

POLITYKA KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ w Grupie PCC Rokita

W dobie potrzeby propagowania społecznej odpowiedzialności oraz podnoszenia świadomości wpływu, jaki działania marketingowe wywierają na rynek i jego konsumentów, Spółka PCC Autochem dostrzega ich wzrastającą rolę w kształtowaniu zachowań i postaw, zarówno w sferze gospodarczej, światopoglądowej jak i moralnej. Dlatego też działalność marketingowa Spółki dokonywana jest z poszanowaniem powszechnie obowiązującego prawa, zasad uczciwego obrotu i konkurencji, godności ludzkiej oraz dobrych obyczajów, a w przypadku reklam dodatkowo uwzględnia dbałość o interes Klienta.

Spółka PCC Autochem zobowiązuje się zatem do respektowania i dołożenia wszelkich starań, aby zasady i wartości ujęte w niniejszej Polityce były respektowane i przestrzegane.

Pracownicy zaangażowani w działania marketingowe mają obowiązek:

1. Dbać o to, aby treści wszelkich materiałów promocyjnych i reklamowych Spółki były oparte na prawdziwych informacjach.
2. Zwracać uwagę na przedstawianie cech i właściwości produktów w materiałach reklamowych w sposób rzetelny i obiektywny.
3. Dbać o to, aby przekaz reklamowy w mediach, Internecie i na wszelkich nośnikach elektronicznych nie zawierał jakichkolwiek treści naruszających dobra osobiste, elementów przemocy, nienawiści, obraźliwego zachowania oraz jakichkolwiek przejawów łamania praw człowieka.
4. Stosować i respektować wszelkie zapisy zawarte w Kodeksie Etyki Reklamy, ustanowionym przez Radę Reklamy i Komisję Etyki Reklamy, będącym źródłem zasad postępowania etycznego dla wszystkich pracowników związanych z reklamą i marketingiem.
5. Respektować międzynarodowe zasady dotyczące etyki w reklamie i marketingu oraz działać w tym zakresie zgodnie ze standardami Europejskiego Stowarzyszenia Etyki Reklamy (EASA).

Realizując przyjętą Politykę Komunikacji Marketingowej, Spółka PCC Autochem dąży do:

1. Polepszenia reputacji Spółki jako rzetelnego dostawcy i kontrahenta.
2. Kształtowania pozytywnej oceny działalności Spółki przez Interesariuszy w oparciu o rzetelne i prawdziwe dane.
3. Spójności przekazu marketingowego z przyjętymi zasadami dotyczącymi standardów komunikacji.
4. Budowania pozytywnych relacji z Interesariuszami zmierzających do zwiększania ich zaufania względem Spółki.
5. Wsparcia działań biznesowych Spółki.

Zarząd Spółki PCC Autochem zapewnia, że Polityka Komunikacji Marketingowej jest zrozumiała, ogłoszona i realizowana na wszystkich szczeblach działalności Spółki.

Brzeg Dolny, dnia 27.02.2018

Prezes Zarządu


Piotr Gembara