

8

Kodeks Dobrych Praktyk Reklamy Programmatic

Dołącz do inicjatywy!

iab polska

Dlaczego powstał?

Programatyczny model zakupu reklam, jak mało który obszar, bardzo dynamicznie zwiększa swój udział w wydatkach na reklamę w Polsce i na świecie. Gwałtowny wzrost oznacza jednak realne niebezpieczeństwo trafienia na nieetycznych i nieprofesjonalnych uczestników rynku. A to niemal zawsze oznacza straty – zarówno wizerunkowe, jak i finansowe.

Dla branży reklamowej kluczowe stało się więc wypracowanie **standardów i reguł**, dzięki którym model ten będzie stanowił **zaufane źródło efektywnej promocji**.

Z odpowiedzią na tę potrzebę jako pierwsze przyszły Niemcy, Austria i Szwajcaria, wprowadzając w 2016 roku **Kodeks Dobrych Praktyk Reklamy Programmatic (Code of Conduct Programmatic Advertising)**. Inicjatywę jednogłośnie poparły i sygnowały największe i najbardziej znaczące firmy, zarówno gracze lokalni, jak i globalni giganci.

Polska jako czwarty kraj zdecydowała się na wprowadzenie Kodeksu. Grupa Robocza Programmatic wypracowała naszą lokalną wersję dokumentu na licencji Bundesverband Digitale Wirtschaft (**BVDW**), która w pełni pokrywa się ze swoim pierwowzorem.



Co zawiera?

Kodeks określa **osobne standardy i praktyki** dla wszystkich uczestników **łańcucha programmatic**, którzy zobowiązują się do przestrzegania określonych kryteriów i zasad obowiązujących w obszarze, za który odpowiadają.

Wszystko po to, aby zapewnić **jakość, bezpieczeństwo oraz przejrzystość w wykorzystaniu programmatic** w kampaniach wszystkim zaangażowanym w proces podmiotom działającym na polskim rynku.



Kto może dołączyć?

Sygnatariuszami Kodeksu mogą zostać wszyscy uczestnicy rynku, **którzy chcą brać udział w podnoszeniu jakości i standardów modelu programatycznego w Polsce:**

- reklamodawcy,
- agencje,
- platformy DSP oraz SSP,
- sieci reklamowe,
- wydawcy,
- platformy DMP,
- dostawcy danych,
- dostawcy narzędzi do weryfikacji.

Zapraszamy zarówno firmy członkowskie IAB Polska, jak i pozostałych niezrzeszonych uczestników rynku.

Dlaczego warto dołączyć?

- Współtworzysz **bezpieczny, przejrzysty ekosystem programmatic w Polsce**
- Udowadniasz, że jesteś pewnym partnerem w biznesie, **który korzysta z najbardziej efektywnych i aktualnych rozwiązań**
- Pomogasz **usuwać z rynku podmioty stosujące złe praktyki**
- **Oszczędzasz budżety** – poprzez uporządkowany system i promocję sprawdzonych rozwiązań
- **Dołączasz do grona najważniejszych firm** przestrzegających najwyższych standardów

S

***Dołącz
już teraz!***

Skontaktuj się:
kdprp@iab.org.pl

iab.^{polska}

**Związek Pracodawców
Branży Internetowej IAB Polska**

ul. Puławska 39/77, 02-508 Warszawa
tel.: 22 415 54 44