



## KODEKS ETYKI REKLAMY AC S.A.

Kodeks Etyki Reklamy AC S.A. jest zbiorem zasad, którymi Spółka kieruje się podejmując działania na rzecz kształtowania wizerunku Spółki, marki i przekazu reklamowego swoich produktów i usług.

AC S.A. prowadzi swoje działania w zgodzie z przepisami prawa, dobrymi obyczajami, zasadami uczciwej konkurencji oraz zasadami zrównoważonego rozwoju w zakresie środowiska, społeczeństwa i ładu korporacyjnego.

Spółka oczekuje przestrzegania zasad zawartych w Kodeksie Etyki Reklamy od swoich kontrahentów i partnerów biznesowych, w szczególności dystrybutorów, warsztatów montujących produkty AC S.A. (w tym Autoryzowanych Serwisów STAG i Rekomendowanych Warsztatów STAG).

### Zasady etyki reklamy

Reklama **opiera się na prawdziwych i udokumentowanych informacjach** dotyczących produktu, usługi lub całokształtu działalności Spółki, w tym ich zrównoważonego charakteru, wpływu na środowisko i ekologiczności.

Reklama **nie wprowadza odbiorców w błąd**, w szczególności co do: istnienia, rodzaju, dostępności produktu; cech produktu; serwisu, reklamacji, dostawy, wymiany, naprawy; warunków gwarancji; wartości produktu; ceny i warunków płatności; praw własności intelektualnej i przemysłowej; homologacji, certyfikatów, atestów, nagród, urzędowych zezwoleń; ram świadczeń na cele dobroczynne.

Reklama **porównawcza jest sprzeczna z dobrymi obyczajami** i musi być zgodna z przepisami prawa.

Reklama **nie zawiera treści dyskryminujących**, w szczególności na tle rasy, przekonań religijnych, płci, narodowości lub innych cech osobistych, które mogą prowadzić do wykluczenia, marginalizacji lub niesprawiedliwego traktowania.

Reklama **nie zawiera przekazu, który zachęca do aktów agresji**, nienawiści lub jakichkolwiek działań nieetycznych, szkodliwych, niebezpiecznych lub nielegalnych.

Reklama **nie wykorzystuje zaufania, braku doświadczenia, niewiedzy lub wrażliwości odbiorcy**, w celu wprowadzenia w błąd lub manipulacji.

AC S.A. zapewnia, że będzie działać tak, aby odbiorca **zawsze mógł jasno rozpoznać, że dany przekaz jest reklamą**, poprzez sposób sformułowania przekazu oraz stosowanie odpowiednich oznaczeń i komunikatów.

Reklama **nie narusza zaufania odbiorców do odpowiednio wykonywanych działań w zakresie zrównoważonego rozwoju** w tym ochrony środowiska naturalnego i ekologii, w szczególności poprzez przedstawianie działań lub wyników, które są niezgodne z rzeczywistością.

### Zgłaszanie naruszeń

Wszelkie naruszenia postanowień Kodeksu Etyki Reklamy AC S.A. można zgłaszać na adres [etyka@ac.com.pl](mailto:etyka@ac.com.pl)