

Kodeks Klubu Producentów Reklamowych SAR

1. preambuła i cele

Klub Producentów Reklamowych SAR został powołany w celu działania na rzecz swoich członków – producentów reklamowych - poprzez promowanie odpowiedzialnego i efektywnego postępowania w obszarze produkcji filmów reklamowych, wspieranie stałego doskonalenia umiejętności zawodowych producentów oraz promocję produkcji filmowej jako profesjonalnego działania w zakresie komunikacji marketingowej.

Uważamy, że działanie na rzecz wysokich standardów w dziedzinie produkcji filmów reklamowych i innych form komunikacji audiowizualnej przekłada się na realne korzyści dla wszystkich interesariuszy tego procesu, od członków ekip filmowych, poprzez producentów aż po reklamodawców i konsumentów. Klub tworzą członkowie Stowarzyszenia Komunikacji Marketingowej SAR - spółki, których podstawowym obszarem działalności jest produkcja reklamowa, oraz osoby je reprezentujące. Misją klubu jest działanie na rzecz samodoskonalenia się członków i oddziaływanie na rynek poprzez własny przykład odpowiedzialnego postępowania klubowiczów. Wierzymy, że najlepsze rozwiązania wypracowuje się zawsze w dialogu i z poszanowaniem innych uczestników rynku.

Klub Producentów Reklamowych stawia przed sobą następujące strategiczne cele działania:

1. Działanie na rzecz poszerzania składu klubu, aby dostępność bezpiecznej, odpowiedzialnej i wysokiej jakości usługi produkcji w rozumieniu pkt. 2, 3 i 4 niniejszego kodeksu, była jak najszersza.
2. Działanie na rzecz aktywnej promocji swoich członków w Polsce i na świecie, na rzecz rozwoju produkcji reklamowej jako profesjonalnej dziedziny komunikacji marketingowej a także na rzecz poszerzania wiedzy w zakresie tej działalności.
3. Prowadzenie dialogu z organizacjami zrzeszającymi i wspierającymi klientów, partnerów i usługodawców członków klubu, jak również samymi przedstawicielami tych grup w celu wypracowywania sposobów postępowania korzystnych zarówno dla członków klubu jak i całego rynku usług marketingowych.
4. Dbałość o przestrzeganie standardów przyjętych przez członków klubu i aktywne wspieranie klubowiczów w tym obszarze a także działanie na rzecz podtrzymywania wśród uczestników rynku świadomości dotyczącej tego, dlaczego standardy te są istotne i czemu zostały przez klub przyjęte.

2. odpowiedzialność

Członkostwo w klubie zobowiązuje jego członków do działania w sposób odpowiedzialny, czyli: zgodny z obowiązującym prawem i spójny z międzynarodowymi normami postępowania, uwzględniający oczekiwania interesariuszy procesu produkcyjnego oraz przyczyniający się do zrównoważonego rozwoju.

3. bezpieczeństwo

Członkowie klubu zobowiązani są do świadczenia swoich usług w sposób bezpieczny. Oznacza to: posiadanie dostępu do narzędzi zarządzania płynnością finansową, posiadanie ubezpieczenia działalności gospodarczej, stosowanie właściwych ubezpieczeń produkcyjnych oraz działanie w sposób przejrzysty – z zachowaniem szczegółowych warunków członkostwa określonych w pkt. 5. niniejszego kodeksu. Ponadto członkowie biorą udział w kształtowaniu i stosowaniu dobrych praktyk przetargowych oraz wspierają inicjatywy podejmowane przez klub.

4. jakość

Członkowie klubu zobowiązani są do świadczenia swoich usług w maksymalnie wysokiej jakości. Oznacza to: odpowiednie wykorzystanie profesjonalnej wiedzy, doświadczenia i unikalnych kompetencji organizacyjnych i twórczych oraz o dbałość o relację jakości do ceny wynikającą z poziomu budżetu ustalonego z podmiotem zamawiającym usługę, na każdym etapie procesu produkcji.

5. warunki członkostwa

Klub jest otwarty dla wszystkich podmiotów, dla których cele klubu są zbieżne z ich działalnością i które wyrażają wolę współdziałania z innymi podmiotami na rzecz tych celów.

Poniższe kryteria członkowskie zostały ustalone jako wskaźniki pozwalające wyróżnić studia, które zapewniają bezpieczeństwo i jakość swoich produkcji w sensie finansowym i prawnym. Klub jest zainteresowany poszerzaniem swojego składu członkowskiego poprzez aktywne promowanie tych kryteriów jako znaku jakości produkcji i zachęcanie podmiotów niezrzeszonych do ich wypełniania, ponieważ przełoży się to na podniesienie jakości usługi produkcji reklamowej jako ważnego elementu rynku komunikacji marketingowej.

Te kryteria to:

A. minimum 3 lata działalności spółki lub grupy (zgodnie z rozumieniem statutu SAR), której podstawowym obszarem działania jest produkcja filmów reklamowych, ponieważ taki czas aktywnej działalności produkcyjnej świadczy o umiejętności wypełniania krótko, średnio i długoterminowych celów spółki, potwierdza jej stabilność i, wraz z innymi kryteriami, wypłacalność.

B. Spółka lub grupa z tytułu prowadzonej działalności generuje minimum 5.000.000,- zł obrotu rocznie, ponieważ taki obrót z tytułu działalności produkcyjnej odpowiada przeprowadzeniu dziesięciu średniej wielkości produkcji w ciągu roku.

C. Spółka posiada polisę OC od prowadzonej działalności gospodarczej na kwotę minimum 1.000.000,- zł, ponieważ odpowiedzialność cywilna producenta jest podstawową polisą zaspokajającą roszczenia powstałe w wyniku błędów w prowadzeniu działalności gospodarczej.

D. Spółka posiada wydajny, dostosowany do skali działalności instrument zarządzania płynnością finansową (faktoring, linia kredytowa, gwarancja bankowa, inne), ponieważ finansowe zabezpieczenie praw do filmu oraz ograniczenie konieczności finansowania bieżących produkcji z przychodów produkcji zakończonych zwiększa bezpieczeństwo prawne producenta i zamawiającego.

E. Spółka ubezpiecza każdą realizowaną produkcję ubezpieczeniem NNW, ponieważ każda, nawet najskromniejsza realizacja niesie ze sobą ryzyko wypadku.

F. Spółka obejmuje ubezpieczeniem Wszystkich Ryzyk Produkcji Filmowej każdą produkcję z budżetem 150.000,- zł lub wyższym, ponieważ trudności i błędy producenta przy realizacji produkcji nie powinny obciążać finansowo zamawiającego tę usługę a 150.000 zł jest orientacyjną granicą odpowiedzialności finansowej, którą spółka generująca 5.000.000,- zł obrotu rocznie jest w stanie samodzielnie zaspokoić.

G. Spółka podaje swoje obroty i godzi się na publikację tych danych przez Klub Producentów Reklamowych,

ponieważ otwarte komunikowanie wielkości obrotów spółek jest świadectwem biznesowej dojrzałości i może stać się jednym z elementów pozwalających na badanie wielkości udziału studiów stowarzyszonych w rynku.

6. członkostwo i procedura przyjęcia

Członkostwo w Klubie Producentów Reklamowych jest powiązane z członkostwem w Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR. Uzyskanie członkostwa w Klubie bez członkostwa w SAR nie jest możliwe. Opisana poniżej procedura owocuje przyjęciem w poczet Klubu Producentów Reklamowych i – po spełnieniu wymogów statutu SAR - w SAR.

Podczas procedury przyjęcia Klub będzie analizował historię i model działania Kandydata, celem potwierdzenia ich zgodności z wartościami Klubu. Kandydat może być pytany o doświadczenie spółki i osób zarządzających, ich historię operacyjną i finansową, poproszony o przedłożenie zaświadczeń o niezaleganiu w podatkach, składkach ZUS, niekaralności i innych, potwierdzających, że sposób działania spółki jest zgodny z wartościami przyjętymi przez Klub.

Ubieganie się o członkostwo w Klubie Producentów Reklamowych wymaga uzyskania rekomendacji dwóch członków Klubu, zwanych dalej Członkami Wprowadzającymi.

Spółka ubiegająca się o członkostwo w Klubie Producentów Reklamowych składa Dyrektorowi Klubu lub Pełnomocnikowi Zarządu SAR wniosek o członkostwo.

Klub przesyła kandydatowi komplet dokumentów członkowskich SAR oraz udziela wyczerpujących informacji o kryteriach członkostwa i warunkach wstąpienia do Klubu.

Po stwierdzeniu spełnienia warunków członkostwa Klub zaprasza kandydata na spotkanie z Dyrektorem Klubu dot. funkcjonowania Klubu i ew. członkostwa kandydata. Spotkanie to jest otwarte dla każdego Członka Klubu i Pełnomocnika Zarządu SAR.

Kandydat przesyła Dyrektorowi Klubu lub innej osobie przez niego wskazanej komplet podpisanych dokumentów członkowskich.

Po otrzymaniu dokumentów Zarząd Klubu podejmuje uchwałę o rekomendacji przyjęcia kandydata, który po uzyskaniu tytułu Kandydata do Stowarzyszenia SAR – zgodnie ze statutem SAR - może uczestniczyć w pracach Klubu, bez prawa ubiegania się o zasiadanie we władzach Klubu i bez prawa głosu na Walnym Zebraniu Członków Klubu.

Walne Zebranie Członków Klubu Producentów Reklamowych podejmuje uchwałę o przyjęciu kandydata w poczet Członków Klubu. Uchwała ta jest jednocześnie rekomendacją do przyjęcia kandydata w poczet członków SAR. Procedurę kończy uchwała Zarządu SAR o przyjęciu kandydata w poczet członków SAR

W uzasadnionych przypadkach Dyrektor lub Zarząd Klubu mogą rekomendować odstąpienie od wymogu wypełnienia przez kandydata pkt. A lub B kryteriów członkowskich. W wypadku udzielenia takiej rekomendacji procedura przyjęcia prowadzona jest bez zmian a rekomendacja taka podlega omówieniu na Walnym Zebraniu Członków Klubu przed głosowaniem dot. członkostwa. W przypadku przyjęcia rekomendacji przez Walne Zebranie Członków Klubu członkostwo jest przyznawane z pominięciem kryteriów

członkowskich A lub B.

7. organy władzy Klubu

Organy władzy Klubu to:

- Walne Zebranie Członków Klubu,
- Zarząd Klubu,
- Dyrektor Klubu

Walne Zebranie Członków Klubu

Najwyższą władzą Klubu jest Walne Zebranie Członków Klubu. Walne Zebranie Członków stanowią wszyscy Członkowie Klubu. Walne Zebranie Członków Klubu zwoływane jest przez Zarząd Klubu lub Dyrektora Klubu przynajmniej raz na pół roku.

Zarząd Klubu lub Dyrektor Klubu zwołuje Walne Zebranie Członków Klubu także wtedy, gdy zażąda tego minimum połowa Członków Klubu.

O terminie Walnego Zebrania Członków Klubu zawiadamia się Członków Klubu przynajmniej na dwa tygodnie przed datą zebrania, na piśmie lub mailem na adres wskazany przez danego członka, podając uzasadnienie i cele zwołania zebrania.

Uchwały Walnego Zebrania Członków Klubu podejmowane są bezwzględną większością głosów, w obecności minimum 2/3 Członków Klubu (quorum). Każda spółka zasiadająca w Klubie posiada jeden głos, niezależnie od tego ilu członków zwyczajnych reprezentujących tę spółkę jest członkami SAR.

Uchwały Walnego Zebrania Członków Klubu z wyjątkiem uchwały o rozwiązaniu Klubu oraz uchwały o zmianach w niniejszym Kodeksie mogą być podejmowane również w trybie obiegowym. Projekt uchwały w trybie obiegowym powinien zostać dostarczony wszystkim Członkom Klubu. Uchwały w trybie obiegowym podejmowane są wg takich samych zasad jak w trybie zwykłym, przy czym głos oddany traktuje się jako potwierdzenie udziału w głosowaniu i zalicza się do quorum. Członkowie oddają swoje głosy w ciągu 14 dni od dnia otrzymania projektu uchwały, przysyłając projekt uchwały wraz ze swoim głosem.

Z posiedzeń Walnego Zebrania Członków Klubu a także z głosowań w trybie obiegowym sporządza się protokół.

Do kompetencji Walnego Zebrania Członków należy w szczególności:

- wybór Członków Zarządu Klubu,
- wybór Dyrektora Klubu,
- przyjmowanie w poczet Członków Klubu kandydatów ubiegających się o członkostwo,
- decydowanie o przystąpieniu Klubu do innych organizacji,
- przyjmowanie rocznych sprawozdań Zarządu Klubu,
- podejmowanie uchwał o zmianach w Kodeksie.

Zarząd Klubu

Zarząd Klubu jest czteroosobowy – trzech Członków Zarządu wybiera Walne Zebranie Członków Klubu spośród osób fizycznych, będących członkami zwyczajnymi SAR, pełniących funkcje kierownicze, w rozumieniu §10 ust.1 i 2 statutu SAR, w podmiotach będących członkami Klubu. Czwarte miejsce w zarządzie obejmuje Dyrektor Klubu. Kadencja Zarządu trwa 2 lata. Ilość kadencji dla Członków Zarządu Klubu nie jest ograniczona.

Zarząd Klubu spotyka się minimum raz na kwartał. Spotkania zarządu zwoływane są przez minimum dwóch członków Zarządu Klubu lub przez Dyrektora Klubu.

Posiedzenia Zarządu Klubu są zamknięte, tzn. odbywają tylko przy udziale Zarządu Klubu i, jeśli jest taka konieczność, osób zaproszonych przez Zarząd Klubu lub Dyrektora Klubu.

Uchwały Zarządu Klubu podejmowane są bezwzględną większością głosów przy udziale minimum 3 członków Zarządu Klubu (quorum).

Uchwały Zarządu Klubu mogą być podejmowane również w trybie obiegowym. Projekt uchwały w trybie obiegowym powinien zostać dostarczony wszystkim Członkom Zarządu Klubu. Uchwały w trybie obiegowym podejmowane są wg takich samych zasad jak w trybie zwykłym, przy czym głos oddany traktuje się jako potwierdzenie udziału w głosowaniu i zalicza się do quorum. Członkowie oddają swoje głosy w ciągu 7 dni od dnia otrzymania projektu uchwały, przesyłając projekt uchwały wraz ze swoim głosem.

Z posiedzeń Zarządu Klubu a także z głosowań w trybie obiegowym sporządza się protokół.

Do kompetencji Zarządu Klubu należy w szczególności:

- konsultowanie i zatwierdzanie strategii Klubu, w tym strategii komunikacyjnej Klubu,
- kontrola działań Dyrektora Klubu,
- reprezentowanie Klubu podczas spotkań z przedstawicielami innych organizacji,
- reprezentowanie klubu w mediach branżowych,
- przyjmowanie sprawozdań rocznych przygotowywanych przez Dyrektora Klubu.

Zarząd klubu przygotowuje ze swojej działalności sprawozdanie roczne.

Dyrektor Klubu

Dyrektor Klubu powoływany jest przez Walne Zebranie Członków Klubu i zajmuje miejsce w Zarządzie Klubu.

Dyrektor Klubu świadczy na rzecz Klubu odpłatną usługę zarządzania działalnością Klubu i pobiera z tego tytułu wynagrodzenie, którego wysokość określa osobna umowa.

Dyrektor Klubu uczestniczy we wszystkich posiedzeniach Zarządu Klubu i odpowiada przed Zarządkiem za swoje działania.

Do kompetencji Dyrektora Klubu należy w szczególności:

- opracowywanie strategii Klubu,
- wdrażanie zaakceptowanej przez Zarząd Klubu strategii,
- organizowanie i koordynowanie działań Klubu,
- przygotowywanie i prowadzenie posiedzeń Zarządu Klubu i Walnego Zebrania Członków Klubu,
- kształtowanie opinii i poglądów Klubu przeznaczonych do publicznego rozpowszechniania i opracowywanie na ich podstawie strategii komunikacyjnej Klubu,
- reprezentowanie Klubu w mediach branżowych.

Dyrektor przygotowuje ze swojej działalności sprawozdanie roczne.

8. znak graficzny

Klub decyduje o stworzeniu znaku graficznego Klubu Producentów Reklamowych. Po jego stworzeniu Klub Producentów Reklamowych stanie się jedynym dysponentem znaku graficznego i nazwy Klubu. Członkowie Klubu mogą używać znaku graficznego i nazwy klubu za zgodą Zarządu Klubu lub Dyrektora Klubu. Użycie przez Członka Klubu w swojej identyfikacji znaku graficznego Klubu świadczy o wypełnianiu przez niego standardów związanych z odpowiedzialnością, jakością i bezpieczeństwem produkcji i w związku z tym podlega szczególnej ochronie.

9. dobre praktyki / sąd koleżeński / sankcje

Klub otwiera możliwość powołania w przyszłości Sądu Koleżeńskiego Klubu. Do czasu powołania sądu koleżeńskiego Klubu kwestie sporne w Klubie rozpatrywane są przez Zarząd Klubu, lub jeśli sytuacja tego wymaga, Sąd Koleżeński SAR.

Członkowie Klubu zobowiązani są do stałego wypełniania kryteriów zawartych w pkt. 3 ppkt. C – G. W przypadku stwierdzenia przez władze Klubu odstępstwa od przyjętych przez Członka Klubu kryteriów, Zarząd Klubu może nałożyć na klubowicza kary zgodnie ze statutem SAR. Dodatkową karą, możliwą do zastosowania przez Klub jest cofnięcie zgody na wykorzystywanie we własnej identyfikacji wizualnej znaku graficznego Klubu, do czasu wyeliminowania uchybień.

10. postanowienia ogólne

Pełna nazwa klubu brzmi: Klub Producentów Reklamowych. Klub może używać skróconej nazwy: Producenci SAR. Klub może używać w kontaktach z podmiotami zagranicznymi nazwy w języku angielskim: Advertising Producers Club, lub nazwy skróconej: SAR Producers.

Klub Producentów Reklamowych może być członkiem międzynarodowych organizacji o podobnych celach działania.

Kodeks Klubu jest dokumentem żywym, który będzie dostosowywany do rozwijającej się działalności Klubu.

Niniejszy regulamin nie wyłącza odpowiedzialności Członków Klubu na zasadach opisanych w statucie SAR.

W sprawach nieuregulowanych w niniejszym regulaminie, stosuje się postanowienia statutu SAR.