Warszawa, 2019-04-05

PBI i IAB Polska integrują rynek online w debacie nad jednoźródłowym badaniem mediów

PBI w porozumieniu z IAB Polska wznawia działalność Rady Rynku jako przedstawiciela rynku online w zakresie pomiaru jednoźródłowego i poprowadzi bezpośrednią komunikację z KRRiT.

Polskie Badania Internetu (PBI) i Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska (IAB Polska) zorganizowały spotkanie przedstawicieli rynku online. Głównym tematem spotkania było wyłonienie reprezentacji rynku, która skonsultuje projekt jednoźródłowego badania mediów organizowanego przez KRRiT. Spotkanie miało miejsce 26 marca 2019 w siedzibie IAB Polska. Wzięli w nim udział przedstawiciele 28 przedsiębiorstw zrzeszonych w obydwu organizacjach, w tym największych wydawców.

Podczas spotkania ustalono, że przedstawiciele rynku online skupią się w Radzie Rynku, statutowym ciele doradczym PBI, którego działalność zostaje tym samym wznowiona. Radę utworzą przedstawiciele PBI, IAB Polska oraz zainteresowani przedstawiciele rynku on-line. Rada Rynku będzie konsultować propozycje KRRiT w zakresie pomiaru jednoźródłowego, by wypracowywać wspólne stanowisko środowiska online. Z kolei przewodniczący Rady Rynku i zarazem prezes PBI, Paweł Laskowski, skoordynuje komunikację pomiędzy Radą Rynku a KRRiT oraz pozostałymi organizacjami zaangażowanymi w proces (m.in. SAR i powstającej organizacji nadawców telewizyjnych).

Rada Rynku będzie również pełnić rolę doradczą w zakresie pomiaru widowni internetowej prowadzonego przez Polskie Badania Internetu/Gemius i rekomendować dalsze kierunki rozwoju tego badania.

Kolejne kroki, które podejmą PBI i IAB Polska, to wypracowanie struktury Rady Rynku i rozszerzenie jej w taki sposób, aby stanowiła pełną reprezentację rynku online w Polsce. Podmioty zainteresowane udziałem w Radzie Rynku proszone są o kontakt pod adresem e-mail [biuro@pbi.org.pl](mailto:biuro@pbi.org.pl).

Firma **Polskie Badania Internetu (PBI)** wspiera rynek wiedzą pozwalającą podejmować lepsze decyzje biznesowe w środowisku cyfrowym. W tym celu organizacja prowadzi i udostępnia wyniki badań internetu – standardu pomiaru widowni internetowej Gemius/PBI oraz zadań własnych. Z danych PBI korzystają przedstawiciele wydawców, domów mediowych, działów badawczych dużych firm oraz agencje interaktywne. PBI przyczynia się do rozwoju cyfrowego rynku, dzielą się także wiedzą ekspercką i nawiązuje współpracę z organizacjami partnerskimi o zbliżonym profilu działalności.  
Więcej informacji:[**www.pbi.org.pl**](http://pbi.org.pl/)

**Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska** jest organizacją zrzeszającą 230 najważniejszych firm polskiego rynku internetowego, w tym największe portale internetowe, sieci reklamowe, domy mediowe, agencje interaktywne, firmy technologiczne oraz reklamodawców. Jego głównym celem jest szeroko pojęta edukacja rynku w zakresie wykorzystania internetu jako skutecznego narzędzia prowadzenia biznesu i komunikacji marketingowej. Propaguje skuteczne rozwiązania e-marketingowe i reklamowe, oraz tworzy, prezentuje i wdraża branżowe standardy jakościowe. Przygotowuje raporty, badania rynku online i poradniki, m.in. Raport Strategiczny czy AdEx, którego wyniki są bazą analiz wydatków reklamowych. Jest organizatorem konferencji (Forum IAB, IAB HowTo), konkursów (MIXX Awards), warsztatów i szkoleń (Akademia DIMAQ, IAB Internet Week). Jednym z flagowych projektów IAB Polska jest DIMAQ – standard kompetencji oraz program certyfikujący wiedzę z dziedziny e-marketingu.

IAB Polska działa od 2000 roku, jest częścią światowych struktur IAB, członkiem IAB Europe oraz IAB Tech Lab, a także Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, Krajowej Izby Gospodarczej i Business Center Club.  
Więcej informacji: [**www.iab.org.pl**](http://www.iab.org.pl)

Kontakt:

PBI

Anna Miotk

a.miotk@pbi.org.pl

tel. +48 606 611 500