

Рейтинг компаній, що надають послуги у сфері диджитал за 2025 рік від IAB Ukraine

ЗМІСТ

1. Преамбула
2. Загальна інформація
3. Ролі Організатора та Аудитора, права та обов'язки Організатора та Аудитора
4. Права та обов'язки Учасників
5. Категорії та опис
6. Фактори та ваги
7. Подання даних та верифікація
8. Проведення розрахунків
9. Конфіденційність та обробка даних
10. Політика комунікації проєкту
11. Інші зауваження
12. Вибіркова перевірка на спірні питання
13. Публікація
14. Рекомендовані таймінги подачі
15. Контакти
16. Прикінцеві положення

1. ПРЕАМБУЛА

1.1. Мета проєкту “Рейтинг компаній, що надають послуги у сфері диджитал за 2025 рік від IAB Ukraine”, надалі Рейтинг: надати змогу рекламодавцям, які рекламують товари та послуги для української аудиторії, системно та вимірно обирати надавачів цифрових послуг в Україні. Створити цивілізоване конкурентне поле, яке сприятиме розвитку індустрії цифрової реклами та формуванню ринкових стандартів в Україні.

1.2. Організатор, надалі Організатор або ГС: IAB Україна (ГС “БЮРО ІНТЕРАКТИВНОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНА”)

1.3. Незалежний спеціаліст, надалі Аудитор: Адвокатське об'єднання Smart solutions

1.4. Форма проведення: онлайн (заповнення гугл-форм та відправка сканів документів), за потреби чи вимоги Організатора/Аудитора учасників можуть попросити надати/показати оригінали документів

1.5. Період проведення: грудень 2025-березень 2026. Період змінюватись не буде.

1.6. Період рейтингування: повний 2025 рік (січень-грудень)

1.7. Територіальність: Україна.

1.8. Учасником проєкту Рейтинг є українська юрособа/юрособи, які відповідають вимогам до учасників та зареєструвались на рейтинг, і заповнили принаймні Анкету №1, а у випадку нечленства в ГС обов'язково сплатили рахунок за участь у визначені Організатором терміни.

1.9. Участь у Рейтингу є безкоштовною для членів ІАВ та коштує 10 000 (десять тисяч) грн для нечленів, відповідно до рішення Правління ГС "БЮРО ІНТЕРАКТИВНОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНА" Протокол №160_/14/10/25 від 14 жовтня 2025.

1.10. Промо партнером проєкту може бути лише компанія, яка є членом ІАВ Україна, проте не бере участь в рейтингу, і яка погоджується на умови партнерського пакету. Рішення щодо партнера та зміст партнерського пакету ухвалюється Директоркою ГС.

2. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

2.1. Методологія на 2025 з метою забезпечення неупередженості та нівелювання впливу учасників рейтингу на формування методології формується Організатором відповідно до Протоколу правління №157 від 12 червня 2025 року. Учасники рейтингу, які є членами ІАВ, можуть подавати свої пропозиції щодо наповнення лише профільного фактору на відповідних комітетах, презентувати, аргументувати та сприяти шляхом перемовин ухваленню комітетом відповідних пропозицій.

2.2. Кожен учасник може обрати будь-яку кількість категорій участі

2.3. В основу методології покладено багатофакторну модель

2.4. Рейтинг формується в 8ми категоріях:

2.4.1. Медіа

2.4.2. Перформанс

2.4.3. Контент продакшн

2.4.4. Дата та аналітика

2.4.5. Стратегічно-креативні рішення (раніше Інтелектуальні послуги)

2.4.6. Influencer-маркетинг

2.4.7. SMM

2.4.8. Digital development

2.4.9. PR (ця категорія формується)

2.5. Для всіх категорій використовуються однакові фактори з однаковою вагою, проте профільний фактор має різне наповнення. Максимальний бал, який може набрати агенція складає 10 000 по факторах категорії, а також додатково Індустріальний фактор дозволяє набрати 600 балів. Фактори фінансова стійкість, Баїнгові можливості, Міжнародний досвід, Команда не дають балів,

але є довідковими та підлягають публікації. Фактор команда при верифікації визначеними способами може принести додатково 10% або 1000 балів.

2.6. Всі подані/заявлені дані підлягають обов'язковій верифікації від третьостороннього джерела або звітністю за законом або для підтвердження права обслуговування рекламодавця чи фактів виконання робіт/послуг можуть прийматись первинні бухгалтерські документи (акти, договори, інше). Самозаявлення/декларацію не може бути визнано верифікацією. Окремі фактори можуть підтверджуватись публікаціями у незалежних ЗМІ, про що буде вказано у відповідних пунктах методології окремо.

2.7. Ухвалена методологія не може бути зміненою після публікації, під час реалізації проекту, або після отримання результатів.

2.8. Етапи рейтингування:

2.8.1. реєстрація агенцій-учасників з 16.12.25 по 30.01.26.

2.8.2. подання інформації ІАВ з 05.01.26 по 1.03.26. (але Анкета №1 до 03.02.26)

2.8.3. подання фінансової інформації (лише ФОП) та верифікації незалежному спеціалісту з 03.02.26 по 24.02.26.

2.8.4. розгляд отриманих даних ІАВ та незалежним спеціалістом до 15.03.26.

2.8.5. формування рейтингу з 17.03.26 по 24.03.26

2.8.6. фіналізація 25-26.03.26.

2.8.7. публікація до 31.03.26.

2.8.8. протягом рейтингового процесу буде кілька крос-перевірок коректності та повноти поданих даних, про що буде повідомлено окремим листом.

2.9. Всі анкети, форми, подачі онлайн, через ВЧАСНО тощо закриваються о 24:00 дня дедлайну і дані передаються незалежному спеціалісту для фіксації та подальшого опрацювання. Після закриття анкет і форм внесення змін учасниками у надані дані неможливе.

2.10. В рейтингу за 2025 рік можуть взяти участь лише українські юрособи. Усі дані будуть враховані лише за українськими юрособами.

3. РОЛІ ОРГАНІЗАТОРА ТА АУДИТОРА, ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ ОРГАНІЗАТОРА ТА АУДИТОРА.

3.1. Організатор (ГС "БЮРО ІНТЕРАКТИВНОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНА") відповідає за організацію процесу рейтингування, інформування учасників, отримання, аналіз тієї частини даних, що передбачено методологією, розрахунок та публікацію рейтингу.

3.2. Аудитор відповідає за загальне дотримання учасниками таймінгів подання інформації, контролює недопущення врахування даних, поданих після дедлайнів. Отримує конфіденційну фінансову та іншу (на прохання учасників чи Організатора) інформацію. На запит Організатора підключається до перевірки чи аналітики спірних чи сумнівних даних чи фактів, які визначив Організатор. У

випадку спірних, неоднозначних питань застосування методології Аудитор має право прийняти фінальне рішення, як незацікавлена сторона.

3.3. Організатор підписує NDA з учасниками рейтингу та з Аудитором.

3.4. Організатор та Аудитор мають право дискваліфікувати Учасника за подання неправдивої інформації чи фальсифікованих документів.

3.5. Аудитор має право зарахувати чи не зарахувати подану інформацію в усіх факторах залежно від повноти верифікаційних документів.

3.6. Аудитор має право не запитувати додаткових документів, якщо повний пакет не було подано одночасно з заявленням бюджетів/інших даних. Такі бюджети/дані не будуть зараховані.

3.7. Аудитор має право не пояснювати своє рішення і не спілкуватись з учасниками рейтингу напряму.

4. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ УЧАСНИКА РЕЙТИНГУ.

4.1. Участь в Рейтингу є добровільною. Учасник рейтингу має право подати чи не подати дані згідно з методологією, проте є проінформованим, що неверифіковані заявлені дані не будуть враховуватися.

4.2. Учасник, який подав Анкету №1, є учасником рейтингу, та потрапить в публікацію, незалежно від повноти поданих даних. Тобто заповнення Анкети №1 є згодою на публікацію Учасника в Рейтингу.

4.3. Після заповнення Анкети №1 вийти з рейтингу не можна.

4.5. Компанія, яка хоче податись в рейтинг, має відповідати наступним критеріям:

4.5.1. Мати сталу структуру або надати достатньо інформації про поточну трансформацію, якщо така має місце

4.5.2. Мати чітко виділену окрему команду, а не мікс команд агенцій

4.5.3. Мати окремий зрозумілий білінг, який можливо ідентифікувати і розділити з білінгами агенцій чи структурних частин, які не можуть приймати участь в рейтингу

4.5.4. Мати посилання в ЗМІ на анонс/згадку юніта з датою до 01.01.2025 (учасники, які брали участь в фестивалях ВРК під тією назвою, під якою учасник

подається в рейтинг, Організатор вважатиме це згадкою в ЗМІ) або мати архів оголошень вакансій. Якщо компанія пройшла процес зміни назви, подаються відповідні документи.

4.5.5. Надати окремі креденшиалс (у випадку юніту/підрозділу/структурної одиниці, надати окремо такого підрозділу, а не групи чи об'єднання)

4.5.6. Мати власний сайт/розділ на сайті групи або холдингу/бізнес-сторінку в соціальних мережах, де зазначені послуги, які надає юніт/підрозділ; відгуки клієнтів про юніт; команда спеціалістів має бути пов'язана з юнітом

4.5.7. У випадках сумнівів в існуванні та функціонуванні учасника, як окремого ринкового гравця, Організатор має право, але не зобов'язаний, звернутися за додатковою інформацією до рекламодавців, медіа-аудиторів.

5. КАТЕГОРІЇ ТА ОПИС

КАТЕГОРІЇ		
Назва категорії	Короткий опис	Приклади інструментів
1. Медіа	Планування та реалізація реклами з метою підвищення рівня знання бренда та побудови ефективного охоплення ЦА (цілі: знання, охоплення, CPM тощо)	Банерна та відеореклама, закупівля аудиторії, таргетована реклама в соціальних мережах тощо, включає Youtube, обороти ТГ не враховуються
2. Перформанс	Планування та реалізація реклами, метою яких є конкретна дія користувача (цілі: клік, покупка, реєстрація, інсталяція тощо), відмінна від підняття знання про продукт, що рекламується	До категорій бюджетів, які зараховуватимуться як Перформанс, належать SEO, PPC, Target meta, search ads, shopping ads, performance max, GDN на конверсії, meta ads (без кампаній на охоплення), ASO, ASA, CPA, Пошукова реклама, PMax, перфомансна частина TikTok, не містить Youtube, обороти ТГ не враховуються
3. Контент продакшн	Створення контенту всіх необхідних форматів (текст, фото, відео, дизайн тощо), який підтримує маркетингові активності та бізнес-цілі бренду в диджитал	містить продакшн, ДД не включена

4. Дата та аналітика	Налаштування систем аналітики на сайті/мобільному додатку клієнта; створення аналітичних дашбордів з використанням баз даних ((MSSQL, Google BigQuery, Google Sheets, MS Azure тощо) та систем візуалізації (Google Data Studio, MS PowerBI, Tableau тощо); збір, аналіз та подальше використання даних digital кампаній; наявність спеціалістів по роботі з DMP платформами. Проведення досліджень в диджиталі	
5. Стратегічно-креативні рішення (раніше Інтелектуальні послуги)	Розробка всіх видів стратегій, розробка креативних ідей, консалтинг. Підготовка комплексних digital стратегій з компетенцією агенції в Display, Performance, Social Media, PR та Business Consulting напрямках та глибоким практичним знанням інструментів.	
6. Influencer-маркетинг	Діяльність спрямована на запуск чи просування конкретного товару/послуги на ринку за допомогою інфлюенсера, відомої особи, лідера думок, блогера	
7. Диджитал розробка	Диджитал-розробка повного циклу без залучення конструкторів та аутсорсингових команд, надання послуг технічної підтримки (зауваження Послуги пошуку та SEO мають враховуватись в Категорії 2)	Веб-сайти, застосунки, цільові сторінки, чат-боти, електронна комерція
8. SMM	Діяльність у соціальних мережах (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok тощо), спрямована на запуск чи просування конкретного товару, послуги, бренду тощо на ринку за допомогою будь-якого контенту для створення попиту, стимулювання продажів, покращення іміджу та підвищення впізнаваності.	
9. PR		

6. ФАКТОРИ ТА ВАГИ

6.1. Таблиця факторів та вагів факторів

Фактори	1.медіа	2. перформанс	3. контент продакшн	4.Дата і аналітика	5.стратегічно-креативні рішення	6.IM	7.DDC	8.SMM	9. PR
Довідковий фактор №1 Фінансова стійкість									
Довідковий фактор №2 Баїнгові можливості									
Довідковий фактор №3 Міжнародний досвід									
Довідковий фактор №4 Розмір команди категорії									
оборот	17,5%	17,5%	17,5%	17,5%	17,5%	17,5%	17,5%	17,5%	17,5%
рекомендації	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%
фестивалі і конкурси	17,5%	17,5%	17,5%	17,5%	17,5%	17,5%	17,5%	17,5%	17,5%
профільний фактор	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%	32,5%
ВСЬОГО	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
<i>індустріальний фактор</i>	600	600	600	600	600	600	600	600	600
<i>команда</i>	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000

6.1.1. Довідковий фактор №1 Фінансова стійкість - відсутність судових справ, перевіряється через Youcontrol Організатором, Учаснику не потрібно надавати додаткові документи.

що надає Учасник: -

хто перевіряє: Організатор/Аудитор

6.1.2. Довідковий фактор №2 Баїнгові можливості - перелік медіа, які може закуповувати агенція. Верифікується через посилання на опубліковані кейси в незалежних медіа або довідка/лист від підрядника, власника медіа.

що надає Учасник: посилання на опубліковані кейси або довідку від підрядника, власника відповідного медіа або акт прийому-передачі

хто перевіряє: Організатор

6.1.3. Довідковий фактор №3 Міжнародний досвід - наявність досвіду на закордонних ринках, верифікується через посилання на опубліковані кейси. Посилання надаються учасником.

що надає Учасник: посилання на опубліковані кейси в незалежних ЗМІ

хто перевіряє: Організатор

6.1.4. Довідковий фактор №4 Розмір команди категорії - подається учасником

що надає Учасник: заявка

хто перевіряє: самозаявка не перевіряється

6.1.4.1. Інформацію по довідкових факторах буде вказано в публікації рейтингу і в повній, і в скороченій версіях.

6.1.5. Команда. Цей фактор стає опціональним, подача верифікації по ньому дає змогу отримати до 1000 додаткових балів, аналогічно до індустріального фактору.

[Форма верифікації команди](#)

Зараховуються:

6.1.5.1. Штатні співробітники. Учасник надає штатний розклад станом на серпень 2025 року або скан першої та останньої сторінки трудової або звіт по сплаті ЄСВ

що надає Учасник: [форма верифікації команди](#) + штатний розклад у ВЧАСНО або скан трудової або звіт по виплаті ЄСВ. Документи завантажити Організатору у ВЧАСНО, підписати зі свого боку, отримати підпис від Організатора та завантажити підписаний обома сторонами документ у персональну папку. До зарахування приймається тільки підписаний обома сторонами документ, завантажений в персональну папку

хто перевіряє: Організатор/Аудитор

6.1.5.2. ФОП, з якими є постійна співпраця на повний робочий день не менше 9 з 12 місяців року, за який формується рейтинг.

що надає Учасник: [форма верифікації команди](#), посилання на соцмережі або публікацію в ЗМІ, де людина названа співробітником

верифікацію 9 оплат за звітний рік (банківські квитанції або акт звірки з ФОП у ВЧАСНО та ЕЦП або контракти +акти)

хто перевіряє: Аудитор

6.1.5.3. ГІГ-контрактники, з якими є постійна співпраця на повний робочий день не менше 9 з 12 місяців року, за який формується рейтинг.

що надає Учасник: [форма верифікації команди](#), посилання на соцмережі або публікацію в ЗМІ, де людина названа співробітником

верифікацію 9 оплат за звітний рік (банківські квитанції або акт звірки у ВЧАСНО та ЕЦП або контракти +акти)

хто перевіряє: Аудитор

6.1.5.4. Учасник маркує кольорами кожен особу, до якої категорії віднести посаду (категорії відповідно анкети 1). [Карта кольорів для маркування спеціалістів.](#)

1. Медіа
2. Перформанс
3. Контент продакшн
4. Дата і Аналітика
5. Стратегічно-креативні рішення
6. ІМ
7. DDC
8. SMM
9. PR

6.1.5.5. У відповідні категорії рейтингу фактору команда зараховуються лише спеціалісти, які 100% робочого часу зайняті в профільній категорії. Виняток - стратегічний відділ, який може бути зарахований 0,5 ставки.

6.1.5.6. Прийнятий перелік способів додаткової верифікації фактору “Команда”

6.1.5.6.1. посилання на профіль LinkedIn/Facebook працівників

6.1.5.6.2. сертифікати працівників Google, BluePrint тощо

6.1.5.6.3. job offer - є додатковим верифікатором, не може бути єдиним, необхідним і достатнім джерелом верифікації

6.1.5.6.4. Історія змін в акаунті GoogleAds

6.1.5.6.5. посилання на публікацію у незалежному медіа, де спеціаліст публічно названий/назвався співробітником компанії.

6.1.5.7. Команда в рейтингу категорії враховуються лише по категорії, а не повністю за юрособою. У разі виникнення питань чи сумнівів у коректному

врахуванні співробітників - Організатор має право, але не зобов'язаний, провести індивідуальний зідзвон для уточнення і коригування поданих даних або запитати додаткову верифікацію.

6.1.5.8. Подання додаткових даних для однозначної ідентифікації співробітника, ФОП, з яким співпрацюють, контрагента за Гіг-контрактом, як такого що має бути зарахований як відповідний диджитал спеціаліст, є зобов'язанням Учасника рейтингу.

6.1.5.9. Факт наявності контракту з ФОП та наявності ГіГ-контракту між фізичною особою та Учасником, не є однозначною підставою зарахування такої фізичної особи як спеціаліста, який має враховуватись в рейтингу відповідної категорії.

6.1.6. Оборот. В цей фактор зараховується оборот компанії за Youcontrol лише для українських юросіб. Оборот одного ФОП (власника чи директора) зараховується в даний фактор лише для мікробізнесу за визначенням ДПС (Закон України про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні) річний оборот до 700 000 Євро включно в гривневому еквіваленті (орієнтир 34,3 млн грн). За 2025 рік оборот буде враховано з присвоєнням порядкового номеру, як у попередні роки, а за 2026 рік з публікацією абсолютних цифр обороту з Youcontrol.

6.1.6.1. що надає Учасник: таблицю з переліком та оборотами юросіб, долею диджиталу. Оборот юросіб верифікується за Youcontrol. Мікробізнес за визначенням ЗУ дають податкову декларацію за рік, вивізка з кабінету ДФС.

хто перевіряє: Аудитор/Організатор

6.1.6.2. Якщо агенція хоче зарахувати в оборот договір комісії, то він має бути наданий аудитору так само, як і відповідні акти.

6.1.6.3. Якщо агенція хоче аби були зараховані обороти, які вона обслуговує в кабінетах Google, META, TikTok, коли рекламодавець самостійно поповнює кабінети, то повинні бути надані наступні документи:

6.1.6.3.1. підстава для обслуговування кабінету - контракт по кожному клієнту або загальний Google звіт UA гео за звітний рік. Надається Аудитору.

6.1.6.3.2. Організатор має бути поінформований про необхідність верифікації рекламного кабінету Учасником листом у визначені терміни (не пізніше подання Аудитору даних на верифікацію). Верифікація можлива лише за умови отримання та підтвердження Аудитором підстави для обслуговування кабінету

6.1.6.4. Дані обороту (таблиця) та документи (скани звітів ФОП), що його підтверджують, передаються безпосередньо Аудитору на імейл [Smart Solutions amrforiab@smartsolutions.ua](mailto:amrforiab@smartsolutions.ua), який надає Організатору інформацію вже в

обробленому вигляді (без абсолютних чисел), як сформований рейтинг від більшого обороту до меншого. Аудитор бере до уваги дані розподілу бюджетів між категоріями послуг із Анкети №1 та інформацію з рекомендацій клієнтів та може, але не зобов'язаний, ставити додаткові запитання для прояснення ситуації. Аудитор ставить додаткові питання лише через Організатора.

6.1.6.5. Агенція має право не заявляти і не верифікувати оборот, заявлений, але не верифікований оборот не враховується в розрахунку рейтингу. Якщо обороти юросіб діляться між кількома юнітами, то подача фінансової таблиці Аудитору є обов'язковою.

6.1.6.6. Якщо різниця між сусідніми позиціями в рейтингу менше 3% за сумарними балами рейтингу, то вища позиція буде присвоєна агенції, яка верифікувала бюджет.

6.1.6.7. Якщо поданий оборот не відповідає даним Youcontrol, а додаткові бюджети та верифікація по них (договори комісії, акти) не надана, то буде враховано бюджет, вказаний за звітом Youcontrol.

6.1.6.8. Якщо не весь оборот української юрособи може бути однозначно визнаний оборотом, який є предметом рейтингу, то рішення щодо відсотку зарахування приймається Аудитором на підставі самозаявлення та наданих документів. Аудитор має право не пояснювати Учасникам своє рішення.

6.1.6.9. Якщо агенція тактично та стратегічно не веде клієнта, проте надає консультаційні послуги (аудиторські оплачувані послуги тощо), то в оборот можна зарахувати вартість цих послуг (комісія, погодинка), а не оборот клієнта.

6.1.6.10. У Учасника буде запитано додаткову згоду щодо використання даних по оборотах в категоріях для виведення обсягу оборотів пулу учасників та використання цієї узагальненої інформації для оцінки обсягу ринку відповідних категорій чи кросперевірки такого обсягу ринку. Дані буде обробляти Аудитор, а Організатор отримає сумарний оборот за напрямками (1 цифру за кожним напрямком).

6.1.6.11. Обороти в рейтингу категорії враховуються лише по категорії, а не повністю за юрособою. У разі виникнення питань чи сумнівів у коректному врахуванні обороту Організатор та Аудитор мають право, але не зобов'язані, провести індивідуальний зідзвон для уточнення і коригування поданих даних або запитати додаткову верифікацію.

6.1.7. Рекомендації

6.1.7.1. Рекомендації клієнтів надаються за визначеним шаблоном а) або в формі скану/фото на фірмовому бланку б) або в тілі електронного листа з робочої адреси електронної пошти клієнта із вказанням посади у підписі. Максимальна кількість рекомендацій до зарахування - 10 для кожної категорії, кожна рекомендація містить всі категорії та коефіцієнти будуть застосовуватись

не загалом, а для розрахунку окремої категорії рейтингу будуть братися дані за відповідною категорією. Рекомендації мають бюджетну градацію та кожна бюджетна категорія має свій ваговий коефіцієнт. Дані надаються Аудитору для крос-чека заявлених бюджетів та бюджетних діапазонів із рекомендацій клієнтів. У спірних питаннях офіційний лист від клієнта (або рекомендація по шаблону 5.1.) є остаточним аргументом. Якщо клієнт із міркувань конфіденційності не може відкрити бюджетний діапазон, така рекомендація буде зараховуватись із мінімальним коефіцієнтом категорії. Рекомендація може бути надана старшим співробітником, керівником департаменту, відділу, директором, топ-менеджером, власником. Рекомендації без вказання позиції та від молодших спеціалістів не приймаються.

6.1.7.2. Всі рекомендації мають бути від рекламодавця, якщо обслуговування відбувалось за ланцюжком кількох агенцій, то це має бути вказано в рекомендації. Організатори мають право на запит додаткової інформації вибірково або повністю.

6.1.7.3. Усі рекомендації потрібно надіслати на спеціальну електронну пошту rating.recommendations@iab.com.ua. Рекомендації надіслані на інші адреси електронної пошти та завантажені у персональну папку без відправки на визначену пошту не зараховуються. Рекомендації, надіслані з порушенням дедлайну, не зараховуються. Контролює відповідність термінів подачі рекомендацій та підтверджує, що буде зараховано, Аудитор.

