

Od września br. oficjalnie obowiązuje dokument „Standard i zalecenia dla reklamy display IAB Polska”. Dokument został stworzony przez grupę roboczą „Brand advertising online” działającą w ramach Związku Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska. Już pierwsze tygodnie obowiązywania tego dokumentu pokazują, że wprowadzenie standardów reklamy display spotkało się z dobrym przyjęciem wśród firm branży internetowej.

Po dwóch tygodniach od wprowadzenia standardów dotyczących reklamy graficznej IAB Polska ocenia, że firmy branży internetowej działające na naszym rynku przyjęły i wprowadziły dokument do swoich praktyk biznesowych. Związek monitoruje internetową przestrzeń reklamową i w przypadku pojawiania się kreacji niezgodnych z zaleceniami IAB (np. z domyślnie uruchomionym dźwiękiem) wyjaśnia każdorazowo czy zlecenie na taką kampanię wpłynęło do wydawcy przed ustalonym terminem wejścia w życie standardów.

„Śledzimy przebieg wprowadzania standardów i monitorujemy kampanie reklamowe pojawiające się w sieci. Choć zdarzają się jeszcze kreacje niezgodne z nowymi standardami, to występują już marginalnie i są to zlecenia z okresu poprzedzającego wprowadzenie dokumentu, co za każdym razem dokładnie sprawdzamy. Zauważamy, że rynek dobrze przyjął standardy IAB Polska, dzięki czemu mamy świadomość, że nasze wysiłki zmierzające do uregulowania rynku interaktywnego zmierzają w dobrym kierunku.” – powiedział Jarosław Sobolewski, dyrektor generalny IAB Polska.

Dokument „Standard i zalecenia dla reklamy display IAB Polska” można pobrać na www.iabpolska.pl.

Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska