

# KODEKS DOBRYCH PRAKTYK PARTNERSTWA DLA BEZPIECZEŃSTWA DROGOWEGO

## I. POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Niniejszy Kodeks Dobrych Praktyk (Kodeks), stanowi zbiór zasad, jakimi powinni kierować się Partnerzy będący członkami Stowarzyszenia Partnerstwo dla Bezpieczeństwa Drogowego (Stowarzyszenie). Zasady te są zgodne z zapisami statutu Stowarzyszenia.
2. Kodeks jest katalogiem ogólnych zasad, jakimi powinni kierować się Partnerzy Stowarzyszenia i nie stanowi regulaminu jego pracy.
3. Celem samoregulacji i samokontroli jest dobrowolne zobowiązanie się Partnerów do tego, że ich działania będą prowadzone w poczuciu odpowiedzialności społecznej, zgodne z dobrymi obyczajami i nie będą zachęcały do niebezpiecznych zachowań na drodze.

## II. ZASADY PODSTAWOWE

### 1. Zasada równości

Działania Stowarzyszenia opierają się na partnerskich relacjach firm, organizacji lub też osób je tworzących. Partnerstwo stara się aby na tematykę bezpieczeństwa ruchu drogowego spoglądać wielowątkowo i z różnych perspektyw. Dlatego w miarę możliwości, we władzach Stowarzyszenia zasiadają osoby wywodzące się z różnych środowisk – firm biznesowych, organizacji społecznych oraz agend rządowych.

### 2. Zasada otwartości

Stowarzyszenie i Partnerzy dążą się do propagowania przyjętych zasad wewnątrz własnych organizacji jak i na zewnątrz w celu podniesienia standardów bezpieczeństwa drogowego jak i pozyskania nowych Partnerów Stowarzyszenia.

### 3. Zasada apolityczności

Stowarzyszenie oraz Partnerzy, nie mogą w jakichkolwiek swoich działaniach opowiadać się po stronie którejkolwiek partii czy ugrupowania politycznego czy też ich przedstawicieli.

### 4. Zasada neutralności

Działania Stowarzyszenia oraz działania Partnerów nie powinny zawierać treści dyskryminujących, w szczególności ze względu na rasę, przekonania religijne, płeć lub narodowość.

### 5. Zasada odpowiedzialności społecznej

Działania Stowarzyszenia oraz Partnerów powinny być prowadzone zgodnie z zasadami życia społecznego i w poszanowaniu środowiska naturalnego.

### **III. ZASADY ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ PROMOCYJNO-REKLAMOWĄ PARTNERÓW W ZAKRESIE BRD**

1. Reklamy produktów i usług nie powinny prezentować niebezpiecznych, niezgodnych z przepisami prawa zachowań na drodze, chyba że ma to na celu ich zdyskredytowanie.
2. Reklamy produktów i usług nie powinny zachęcać do brawurowej i niebezpiecznej jazdy pojazdami, chyba że ma to na celu zniechęcenie odbiorcy do takiego postępowania.
3. Reklamy produktów i usług nie powinny prezentować niebezpiecznych praktyk związanych z prowadzeniem wszelkich pojazdów, n.p; pojazdów jednośladowych bez ochrony głowy, jazdy samochodami bez zapiętych pasów bezpieczeństwa, bez zapalonych świateł mijania, jazdy z nadmierną prędkością, oraz czynności, podczas których przekraczane są przepisy ruchu drogowego.
4. Reklamy produktów i usług nie powinny prezentować spożywania alkoholu podczas prowadzenia pojazdów oraz ich prowadzenia pod jego wpływem, chyba że ma to na celu zniechęcenie odbiorcy do takiego postępowania.
5. Reklamy produktów i usług nie powinny prezentować zachowań, które mimo tego że nie łamią przepisów, są niebezpieczne z punktu widzenia bezpieczeństwa ruchu drogowego (np. nieodpowiedzialna jazda na skateboardzie, rolkach na drogach)

### **IV. POSTANOWIENIA KOŃCOWE**

1. W przypadku uporczywego, rażącego łamania wyżej wymienionych zasad przez jednego z Partnerów, każdy inny Partner ma prawo do zgłoszenia swojego zastrzeżenia do Zarządu Stowarzyszenia.
2. Za rażące naruszenie powyższych zasad dobrego postępowania Zarząd może odpowiednio do charakteru i skali wykroczenia zastosować: sankcje, zawarte w Statucie Stowarzyszenia.