

Warszawa, 31 marca 2022 r.

Polski Lek dołączył do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy

Informacja prasowa

Miło nam poinformować, że Polski Lek Sp. z o.o. został członkiem Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, którego jednym z głównych celów jest promowanie najwyższych standardów komunikacji. Jako członek Rady Reklamy Polski Lek będzie aktywnie uczestniczył w działaniach wspierających samoregulację i tworzenie odpowiedzialnych przekazów reklamowych w polskiej przestrzeni medialnej.

„Firma Polski Lek, obecna na rynku od ponad dwudziestu lat, realizuje swoją wizję działając z troską i odpowiedzialnością za ludzi i otoczenie między innymi poprzez najwyższą jakość komunikacji. Jako członek Rady Reklamy mamy ambicję aktywnie uczestniczyć w tworzeniu i staniu na straży wysokich standardów reklamowych i realnie wpływać na jakość publikowanych treści. Jako jedna z pierwszych firm z branży farmaceutycznej, które dołączyły do Rady Reklamy, stawiamy sobie za cel promocję i ochronę zasad, jakimi powinni kierować się przedsiębiorcy w swojej promocji. Wierzymy, że dbanie o podstawowe zasady etyczne w reklamie pomaga zyskać zaufanie widzów, słuchaczy, czytelników i dostarczyć rzetelnych informacji w dzisiejszym pełnym „fake newsów” świecie.”. – mówi Katarzyna Sikorska, dyrektor marketingu w Lek Polska Sp. z o.o.



„Z wielką radością witamy nowego członka wspierającego Rady Reklamy, firmę Polski Lek. Radość jest tym większa, że Rada Reklamy po raz kolejny powiększa się o nową branżę, stanowiącą ważny element rynku reklamowego. Jestem przekonany, że ogromne doświadczenie firmy Polski Lek przyczyni się do umocnienia działań Związku w zakresie promowania wysokich standardów reklamy w Polsce. Wierzę, że wspólnie będziemy realizować wyznaczone cele z pożytkiem branży i całego rynku reklamowego” – mówi Robert Wielgo, prezes zarządu Rady Reklamy.

Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy jest organizacją pozarządową, non-profit. Powstał w 2006 roku z inicjatywy środowisk rynku reklamowego i marketingowego. To organizacja, która stworzyła i zarządza systemem samoregulacji w obszarze reklamy. W jej skład wchodzi stowarzyszenia branżowe jako członkowie zwyczajni oraz firmy jako członkowie wspierający.

Rada Reklamy została powołana w celu stworzenia, promocji i ochrony zasad, jakimi powinni kierować się przedsiębiorcy zajmujący się działalnością reklamową na terytorium Polski oraz polscy przedsiębiorcy reklamujący się za granicą. Standardy te zostały zapisane w Kodeksie Etyki Reklamy, uchwalanym i stale aktualizowanym przez Radę Reklamy.

Kodeks Etyki Reklamy odzwierciedla zbiór powszechnie obowiązujących w Polsce i w Unii Europejskiej zasad etyki i dobrych praktyk rynkowych, a w szczególności standardów etyki biznesu, norm etycznych w komunikacji marketingowej rekomendowanych przez The European Advertising Standards Alliance (EASA) i jest podstawą dla uchwał i innych stanowisk wyrażanych przez Komisję Etyki Reklamy. Organizacja liczy obecnie 34 członków. Rada Reklamy jest członkiem The European Advertising Standards Alliance (EASA) – międzynarodowej organizacji zrzeszającej organizacje samoregulacyjne z 26 krajów. Więcej na www.radareklamy.pl

Więcej informacji:

Lucyna Pruska, Biuro Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy

e-mail: l.pruska@radareklamy.pl