

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ТРИСТРАННА ИНИЦИАТИВА МЕЖДУ IAB, БАР И БАКА ЗА ПОДОБРЯВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА ДИГИТАЛНАТА СРЕДА В БЪЛГАРИЯ

София, 15 Ноември 2019г. - Дигиталната среда в България е на много и различни видове съдържание - образователно, информативно, забавно и т.н. С нарастването на фалшивите новини и проблемите с позиционирането на марките в интернет среда, днес е по-важно от всякога да се гарантира, че рекламните послания ще се появяват в и заедно със съдържание, подходящо на марката.

Interactive Advertising Bureau Bulgaria (IAB Bulgaria), Българска Асоциация на Рекламодателите (БАР) и Българска Асоциация на Комуникационните Агенции (БАКА) декларират, че ще работят съвместно в посока подобряване и развитие на дигитална среда в България.

Трите организации се съгласяват да бъдат признати стандартите на IAB за интернет реклама и да препоръчат на своите членове да приемат и да се съобразяват с European Viewability Measurement Principles – принципи, създадени, за да помогнат за намаляване на несъответствията в данните, предоставяни от различни инструменти за измерване на видимостта на рекламното съобщение.

Трите организации се обединяват около това, че са необходими активни действия за подобряване на рекламната среда в интернет и по-конкретно - ограничаване на фалшив рекламен трафик, пускане на реклами извън потребителския изглед, както и други фиктивни механизми за доставяне на реклами, които не се виждат от потребителите. Трите организации приемат, че подобряване на потребителското преживяване и възможността брандовете да достигнат до всеки свой потенциален клиент по нов и по-ефективен начин е от съществено значение за по-нататъшното развитие на дигиталната среда.

IAB Bulgaria, БАР и БАКА се обявяват и за активни действия за подобряване качеството на данните и мониторинг на трафика на българските интернет сайтове (посещаемост, демография на посетителите, рекламна динамика - рекламен мониторинг) и поемат ангажимент да инициират публична дискусия през 2020 година за налагането на добри международни практики и на родния пазар.

Interactive Advertising Bureau Bulgaria, Българска Асоциация на Рекламодателите и Българска Асоциация на Комуникационните Агенции приемат, че общите действия ще бъдат от полза както за потребителите, така и за медиите и рекламодателите.

От името на Interactive Advertising Bureau Bulgaria (IAB Bulgaria):
Радослав Неделчев, Председател на Управителния Съвет

От името на Българска Асоциация на Рекламодателите (БАР):
Росен Мисов, Изпълнителен директор

От името на Българска Асоциация на Комуникационните Агенции (БАКА):
Ненад Лозович, Председател на Управителния Съвет

За Interactive Advertising Bureau Bulgaria (IAB Bulgaria)

IAB е най-голямото глобално сдружение на медии, агенции и технологични компании, отговорни за дигиталния бизнес. Локални IAB организации има в 46 държави на 6 континента. Компании от целия свят участват в разработването и прилагането на стандарти в онлайн бизнеса и работят за развиването на дигиталната индустрия, сигурността на личните данни и електронните политики, като същевременно консултират и помагат за това и на институции като Съвета на ЕС и сената в САЩ. Сред членовете на глобалната IAB организация са Google, Facebook, Disney, Fox Networks, LinkedIn, AT&T и др. Interactive Advertising Bureau Bulgaria (IAB Bulgaria) е лицензиран представител на IAB за България от 2009-та година.

За Българска Асоциация на Рекламодателите (БАР)

БАР работи за свободна, етична и коректна търговска комуникация. Асоциацията сътрудничи с индустриални групи, неправителствени организации, контролни органи и държавна администрация за утвърждаване на балансирана регулаторна рамка, която уважава интересите на обществото, индустрията и потребителите. БАР сътрудничи с организации на медиите и комуникационните агенции за постигане чрез индустриална саморегулация на високи етични стандарти в рекламата и търговските комуникации. Асоциацията активно подпомага професионалното развитие на сектора на маркетинговите комуникации, като отличава и представя на професионалната общност най-добрите примери и практики.

БАР съдейства за практическото обучение на студентите, като реализира съвместни проекти с академични институции. Асоциацията стимулира развитието на инвестиционната среда за реклама и комуникации, като заедно с организации на медиите и комуникационните агенции търси пътища за подобрене на качеството и надеждността на измерванията на медийните публики.

За Българска Асоциация на Комуникационните Агенции (БАКА)

Българската асоциация на комуникационните агенции е създадена през 1995 година като независима, доброволна обществена организация. Българската асоциация на комуникационните агенции е пълноправен член на Европейската асоциация на комуникационните агенции (ЕАСА) от 1996 г. като отговаря на всички условия за членство и носи всички произтичащи от това права и задължения. Българската асоциация на комуникационните агенции е създадена като браншова организация, за да способства за утвърждаването на рекламната дейност като важна и неотменна сфера в модерната пазарната икономика, за утвърждаване на положителния имидж на рекламата сред широката общественост и за пространно информиране на общественото по отношение на цялостната комуникационна стратегия и политика на организацията и нейните членове.