6.1.7.4. Усі рекомендації з міркувань конфіденційності обробляє Організатор та, за потреби кросперевірки поданих бюджетів, Аудитор.

6.1.7.5. Шаблони анкет просимо заповнювати українською/англійською мовою. що надає Учасник: скан рекомендації згідно шаблону з печаткою рекламодавця (направляє сам Учасник) або заповнений шаблон в тілі листа/прикріплений з офіційної робочої електронної пошти рекламодавця, де видно посаду та компанію (направляє безпосередньо Рекламодавець)

хто перевіряє: Організатор/Аудитор

6.1.7.6. Учаснику зарахується не більше 10 рекомендацій клієнтів в кожен категорію подачі за формою (щоб набрати максимум балів потрібно 10 рекомендацій з максимальним бюджетним діапазоном саме в категоріях подачі) - скан або скріншот листа клієнта з печаткою. Учасник має право використати одну комплексну (де є розподіл на інструменти) рекомендацію від рекламодавця з розбивкою на категорії для подання і різні категорії рейтингу, а також подати окремі рекомендації в кожен категорію. Пріоритетність зарахування рекомендацій за принципом максимізації бюджету.

6.1.7.7. Всі комплексні рекомендації будуть застосовані до всіх обраних категорій відповідно вказаному спліту

6.1.7.8. Внутрішні рекомендації (в межах групи, холдингу, афілійованих компаній) не зараховуються. Крос-рекомендації між учасниками рейтингу не зараховуються.

6.1.7.9. Бюджетні діапазони рекомендацій та коефіцієнти зарахування:

6.1.7.9.1. Медіа, Перфоманс, Стратегічно-креативні рішення

До 500 тис грн до податків (коеф 1)

500- 999, 999 тис грн до податків (коеф 1,2)

1-2,999 млн грн до податків (коеф 1,4)

3-4,999 млн грн до податків (коеф 1,5)

5-9,999 млн грн до податків (коеф 1,7)

10-14,999 млн грн до податків (коеф 1,9)

15+млн грн до податків (коеф 2) тільки медіа та перформанс

6.1.7.9.2. Дата і аналітика, Контент продакшн, ІМ, SMM

до 150 тис грн до податків (коеф 1)

150 тис- 249,999 тис грн до податків (коеф 1,2)

250 - 499,999 тис грн до податків (коеф 1,4)

500 тис -999, 999 тис грн до податків (коеф 1,5)

1-1,999 млн грн до податків (коеф 1,7)

2+ млн грн до податків (коеф 1,9)

6.1.7.9.3. Диджитал розробка, PR

до 100 тис грн до податків (к 1)

100 тис- 299,999 тис грн до податків (1.2)

300 - 799,999 тис грн до податків (1.4)

800 тис - 1,999 млн грн до податків (1,5)

2-2,999 млн грн до податків (1,7)

3+ млн грн до податків (1,9)

6.1.8. Фестивалі та конкурси.

6.1.8.1. Нагороди фестивалів та конкурсів враховуються лише за 1 календарний рік (2025), тобто вручну вилучаються з двох фестивальних сезонів (Effie за 2025, решта фестивалів за 2024-2025 pp), додаються Awwwards та MIXX Awards Європа. Рішенням організатора нагороди MIXX Awards Європа враховуються із подвійним коефіцієнтом відносно українського. Нагороди зараховуються за наступними принципами:

6.1.8.1.1. назва категорії подачі роботи відповідає категорії подачі в рейтинг (кейс SMM - подача в категорію SMM рейтингу). Назва кейсу, подана в індустріальну категорію (наприклад, Алкогольні напої, Снеки, Побутова хімія тощо) містить назву назву інструменту, яка відповідає категорії подачі, наприклад, назва кейсу “Зубодробільний SEO для снєків”, “Бомбічна ІМ кампанія для Доместос”)

6.1.8.1.2. категорія агенції в фестивальній заявці відповідає категорії подачі в рейтинг (Effie друга агенція перформанс агенція - подача в категорію перформанс)

6.1.8.1.3. комплексний проект, який в своєму міксі інструментів містить інструмент, який відповідає категорії подачі

6.1.8.1.4. невідповідні кейси не будуть зараховуватись. Наприклад, не приймається медіа кейс на IM, не приймається перформанс агенція (так вказана в фестивальній заявці) в категорію контент

6.1.8.1.5. Логіка зарахування повністю співпадає з логікою зарахування балів ВРК, окрім балів за MIXX Awards Європа та Awwwards, які додаються вручну. Бали не діляться, з них не вираховуються долі, фактори впливу інструменту з пулу на результат тощо. Організатор має право уточнювати деталі у ВРК і ухвалювати рішення про зарахування чи не зарахування відповідно до отриманої від ВРК інформації без обговорення з Учасником. В питанні зарахування балів за Фестивалі та конкурси позиція ВРК є вирішальною та не може бути оскаржена.

6.1.8.1.6. Що подає Учасник - скрин таблиці ВРК із даними про фестивалі та Effie та посилання/скрини щодо Awwwards та MIXX Awards Europe у [супровідну форму](#).

хто перевіряє - Організатор

6.1.9. Профільний фактор. Кожна категорія містить окремий багатофакторний профільний фактор, який відображає майстерність Учасника саме в спеціалізації заданої категорії.

6.1.9.1. Детальні таблиці профільних факторів.

1. Медіа
2. Перформанс
3. Контент продакшн
4. Дата і аналітика
5. Статегічно-креативні рішення
6. IM
7. Диджитал розробка
8. SMM
9. PR (розробляється)

6.2. Індустріальний фактор (додатково)

6.2.1. Індустріальний фактор дає можливість отримати 600 балів для всіх категорій до максимально можливих 11 600 балів, отриманих за факторами категорій. Члени можуть набрати 600 балів, нечлени 50% за участь в зрізі зарплат і оцінках обсягу ринку. Організатор не зобов'язаний надавати рівні можливості для набору балів за індустріальним фактором членам та нечленам ГС.

