



Warszawa, 10.04.2020

Do Reklamodawców i Firm Branży Komunikacji Marketingowej

W czasach kryzysu odpowiedzialne zachowania wszystkich firm z branży komunikacji marketingowej są szczególnie istotne. Stają się potwierdzeniem, że poważnie traktujemy rolę, jaką pełnimy wobec naszych klientów, partnerów i dostawców. Tak postępując, podtrzymujemy wkład i wartości, które wnosimy do rynku i gospodarki, a także wzmacniamy właściwe postawy wobec pracujących z nami i dla nas ludzi.

Widocznym potwierdzeniem odpowiedzialności w biznesie jest wypełnianie swoich zobowiązań i deklaracji. Od naszych realnych działań dzisiaj będzie zależało nie tylko to, jak będziemy postrzegani, ale także jak będzie wyglądał cały rynek, gdy przyjdzie czas odbudowy, zarówno naszych pozycji, jak i naszych klientów. Będzie to w pełni możliwe, jeśli zadbamy nie tylko o swoje firmy, ale o całe otoczenie, w którym funkcjonują - ze szczególnym uwzględnieniem wszystkich, nawet najmniejszych dostawców. Oni także budują zdolność branży do sprawnej odpowiedzi na teraźniejsze i przyszłe potrzeby klientów.

Podpisany przez wiele organizacji branżowych **apel branży marketingowej i MICE zawiera wiele deklaracji odpowiedzialnego zachowania w czasach kryzysu** - ważnych dla przetrwania zarówno firm, jak i rynku. Teraz jest czas, abyśmy wszyscy: dostawcy, agencje i reklamodawcy się do nich zastosowali.

Uważamy, że przetrzymywanie płatności po terminie i niewywiązywanie się z umów jest zachowaniem rażąco nieetycznym. Stoi to też w sprzeczności z duchem naszych wspólnych deklaracji i solidarności branży budowanej przez SAR i IAA. A jednak to właśnie się dzieje - suma przeterminowanych płatności wobec samych tylko studiów KPR to na dzisiaj ponad 11 mln złotych i cały czas rośnie. Nierealizowanie płatności i niewywiązywanie się z umów podważają wiarygodność całej branży i powodują, że wszystkie nowe deklaracje będą traktowane jako niewiążące i niewarte uwzględniania.

W trosce o rynek wzywamy wszystkie firmy z branży komunikacji marketingowej oraz reklamodawców do natychmiastowego rozliczenia wszystkich przeterminowanych płatności oraz do stosowania się do deklaracji wyrażonych w apelu branży marketingowej i MICE.

Dariusz Andrian
Prezes Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR