

**ZWIĄZEK STOWARZYSZEŃ
RADA REKLAMY**
ul. Koszykowa 10 lok. 11
00-564 Warszawa

tel.: +48 22 621 31 94
fax: +48 22 629 18 89
biuro@radareklamy.pl
www.radareklamy.pl



RADA REKLAMY



Warszawa, 21 sierpnia 2017 r.

APEL

Rada Reklamy zwraca się z apelem do twórców i osób wpływających na kształt reklamy, aby decydując się na wykorzystywanie symboliki narodowej i konotacji historycznych, posługiwali się nimi stosując zasady określone w Kodeksie Etyki Reklamy, czyli zgodnie z dobrymi obyczajami i w poczuciu odpowiedzialności społecznej.

W ostatnich miesiącach wiele instytucji oraz firm w swoich działaniach komunikacyjnych zdecydowało się nawiązać do ważnych wydarzeń z historii Polski. Należyte wykorzystanie wydarzeń historycznych i symboli patriotycznych w komunikacji marketingowej jest kwestią trudną i wymagającą dużej odpowiedzialności. Firmy powinny mieć prawo do korzystania z symboliki i historii narodowej pamiętając jednak zawsze o należytych szacunku i poszanowaniu wartości. Odpowiedzialność za to spoczywa zarówno na pomysłodawcach kampanii reklamowych, firmach decydujących się na takie działania, jak i na samych nadawcach.

Ostatnie informacje dotyczące kreacji kampanii reklamowych nawiązujących do wydarzeń historycznych, wskazują na potrzebę dalszej edukacji branży marketingowej i uwrażliwienia osób odpowiedzialnych za przygotowywanie reklam na kwestie historyczne i ochrony symboliki narodowej. Jest to szczególnie istotne w kontekście zbliżających się obchodów setnej rocznicy odzyskania przez Polskę niepodległości i potencjalnego zintensyfikowania przekazów o tematyce historycznej i patriotycznej.

Rada Reklamy, dostrzegając wagę tego problemu, postanowiła podjąć działania, których celem jest poprawa standardów wykorzystania w przekazach marketingowych symboli patriotycznych, postaci historycznych i informacji o wydarzeniach historycznych. Jednym z tych działań będzie realizacja programu edukacyjnego skierowanego do osób odpowiedzialnych za przygotowywanie kreacji reklamowych. Celem tego programu jest przede wszystkim wykazanie konieczności wypracowania i stosowania standardów opracowania kreacji komunikacji komercyjnej, odwołujących się do istotnych wydarzeń historycznych i symboli narodowych.

Jednocześnie pragniemy podkreślić, że Komisja Etyki Reklamy nieprzerwanie stoi na straży wysokich standardów tworzonych przekazów marketingowych i rozpatruje wszystkie skierowane do niej skargi na reklamy, które w opinii konsumentów łamią dobre obyczaje i naruszają Kodeks Etyki Reklamy.

Zachęcamy także wszystkich twórców i zleceniodawców reklam do korzystania z oferowanej przez Radę Reklamy usługi *copy advice*, pozwalającej jeszcze przed publikacją ocenić zgodność przekazu reklamowego z Kodeksem Etyki Reklamy.

Zarząd Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy