

Viite: Lausuntopyyntö TRAFICOM/295680/04.04.05.03/2021

Lausunto Liikenne- ja viestintäviraston evästesuositusluonnoksesta

IAB Finland ry ("IAB Finland") kiittää mahdollisuudesta antaa lausunto Liikenne- ja viestintäviraston ("Traficom") suositusluonnoksesta, joka koskee evästeitä ja muita käyttäjän päätelaitteille tallennettavia tietoja sekä näiden tietojen käyttöä. IAB Finland lausuu Traficomin palveluntarjoajia koskevasta evästesuositusluonnosta koskien seuraavaa.

Pääviestit

1. Traficom suosituksen tulisi huomioida, että evästesuostumuksen pyytämiseksi on olemassa vakiintuneita globaaleja standardeja, kuten IAB Europan Transparency and Consent Framework. Kansallisella, yleiseurooppalaista sääntelyä tiukemmalla ohjeistuksella ei saada kohtuuttomasti vaikeuttaa ko. globaalien standardien noudattamista ja suomalaisten yritysten mahdollisuuksia mainostaa palveluitaan tai myydä mainostilaa ja varmistaa mainosrahoitteisten, suomenkielisten palveluiden tarjoaminen globaaleilla digitaalisilla markkinoilla.
2. Mitä tulee jaotteluun välttämättömiin ja ei-välttämättömiin evästeisiin, sisällön personointi, autentikoinnin muistaminen ja kävijämittaus voivat olla erottamaton ja olennainen osa moderneja digitaalisia palveluita. Ne voivat olla osa palvelua, jonka käyttäjä on nimenomaisesti pyytänyt. Tietyin edellytyksin edellä mainitut eväsetyytit tulee jättää suostumusvaatimuksen ulkopuolelle.
3. Viranomaisohjeistuksen tulee perustua lainsäädäntöön, eikä sillä tule asettaa lakia tiukempia tai laajempia vaatimuksia. Evästabannerin tai vastaavan työkalun muotoiluun ja visuaaliseen ilmeeseen liittyvä ohjeistus ei perustu lakiin, ja tällainen yksityiskohtainen ohjeistus tulisi poistaa lopullisesta suosituksesta. Vireillä on uusi sähköisen viestinnän tietosuoja-asetus, joka todennäköisesti tulee asettamaan nyky-lainsäädäntöä laajempia poikkeuksia evästesuostumusta koskien. Aiemmasta Traficom linjasta merkittävästi poikkeava ohjeistus on vastoin luottamuksensuojan periaatetta ja yhdistettynä muuttuvaan lainsäädäntöön aiheuttaa yrityksille merkittäviä lisäkustannuksia.

1. Taustaa

IAB Finland on digitaalisen mainonnan ja markkinoinnin yhteisö, ja osa kansainvälistä IAB yhteisöä. Transparency and Consent Framework ("TCF")¹ on IAB Europan yhdessä julkaisijoiden, mainostajien ja mainonnan palveluntarjoajien kanssa kehittämä standardi, joka mahdollistaa evästeiden käyttämiseen liittyvän suostumuksen pyytämisen digitaalisten palveluiden käyttäjiltä ja sen välittämisen ymmärrettävässä muodossa digitaalisen mainosmaailman toimijoille.

TCF:n tarkoituksena on varmistaa, että standardiin sitoutuneet yritykset noudattavat EU:n yleistä tietosuoja-asetusta ja sähköisen viestinnän tietosuojadirektiiviä pyytäessään

¹ Transparency and Consent Framework, <https://iabeuropa.eu/transparency-consent-framework/>

suostumuksen evästeiden käyttöön ja informoidessaan evästeistä ja niillä kerätyn datan hyödyntämisestä. Samalla se edellyttää sitä, että informaatio ja valinnanmahdollisuudet annetaan tiettyssä, standardoidussa muodossa. Tämä edesauttaa informaation ymmärtämistä ja käyttäjän haluamien valintojen tekemistä. Tällä hetkellä TCF on ainoa ”kieli”, jolla suostumusta koskeva tieto voidaan välittää digimainonnan eri toimijoille, kuten kolmansille osapuolille, joilla ei ole dialogiin vaadittavaa suoraa rajapintaa verkkosivustojen käyttäjiin.