6.2.2. Нарахування балів зафіксоване у файлі [“Бонусні бали за участь у розвитку індустрії”](#). Бали зараховуються за участь в розвитку індустрії починаючи з 1 січня 2025 року до 31.12.2025. Детальна таблиця профільного фактору.

6.2.2.1. Категорії нарахування балів:

6.2.2.1.1. 100/600 за участь в профільних комітетах (рачується пропорційно від загальної кількості комітетів з 01.01.25. до 31.12.25, фіксується в контакт репортах, дані будуть відкриті, перелік рекомендованих комітетів нижче)

6.2.2.1.2. 100/600 підготовку матеріалів публікацій в профільних комітетах, участь у вебінарах

6.2.2.1.3. 100/600 за участь в робочих групах

6.2.2.1.4. 200/600 за участь в усіх релевантних дослідженнях / опитуваннях

6.2.2.1.5. 100/600 за участь в опитуванні рівнів заробітних плат диджитал спеціалістів

6.2.2.2. Категорії рейтингу та рекомендовані комітети на 2025:

6.2.2.2.1. Медіа – стандарти

6.2.2.2.2. Перформанс – перформанс

6.2.2.2.3. Контент продакшн – SMM або IM

6.2.2.2.4. Дата і аналітика – дата

6.2.2.2.5. Стратегічно-креативні рішення – стандарти

6.2.2.2.6. IM – IM

6.2.2.2.7. Розробка – DDC

6.2.2.2.8. SMM – SMM

6.2.2.2.9. PR - SMM або IM

6.2.2.3. Відповідальність за перевірку повноти фіксації присутності представника Учасника з контакт репорту лежить на Учаснику, у якого є 48 годин після направлення контакт репорту для доповнення поданої проектною менеджеркою інформації щодо тих осіб, хто брав участь у відповідному засіданні комітету, робочої групи тощо, що вказано внизу кожного контакт репорта з 2025 року.

7. ПОДАННЯ ДАНИХ ТА ВЕРИФІКАЦІЯ

7.1. Подання даних та документів верифікації є одномоментними діями, якщо інакше не вказано в методології. Подання даних і верифікація у разі подання даних Аудитору **завжди є одномоментними діями**. Верифікаційні дані не можуть бути подані та зараховані після загального дедлайну отримання даних по проекту Аудитором чи Організатором.

7.2. Неверифіковані дані не враховуються. Апеляція до досвіду попередніх періодів не перевіряється і не враховується. Дані та документи, які містять ознаки комп'ютерної обробки, не зараховуються.

7.3. Довідка/лист будь-якого змісту та завірення від безпосереднього Учасника рейтингу не можуть бути прийняті, як верифікаційний документ, але Організатор має право, але не зобов'язаний, взяти до уваги надану інформацію, як декларацію, не верифікацію. Винятком є Штатний розклад, який додатково верифікується за кількісними показниками через Youcontrol Організатором та Аудитором.

7.4. Всі дані Учасники подають Організатору чи Аудитору в електронному вигляді (викладають за індивідуальним посиланням та/або надсилають у ВЧАСНО та/або надсилають на визначені методологією адреси електронної пошти)

7.5. Перелік Анкет рейтингу та коротка інформація.

7.5.1. Анкета реєстрації

7.5.2. Анкета №1 (довідкові фактори додати)

7.5.3. Анкета №3

7.6. Заборонено вносити зміни в онлайн документи після закриття приймання даних. За такі операції - дискваліфікація, яка буде проводитись Організатором.

7.7. Всі Учасники надають креденшіалс (коротка презентація про компанію) в форматі .pdf

7.8. Орієнтовний час, який буде потрібний для подання документів, 3-4 години.

8. ПРОВЕДЕННЯ РОЗРАХУНКІВ

8.1. Максимальна кількість балів, яку може набрати агенція за цією методологією в одній категорії - 10 000 + 1 600 додаткових балів за ["Індустріальний Фактор"](#) і верифікація команди

8.2. На прикладі категорії Контент:

категорія Контент	бали
оборот	1 750
рекомендації клієнтів	3 250
фестивалі та конкурси	1 750

профільний фактор	3 250
Індустріальний фактор (додатковий)	600
команда (додатковий)	1 000
ВСЬОГО (МАКСИМУМ)	11 600

8.3. З даних пулу агенцій в категорії за кожним фактором визначається максимум та мінімум із поданих даних та розраховується вага 1 балу критерію

9. КОНФІДЕНЦІЙНІСТЬ ТА ОБРОБКА ДАНИХ

9.1. Учасники підписують NDA з ІАВ як юридична особа, шляхом приєднання до [договору оферти](#).

9.2. Гарантом конфіденційності виступає адвокатське об'єднання SMART Solutions.

9.2.1. Учасники зобов'язані подавати всю інформацію Аудитору в тілі листа або вкладеннях до листа без архіву, посилань на Googledisc, fex.ua тощо чи аналоги, без використання паролювання та шифрування. Якщо документів багато, необхідно відправити більшу кількість листів, зазначаючи в темі листа порядковий номер та назву компанії.

9.2.2. Аудитор має право відмовитися верифікувати бюджети/інформацію, якщо не отримає документи у зазначеному вище форматі. Дані, до яких немає прямого доступу, Аудитор має право не зарахувати повністю або частково і має право не інформувати Учасника про це через Організатора.

9.2.3. У разі підозри фальсифікації учасниками фінансових даних або інших факторів рейтингу Організатор залишає за собою право дискваліфікувати Учасника рейтингу (усунути від надання повних даних, але залишити у фінальній таблиці результатів із позначкою червоним "Дискваліфіковано")

9.2.4. Розгляд підозрілих даних відбувається між Організатором та Аудитором шляхом обговорення. Для підтвердження учасником наданих даних Організатор на прохання Аудитора може, але не зобов'язаний запитати додаткові документи.

10. ПОЛІТИКА КОМУНІКАЦІЇ ПРОЄКТУ

10.1. Вся комунікація по проєкту відбувається шляхом поштової розсилки на електронну адресу реєстрації. Учасник несе повну відповідальність за те, щоб відповідальні особи мали постійний доступ до електронної пошти, на яку проводилась реєстрація рейтингу. Бухгалтерські документи та інші необхідні

підписуються у ВЧАСНО. Документи у ВЧАСНО мають бути названі за шаблоном

Назва компанії Назва документу латиницею

10.2. Організатор проводить одну (1) онлайн зустріч для презентації методології. Організатор проводить ще одну (1) додаткову зустріч для відповідей на питання агенцій, які вперше беруть участь.

10.3. Щодо внутрішніх дедлайнів подачі документів Організатор встановлює автоматичне заплановане нагадування засобами електронної пошти.

10.4. Будь-яке листування щодо рейтингу триває не більше трьох (3) тижнів після публікації результатів рейтингу. На запити, які будуть направлені пізніше, запитувач отримає автоматичну стандартизовану відповідь юридичного відділу Організатора про те, що запити до опублікованого рейтингу вже не приймаються з посиланням на цей пункт методології.

10.5. Аудитор не веде жодної комунікації з Учасниками.

10.6. Аудитор за необхідністю веде комунікацію та має право, але не зобов'язаний, направити додаткові запити до Учасників через Організатора.

10.7. Аудитор має право дискваліфікувати Учасника, який намагається системно з ним зв'язатись через будь-який канал комунікації (електронна пошта, соціальні мережі, месенджери, особистий чи офісний телефон тощо) на 1 рік.

10.8. Організатор має право дискваліфікувати учасника на 1 рік у разі ведення комунікації по проєкту, яка не відповідає діловій етиці.

10.9. Організатор має право дискваліфікувати учасника на 2 роки у разі фіксації публічних або в листуванні принизливих коментарів, висловлювань, образ, таких, що несуть репутаційні ризики для Організатора чи Аудитора або паплюжать честь, гідність та ділову репутацію команди проєкту, в тому числі, але не обмежуючись, з використанням ненормативної лексики, лайки. У разі системних образ, Організатор має право довічно дискваліфікувати такого Учасника в проєкті Рейтинг та відмовити в участі MIXX Awards. Учасники завжди можуть надати конструктивний зворотній зв'язок [в формі за посиланням](#) у визначені методологією терміни.

10.10. Всі анкети та форми закриваються о 24:00 визначеного дня дедлайну і дані передаються для подальшого опрацювання. Після закриття анкет і форм внесення змін учасниками у надані дані недопустиме. Дотримання термінів

подачі контролюються Аудитором, дані подані після дедлайну не зараховуються.

11. ІНШІ ЗАУВАЖЕННЯ

11.1. Методологія передбачає час учасників на перевірку того, що подані дані враховано коректно. Включаючи відповідність фестивальних робіт учасників у поданій категорії. Після сплину цього часу, навіть у випадку технічної помилки організатора, жодні перерахунки проводитись не будуть.

11.2. Учасник несе повну відповідальність за перевірку коректності даних у зазначені Організатором терміни, про що повідомляється через поштову розсилку на електронну пошту реєстрації, а також - за забезпечення безперебійного доступу відповідальних осіб з боку Учасника до такої електронної пошти.

11.3. У разі заміни відповідальної особи Учасник зобов'язаний письмово поінформувати Організатора протягом 48 годин після того, як така заміна відбулася, та ініціювати звірку щодо ймовірної розсилки та отримання листів від Організатора протягом цих 48 годин, щоб мінімізувати втрату проєктної інформації.

12. ВИБІРКОВА ПЕРЕВІРКА ТА СПІРНІ ПИТАННЯ

12.1. Організатор та Аудитор залишають за собою право запитати додаткові документи у разі виникнення питань/сумнівів у правдивості чи повноті поданої інформації та робити вибіркиму перевірку поданої інформації, у тому числі через пряму комунікацію з рекламодавцями. Учасник зобов'язаний таку інформацію надати протягом 48 годин або погодитись на незарахування спірної/сумнівної/недостатньо аргументованої чи верифікованої інформації.

12.2. У разі підтвердження надання неправдивої інформації, документів, які містять ознаки комп'ютерної обробки, учасника може бути дискваліфіковано Організатором на 1 рік.

12.3. Інформація, отримана від рекламодавця, є фінальною для ухвалення рішення. Інформація, отримана від ВРК, щодо фестивалів та конкурсів, є фінальною для ухвалення рішення.

12.4. Аудитор не приймає інформацію в режимі онлайн конференції і не проводить верифікацію рекламних кабінетів.

12.5. Обороти, наявність судових справ перевіряється через Youcontrol, додаткові документи можуть бути запитані лише як виняток для українських юросіб, у випадку, коли неможливо однозначно виділити долю диджитал з поданих оборотів.

12.6. У випадку сумнівів учасником рейтингу щодо релевантності фестивальної роботи іншого учасника/учасників до відповідної категорії, учасник має право подати заявку на оскарження зарахування такої роботи Організатору.

12.6.1.Процедура передбачає:

12.6.1.1. скаргу учасник може надіслати до Організатора у строк до 8 березня включно

12.6.1.2. в рамках спеціальної зустрічі категорії спершу слово надається учаснику, який подав скаргу. Потім слово надається агенції, на яку подана скарга, для аргументації своєї позиції.

12.6.1.3. присутні вислуховують обидві сторони, можуть поставити додаткові запитання та приймають рішення голосуванням 50%+1 від присутніх. Організатор має право, але не зобов'язаний, у питаннях фактору фестивалі та конкурси, провести додаткову консультацію з ВРК.

12.6.1.4. Порушення дедлайнів, перенесення дедлайнів, дозвіл на подачу даних після дедлайну, вибірковий дозвіл окремим Учасникам довнести дані, верифікацію не можуть бути дозволені жодним додатковим рішенням, як такі, що в корні суперечать методології.

12.6.1.5. Винятками є смерть/важке поранення/екстрена шпиталізація з інших причин, мобілізація, арешт Учасника, представника Учасника, офіційно зафіксоване руйнування офісу компанії або помешкання відповідальної особи або народження дитини представницею Учасника. У такому випадку Організатор самостійно ухвалює рішення щодо подовження дедлайну, виходячи з норм етики та загальнолюдських цінностей.

