

Warszawa, 13 listopada 2015 r.

## **IBO w gronie liderów badaczy mediów**

**Instytut Badań Outdooru dołączył do Porozumienia Badaczy Mediów. Inicjatywa zrzesza organizacje odpowiadające za standardy pomiaru mediów na polskim rynku.**

Porozumienie Badaczy Mediów zostało powołane we wrześniu bieżącego roku przez firmy badające rynek prasy (Polskie Badania Czytelnictwa), telewizji (Nielsen), radia (Komitet Badań Radiowych), internetu (Polskie Badania Internetu) oraz reklamy (Kantar Media). Do tego grona, dołącza obecnie również reklama zewnętrzna (Instytut Badań Outdooru).

Cele inicjatywy skupione są wokół budowania i promowania wiarygodności badań oraz dobrych praktyk badawczych, a także edukacji w tym zakresie. IBO wpisuje się w ten profil działalności.

*Misją IBO jest umożliwienie porównywania outdooru z innymi mediami – podkreśla Paweł Tyszkiewicz, prezes Instytutu Badań Outdooru. Dołączenie do inicjatywy zrzeszającej liderów w zakresie badania mediów w Polsce jest dla nas kolejnym elementem potwierdzającym, że prowadzony przez nas projekt badawczy spełnia wymagane standardy pomiaru mediów. Docelowo „Outdoor Track” pozwoli na porównywalność outdooru z pozostałymi mediami na poziomie wskaźników kampanii – dodaje Tyszkiewicz.*

## **Projekt Outdoor Track**

Dołączenie do inicjatywy odbywa się w szczególnym dla IBO momencie, bowiem Instytut jest w trakcie opracowywania wyników projektu badawczego Outdoor Track. Celem projektu jest wprowadzenie standardu pomiaru widowni reklamy zewnętrznej w Polsce, dzięki wykorzystaniu m.in. dostosowanego do polskiej specyfiki brytyjskiego systemu Route. Badaniem objęto ponad 70% rynku reklamy zewnętrznej w Polsce (dane wg. Kantar Media), przy współpracy z niezależnymi instytutami badawczymi i zgodnie ze światowymi wzorcami. Zwieńczeniem procesu



wprowadzania standardu na rynek będzie oprogramowanie do planowania kampanii outdoorowych wykorzystujące wskaźniki mediowe.

\*\*\*

Instytut Badań Outdooru Sp. z o.o. (IBO) został utworzony w 2013 roku przez trzy wiodące firmy na rynku polskiej reklamy zewnętrznej: AMS SA, Clear Channel Poland Sp. z o.o. i Ströer Polska Sp. z o.o. Realizuje projekt badawczy „Outdoor Track”.