

KARTA DEKLARACJI SZTOKHOLMSKIEJ ICCO

Deklaracja Międzynarodowego Stowarzyszenia Konsultantów ds. Komunikacji: "Firmy public relations to profesjonalne agencje świadczące usługi doradcze, pomagające klientom wpływać na opinie, postawy i zachowania adresatów tych działań. Wpływ ten pociąga za sobą przyjmowanie na siebie odpowiedzialności za podejmowane działania wobec naszych klientów, naszych pracowników, naszej profesji i całego społeczeństwa".

1. Obiektywne doradztwo i rzecznictwo: Firm Public Relations nie mogą angażować się w działania, które poddawałyby w wątpliwość ich rolę jako niezależnych konsultantów. Firmy public relations winny kierować się zasadą obiektywizmu w kontaktach z klientami tak, by móc doradzić im przyjęcie optymalnej strategii komunikacyjnej oraz sposobu postępowania.

2. Społeczeństwo: Otwarte społeczeństwo, wolność wypowiedzi i wolna prasa stanowią fundament dla działań firm public relations. Konsultanci działają w ramach tego otwartego społeczeństwa, zgodnie z jego zasadami i współpracują z klientami, którzy podzielają to podejście.

3. Poufność: Zaufanie jest podstawą relacji pomiędzy klientem a firmą public relations. Informacje przekazane przez klienta w zaufaniu, a nie należące do sfery wiedzy ogólnodostępnej, nie mogą być udostępniane stronom trzecim bez zgody klienta.

4. Rzetelność informacji: Firmy public relations nie mogą świadomie wprowadzać w błąd adresatów działań odnośnie faktów lub interesów reprezentowanych przez klienta. Firmy public relations zobowiązane są dołożyć wszelkiej możliwej staranności w dążeniu do zachowania dokładności.

5. Realizacja obietnic: Firmy public relations zobowiązane są uzgodnić z klientami ich wyraźne oczekiwania odnośnie efektów dostarczanej pracy. Niezbędne jest określenie konkretnych celów w zakresie działań komunikacyjnych, a następnie praca w celu ich realizacji. Firmy public relations nie mogą składać obietnic bez pokrycia lub też takich, które mogłyby narazić na szwank niezależność kanałów komunikacyjnych.

6. Sprzeczne interesy Firmy Public Relations mogą reprezentować klientów o sprzecznych interesach, jednakże zanim rozpoczną prace na rzecz nowego klienta, którego interes jest sprzeczny z interesem dotychczasowego klienta, dotychczasowemu klientowi winna najpierw zostać zaproponowana możliwość skorzystania z przysługujących mu praw, wynikających z umowy pomiędzy klientem a firmą.

7. Reprezentacja: Firma Public Relations może odmówić podjęcia zlecenia w oparciu o osobiste opinie zarządu firmy lub ze względu na ukierunkowanie organizacji. Nadzór i praktyki biznesowe Firmy Public Relations są zobowiązane działać etycznie i według najlepszych praktyk biznesowych w kontaktach ze wszystkimi adresatami.

[powrót na górę strony](#)