**W imię bezpieczeństwa marek w Internecie   
– RTB House dołącza do GARM**

**RTB House, globalna firma dostarczająca nowoczesne technologie marketingowe dla największych marek i agencji na całym świecie, przystąpiło do stowarzyszenia GARM (The Global Alliance for Responsible Media). Ten kluczowy partnerski projekt to dla RTB House kolejny krok w kierunku jeszcze większego zaangażowania na rzecz bezpieczeństwa marek w Internecie oraz starań o bardziej odpowiedzialny wirtualny ekosystem.**

GARM to organizacja powstała w 2019 roku z inicjatywy WFA (World Federation of Advertisers), która za cel obrała walkę ze szkodliwymi treściami w Internecie oraz możliwością ich monetyzowania za pośrednictwem reklam. The Global Alliance for Responsible Media to wyjątkowy projekt, który z powodzeniem jednoczy siłę i wiedzę wydawców, agencji mediowych, dostawców oraz krajowych partnerów – każdy ze stowarzyszonych podmiotów odgrywa kluczową rolę we wspólnych działaniach na rzecz priorytetyzacji bezpieczeństwa w Internecie.

Do największych globalnych członków zrzeszonych w ramach GARM należą dziś takie marki jak Adidas, Microsoft, Havas Media czy LinkedIn. RTB House zasili to prestiżowe grono swoją ekspertyzą z dziedziny ochrony prywatności oraz reklamowych rozwiązań cookieless, opartych na algorytmach Deep Learning. Firma dołączy do specjalnej grupy projektowej skoncentrowanej na kluczowych zagadnieniach dotyczących odpowiedzialności i bezpieczeństwa w sieci, takich jak:

* Stworzenie wspólnej definicji GARM dot. szkodliwych treści
* Opracowanie standardów raportowania GARM dot. szkodliwych treści
* Opieka i niezależny nadzór nad kwestiami działań dot. bezpieczeństwa marki, prowadzenia integracji oraz raportowania
* Opracowanie narzędzi pozwalających na lepsze zarządzanie treściami sąsiadującymi z reklamami marki

*Jako RTB House mamy obowiązek chronić zarówno marki, jak i użytkowników przed szkodliwymi treściami, zapewniając reklamodawcom najskuteczniejsze rozwiązania w zakresie brand safety. Dlatego z dumą dołączamy do zaszczytnego grona członków GARM, aby wspólnie podjąć wyzwanie nad opracowaniem spójnych i przejrzystych wytycznych reklamy online. Dla naszej firmy to kolejny krok w celu zrealizowania misji dbałości o bezpieczeństwo marki w Internecie* – mówi Andrzej Surkont, dyrektor działu Global Inventory Partnerships w RTB House.

*Jesteśmy szczęśliwi z dołączenia RTB House do naszego rosnącego grona liderów sfery digital, którzy wspólnie podjęli walkę o stworzenie sprawiedliwszego i bardziej odpowiedzialnego krajobrazu mediów cyfrowych. RTB House, jako firma stawiająca na bezpieczeństwo marek i autorzy nowoczesnej technologii świetnie współgrającej z podjętymi przez GARM wyzwaniami, to cenny partner w dalszym rozwoju naszej strategii bezpieczeństwa marek w sieci* – dodaje Rob Rakowitz, Initiative Lead, GARM

Oprócz dołączenia do globalnej inicjatywy GARM, w 2021 r. RTB House zdobyło również certyfikat TAG (Trustworthy Accountability Group), jednocześnie spełniając wszystkie wymagania organizacji dotyczące certyfikacji w zakresie przeciwdziałania nieuczciwym praktykom. Tym samym algorytmy narzędzi RTB House są zgodne z najwyższymi standardami branżowymi w zakresie monitorowania, wykrywania i blokowania nieprawidłowego ruchu.

---

**Informacje dla redaktorów**

RTB House to globalna firma dostarczająca innowacyjne rozwiązania marketingowe dla największych marek z całego świata. Autorski mechanizm zakupu reklam, oparty w stu procentach o algorytmy Deep Learning, umożliwia reklamodawcom osiąganie znaczących wyników oraz realizację celów krótko-, średnio- i długoterminowych.

Spółka RTB House została założona w 2012 roku i posiada biura w ponad 30 lokalizacjach na całym świecie, m.in. w Nowym Jorku, Londynie, Tokio, Singapurze, São Paulo, Moskwie, Stambule, Dubaju i Warszawie. Zespół składa się z ponad 500 specjalistów i obsługuje ponad 2000 kampanii dla klientów w krajach Europy, Bliskiego Wschodu, Afryki, Azji, Pacyfiku oraz Ameryki Północnej i Południowej.

Od 2018 roku, po pomyślnym wdrożeniu technologii Deep Learning w 100 procentach algorytmów, RTB House uruchomiła dwa, niezależne od głównego działu R&D, zespoły koncentrujące się na rozwiązaniach z zakresu marketingu i technologii. AI Marketing Lab jest ukierunkowany na badania i rozwój w szeroko pojętym obszarze marketingu. Z kolei celem Creatives Lab jest rozwój kreacji, zwiększanie ich efektywności, jak również poszerzanie oferty w zakresie dostępnych formatów, jak np. kreacje dynamiczne czy wideo, precyzyjnie dopasowanych do potrzeb brandingowych klientów.

Więcej informacji na stronie [www.rtbhouse.com](http://www.rtbhouse.com/).