



JAK NIE WEJŚĆ NA REKLAMOWĄ MINĘ?

RADY REKLAMY ZAPRASZA DO KORZYSTANIA Z USŁUGI COPY ADVICE™ SŁUŻĄCEJ OCENIE PRZEKAZÓW REKLAMOWYCH PRZED ICH EMISJĄ

Współczesny rynek reklamy przypomina pole minowe. Reklamowe miny-pułapki to kwestie etyczne, prawne, merytoryczne i estetyczne. Agencje reklamowe i reklamodawcy muszą poruszać się po nim z najwyższą ostrożnością i uwagą, ponieważ odbiorcy reklamy i konkurencja często wyłapują najdrobniejsze potknięcie i odstępstwo od obowiązujących norm. Oczywistym dowodem na to jest liczba skarg, zastrzeżeń i protestów wnoszonych do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy przeciwko kampaniom nie spełniającym najwyższych norm etycznych.

Europejska branża reklamowa od lat korzysta z komfortowej usługi jaką jest tzw. copy advice. Copy Advice to skuteczne narzędzie wykrywające potencjalne nieścisłości czy też ewentualne zagrożenia płynące z przekazu reklamowego, zanim ten dostanie się na rynek. Korzystają z niego reklamodawcy, agencje reklamowe i marketingowe, nadawcy i dostawcy usług medialnych, a w niektórych krajach jest to wręcz obowiązkowe.

Copy Advice™ na rynku polskim to usługa polegająca na możliwości zgłoszenia do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy informacji nt. treści planowanych działań reklamowych na dowolnym etapie kreacji przed ich emisją, celem ich weryfikacji co do zgodności z Kodeksem Etyki Reklamy. Pozwala uzyskać merytoryczną opinię dot. ewentualnych zmian niezbędnych do dostosowania reklamy do obowiązujących lokalnie norm i przepisów etycznych.



„Szczególnie w sytuacjach, kiedy przekaz reklamowy dotyka kwestii wrażliwych, kontrowersyjnych lub może w niezawiniony sposób prowadzić do narażenia na negatywne reakcje czy problemy reputacyjne reklamowaną markę czy firmę, Copy Advice™ jest rekomendowaną usługą dostępną dla członków Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, jaki i dla wszystkich uczestników rynku reklamowego w Polsce” – mówi Agnieszka Kępińska-Sadowska, prezes Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy.

Rada Reklamy jako pierwsza organizacja w Polsce opracowała i wprowadziła na rynek usługę Copy Advice™ korzystając z profesjonalnych wzorców europejskich, w tym doradztwa The European Advertising Standards Alliance EASA (<https://www.easa-alliance.org/>), którego jest aktywnym członkiem.

Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy powołał komisję Copy Advice™, w której zasiadają profesjonaliści łączący wysokie kompetencje naukowe i doświadczenie biznesowe. Ich wiedza, umiejętności i doświadczenie gwarantują rzetelną analizę i ocenę projektów reklam.

Usługa ma charakter poufny - wszystkie informacje przekazane Radzie Reklamy dot. przekazu reklamowego są traktowane jako ściśle poufne.

Dla kogo Copy Advice™

- Członkowie Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy
- Firmy lub organizacje nie będące członkami Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy planujące kampanie reklamowe, które chciałyby zweryfikować zgodność przekazu reklamowego z ogólnymi normami etycznymi i Kodeksem Etyki Reklamy
- Agencje reklamowe, domy mediowe i nadawcy na etapie projektowania przekazów reklamowych i planowania kampanii



Korzyści z usługi Copy Advice™

- Bezstronna, rzetelna ocena projektu przekazu reklamowego pod kątem jego zgodności z Kodeksem Etyki Reklamy
- Oszczędność kosztów produkcyjnych i emisji w przypadku, gdy reklama naruszałaby zapisy Kodeksu Etyki Reklamy
- Zmniejszenie ryzyka zaskarżenia reklamy przez konsumentów czy inne firmy po jej emisji, w zakresie naruszeń zasad etycznych

Copy Advice™ w zgodzie z najwyższymi europejskimi standardami działa od dziś na polskim rynku, pomagając w identyfikacji możliwych problemów w przekazie.

Zapobiega wejściu na minę, minimalizując ryzyko zaskarżenia reklamy, kolizji z zasadami etycznymi, Kodeksem Etyki Reklamy i narażenia wizerunku i reputacji.

Zapraszamy na stronę Rady Reklamy <https://radareklamy.pl/copy-advice/>.

Znajdą tam Państwo wszystko, co niezbędne do korzystania z usługi.

Dodatkowych informacji udziela:

Piotr Kwiecień

Dyrektor Generalny

E: p.kwiecien@radareklamy.pl

M: +48 503 842 515