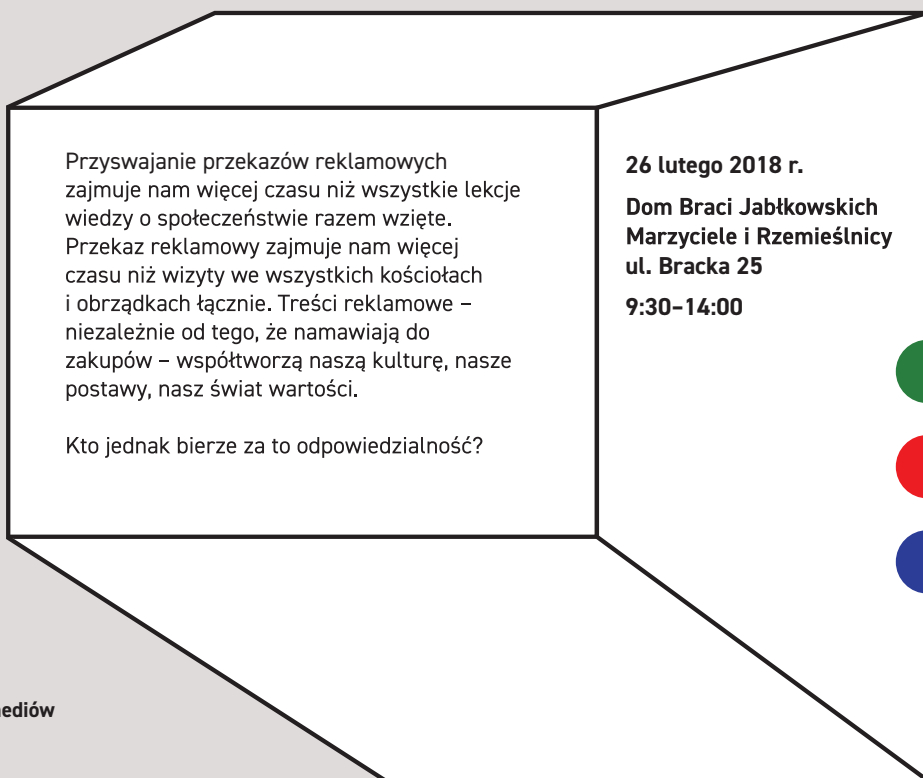
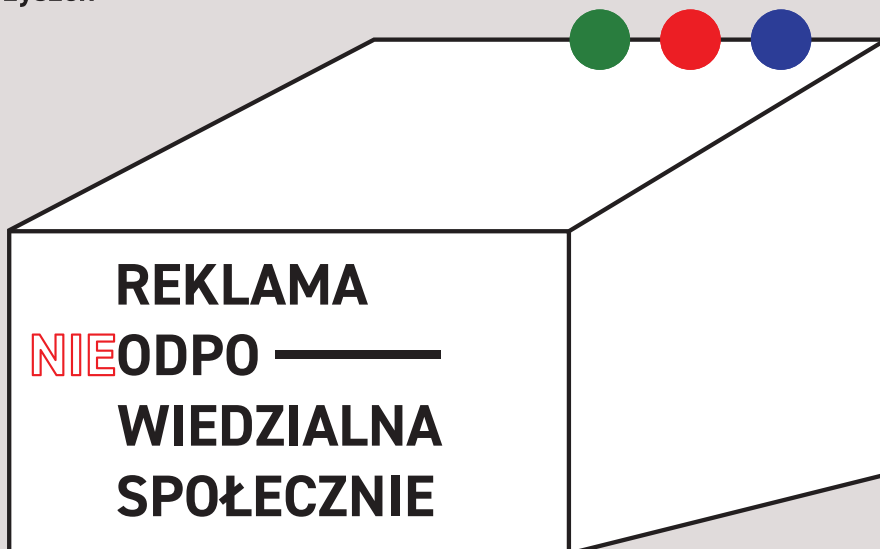


Związek Stowarzyszeń
Rada Reklamy
zaprasza na
konferencję
szkoleniową



Zapraszamy:

- Reklamodawców
- Twórców reklam
- Przedstawicieli mediów

Cena:

- Sygnatariusze Kodeksu Etyki Reklamy – 300 zł + VAT
- Osoby niezwiązane z Radą Reklamy – 500 zł + VAT
- Licencjodawcy znaku „Reklamuję etycznie” – bezpłatnie
- Przedstawiciele mediów – bezpłatne akredytacje

Organizator



RADA REKLAMY

Partnerzy merytoryczni

Collegium
Civitas

Bird & Bird

Program konferencji

9:00-9:30 – Rejestracja

9:30-9:40 – Wprowadzenie: Jacek Barankiewicz, Prezes Zarządu Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy

Zapraszamy Państwa do dyskusji na temat odpowiedzialności społecznej twórców i osób decydujących o kształcie reklamy i komunikacji marketingowej w kontekście treści dyskryminujących ze względu na płeć, rasę, przekonania religijne, narodowość oraz wykorzystania w przekazach marketingowych symboli patriotycznych, postaci historycznych i informacji o wydarzeniach historycznych.

9:40-10:30 – Prawne aspekty reklamy: mec. Piotr Zawadzki / Kancelaria Bird and Bird

Jak prawo reguluje reklamę w przepisach ogólnych i szczegółowych przepisach branżowych? Jakie są reguły odsyłające do pozaprawnych systemów, takich jak samoregulacja? Jaką rolę pełnią organizacje branżowe w kształtowaniu prawa reklamy? Odpowiem na te i inne pytania, prezentując również wybrane przykłady z orzecnictwa sądów polskich i zagranicznych w kontekście dyskryminacji w przekazach reklamowych oraz zasady wykorzystania symboli patriotycznych w przekazach marketingowych.

10:30-11:40 – Wrażliwość społeczna Polaków w zakresie symboli patriotycznych i wydarzeń historycznych oraz treści dyskryminujących – trendy: dr Xymena Bukowska, dr Roland Zarzycki / Collegium Civitas

Mówiąc o społecznej (nie)odpowiedzialności reklamy, przedstawimy podstawowe mechanizmy rządzące naszą percepcją reklamy oraz kształtowaniem naszego postrzegania świata

przez reklamę. Powiemy, dlaczego reklama jest matką post-prawdy. Pokażemy, jak odróżnić wulgarną przemoc języka od subtelnej manipulacji stereotypami. Powiemy wreszcie, jak najlepiej przekonać samych siebie, że to wszystko nie jest naszą winą.

11:40-12:00 – przerwa kawowa

12:00-12:50 – Normy Kodeksu Etyki Reklamy oraz praktyka orzecznicza Komisji Etyki Reklamy: Magdalena Czaja, Andrzej Garapich / KER

W skład Komisji Etyki Reklamy wchodzi 30 arbitrów powoływanych przez przedstawicieli trzech środowisk związanych z reklamą: reklamodawców, media oraz agencje reklamowe. To KER rozstrzyga o zgodności przekazów reklamowych z Kodeksem Etyki Reklamy. W samym 2017 roku do oceny KER wpłynęło blisko 250 skarg. Opowiemy, jakich było najwięcej oraz które okazały się najtrudniejsze.

12:50-13:30 – Procedury i narzędzia samoregulacji, usługa Copy Advice: Zbigniew Gajewski, Konrad Drozdowski / 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. Opowiemy o tym, jak dbać o najwyższy standard reklam oraz jak zapobiegać wpadkom, błędom i gdzie szukać rady.

13:30-13:40 – Podsumowanie: Zbigniew Gajewski / dyrektor generalny Rady Reklamy

13:40-14:00 – Lunch, rozmowy kulturalne

Prelegenci



Piotr Zawadzki – adwokat, rzecznik patentowy, Senior Associate w zespole prawa własności intelektualnej i ochrony danych osobowych w polskim biurze Bird & Bird. Od 10 lat doradza klientom z innowacyjnych sektorów gospodarki, takich jak przemysł farmaceutyczny, media, reklama, IT. Koncentruje się na prawie autorskim, prawie znaków towarowych i patentów, ochronie domen internetowych, prawie reklamy, ochronie tajemnic przedsiębiorstwa, prawie danych osobowych, zagadnieniach przepływu danych w Unii Europejskiej oraz prawie nowoczesnych technologii.



Dr Xymena Bukowska – socjolożka, adiunkt w Instytucie Socjologii Collegium Civitas; zajmuje się socjologią obywatelstwa, teorią demokracji oraz socjologią kultury i problematyką tożsamości w późnej nowoczesności; badaczka społeczności lokalnych; współredaktorka książki *To oni są wszystkim winni... Język wrogości w polskim dyskursie publicznym* (Warszawa 2013), autorka i współautorka artykułów związanych z zagadnieniem obywatelskości i społeczeństwa obywatelskiego; współautorka książki *Kapitał kulturowy w działaniu. Studium światów społecznych Białowieży* (Warszawa 2013); Zastępczyni Kierownika Katedry Studiów Społecznych, Politycznych i Międzynarodowych ds. Socjologii w CC.



Dr Roland Zarzycki – prorektor ds. dydaktycznych w Collegium Civitas, doktor nauk matematycznych oraz doktor nauk humanistycznych. Nauczyciel akademicki, badacz, autor publikacji naukowych, referent na międzynarodowych konferencjach, koordynator projektów naukowo-badawczych oraz społecznych. Członek wrocławskiej Akademii Młodych Uczonych i Artystów. Członek Krajowej Rady Rozwoju Ekonomii Społecznej przy Ministrze Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Zainteresowany krytyczną analizą fantazji i ideologii w wymiarze społeczno-politycznym.



Magdalena Czaja – według rankingów jedna z najbardziej wpływowych kobiet w polskiej reklamie, uhonorowana tytułem „Człowieka Reklamy Briefu 2010”. Wieloletni praktyk marketingu, współzałożycielka i Prezes Rady Nadzorczej agencji San Markos. Jest także wiceprzewodniczącą prezydium Komisji Etyki Reklamy, członkiem Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR oraz Komitetu Effie. Pod jej kierunkiem zespół San Markos zrealizował innowacyjną kampanię edukacyjną „Kumpel z przeszłości. 1944 Live” – prawdopodobnie najbardziej nagradzany projekt w historii polskiej reklamy.



Andrzej Garapich – dyrektor marketingu w Telewizji Polskiej. Znawca mediów elektronicznych i Internetu. Były dziennikarz, producent telewizyjny, wydawca programów informacyjnych i kontraktowany freelancer w Associated Press Television News. Były wieloletni prezes zarządu spółki Polskie Badania Internetu. Wielokrotnie występował na polskich i międzynarodowych konferencjach dotyczących Internetu. Członek PTBRiO oraz Rady Programowej Media Trendy.



Zbigniew Gajewski – dyrektor generalny Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy. Były pracownik naukowy UW, dziennikarz, redaktor i wydawca. Poprzednio pracował w Konfederacji Lewiatan, 4 lata jako dyrektor departamentu komunikacji, następnie z-ca dyrektora generalnego. W 2011 r. zainicjował Europejskie Forum Nowych Idei, którego był dyrektorem do 2016 r. Laureat nagród branżowych (z zespołem): Złoty Spinacz, Złota EFFIE, Proton i członek jury w tych i kilku innych konkursach.



Konrad Drozdowski – członek Komitetu założycielskiego Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy. W latach 2006-2009 pracował jako zastępca dyrektora generalnego Rady Reklamy, a następnie pełnił funkcję dyrektora generalnego Związku. Od 1992 roku związany z branżą mediową, m.in. „Super Express”, „Gazeta Wyborcza” („Gazeta o Pracy”). Przez pięć lat pełnił funkcję wydawcy w newsroomie Radia Eska oraz sieci Super FM, później zajmował stanowisko redaktora w „Media i Marketing Polska”. W latach 2000-2001 redaktor naczelny magazynu „Dotcom” oraz rzecznik prasowy wydawnictwa Parkiet Media SA.