając Kodeks Etyki Reklamy o **nowe zobowiązania samoregulacyjne branży reklamowej w Polsce**, wierząc głęboko, że jest to właściwa i skuteczna forma kreowania właściwych standardów na rynku.

Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy liczy obecnie **26 członków**. Dziewięciu członków zwyczajnych: Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR, Międzynarodowe Stowarzyszenie Reklamy w Polsce (IAA), Związek Pracodawców Prywatnych Mediów, Polska Federacja Producentów Żywności, Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego - Browary Polskie, Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska, Stowarzyszenie Polskich Producentów Wyrobów Czekoladowych i Cukierniczych Polbisco, Polskie Stowarzyszenie Producentów Kosmetyków i Środków Czystości, Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego. Członkami wspierającymi są firmy i korporacje międzynarodowe, jest to obecnie siedemnastu członków: Procter and Gamble DS Polska, Nestle Polska, Carlsberg Polska, Grupa Żywiec, Kompania Piwowarska, Unilever Polska, PepsiCo Poland, Mars Polska, Mondelez International, Ferrero Polska, Provident, L'Oreal Polska, Coca Cola Polska, Communication Unlimited, Havas Media, MSL Group, TVN Discovery.

Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy jest członkiem **European Advertising Standards Alliance**, międzynarodowej organizacji zrzeszającej organizacje samoregulacyjne z 26 krajów.

Kontakt:

Piotr Kwiecień, Dyrektor Generalny Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy

Tel: +48 503 842 515; e-mail: p.kwiecien@radareklamy.pl