

Положение о Карте рынка медиаагентств

1. Определения

- 1.1. Карта рынка медиаагентств — это визуализированная база данных компаний, предоставляющих медиауслуги на территории РФ, позволяющая рассмотреть базовые параметры всего рынка: агентства, сегменты, специализацию и географию бизнеса. Это актуальная и постоянно обновляемая информация для игроков рынка, клиентов и всех заинтересованных лиц.
- 1.2. Медиауслуги — это набор функций и процессов по планированию размещения (медиапланирование) и размещению (медиабайнинг) рекламных кампаний в средствах массовой коммуникации.

2. Цель Карты рынка медиаагентств

Качественное развитие и продвижение рынка медиауслуг в РФ.

3. Задачи

1. Предоставление полной и объективной информации о рынке медиауслуг;
2. Создание единого индустриального ориентира при выборе партнеров на рынке медиауслуг;
3. Формирование, внедрение и регулярное улучшение единой системы рынка медиауслуг.

4. Основные положения карты рынка медиаагентств:

- носит заявительный характер;
- не является рейтингом;
- формируется по агентствам;
- обновляется ежегодно;
- собирается, обрабатывается и принадлежит ИД АКАР;
- ежегодно обновляется и корректируется Верификационной комиссией;

- ежегодно утверждается Комитетом медиаагентств АКАР.

Участником карты рынка медиаагентств может быть организация любой организационно-правовой формы, которая предоставляет клиентам (по контрактам с прямым рекламодателем) на территории Российской Федерации медиауслуги.

Участником карты рынка может быть любое агентство, заполнившее анкету и прошедшее верификацию.

Несколько агентств могут быть заявлены под одним брендом. В этом случае все документы для верификации должны предоставляться по всем юридическим лицам.

Базовое размещение агентства на карте рынка медиаагентств, а именно, указание данных об агентстве из заполненной анкеты, является бесплатным.

Добавление расширенной информации в части карточки агентства “подробнее” а также кликабельности логотипа с переходом при нажатии на логотип на сайт агентства является платным для агентств — не членов АКАР.

Организации, подавшие заявку на участие, соглашаются с данным Положением и форматом публикации логотипов и\или иных данных в открытом доступе.

5. Верификационная комиссия

Верификационная комиссия — высший орган, принимающий решения по методологии карты рынка медиаагентств, а также по организации, проведению и его оценке.

Состав участников Верификационной комиссии согласовывается и утверждается Комитетом медиаагентств АКАР.

Верификационная комиссия имеет право:

- проверять заявленные данные, в том числе через открытые источники;
- запрашивать подтверждение наличия договоров с клиентами;
- запрашивать подтверждение, что организация действительно предоставляет услуги, описанные в данном Положении;
- запрашивать информацию, подтверждающую связь юридического лица/лиц или ИП с заявленным на карте брендом.

В случае возникновения аргументированных сомнений относительно



состава оказываемых услуг или наличия прямых контрактов с клиентами. Верификационная комиссия может запросить дополнительную информацию, включая, ссылки на кейсы или иную информацию из открытых источников, копии контрактов. Заявитель также вправе предложить иные подтверждения, которые могут быть приняты Верификационной комиссией по ее усмотрению.

В случае отказа или невозможности организации — потенциального участника карты рынка медиаагентств предоставить запрошенные данные, Верификационная комиссия имеет право принять решение не публиковать агентство-заявителя в карте рынка медиаагентств.

Итоговый состав участников карты рынка медиаагентств согласовывается Комитетом медиаагентств АКАР.

6. Методология

Методология попадания агентств в карту рынка медиаагентств:

- I. Безусловным фактором попадания на карту медиаагентств АКАР является членство в АКАР.
- II. Верификация заявителя путем рассмотрения предоставленного подтверждения предоставления заявителем медиауслуг;

