

# Kodeks dobrych praktyk branży Direct Mail

Stworzony przez Radę do spraw rynku Direct Mail  
działającą w strukturach  
Polskiego Stowarzyszenia Marketingu SMB



## **PREAMBUŁA**

Rynek Direct Mail (DM) stanowi wspólne dobro wszystkich jego uczestników, osób prawnych i innych jednostek organizacyjnych, oferujących produkty lub usługi związane z Direct Mail (zwanymi dalej „podmiotami rynku DM”), a także ich klientów.

Podstawą zrównoważonego rozwoju i bezpieczeństwa rynku jest etyczny wymiar działań podmiotów rynku DM.

Kodeks Dobrych Praktyk rynku Direct Mail artykułuje podstawowe wartości i zasady etyczne przyświecające podmiotom rynku DM, a wszystkie zasady Kodeksu stanowią integralną, wzajemnie uzupełniającą się całość. Równocześnie Kodeks pozostawia podmiotom rynku DM swobodę kształtowania i ocenę stosowania standardów w zgodzie ze specyfiką działalności poszczególnych sektorów rynku DM i różnych rozwiązań organizacyjnych.

# PODSTAWOWE WARTOŚCI I ZASADY ETYCZNE

## 1. UCZCIWOŚĆ I RZETELNOŚĆ

- Zawsze postępujemy uczciwie i rozważnie, z poszanowaniem słusznego interesu klientów i dobra rynku Direct Mail.
- Przystępujemy do umów z dobrą wolą i wykorzystujemy cały zasób naszych doświadczeń i wiedzy, aby kompetentnie je realizować.
- Dbamy o kształtowanie prawidłowych relacji ze swoimi pracownikami, współpracownikami, kontrahentami.

## 2. KOMPETENCJE I STARANNOŚĆ

- Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii Direct Mail wymaga kompetencji, zasobów i doświadczenia.
- Bierzemy odpowiedzialność za to, aby osoby/firmy działające w naszym imieniu miały odpowiednie kompetencje zawodowe, doświadczenie i reprezentowały postawę etyczną.

## 3. PRZEJRZYSTOŚĆ I ZAUFANIE

- Działamy na przejrzystych zasadach współpracy i wzajemnym zaufaniu, budując trwałe biznesy.
- Podajemy informacje o sobie, swojej organizacji, stosowanych procedurach i procesach zgodnie ze stanem faktycznym.
- Posługujemy się ogólnie przyjętą i zrozumiałą terminologią.

## 4. PARTNERSTWO I ODPOWIEDZIALNOŚĆ

- Dążymy do zawierania umów opartych na zasadach partnerskich.
- Odpowiedzialnie podchodzimy do realizacji umów i uważamy, że wzajemność w partnerskim podejściu do współpracy przynosi najlepsze efekty.

## 5. POUFNOŚĆ

- Zapewniamy poufność informacji uzyskanych na wszystkich etapach współpracy z Klientem.

## 6. KONTROLA I MONITORING

- Dążąc do profesjonalnej i rzetelnej realizacji usługi na każdym etapie monitorujemy jej przebieg a ewentualne uchybienia natychmiast korygujemy.

## 7. UCZCIWA KONKURENCJA

- We wzajemnych stosunkach kierujemy się szacunkiem z poszanowaniem zasad uczciwej konkurencji.

- Nie stosujemy niezgodnych z prawem metod w celu pozyskania kontraktu, przeciwdziałamy konfliktom interesów, nie akceptujemy praktyk korupcyjnych.
- Nie rozpowszechniamy nieprawdziwych informacji o pracy innych podmiotów działających w tym samym obszarze.
- Kształtujemy ceny produktów i usług z uwzględnieniem kosztów ich świadczenia i nie stosujemy cen dumpingowych.

## **8. EDUKACJA RYNKU I PROMOCJA NAJLEPSZYCH PRAKTYK**

- Monitorujemy trendy występujące na rynku Direct Mail.
- Dzielimy się najlepszymi praktykami i edukujemy rynek w zakresie wykorzystywania narzędzi Direct Mail.
- Stale podnosimy poziom wiedzy i kompetencji naszych pracowników w celu zapewnienia najlepszej jakości usług.

## **9. ODPOWIEDZIALNOŚĆ SPOŁECZNA I OCHRONA ŚRODOWISKA**

- Monitorujemy, czy podmioty, z którymi współpracujemy postępują rzetelnie i etycznie, nie podejmujemy współpracy z podmiotami, których intencje budzą wątpliwości.
- Z szacunkiem traktujemy naszych pracowników i podwykonawców i staramy się zapewnić im godziwe wynagrodzenie za wykonaną pracę.
- W realizowanych przez nas działaniach staramy się wykorzystywać przyjazne środowisku rozwiązania procesowe i technologiczne.

## **10. OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH**

- Przestrzegamy wszystkich podstawowych zasad przetwarzania danych, w tym zwłaszcza zasady zgodności z prawem, rzetelności i przejrzystości, a także zasady minimalizacji danych oraz rozliczalności.
- Przetwarzamy dane osobowe w sposób transparentny i tylko wtedy, kiedy mamy do tego podstawę prawną.
- Informujemy osoby, których dane przetwarzamy o zasadach ochrony ich danych oraz przysługujących im prawach, a także umożliwiamy im pełną realizację tych praw.
- Dbamy o bezpieczeństwo danych i natychmiast reagujemy na każdy sygnał o możliwym naruszeniu ich ochrony.
- Do ochrony danych osobowych podchodzimy ze szczególną starannością i uwzględniamy ją na każdym etapie podejmowanych przez nas działań. Wybieramy rozwiązania adekwatne i niezbędne dla zapewnienia ochrony danych osobowych.
- Współpracujemy wyłącznie z tymi podmiotami, które dają gwarancję przetwarzania danych w sposób zgodny z przepisami prawa.

## SŁOWNIK POJĘĆ

Poniższe definicje są wyjaśnieniem pojęć, którymi posługuje się rynek DM:

- **Direct Mail (DM)** – wszelkie materiały marketingowe, reklamowe i promocyjne (np. ulotki, katalogi, gazetki, przesyłki i kartki pocztowe, próbki towarów) dostarczane fizycznie do odbiorcy, zarówno w formie dystrybucji adresowej, jak i bezadresowej
- **sektory rynku DM** – to branże związane ze świadczeniem usług dla potrzeb rynku Direct Mail – np. operatorzy pocztowi zajmujący się dystrybucją adresową i bezadresową, drukarnie, agencje reklamowe i domy mediowe, firmy audytorskie oraz firmy odpowiedzialne za organizację procesu DM
- **dystrybucja adresowa** – usługa pocztowa polegająca na przejmowaniu, przemieszczaniu i doręczaniu przesyłek pocztowych opatrzonych adresem
- **dystrybucja bezadresowa** – usługa pocztowa polegająca na przejmowaniu, przemieszczaniu i doręczaniu druków bezadresowych
- **przesyłka pocztowa** – rzecz opatrzona oznaczeniem adresata i adresem, przyjęta przez operatora pocztowego w celu przemieszczenia i doręczenia adresatowi
- **druk bezadresowy** – nieopatrzona oznaczeniem adresata i adresem informacja pisemna lub graficzna, zwielokrotniona za pomocą technik drukarskich lub podobnych, utrwalona na papierze albo innym materiale używanym w drukarstwie (np. książki, katalogi, dzienniki, czasopisma, gazetki, ulotki)

DATA PUBLIKACJI: 31 GRUDNIA 2020 R.