

ЕТИЧЕН КОДЕКС НА ЧЛЕНОВЕТЕ

на

Сдружение "Интерактив Адвъртайзинг Бюро България", ЕИК 175784631

версия: 2

дата на ревизия: юни, 2023 г

Съдържание:

1. [Цели на Кодекса](#)
2. [Дефиниции и съкращения](#)
 - 2.1. [Дефиниции](#)
 - 2.2. [Съкращения](#)
3. [Изменения, допълнения и уточнения на Кодекса](#)
4. [Основни законови положения](#)
 - 4.1. [Свобода на словото](#)
 - 4.2. [Недопускане на дискриминация и нарушаване правата на гражданите](#)
 - 4.3. [Съблюдаване и защита на авторски права](#)
 - 4.4. [Забрана за разпространяване на информация, подронваща финансовата система](#)
 - 4.5. [Забрана на разпространяване на порнографски изображения и материали](#)
 - 4.6. [Защита на личните данни](#)
5. [Изисквания, специфични за интернет пространството](#)
 - 5.1. [Спам](#)
 - 5.2. [Поддържане на измамни \(scam\) сайтове](#)
 - 5.3. [Забрана за манипулиране на статистически данни](#)
 - 5.4. [Забрана за рекламиране в пиратски сайтове](#)
 - 5.5. [Прозрачност и достъпност](#)
6. [Реклама и PR](#)
7. [Нарушения на Кодекса. Вземане на решения](#)
 - 7.1. [Етична комисия](#)
 - 7.2. [Неизпълнение на препоръки](#)
 - 7.3. [Отчетност по Етичния кодекс](#)

Чл. 1. Цели на Кодекса

Настоящият Етичен кодекс цели да регламентира изискванията към членовете на сдружение „Интерактив Адвъртайзинг Бюро България“, ЕИК * - ("IAB" или "Сдружението"), сред които:

- издатели (медии);
- агенции;
- рекламодатели;
- технологични компании;
- и други,

във връзка с притежаваните и оперираните от тях сайтове, страници в социални мрежи, както и предлаганите чрез дигитални канали стоки и услуги в областта на дигиталния маркетинг, реклама и бизнес.

Етичният кодекс на IAB предоставя набор от най-добри практики, към които членовете на IAB се съгласяват да се придържат, когато се присъединят и поддържат членството си в Сдружението. За да се квалифицира като член на IAB, да запази членството си в IAB или да поднови членството си в IAB, всеки член трябва да приеме и да спазва Етичния кодекс и Устава на IAB.

IAB се ангажира да работи за непрекъснатия растеж на дигиталната екосистема в съчетание с установяването и посочването на добрите рекламни практики - прозрачност, отчетност, достъп до данни, отговорно отношение към всички участници в тази системата и тяхното име, спазване принципите на лоялната конкуренция и авторското право.

Управителният съвет на IAB е оправомощен да оповестява този Етичен кодекс и да установява и прилага процедури за определяне на случаите на нарушения при спазването му. Освен това да позволи на членовете да участват в процеса на разрешаване и отстраняване, който е разумен и справедлив към членовете и индустрията, в която членовете извършват дейност. Етичният кодекс представлява ангажимент на IAB и неговите членове при осъществяване на дейността им.

Чл. 2. Дефиниции и съкращения

2.1. Дефиниции:

По смисъла на настоящия Кодекс следните понятия са използвани с посоченото по- долу значение:

2.1.1. "**Членове на IAB**" – лица, придобили членство в IAB, съгласно приложимото действащо законодателство на Република България и Устава на Сдружението;

2.2.2. "**Public relations**" или "**PR**" – връзки с обществеността е дисциплина в комуникациите, която изгражда и прилага стратегии за позициониране, за управление на комуникационните канали, посланията, взаимодействията със заинтересованите страни на организациите, за които PR практиките работят до степента на дадените им правомощия. В днешно време тази дисциплина е много повече от публикации в медиите и отразяване на актуални събития, а възможност за цялостно разгръщане на комуникационното съдържание във всякакви медийни и собствени канали, за да поддържа прозрачна и достоверна информация в публичното пространство за съответната страна в обществото и/или към конкретни обществени групи.

Налице са различни видове PR. Органично отразяване на новини и теми, които имат важно значение или добавена стойност за обществото и/или отделни обществени групи. Платено PR съдържание, което също като рекламата, спомага личността или стоките/услугите да станат известни на потенциалните потребители и да им се изгради позитивен и желан образ.

Разликите между реклама и платен PR се изразяват основно в начините на отразяване (при PR основно статии и репортажи, поместени в основната част на съдържанието на медията, а при рекламата отделни рекламни банери, клипове, постове и др., поместени в специални рекламни секции, паузи за реклама и др.) и повторемостта (напр. даден сайт няма да публикува множество пъти една PR статия, а еднократно - за разлика от рекламата; при рекламата има контрол над времето на реализация).

2.2.3. "**Сайт**" - съвкупност от уебстраници, които се адресират на общ домейн;

2.2.4. "**Метрики**" - онлайн методи за измерване и показване на основните количествени характеристики на аудиториите на интернет сайтовете;

2.2.5. "**Признаци на дискриминация**" - пол, раса, народност, етническа принадлежност, човешки геном, гражданство, произход, религия или вяра, образование, убеждения, политическа принадлежност, лично или обществено положение, увреждане, възраст, сексуална ориентация, семейно положение, имуществено състояние, всякакви други признаци, установени в закон или в международен договор, по който Република България е страна;

2.2.6. “**RSS (Really Simple Syndication)**” - начин, по който публикуващите съдържание правят достъпни за потребителите новини, блогове и друго съдържание;

2.2.7. “**Торент сайт**” - сайт, който съдържа списъци (индекс) с налични в момента файлове у крайни потребители и предоставя свободен достъп до тези файлове;

2.2.8. “**Пиратски сайт**” - сайт, чието съдържание е с неуредени авторски права и/или с неуточнен собственик.

2.2.9. В Устава на Сдружението настоящият Кодекс се споменава като "Етичен кодекс на Интернет бизнеса". При всяко такова споменаване се има предвид настоящия Кодекс.

2.2. Съкращения на приложими нормативни актове:

2.2.1. "**КРБ**" или "Конституцията" – Конституция на Република България;

2.2.2. "**ЗАПС**" – Закон за авторското право и сродните права;

2.2.3. "**ЗЗЛД**" – Закон за защита на личните данни;

2.2.4. "**ЗЗП**" – Закон за защита на потребителите;

2.2.4. "**ЗЗК**" – Закон за защита на конкуренцията;

2.2.5. "**ЗПЦСЦУПС**" - Закон за предоставяне на цифрово съдържание и цифрови услуги и за продажба на стоки ("ЗПЦСЦУПС");

2.2.6. "**Регламент (ЕС) 2017/2394**" - Регламент (ЕС) 2017/2394 на Европейския парламент и на Съвета от 12 декември 2017 година относно сътрудничеството между националните органи, отговорни за прилагането на законодателството за защита на потребителите и за отмяна на Регламент (ЕО) № 2006/2004;

2.2.7. "**Регламент (ЕО) № 1/2003**" - Регламент (ЕО) № 1/2003 на Съвета от 16 декември 2002 година относно изпълнението на правилата за конкуренция, предвидени в членове 81 и 82 от Договора;

2.2.8. "**GDPR**" - Регламент (ЕС) 2016/679 на Европейския парламент и на Съвета от 27 април 2016

година относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни и относно свободното движение на такива данни и за отмяна на Директива 95/46/ЕО;

2.2.9. "[Регламент за цифрови услуги](#)" - Регламент на Европейския парламент и на Съвета относно единния пазар на цифрови услуги (Законодателен акт за цифровите услуги) и за изменение на Директива 2000/31/ЕО¹;

Чл. 3. Изменения, допълнения и уточнения на Кодекса

Правилата са отворени за допълнения и уточнения от страна на всеки един от членовете на Сдружението. Промените в тях се извършват съгласно правилата за вземане на решения от Сдружението.

Чл. 4. Основни законови положения

4.1. Членовете на Сдружението следва да спазват Конституцията на Република България и всички приложими норми на националното и международното право. Същите се задължават да спазват Устава на Сдружението и настоящия Кодекс.

4.2. Сред основните относими законови термини, права и институти са:

4.2.1. Свобода на словото

Членовете на IAB основават своята дейност на отсъствието на цензура осигуряването на свободна обмяна на идеи, мнения и информация, като гарантират конституционното право на всеки да изразява мнение без намеса и натиск и да го разпространява чрез слово - писмено или устно, чрез звук, изображение или по друг начин.

Това право не може да се използва за накърняване на правата и доброто име на другото и за призоваване към насилствена промяна на конституционно установения ред, към извършване на престъпления, към разпалване на вражда или към насилие над личността.

4.2.2. Недопускане на дискриминация и нарушаване правата на гражданите

¹ Предстои да влезе в сила.

Членовете се съгласяват при извършване на дейността си да не нарушават законите на Република България, включително, без да е изчерпателно:

4.2.2.1. да не допускат пряка и/или непряка дискриминация, по смисъла на чл. 6 от Конституцията на Република България и чл. 4 от Закона за защита от дискриминацията, а именно да не допускат ограничения на правата на гражданите или привилегии, основани на признаците на дискриминация, посочени по-горе в настоящия Кодекс;

4.2.2.2. с дейността си да не нарушават личния живот на гражданите, включително и като предават информация, за която знаят или имат основателни предположения, че е получена с незаконосъобразни средства - посредством подслушване, фотографиране, аудио и видео записи.

4.2.2.3. да не допускат нарушаване на морала; да разбират отговорността, която носят пред обществото, читателите си и членовете организацията за неразпространение на “фалшиви новини” - такива от недостоверен и/или непроверен източник; накърняващи достойнството на личности или имиджа на хора и организации;

4.2.3. Съблюдаване и защита на авторски права

Членовете се съгласяват да не създават, публикуват и разпространяват съдържание в нарушение на Закона за авторското право и сродните му права. Под съдържание се разбира:

- литературни произведения, включително произведения на научната и техническата литература, на журналистиката, публицистиката и компютърни програми; съдържание за социални канали, лични профили в социални мрежи, блогове;
- музикални произведения;
- филми и други аудио-визуални произведения, включително създадени като съдържание в социални мрежи, микросайтове, блогове;
- произведения на изобразителното изкуство, включително произведения на приложното изкуство, дизайна;
- фотографски произведения и произведения, създадени по начин, аналогичен на фотографския;
- проекти, карти, схеми, планове и други, отнасящи се до архитектурата, териториалното устройство, географията, топографията, музейното дело и която и да е област на науката и техниката;
- преводи и преработки на съществуващи произведения и фолклорни творби;

- периодични издания, енциклопедии, сборници, антологии, библиографии, бази данни и други подобни, които включват две или повече произведения или материали.
- други обекти на авторски права, не посочени изрично по-горе но посочени в Закона за авторското право и сродните му права, наличен [ТУК](#).

Членовете не трябва да предоставят достъп до текущо чуждо съдържание, излъчвано чрез поток (stream) в собствените си комуникационни канали, и/или да използват такова в комуникационните си кампании, включително телевизионна картина, филми, радио предавания и програми, концерти, представления, уеб сайтове, събития на живо, без това да е уредено по съответния законов ред.

Членовете не трябва да създават и/или разпространяват в собствените си комуникационни канали информация, която насърчава потребителите към нарушаване на ЗАПСП, нарушаване на лицензионно споразумение за чужд софтуер или дигитални устройства, производство на друга компания, включително:

- Инструкции за заобикаляне на лицензното споразумение на програми (т. нар. кракване на софтуер);
- Програми, които нарушават лицензното споразумение към крайните клиенти на други програми (хакове, кракове, серийни номера);
- Инструкции за кракване на устройства (хардуер) - хакове и чипове за видео игри, мобилни телефони, телевизионни конзоли;
- Инструкции за хакване на онлайн услуги.

Членовете ще осъществяват самоконтрол по отношение собствените си комуникационни канали, в които се генерира потребителско съдържание с цел недопускане на съдържание с неуредени авторски права.

Членовете-издатели е препоръчително да осигурят на своите сайтове ясен, бърз, видим и надежден общодостъпен механизъм за сигнализиране от потребителите при незаконно съдържание (вкл. съдържание с неуредени авторски права, скрит PR, заблуждаваща реклама и др.) чрез форма за контакт. Това може да се осъществи чрез уредба в общи условия за ползване на сайта, приемане на изрични вътрешни правила, използване на формата за контакт на сайта, сигнализиране чрез мейл, съдействие на потребителите при желание за сигнализиране на компетентните органи и др. Членовете-издатели се съгласяват да отговарят писмено на всеки постъпил такъв сигнал от потребител в разумен срок и когато е необходимо, да предприемат необходимите мерки съобразно конкретния случай.

Сайтовете - собственост или оперирани от Членовете не трябва да имитират други сайтове по начин (чрез домейн, външен вид на интернет страница), който може да доведе до реална или потенциална възможност за заблуда на потребителите и/или да увреди интересите на конкурентите.

4.2.4. Забрана за разпространяване на информация, уронваща финансовата система

Членовете следва да не разпространяват информация, чрез която да се осъществи състав на манипулиране на пазара на финансови инструменти по смисъла на Закона за прилагане на мерките срещу пазарните злоупотреби с финансови инструменти, уронваща престижа и доверието към дадена финансова или кредитна институция.

4.2.5. Забрана на разпространяване на порнографски изображения и материали

Членовете се съгласяват да не разпространяват порнографски изображения и материали чрез собствените или управлявани от тях канали за комуникация.+

“Порнографски материал” е неприличен, неприемлив или несъвместим с обществения морал материал, който изобразява открито сексуално поведение. За такова се приема поведение, което изразява реални или симулирани полови сношения между лица от същия или различен пол, содомия, мастурбация, сексуален садизъм или мазохизъм, или похотливо показване на половите органи на лице.

4.2.6. Защита на личните данни

Членовете следва да спазват приложимото законодателство в областта на защитата на личните данни, вкл. GDPR и ЗЗЛД.

Чл. 5. Изисквания, специфични за интернет пространството

5.1. Спам

Членовете се съгласяват да не изпращат непоискани търговски съобщения. Изпращането на непоискани търговски съобщения е недопустимо без предварителното съгласие на потребител-физическо лице, респективно, при наличие на изявена воля за неполучаване на съобщения от потребител-юридическо лице, вписано в регистъра на юридическите лица, които не желаят да

получават непоискани търговски съобщения, воден от Комисията за защита на потребителите.

5.2. Поддржане на измамни (scam) сайтове

Членовете се съгласяват да не поддържат измамно съдържание като част от собствените си медийни канали и страници, например като:

- 5.2.1. наподобяват други сайтове или познати интерфейси/услуги с цел да заблудят крайния потребител;
- 5.2.2. използват или имитират уеб адреси с търговски марки, които не притежават;
- 5.2.3. продават физически продукти в нарушение на авторското право - реплики на известни марки или продукти без одобрение на официалния им представител.

5.3. Забрана за манипулиране на статистически данни

Членовете се съгласяват да не използват техники и механизми, чрез които да се манипулират или изкривяват статистически данни, а именно:

- 5.3.1. да не изкривяват демографските данни на метриците, в които участват;
- 5.3.2. да не ангажират изрично потребителите си към взаимодействие с рекламите, които публикуват и /или създават.
- 5.3.3. В случай че дадена техника или маркетингов механизъм води до изкривяване на метрични данни, които са публични или търговски, членовете обезпечават не предаването на такива данни към метричните системи.

5.4. Забрана за рекламиране в пиратски сайтове

Членовете се съгласяват да не рекламират в пиратски сайтове или в сайтове, които генерират своята аудитория чрез нарушаване на настоящия Кодекс. По смисъла на настоящия Кодекс рекламирането се дефинира като получаване на пространство в сайт от горната категория под формата на заглавия и линкове, агрегиране на RSS съдържание и маскиране на съдържание като част от съдържанието на друг сайт.

