



## **Okrągły stół dla samoregulacji**

**Organizator:** Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy – misją Rady Reklamy jest dbanie o to, by przekaz reklamowy, bez względu na to gdzie się pojawia, był uczciwy oraz zgodny ze standardami określonymi przez Kodeks Etyki Reklamy. Rada Reklamy przeciwdziała rozpowszechnianiu reklam, które wprowadzają w błąd, naruszają podstawowe wartości społeczne czy też zagrażają uczciwej konkurencji.

**Termin:** 11 października 2017 r.

**Lokalizacja:** Warszawa

**Tło:** W Polsce mimo, że o systemie samoregulacji możemy mówić dopiero od nieco ponad dwudziestu lat, wielu branżom udało się wypracować skuteczne rozwiązania samoregulacyjne. Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy jest jednym z pionierów samoregulacji w Polsce – nasz kraj może pochwalić się skutecznym systemem samoregulacji rynku reklamowego, który został stworzony przez branżę reklamową i jest doskonalony przez Radę Reklamy od ponad 10 lat. System został oparty na najwyższych europejskich standardach w obszarze samoregulacji wypracowanych przez Europejskie Stowarzyszenie Standardów Reklamowych (EASA Alliance), którego Rada Reklamy jest członkiem od początku swojego istnienia. Nad ich przestrzeganiem czuwa również Komisja Europejska, która corocznie bada raporty organizacji członkowskich EASA dotyczące spełniania kryteriów samoregulacji.

Rada Reklamy pragnie zainicjować dyskusję na temat etyki w reklamie oraz samoregulacji w tym obszarze z przedstawicielami związków branżowych reprezentującymi różnorodne branże, włączając do rozmowy organizacje nie będące członkami Rady Reklamy bądź sygnatariuszami Kodeksu Etyki Reklamy.

### **Cel projektu:**

Rozpoczęcie dyskusji nad poziomem i całokształtem systemu samoregulacji w Polsce w obszarze komunikacji marketingowej oraz wypracowanie wspólnych standardów.

### **Założenia projektu:**

- Prezentacja mechanizmu samoregulacji oraz określenie nadrzędnych zasad niezbędnych dla istnienia skutecznej samoregulacji
- Prezentacja istniejących w Polsce systemów samoregulacji na przykładzie różnych branż
- Omówienie oczekiwań przedstawicieli różnorodnych branż wobec samoregulacji
- Dyskusja nad ideą wprowadzenia wspólnego dla różnych branż systemu samoregulacji w reklamie

### **Charakterystyka skutecznej samoregulacji:**

- Celem samoregulacji jest dobrowolna decyzja i zobowiązanie różnych podmiotów rynku do przestrzegania wspólnie uzgodnionych zasad, funkcjonujących i doprecyzowujących istniejące regulacje prawne;
- Istnienie niezależnego organu koordynującego wdrażanie systemu samoregulacji oraz kontrolującego przestrzeganie wspólnie wypracowanych zasad;
- Umożliwienie konsumentom zwrócenia się i/lub złożenia skargi na działania sygnatariuszy samoregulacji niezgodnych z systemem do ww. niezależnego podmiotu;
- System samoregulacji musi składać się z jasno określonych zasad, równo traktujących wszystkie podmioty oraz systemu kar dla sygnatariuszy, którzy nie będą przestrzegać zasad danej samoregulacji.