

STS przestrzega agencje reklamowe

Stowarzyszenie Twoja Sprawa zaostrza działania wobec nieetycznych reklamodawców. Zamierza upubliczniać informacje o osobach sprawujących funkcje kierownicze w firmach, których działania marketingowe i promocyjne okażą się sprzeczne z dobrymi obyczajami

Blisko 100 największych agencji reklamowych w całej Polsce otrzymało od Stowarzyszenia listy polecane, w których poinformowano je, że od tego roku STS będzie publicznie podawać nazwiska konkretnych osób z firm, których reklamy zawierały bulwersującą treść.

Z dotychczasowych doświadczeń STS wynika bowiem, że najszybszą drogą do zatrzymania emisji nieetycznego przekazu jest zestawienie nazwisk konkretnych osób decyzyjnych z reklamami zawierającymi treści szkodliwe lub kontrowersyjne.

– Wielokrotnie przy okazji naszych akcji konsumenckich działły PR i rzecznicy prasowi reklamodawców okazywali zdziwienie i niezadowolenie, że nazwisko ich szefów pojawiły się w kontekście ich własnych kampanii, szczególnie, gdy reklamy miały charakter uprzedmiotawiający kobiety lub były szkodliwe dla dzieci i młodzieży – mówi Izabela Karska, rzecznik prasowy Stowarzyszenia Twoja Sprawa.

Stowarzyszenie zaobserwowało, że wcześniej stosowane tego typu działania informacyjne skutkowały często szybką i zdecydowaną reakcją ze strony reklamodawców. A także niejednokrotnie zmianą strategii reklamowej. – *Zderzenie się kierownictwa z faktami jest nierzadko na tyle niewygodne, że staje się powodem przemyślenia kolejnych praktyk reklamowych* – podkreśla Izabela Karska. I wskazuje, że w ten sposób realizowany jest główny cel nowej strategii STS, jakim jest uwrażliwienie osób na stanowiskach kierowniczych firm i agencji reklamowych na zasady społecznej odpowiedzialności biznesu.

Warto dodać, że Stowarzyszenie zwróciło się z apelem do agencji reklamowych i marketingowych, aby o nowej strategii STS zechciały poinformować również swoich klientów.

Więcej informacji temat akcji można znaleźć na stronie Stowarzyszenia Twoja Sprawa.