13. ПУБЛІКАЦІЯ

13.1. Інформація з результатами публікується у наступному форматі у вигляді короткої та повної таблиць. Приклад публікацій за 2019-2024 роки за посиланням

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1VE78MsqEc2vs6dMK5Sssqa9So2b6Vrjr/e-dit#gid=1279065819>

13.2. Результати Організатор публікує на iab.com.ua, <https://vrk.org.ua>

13.3. Учасники рейтингу мають право публікації, згадки, промо своєї позиції в рейтингу лише із зазначенням відповідного року та категорії. Тобто не можна публікувати, що агенція є №1 без зазначення, що вона є №1 в зазначеній категорії за такий-то рік.

14. РЕКОМЕНДОВАНІ ТАЙМІНГИ ПОДАЧІ

Файл із переліком документів, термінами та шаблонами за посиланням

[5.Документи і Таймінги 2025](#)

14.1. Відкриття реєстрації (заявка та подання контактних осіб - орієнтовний час - до 10 хвилин) з 16.12.25.

14.2. Старт проекту рейтинг агенцій за 2025 06.01.26.

14.3. до 01.02. заповнити Анкету №1 та **для нечленів ІАВ** сплатити цільовий внесок у розмірі 10 000 грн за договором-офертою. Заповнення Анкети 1 дорівнює участі в рейтингу, навіть, якщо в подальшому інформація не подається.

14.4. до 01.03. заповнити Анкету №3.

14.5. до 01.03. завантажити документи за індивідуальним посиланням

14.5.1. до 10 рекомендацій клієнтів за формою в кожну категорію подачі (щоб набрати максимум балів потрібно подати 10 рекомендацій з максимальною бюджетною вагою в КОЖНУ категорію подачі) або комплексні рекомендації - скан або скріншот листа клієнта. **Рекомендації будуть застосовані по категоріях.**

14.5.2. штатний розклад (офіційний документ кадрової звітності), щодо ФОПів та ГіГ відповідно вимог по поданню та верифікації та решту документів, передбачених методологією.

14.5.3. скрин таблиці ВРК із даними про фестивалі та Effie та посилання/скріни щодо Awwwards, MIXX Awards Europe, Effie Europe(для окремих категорій) та супровідна форма. Фестивалі застосовуються по категоріях рейтингу.

14.5.4.креденшиалс (коротка презентація про компанію) в форматі .pdf

14.6. Організатором рекомендовано розпочати збір рекомендацій за шаблоном якомога швидше (навіть відразу після реєстрації), але закінчити до 01.03.2026 та надіслати на визначену методологією електронну пошту.

14.7. 21.02-01.03. Аудитору документи для верифікації для ФОП, ГіГ контрагентів одночасно поінформувати Організатора листом про необхідність аудиту рекламних кабінетів.

14.8. Прийняти

а) з ІАВ як юрособа прийняти договір оферти до 29.01.2026

14.9. Надати дані для розрахунку профільного фактору

15. КОНТАКТИ

15.1. Анастасія Байдаченко anastasiya.baydachenko@iab.com.ua

15.2. Олена Васюкова olena.vasiukova@iab.com.ua

15.3. для надання рекомендацій потрібно використовувати лише адресу електронної пошти rating.recommendations@iab.com.ua

15.4. для надання фінансової інформації та команди використовувати лише адресу електронної пошти amrforiab@smartsolutions.ua

15.5. Робочі години з питань рейтингу пон-пт 9:00-19:00

15.6. Організатор має право не розглядати питання, подані у неробочий час, поки їх не переподадуть у робочий. Учасникам рекомендовано користуватись функцією заплановане відправлення в месенджерах та електронній пошті та

зважати на часову різницю, при перебуванні відповідальної особи з боку Учасника в іншому часовому поясі.

16. ПРИКІНЦЕВІ ПОЛОЖЕННЯ

16.1. Після публікації методології та договору оферти на сайті iab.com.ua, жодні зміни до публікації результатів в методологію вноситись не можуть.

16.2. Заповнення Анкети №1 - є згодою на участь в рейтингу, дані про учасника будуть опубліковані, навіть якщо наступних анкет він не заповнював та даних не подавав.

16.3. Організатор має право відмовити в участі в рейтингу, якщо комунікація між Учасником та Організатором за проектом рейтинг виходить за межі ділової етики та норми ділового листування/комунікації, про що буде повідомлено електронним листом. Організатор має право відмовити в реєстрації на рейтинг, якщо у період, що передує реєстрації, потенційний Учасник вів комунікацію з Організатором в формі, яка не відповідає нормам ділової етики в листуванні чи публічно в соціальних мережах, месенджерах тощо, про що буде повідомлено електронним листом.

16.4. Після публікації результатів усі коментарі та рекомендації приймаються винятково письмово у [формі](#) протягом трьох (3) тижнів.

16.5. Учасники мають право подати письмову аргументовану скаргу з наведенням конкретних доказів на правління ГС у разі грубих порушень даної методології Організатором чи Аудитором. Конкретними доказами є скріншоти, логи, листи тощо, але не вправи в епістолярному жанрі. Скарга подається, як офіційне звернення на правління виключно по [формі за посиланням](#), з відповідними обмеженнями в обсязі тексту. Бездоказові скарги правлінням не розглядаються. Правління ГС має право, але не зобов'язане, розглядати кожную скаргу, а також має право доручити відповідним рішенням надати конкретну відповідь або загальну стандартизовану відповідь Організатору. Термін подачі таких скарг також 3 тижні після публікації рейтингу.

16.6. Скарги на методологію від Учасників не розглядаються, оскільки при реєстрації на Рейтинг та ознайомленні з Договором оферти, Учасник погоджується і з Методологію та приймає її. На такі скарги буде надіслана стандартизована відповідь із вказанням цього пункту методології, якщо сама скарга була направлена протягом проекту чи не пізніше трьох тижнів після публікації відповідного рейтингу.

16.7. Пропозиції щодо оновлення методології на наступний період для Учасників обмежені профільним фактором, якщо не було окремого письмового запиту Організатора про надання інших пропозицій.