

# Warunki przystąpienia do Programu QUALID

Wersja 1.0



	Brand Safety	Viewability	Anti-fraud	Programmatic
Wydawca lub sieć reklamowa	<ul style="list-style-type: none"> <li>umożliwia blacklistowanie i whitelistowanie poszczególnych domen, podstron i artykułów wchodzących w zakres emisji kampanii na bazie kategorii ich treści i poszczególnych słów kluczowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>posiada bądź umożliwia "wpięcie" certyfikowanych narzędzi do pomiaru widoczności, takich jak MRC, EVSG lub innych podobnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>poziom nieprawidłowego ruchu na wszystkich jego stronach jest nie wyższy niż 3% (w oparciu o uznane rynkowo, sprawdzone narzędzia badawcze)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>jest sygnatariuszem Kodeksu Dobrych Praktyk Reklamy Programmatic</li> <li>lub spełnia poniższe warunki:</li> <li>udostępnia powierzchnię reklamową tylko na stronach internetowych i w aplikacjach zawierających treści zgodne z prawem (nie zawierających treści nielegalnych)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>umożliwia filtrowanie wyników emisji na podstawie listy wytycznych opartych o domeny, adresy stron lub kategorie witryn wg kategoryzacji IAB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>posiada w ofercie produkt rozliczany za Viewability</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>posiada narzędzia ciągłego monitoringu swojej powierzchni (inventory)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>nie fałszuje informacji o dostarczanej powierzchni reklamowej, przykładowo co do jej kontekstu, wymiarów kreacji, docelowym adresie URL lub urządzeniu końcowym, na którym ma wyświetlić się reklama</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>wdrożył standard IAB ads.txt w komputerowych i mobilnych aplikacjach/zasobach internetowych określając tym samym, które SSP jest upoważniony do handlu jego powierzchnią reklamową. Plik ads.txt weryfikuje co najmniej co trzy miesiące</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>aktualizuje i udostępnia specyfikację swoich produktów reklamowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zapewnia, że wdrożył standard IAB ads.txt (witryny) i app-ads.txt (aplikacje) na całej udostępnianej powierzchni oraz regularnie kontroluje ich aktualność oraz zgodność ze stanem faktycznym</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>uczestniczy w Akcji „Reklamuj Świadomie”. Regulamin Akcji „Reklamuj Świadomie” dostępny jest na stronie IAB Polska</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>dokłada wszelkich starań aby zapewnić bezpieczeństwo i transparentność realizowanych działań</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>w przypadku wystąpienia spornych wyników weryfikacji lub realizacji działań, zobowiązuje się do współpracy z partnerami biznesowymi, w zakresie wyjaśnienia przyczyny ich wystąpienia oraz w celu zapobiegania im w przyszłości</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>
Agencja lub dom mediowy	<ul style="list-style-type: none"> <li>rekomenduje klientom użycie narzędzi z aktualną akredytacją w zakresie Brand Safety uznanego podmiotu certyfikującego, takich jak MRC, DTSG/ABC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>rekomenduje klientom użycie narzędzi z aktualną akredytacją w zakresie Viewability uznanego podmiotu certyfikującego takiego jak MRC, DTSG/ABC lub innych podobnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>rekomenduje swoim klientom użycie narzędzi z aktualną akredytacją w zakresie raportowania nieprawidłowego ruchu uznanego podmiotu certyfikującego takiego jak MRC, DTSG/ABC, lub innych podobnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>jest sygnatariuszem Kodeksu Dobrych Praktyk Reklamy Programmatic</li> </ul> <p>lub spełnia poniższe warunki:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>zapewnia Reklamodawcy pełną przejrzystość w zakresie źródeł powierzchni reklamowej, dostawców technologii, innych niż zgodne ze standardem IAB ustawień widoczności reklam oraz wyników działań, w ramach wcześniej uzgodnionych warunków i zgodnie z umownymi wymogami</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>dla swoich klientów przygotowuje rekomendacje objaśniające najważniejsze zabezpieczenia reputacji marki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>stosuje się do wytycznych Standardu Viewability opracowanego przez IAB Polska</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wspiera edukację klientów w zakresie nieprawidłowego ruchu i sposobów radzenia sobie z nim</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>nie fałszuje informacji o dostarczanych reklamach przykładowo co do zgodności deklarowanego reklamodawcy/branży ze stanem faktycznym, oraz pod kątem zgodności deklarowanego</li> </ul>

				adresu URL z faktycznym docelowym adresem URL
	<ul style="list-style-type: none"> <li>zapewnia reklamodawcy wgląd do listy źródeł powierzchni reklamowych, jak i wyników działań zgodnie z wcześniej uzgodnionymi warunkami</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>sprawdza dostarczane reklamy pod kątem ich zgodności z obowiązującym prawem oraz ze standardami i dobrymi praktykami IAB Polska</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>dokłada wszelkich starań, aby zapewnić bezpieczeństwo i transparentność realizowanych działań</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>w przypadku wystąpienia spornych wyników weryfikacji lub realizacji działań, zobowiązuje się do współpracy z partnerami biznesowymi, w zakresie wyjaśnienia przyczyny ich wystąpienia oraz w celu zapobiegania im w przyszłości</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>
Dostawca rozwiązań (np. DSP, SSP, DMP, narzędzia do weryfikacji)	<ul style="list-style-type: none"> <li>udostępnia informacje o metodologii kontroli Brand Safety marki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>przestrzegają standardu Viewability IAB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>posiada aktualną akredytację w zakresie pomiaru nieprawidłowego ruchu uznanego podmiotu certyfikującego takiego jak MRC, DTSG/ABC lub innego podobnego</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>jest sygnatariuszem Kodeksu Dobrych Praktyk Reklamy Programmatic</li> </ul> <p>lub spełnia poniższe warunki:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>zapewnia pełną przejrzystość dotyczącą realizowanych działań w ramach wcześniej uzgodnionych warunków i zgodnie z umownymi wymogami</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• posiada aktualną akredytację w zakresie Brand Safety uznanego podmiotu certyfikującego, takiego jak MRC, DTSG/ABC lub analogiczne; ma możliwość raportowania wyników kampanii z uwzględnieniem osiągniętego Brand Safety</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• posiada aktualną akredytację w zakresie pomiaru Viewability uznanego podmiotu certyfikującego takiego jak MRC, DTSG/ABC lub innego podobnego</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• umożliwia mierzenie widoczności reklam przynajmniej zgodnie z aktualnymi standardami widoczności IAB Polska</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• dokłada wszelkich starań, aby zapewnić bezpieczeństwo i transparentność realizowanych działań</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• w przypadku wystąpienia spornych wyników weryfikacji lub realizacji działań, zobowiązuje się do współpracy z partnerami biznesowymi, w zakresie wyjaśnienia przyczyny ich wystąpienia oraz w celu zapobiegania im w przyszłości</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• podejmuje odpowiednie kroki, aby zgodnie z dostępnymi na rynku możliwościami technicznymi, filtrować nieprawidłowy ruch</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• wspiera standard ads.txt lub app-ads.txt, o ile dana domena lub aplikacja używa tych standardów</li> </ul>
				<ul style="list-style-type: none"> <li>• w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>

	Ambasador
Reklamodawca	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• w okresie przejściowym przeszedł szkolenia QUALID online</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wyraża publiczne poparcie dla Programu QUALID</li> </ul>