

## Zasady przetargowe agencji należących do ZFPR

- **Dokonaj analizy procedury przetargowej zanim do niej przystąpisz** – agencja powinna przestrzegać zasad uczciwej konkurencji i dokładnie przeanalizować czy przetarg rozpisany przez potencjalnego klienta jest przetargiem z jawnymi, transparentnymi i zapewniającymi równe szanse regułami. Firmom zrzeszonym w ZFPR nie wolno przystępować do przetargów, które w jakikolwiek sposób naruszałoby Kodeks Dobrych Praktyk Public Relations.
- **Wpisz się do systemu przetargowego** – agencja zrzeszona w ZFPR ma obowiązek wpisać kompletną informację o udziale w konkretnym przetargu do wewnętrznego systemu przetargowego Związku. Brak wpisu do systemu będzie skutkowało karą, której wysokość jest zgodna z procedurami systemu przetargowego.
- **Odpowiedz klientowi na zapytanie ofertowe/zaproszenie do przetargu** – zawsze odpowiadaj potencjalnemu klientowi na zapytanie ofertowe/zaproszenie do przetargu. Nawet jeśli nie przystąpisz do niego, warto podziękować za zaproszenie.
- **Prowadź dialog z klientem** – podczas procesu przetargowego proaktywnie zadawaj pytania, wyjaśniaj wątpliwości, zgłaszaj uwagi dotyczące warunków formalnych i merytorycznych.
- **Pilnuj terminów** – agencja powinna przestrzegać terminów/harmonogramu prac wyznaczonego przez klienta w briefie. Jeśli terminy są zbyt krótkie na przygotowanie profesjonalnej oferty, natychmiast poinformuj o tym klienta i poproś o wyznaczenie takich, które są zgodne z zasadami procedur przetargowych ZFPR.
- **Przestrzegaj zasady transparentnej i uczciwej komunikacji** – zawsze podawaj prawdziwe informacje na temat swojej firmy, projektów przez nią realizowanych, budżetów, jakimi zarządzała Twoja agencja, obsługi konkurencyjnego klienta (za jego zgodą), zespołu, jaki masz

zamiar dedykować do obsługi. Odpowiadaj na wszystkie możliwe pytania, pod warunkiem, że nie są one objęte tajemnicą przedsiębiorstwa.

- **Zachowaj poufność** – pamiętaj, aby nigdy nie przekazywać osobom trzecim informacji poufnych przekazanych przez klienta bez jego zgody. Takie postępowanie nie tylko jest naruszeniem ogólnie przyjętych zasad rynkowych, grozi karą, ale poważnie nadwyręża wizerunek i profesjonalizm agencji zrzeszonej w ZFPR.
- **Składaj realne i zgodne z Kodeksem Etyki PR obietnice** – agencja powinna na etapie przetargu ustalić z klientem jego konkretne oczekiwania dotyczące systemu pracy, zespołu, rezultatów (tzw. Key Performance Indicators). Nie można składać obietnic bez pokrycia lub takich, które mogłyby być niezgodne z Kodeksem Etyki PR, np. gwarancji osiągnięcia wyników zależnych od suwerennej decyzji strony trzeciej.
- **Zawsze informuj klienta o ochronie prawnej** – oferta, którą składasz jest chroniona przepisami o tajemnicy przedsiębiorstwa i ochronie własności intelektualnej. Oferta powstaje na potrzeby danego przetargu i bez zgody agencji nie może być wykorzystywana do innych celów niż wybór agencji do obsługi projektu. Treść oferty jest poufna, stanowi tajemnicę przedsiębiorstwa, w rozumieniu art. 11 ust. 4 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz chroniona jest prawem autorskim. Oficjalnie poinformuj klienta, że nie może udostępniać treści Twojej oferty osobom trzecim i w żaden inny sposób wykorzystywać jej bez Twojej zgody.
- **Udostępniaj Kodeks Dobrych Praktyk Public Relations** – agencja zrzeszona w ZFPR może udostępnić potencjalnemu klientowi Kodeks

Dobrych Praktyk Public Relations w momencie przystąpienia do przetargu. W sytuacji wygranej w przetargu Kodeks ten powinien stanowić integralną część umowy z klientem.

- **Warunki płatności** – pamiętaj, że warunki płatności powinny być elementem indywidualnych negocjacji z klientem po wygranej. Poinformuj klienta o tym, że będąc agencją zrzeszoną w ZFPR, działasz zgodnie z zasadami dobrych praktyk rynkowych, wg. których standardowe terminy płatności to do 30 dni od daty otrzymania przez klienta faktury. Nie zgadzaj się na warunki płatności przewyższające ustawowe 60 dni od daty otrzymania przez klienta faktury –  
Ustawa z dnia 28 marca 2013 r o terminach zapłaty w transakcjach handlowych.
- **Naruszenie zasad przetargowych** – jeśli jesteś zaniepokojony przebiegiem procesu przetargowego lub informacjami przekazywanymi Ci przez potencjalnego klienta, czy też agencje konkurujące z Tobą w przetargu, zawsze zgłaszaj to do Biura ZFPR. Związek działa po to, aby w Twoim imieniu zwrócić się do Zleceniodawcy z prośbą o natychmiastowe wyjaśnienie sytuacji.