

Warszawa, październik 2020 r.

## **Apel IAB Polska dotyczący przystąpienia do Programu poprawy jakości QUALID**

Ubiegły rok przyniósł historyczną zmianę na rynku reklamowym w Polsce - wydatki na reklamę internetową przewyższyły te na reklamę telewizyjną. Przez ostatnie 20 lat internet dynamicznie ewoluował i stał się pełnoprawnym medium, które czeka w najbliższym czasie wiele zmian w obszarze jakościowym.

Dlatego Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska zdecydował się stworzyć **Program QUALID** który, poprzez edukację oraz wyznaczanie dobrych praktyk i standardów, promuje najlepsze rozwiązania przyczyniające się do podnoszenia jakości i transparentności oraz wzmocnienia zaufania do reklamy internetowej w Polsce.

Rada Nadzorcza IAB Polska aktywnie wspiera tę inicjatywę, dlatego firmy z jej grona jako pierwsze zadeklarowały przystąpienie do Programu QUALID w najbardziej adekwatnych dla swego biznesu kategoriach.

**Apelujemy do wszystkich podmiotów branży internetowej, aby również do niego przystąpiły. Mamy pewność, że współpraca w celu podnoszenia standardów jakościowych w rezultacie przełoży się pozytywnie na kondycję całego ekosystemu reklamowego.**

Integracja rynku w celu lepszej koordynacji działań na rzecz jakości reklamy online jest koniecznym i naturalnym krokiem rozwoju reklamy cyfrowej w Polsce. Po okresie szybkiego i gwałtownego wzrostu, czas na zmierzenie się z nowymi wyzwaniami, ukierunkowane działania branży na rzecz standaryzacji usług internetowych i dalszej poprawy szeroko pojętej jakości.

W 2020 roku prace IAB Polska w kontekście jakości są skupione na czterech obszarach: Brand Safety, Fraud, Programmatic i Viewability.

W ramach każdego z nich pracuje grupa specjalistów - rynkowych praktyków, przedstawicieli wszystkich stron rynku, którzy po analizie bieżącej sytuacji oraz obowiązujących standardów, zarekomendowali dalszy kierunek działań.

**Program QUALID w pierwszej fazie działalności stawia branży internetowej jasne cele:**

- **Edukacja w zakresie wyzwań i możliwości dotyczących ochrony wizerunku i bezpieczeństwa marki (Brand Safety).**
- **Podnoszenie świadomości zagrożeń wynikających z aktywności oszustów oraz wypracowanie rynkowych standardów w zakresie raportowania podejrzanego ruchu (Fraud).**

- **Pozytywne wpływanie na bezpieczeństwo i transparentność zautomatyzowanego systemu zakupu reklam internetowych (Programmatic).**
- **Dalsze umacnianie znaczenia wszechstronnej, jakościowej oceny skuteczności reklam internetowych (Viewability).**

W przyszłości Program QUALID będzie rozwijany i rozszerzany o kolejne elementy, które odpowiadać będą bieżącym wyzwaniom rynkowym.

Program otwarty jest dla wszystkich członków IAB Polska, a w pierwszej kolejności proces przystąpienia rozpoczęły firmy z grona Rady Nadzorczej IAB Polska, co jest wyrazem zaangażowania w wyzwanie, a także sygnałem gotowości do dalszej, wyczerpanej pracy na rzecz szeroko pojętej jakości.

Samoregulacje są od lat sprawdzonym narzędziem stosowanym przez branżę reklamy online. To właśnie branża pierwsza dostrzega pojawiające się problemy i często dotkliwie je odczuwa. Równolegle szuka rozwiązań, dobrowolnie poddając się wspólnie ustalonym zasadom, czego przykładem są wypracowane kodeksy, dobre praktyki i standardy. IAB Polska aktywnie włącza się w te inicjatywy i angażuje w ich koordynację.

Polski rynek podąża za pozytywnym przykładem innych europejskich krajów, które na przestrzeni ostatnich lat wdrożyły szereg programów zajmujących się szeroko pojętą jakością w branży reklamy cyfrowej. Jednocześnie Program QUALID jest przypomnieniem, że źródłem reklamy jest człowiek, a skuteczność reklamy zależy od lepszego zrozumienia potrzeb odbiorcy.

**Mając na uwadze dalszy jakościowy rozwój reklamy cyfrowej w Polsce apelujemy do wszystkich podmiotów branży internetowej o przystąpienie do Programu QUALID.**

***IAB Polska***