



Warszawa, 9 września 2021 r.

Informacja prasowa

## **Firma Goodvalley dołączyła do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy**

**Miło nam poinformować, że firma Goodvalley została członkiem Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, którego jednym z głównych celów jest promowanie najwyższych standardów komunikacji. Jako członek Rady Reklamy Goodvalley będzie aktywnie uczestniczyć w działaniach wspierających samoregulację i tworzenie odpowiedzialnych przekazów reklamowych w polskiej przestrzeni medialnej.**

„W Goodvalley uważamy, że powinniśmy oferować konsumentom nie tylko dobre produkty wytworzone w sposób zrównoważony, ale również rzetelną informację o marce, która ułatwi dokonanie świadomych wyborów. Etyka i klarowność komunikacji jednocześnie naszym zdaniem nie stoi w sprzeczności z formą, która może być interesująca i stanowić dodatkową wartość dla konsumenta. Dlatego z entuzjazmem dołączamy do grona podmiotów, które poprzez współpracę dążą do tworzenia najwyższych standardów w reklamie” - mówi Jacek Pietrzak, dyrektor sprzedaży i marketingu w Goodvalley.



„Z wielką radością witamy nowego członka wspierającego Rady Reklamy – Goodvalley. Cieszymy się, że wspólnie będziemy działać na rzecz wiarygodności marek, transparentności wobec klientów i umacniania działań Związku w zakresie promowania wysokich standardów reklamy w Polsce” - mówi Robert Wielgo, prezes zarządu Rady 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 rozszerzając 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. W krajach takich jak Polska, gdzie samoregulacja środowiskowa działa bardzo efektywnie i jest regularnie poszerzana, nie ma potrzeby tworzenia szczegółowych przepisów prawnych. Organizacja liczy obecnie 31 członków. Rada Reklamy jest członkiem The European Advertising Standards Alliance (EASA) – międzynarodowej organizacji zrzeszającej organizacje samoregulacyjne z 26 krajów.