



KODEKS DOBRYCH PRAKTYK BRANŻY EVENTOWEJ

Postanowienia ogólne

Niniejszy kodeks określa zasady i standardy realizacji usług MICE zgodnych ze statutem Stowarzyszenia Branży Eventowej (dalej „SBE”), których zobowiązują się przestrzegać podmioty będące członkami STOWARZYSZENIA BRANŻY EVENTOWEJ (dalej „Członkowie”) na terenie Rzeczypospolitej Polskiej oraz poza jej granicami.

Kodeks zawiera zbiór zasad nakładających na podmioty nim objęte dodatkowe ograniczenia, niezależnie od obowiązujących przepisów prawa.

Działania objęte postanowieniami Kodeksu będą wykonywane z należytą starannością, zgodnie z dobrymi obyczajami, prowadzone w poczuciu odpowiedzialności społecznej oraz zgodnie z zasadami uczciwej konkurencji.

Członkowie przestrzegający Kodeksu Etyki mogą informować publicznie, w tym Klientów, że usługi świadczą zgodnie z zasadami etyki SBE.

Misja Rady Etyki przy Stowarzyszeniu Branży Eventowej

Misją Rady Etyki jest wyznaczenie etycznych standardów postępowania podmiotów funkcjonujących w branży MICE. Realizując misję, Rada Etyki przy SBE stoi na straży jasnych zasad i wdraża działania mające na celu zmianę, ujednoczenie i respektowanie przepisów dotyczących obszarów działalności:

Zasady postępowania podmiotów na rynku eventowym

1. Tajemnice przedsiębiorstwa, ochrona wartości intelektualnych

- Informacje przekazane przez Klienta lub partnera biznesowego w zaufaniu, a nie należące do sfery wiedzy ogólnodostępnej, w tym informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa, nie mogą być udostępniane osobom trzecim bez uprzedniej zgody drugiej strony.
- Projekt, koncepcja kreatywna, scenariusz i plan eventu wraz z pomysłami w nich zawartymi stanowi zbiór utworów w rozumieniu przepisów o prawie autorskim i prawach pokrewnych; jest chroniony zarówno w całości, jak chronione są poszczególne jego elementy. Nikt nie ma prawa wykorzystać całości, ani wyodrębnionej części projektu przedstawionego w ofercie samodzielnie, ani we współpracy z innymi podmiotem aniżeli ten kto posiada prawa do takiego projektu.
- Ponadto każda prezentacja agencji, plany, grafiki i kosztorysy itp. objęte są ochroną tajemnicy przedsiębiorstwa. Jako tajemnicę przedsiębiorstwa rozumie się wszystkie informacje stanowiące wartość dla danej agencji, które są przez nią chronione przed ujawnieniem, takie jak kosztorysy, metody sporządzania wycen, know-how, czy też listy podwykonawców.

2. Pracownicy

- Członkowie są zobowiązani przestrzegać odpowiednich przepisów związanych z zatrudnieniem ich personelu, w tym w szczególności w obszarze prawa pracy, przepisów dotyczących wypłaty wynagrodzeń, czasu pracy, czy też odpowiedniego odpoczynku.
- Zasady bezpieczeństwa i higieny pracy powinny być stosowane niezależnie od formy współpracy.
- Członkowie są zobowiązani dbać o przestrzeganie przez ich pracowników i współpracowników praw własności intelektualnej oraz tajemnicy podmiotów oraz osób trzecich.
- Pracownicy i współpracownicy Członków zobowiązani są powstrzymać się od działań mogących rodzić ryzyko powstania konfliktu interesów.
- Pracownik i współpracownik Członka może, w związku z organizacją danego eventu, przyjmować wynagrodzenie za swoje usługi tylko od swojego pracodawcy lub zleceniodawcy.
- Członek lub osoba przez niego upoważniona zobowiązany jest zapoznać swoich pracowników i współpracowników z treścią niniejszego Kodeksu oraz zobowiązać ich do jego przestrzegania.
- Członkowie, są zobowiązani przestrzegać przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w szczególności w zakresie nie nakłaniania członków personelu firm trzecich oraz ich klientów do rozwiązania ich aktualnych umów celem ich przejęcia.

3. Uczciwa konkurencja i przestrzeganie zasad etyki

- Uczciwa konkurencja umacnia środowisko i rynek branży eventowej, i przyczynia się do podnoszenia jakości świadczonych przez wszystkich usług.
- Członek zobowiązany jest nie podejmować się jakichkolwiek działań noszących znamiona nieuczciwej konkurencji.
- Nieuczciwa konkurencja przejawia się w szczególności w:
 - zawieraniu pomiędzy konkurentami porozumień, mających na celu uzgodnienie cen lub podział rynku,
 - stosowaniu dumpingu cenowego,
 - wykorzystywaniu posiadanych, a także przekazywanie niepełnych lub nieprawdziwych informacji w celu zdyskredytowania konkurentów,
 - korzystaniu ze znajomości i poufnych informacji przeciwko innym podmiotom branżowym,
 - kopiowaniu elementów wizerunku i chronionych prawem autorskim (np. wygląd strony WWW, teksty, logotyp, scenariusze programów),
 - podkupywaniu pracowników,
 - szpiegostwie gospodarczym.

- Niezależnie od przestrzegania zasad uczciwej konkurencji, członkowie zobowiązują się nie podejmować działań nieetycznych, do których zalicza się m.in.
 - Nieprawdziwe lub niepełne informowanie rynku i Klientów o swojej działalności poprzez np. podawanie nieprawdziwej listy klientów, z którymi się współpracuje, zawyżonych danych finansowych, nieprawdziwej listy osób współpracujących lub obsługujących celem sztucznego podniesienia jej wartości.
 - Kopiowanie, zapożyczanie, przerabianie bez zgody autora cudzych pomysłów - nawet na wyraźną prośbę klienta.
 - Działania korupcyjne. Poprzez korupcję rozumiemy nieuczciwe nawiązanie współpracy z Klientem, jego pracownikami lub doradcami poprzez m.in. zaoferowanie korzyści majątkowej w formie pieniężnej lub innej albo obietnicy takiej korzyści, obietnicę oraz praktykowanie przekazywania prowizji od kontraktu lub obrotu na rzecz osoby prywatnej jako zapłata za nawiązanie współpracy oraz jej kontynuowanie.
 - Zawieranie lub propagowanie na eventach treści obraźliwych, godzących w dobra osobiste uczestników lub dyskryminujących, w szczególności ze względu na rasę, przekonania religijne, płeć lub narodowość.
 - Zawieranie lub propagowanie na eventach treści zawierających elementy, które zachęcają lub mogą zachęcać do aktów przemocy.
 - Nierealizowanie płatności wobec podwykonawców na czas, zgodnie z podjętym zobowiązaniem (umowa, zlecenie itp.)
 - Niewypłacanie wynagrodzenia pracownikom w terminie, niezależnie od charakteru zawartej umowy o wykonywanie pracy (umowa o pracę, umowa zlecenie, umowa cywilnoprawna tzw. b2b, umowa o dzieło czy inne dozwolone prawem)

4. Rekomendacje co do współpracy między klientem, a agencją

- Warunki płatności powinny być elementem indywidualnych negocjacji z klientem.
- Stowarzyszenie rekomenduje przestrzeganie standardowych terminów płatności nie przekraczających 30 dni od daty otrzymania przez klienta faktury, zgodnych z przepisami o terminach zapłaty w transakcjach handlowych.
- Stowarzyszenie rekomenduje stosowanie zaliczek w wysokości minimum 40% wartości zlecenia.
- Czas na montaż oraz demontaż infrastruktury i osprzętu niezbędnych do zorganizowania eventu powinien być adekwatny do wielkości i poziomu skomplikowania produkcji eventu oraz uwzględniony w kosztorysie. Agencja powinna informować Klienta o potrzebnej liczbie godzin i osób do realizacji danego konceptu.
- Członkom, ich pracownikom i współpracownikom nie wolno wynagradzać w jakikolwiek sposób pracowników Klienta bez uprzedniego poinformowania klienta.
- Członkom, ich pracownikom i współpracownikom nie wolno używać niezgodnych z prawem i nieuczciwych metod w celu pozyskania kontraktu.

- Członkowie, ich pracownicy i współpracownicy są zobowiązani do dochowania najwyższej staranności działania w zakresie zachowania poufności informacji otrzymanych od klienta i/lub pracodawców.
- Członkom, ich pracownikom i współpracownikom nie wolno dyskredytować innych uczestników rynku i ich pracowników m.in. przez rozpowszechnianie nieprawdziwych czy też niesprawdzonych informacji. Wszelkie prezentowane informacje o konkurencji dotyczyć mogą jedynie publicznie dostępnych danych i informacji.
- SBE zaleca stosowanie brief-u przy procedurach przetargowych i konkursach ofert w celu dobrego porównania ofert.
- SBE zaleca Klientom – by składali zapytania do nie więcej niż 5-ciu agencji /po zorientowaniu się w rynku.
- Stowarzyszenie rekomenduje wycenianie przez agencje pracy koncepcyjnej i kreatywnej i umieszczanie tej pozycji w kosztorysie.
- Członek lub osoba przez niego upoważniona zobowiązany jest zapoznać swoich pracowników i współpracowników z treścią niniejszego Kodeksu oraz zobowiązać ich do jego przestrzegania.
- Stowarzyszenie rekomenduje wycenianie przez agencje godzinowej pracy teamu pracującego przy projekcie i umieszczanie tej pozycji w kosztorysie.

5. Naruszenia Kodeksu

W przypadku powstania wątpliwości, co do zachowania przez członka SBE zasad etyki, każdemu zainteresowanemu przysługuje prawo do zgłoszenia naruszenia do Rady Etyki SBE. Szczegółowe zasady rozpatrywania wniosków i zgłoszeń reguluje statut Stowarzyszenia.

PROCEDURY ZGŁASZANIA WNIOSKÓW O NARUSZENIACH W STOWARZYSZENIU BRANŻY EVENTOWEJ

1. Do rozpatrywania zgłoszeń o naruszeniach w branży eventowej powołana jest Rada Etyki
2. Rada składa się z maksymalnie 15 x osób /nieparzyście/ i działa zgodnie z obecnym Zarządem Stowarzyszenia Branży Eventowej /kadencja/
3. Sprawy do Rady Etyki /w skrócie RE SBE/ przekazywane są na adres e-mail: etyka@sbe.org.pl
4. Komisja – dostaje powiadomienie – o zgłoszeniu – na maila lub na adres korespondencyjny – i większością głosów opowiada się za: podjęciem sprawy bądź jej odrzuceniem
5. Zgłoszenie powinno zostać dostarczone na formularzu zgłoszeniowym dostępnym na stronie www.sbe.org.pl w zakładce Rada Etyki
6. Zgłoszenie powinno zawierać poświadczające dokumenty sprawy oraz dane zgłaszającego
7. Rada Etyki nie przyjmuje zgłoszeń anonimowych lub bez dokumentów poświadczających
8. Rada rozpatruje przede wszystkim zgłoszenia członków Stowarzyszenia Branży Eventowej. W dalszej kolejności – jeśli ma możliwości – pozostałe sprawy branży
9. Rada Etyki – spotyka się w celu omówienia zgłoszenia, wybiera przewodniczącego sprawy oraz grupę roboczą, odpowiedzialna za daną sprawę
10. Przewodniczący sprawy wraz z grupą roboczą konsultuje swoją decyzję z całą radą drogą mailową.
11. Rada Etyki może prosić o opinie drugiej strony i/lub konfrontację obu stron
12. W ramach Rady Etyki obowiązuje poufność obrad i wpływających wniosków, wyłączając informacje publiczne znane szeroko w branży
13. Rada może wspierać się zespołami eksperckimi spoza Rady przy zachowaniu należytej poufności
14. Rada zastrzega sobie prawo do odrzucenia wniosku z podaniem przyczyny
15. Kodeks Rady Etyki jest skierowany do całej Branży Spotkań

Nad reaktywacją Kodeksu Etyki pracowali:

Dorota Rogozińska (Przewodnicząca Rady Etyki, Założycielka EMTG)
Żaneta Berus (CEO In2Win)
Katarzyna Gadomska (CEO Acora Events, Członek Zarządu SBE)
Marta Chmielewska (CEO MEA Group)
Dagmara Chmielewska (Prezes Zarządu SBE)
Grzegorz Łopata (CEO ASAP Drukarnia, Członek Zarządu SBE)
Beata Mały - Kaczanowska
adw. Michał Kibil (DGTL LAW)

FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY

Imię i nazwisko:

Nazwa firmy:.....

NIP firmy:.....

Stanowisko:.....

Telefon kontaktowy:.....

Adres korespondencyjny:.....

Adres mailowy:.....

Prosimy o załączenie dokumentów poświadczających zgłoszoną sprawę oraz oświadczenie zgłaszającego oraz ewentualnie oświadczenie świadków

Wykaz załączników:



E-mail: info@sbe.org.pl
Adres korespondencyjny: ul.Mineralna 20, 02-274 Warszawa

Adres Rejestracyjny : ul.Mineralna 20, 02-274 Warszawa
Krs: 0000373990 Regon: 142739086
Nip: 527-264-70-66