5.5. Прозрачност и достъпност

Членовете на IAB се съгласяват да публикуват следната информация на своите комуникационни канали, сайтове или на корпоративния си сайт:

- 5.5.1. информация за собствеността на сайта и домейна;
- 5.5.2. контакти: адрес, телефон, e-mail адрес или форма за обратна връзка;
- 5.5.3. актуална рекламна тарифа на сайта (ако сайта разполага с рекламен инвентар);
- 5.5.4. информация за членството си в IAB и декларация, че ще признават и спазват Етичния кодекс на Интерактив Адвъртайзинг Бюро България и активна връзка (линк) към него;
- 5.5.5. всяка друга информация, необходима с оглед изпълнението на нормативни изисквания (сред които ЗПЦСЦУПС, ЗЗП и ЗЗЛД).

Чл. 6. Реклама и PR

Членовете на IAB се съгласяват да одобряват, изготвят, публикуват и разпространяват само на рекламни послания, допустими от закона, като:

- не се публикува антиреклама;
- публикуват се цените за реклама;
- не се публикува текстове, без редакторска намеса, предоставени от трети страни и не маркирани като платено/спонсорирано съдържание.

В тази връзка Членовете на IAB се задължават да спазват и приложимото законодателство досежно ограниченията при рекламиране и нелоялни търговски практики.

Членовете-издатели се съгласяват да не публикуват на сайтовете си платено съдържание, което не е изрично обозначено като такова. Всяко платено съдържание следва да бъде оповестено по ясен и недвусмислен начин на място, видимо за потребителите, позволяващ им да разберат това преди да прочетат материала (напр. в началото на публикацията, обозначаване с ярки букви и др.). Платен PR материал, който не е оповестен като такъв, може да доведе до заблуждение и следва да се третира като нелоялна търговска практика.

Чл. 7. Нарушения на Кодекса. Вземане на решения.

Всяко лице може и се насърчава да докладва нарушения на някое от горните правила на оторизиран представител на Сдружението, посочен на сайта на Сдружението, или през формата за обратна връзка на сайта. Постъпилите сигнали се изпращат от Изпълнителния директор или неговия екип по електронната поща до Управителния съвет на имейл адрес board@iabbg.net.

7.1. Етична комисия

Управителният съвет на Сдружението е длъжен да постави за разглеждане и решаване на всеки случай в срок от 10 работни дни от неговото получаване по e-mail и в същия срок да информира Етичната комисия (“Комисията”) - председателя или членове, ако председателят отсъства.

В срок от 10 работни дни Комисията е длъжна да изрази писмено мнение и отговор на сигнала, които да предостави на Управителния съвет за приемане на решение. В срок от 10 работни дни след получаване на писменото мнение, Управителният съвет е длъжен да постанови решение и/или предписания, задължителни за изпълнение от нарушителя или членовете в посочените в решението срокове. При сложност на случая, този срок може да бъде аргументирано удължен, като Комисията има право да изисква от вероятния нарушител информация и документи.

Управителният съвет може да сигнализира на лицата и институциите, с които си взаимодейства, да предприемат действия по отношения на нарушителя на Етичния кодекс или да предложи възприемането на определени добри практики за спазване на етичните стандарти по настоящия Кодекс.

7.2. Нарушения и санкции

В случай на неизпълнение на решенията на Управителния съвет по казуси на Етичната комисия или при системни сигнали към даден нарушител, Членството на нарушителя се разглежда на Общо събрание на сдружението, като може да му се наложат санкции съгласно разпоредбите на Устава на Сдружението. Когато производството е срещу лице - член на Сдружението, а същият е и член на Управителния съвет, лицето не участва в комисията за разглеждане и решаване на случая. Управителният съвет на Сдружението може да изработи и приеме набор от санкции срещу нарушителите, конкретизирани в отделен вътрешен акт.

7.3. Отчетност по Етичния кодекс

Председателят на Управителния съвет на Сдружението изготвя и представя пред Сдружението доклад за спазването на Етичния кодекс и действията на избраните етични комисии на всеки 6 месеца.

Председателят на Управителния съвет изготвя и поддържа регистър на нарушенията на Етичния кодекс, в който се описват надлежно извършените от Членове на Сдружението нарушения и последиците от тях.