

POLITYKA KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ PCC ROKITA SA

W dobie potrzeby propagowania społecznej odpowiedzialności oraz podnoszenia świadomości wpływu, jaki działania marketingowe wywierają na rynek i jego konsumentów, **PCC Rokita SA** 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. **PCC Rokita SA** 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:

- Dbać o to, aby treści wszelkich materiałów promocyjnych i reklamowych Spółki były oparte na prawdziwych informacjach.
- Zwracać uwagę na przedstawianie cech i właściwości produktów w materiałach reklamowych w sposób rzetelny i obiektywny.
- Dbać o to, aby przekaz reklamowy w mediach, Internecie i na wszelkich nośnikach elektronicznych nie zawierał jakichkolwiek treści naruszających dobra osobiste, elementów przemocy, nie-nawiści, obraźliwego zachowania oraz jakichkolwiek przejawów łamania praw człowieka.
- 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.
- 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, PCC Rokita dąży do:

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

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

Brzeg Dolny, 8 listopada 2017 r.



Wiesław Klimkowski
Prezes Zarządu,
Dyrektor Generalny
PCC Rokita SA