



Bruksela, dnia 15 października 2020 r.

Google dołącza do EASA

European Advertising Standards Alliance (EASA) wita Google jako pierwszego korporacyjnego członka i partnera samoregulacji. Partnerstwo z dobrze ugruntowaną i uznaną organizacją odpowiedzialną za samoregulację w reklamie jest dowodem ciągłego zaangażowania Google w odpowiedzialną reklamę.

Google jest pierwszą cyfrową firmą typu "pure play", która przystąpiła do naszej organizacji wraz z 13 stowarzyszeniami branżowymi reprezentującymi różne zainteresowane strony w obszarze reklamy (reklamodawców, promujących i nadawców), które zobowiązały się do odpowiedzialnych działań reklamowych, oraz 28 samoregulacyjnymi organizacjami reklamowymi (SRO), które zarządzają i egzekwują krajowe kodeksy samoregulacji reklamy. Organizacje SRO utrzymują wysokie standardy etyczne w reklamie poprzez doradztwo, monitorowanie zgodności przekazów z kodeksami i rozpatrywanie skarg. Ten istniejący od dawna system samoregulacji promuje zaufanie do reklamy i pomaga zapewnić, że reklamy są legalne, przyzwoite, uczciwe i zgodne z prawdą.

Stéphane Martin, przewodniczący EASA, stwierdził: "Cieszymy się, że możemy powitać Google jako członka EASA i partnera naszej organizacji samoregulacyjnej. Pokazuje to zaangażowanie Google w krajowe systemy samoregulacji reklamy, które stanowią uzupełnienie globalnych inicjatyw i polityki".

"Przynależność do European Advertising Standards Alliance to dla Google wyjątkowa okazja do dalszego rozwoju relacji i współpracy w ramach samoregulacji i odpowiedzialnej reklamy", powiedział Lucas Boudet, dyrektor generalny EASA.

Matt Brittin, prezes EMEA Business and Operations w Google powiedział: "W Google jesteśmy szczęśliwi i zaszczytni, że nasza firma została pierwszym korporacyjnym członkiem EASA. Głęboko wierzymy, że utrzymanie zaufania konsumentów do reklam, które oglądają w sieci, ma kluczowe znaczenie dla przyszłości naszej branży, a także dla utrzymania sieci internetowej otwartej i dostępnej dla wszystkich. EASA i jej sieć europejskich organów regulacyjnych ds. reklamy odgrywają kluczową rolę w tych dążeniach. Cieszymy się, że będziemy wspierać EASA w utrzymaniu wysokich standardów bezpiecznej i odpowiedzialnej reklamy cyfrowej skierowanej do europejskich konsumentów, i że członkowie tej organizacji będą rozwijać się, aby być na bieżąco z szybko zmieniającym się światem reklamy cyfrowej".

"Obecnie, gdy ponad 50 proc. światowych wydatków na reklamę przeznaczają się na reklamę internetową, istotne jest dla wzmocnienia wiarygodności i skuteczności standardów w zakresie reklamy, aby duże platformy cyfrowe były częścią systemu samoregulacji reklamy. Przystąpienie Google do European Advertising Standards Alliance stanowi historyczne posunięcie, które marki witają. Mamy nadzieję, że ta umowa EASA może doprowadzić do szerszego dialogu i potencjalnej



przyszłej współpracy pomiędzy Google i innymi SRO na świecie", powiedział Stephan Loerke, dyrektor generalny Światowej Federacji Reklamodawców (WFA) i wiceprzewodniczący EASA.

"Cieszymy się, że możemy powitać Google'a w EASA. Partnerstwo to wzmocni współpracę Google'a z organizacjami samoregulacyjnymi EASA, poprzez które krajowe branże reklamowe zobowiązują się do ochrony konsumentów przed wprowadzającymi w błąd lub nieetycznymi reklamami". Ponadto partnerstwo wzmocni EASA w szybko zmieniającym się środowisku, między innymi poprzez zwalczanie nieodpowiedzialnej reklamy z wykorzystaniem technologii", stwierdzili członkowie grupy roboczej EASA Digital, Charo Fernando Magarzo, zastępca dyrektora generalnego AUTOCONTROL (Hiszpania), Otto van der Harst, dyrektor Stichting Reclame Code (Holandia), Guy Parker, dyrektor naczelny Advertising Standards Authority (Wielka Brytania) i Orla Twomey, dyrektor naczelny Advertising Standards Authority for Ireland, we wspólnym oświadczeniu.

O EASA:

EASA jest głosem w kwestiach samoregulacji w zakresie reklamy w Europie. EASA zrzesza 28 organizacji samoregulacyjnych w 26 krajach europejskich i 13 organizacji branży reklamowej, które zajmują się komunikacją marketingową z zakresu druku, reklamy zewnętrznej, telewizji, radia i direct mail i interaktywnej branży cyfrowej. EASA pomaga zapewnić, aby reklamy były legalne, przyzwoite, uczciwe, prawdziwe, przygotowane z poczuciem odpowiedzialności społecznej i tworzone z należyтым poszanowaniem zasad uczciwej konkurencji. EASA ustala standardy dotyczące reklam, które są przestrzegane i egzekwowane. To sprawia, że samoregulacja w reklamie i marketingu jest lepszą regulacją.

Więcej informacji na temat EASA można znaleźć na stronach <http://www.easa-alliance.org> oraz @AdvertisingEASA

Kontakt w Polsce:

Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy (członek EASA)

ul. Grottgera 9/3

00-785 Warszawa

E: biura@radareklamy.pl

T: [+48 22 621 31 94](tel:+48226213194)

www.radareklamy.pl