

Om te komen tot transparantie en een gelijk speelveld heeft bvA acht uitgangspunten ontwikkeld. In een open dialoog met alle spelers in het retail mediaveld werken wij eraan dat deze door alle partijen omarmd gaan worden.

1. Aanbod is transparant en objectief te beoordelen;
2. Bij inzet en verrijking op basis van first party data, is altijd sprake van consent (privacy safe);
3. Merken zouden moeten weten waar hun uitingen worden geplaatst (brand safety);
4. Merken zouden vrij moeten kunnen beslissen over de inzet van retail media op basis van mediaprestaties;
5. Merken zouden creatieve vrijheid moeten hebben;
6. Aanbieders geven duidelijk inzicht in (commercieel en/of merk-) effect en incrementaliteit;
7. Levering en impact van campagnes (effect en incrementaliteit) worden standaard teruggekoppeld;
8. Mogelijkheid van audit (om objectief inzet en resultaten te toetsen/vast te stellen) door externe verificatie.

Deze acht guiding principles bieden richtlijnen aan de hand waarvan we als sector kunnen komen tot werkafspraken en een gezamenlijke ontwikkelagenda.

De guiding principles zijn besproken en getoetst met mediabureaus en een aantal grote retailers in Nederland en België. Ze zijn goed ontvangen, hoewel er verschillende invalshoeken blijven bestaan.