TCF:n uudistetussa 2.0 versiossa tarkennettiin kuluttajille annettavaa informaatiota pyrkien varmistamaan se, että suostumus on EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen mukaisesti tietoinen ja yksilöity. Esimerkiksi digitaalisen mainonnan osalta TCF mahdollistaa sen, että käyttäjä antaa suostumuksen (tai on antamatta sitä) tavallisten mainosten esittämiseen, personoidun mainosprofiilin muodostamiseen ja personoitujen mainosten valintaan (kuhunkin erikseen). Lisäksi TCF edellyttää, että evätesuostumusta koskevassa työkalussa yksilöidään kolmannet osapuolet, mukaan lukien se, mihin tarkoituksiin ne evästeitä käyttävät. Näin ollen se on monin tavoin yksityiskohtaisempi kuin voimassa oleva lainsäädäntö ja nyt lausunnolla oleva Traficomien evästeitä koskeva suositusluonnos. TCF:n mukaiset evätesuostumusta koskevat työkalut toteuttavat myös EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen suositamaa kerroksellista informointia.

TCF on käytössä hyvin laajasti erityisesti digitaalista mainostilaa myyvien julkaisijoiden ja mainosteknologiatoimittajien osalta: Euroopassa yli 100 000 verkkopalvelua käyttää TCF 2.0 yhteensopivaa mekanismia evätesuostumuksen pyytämiseksi ja yli 80 % mainosinventaarista on TCF 2.0 yhteensopiva. TCF:n kehitystyö kesti kolme vuotta, ja siihen otti osaa yli sata yritystä edustaen Euroopan suurimpia julkaisijoita, palveluntarjoajia ja mainostajia.

IAB Finland katsoo, että kansallisella, tarpeettoman yksityiskohtaisella ohjeistuksella ei saada kohtuuttomasti vaikeuttaa ko. globaalien standardien noudattamista ja suomalaisten yritysten mahdollisuuksia mainostaa palveluitaan tai myydä mainostilaa ja varmistaa mainosrahoitteisten, suomenkielisten palveluiden tarjoaminen globaaleilla digitaalisilla markkinoilla. Ohjeistuksen tulee perustua voimassa olevaan lainsäädäntöön.

2. Suosituksen soveltamisalasta

Suosituksen soveltamisalaa koskevassa kappaleessa 2 todetaan, että se koskee myös muita evästeiden kaltaisia tekniikoita, joiksi luetaan muun muassa verkkokutsuihin pohjautuvien tekniikoiden käyttö.

Sähköisen viestinnän palveluista annetun lain 205 §:n mukaan:

”evästeiden tai muiden palvelun käyttöä kuvaavien tietojen tallentaminen käyttäjän päätelaitteelle ja näiden tietojen käyttö on sallittua palvelun tarjoajalle, jos käyttäjä on antanut siihen suostumuksensa ja palvelun tarjoaja antaa käyttäjälle ymmärrettävät ja kattavat tiedot tallentamisen tai käytön tarkoituksesta.”

Teksti nimenomaisesti edellyttää sitä, että palvelun käyttöä kuvaavia tietoja tallennetaan käyttäjän päätelaitteelle, ja näin ollen suosituksen ei tule koskea tekniikoita, joissa tällaista palvelun käyttöä ei ole, eikä siihen liittyvää tietojen tallentamista käyttäjän päätelaitteelle tapahdu. Esimerkiksi sähköposteissa käytettävien, verkkokutsuihin pohjautuvien tekniikoiden avulla voidaan seurata, onko sähköpostissa olevaa sisältöä käytetty. Sähköpostin sisältämien

tietojen lisäksi minkäänlaista tietojen tallentamista käyttäjän päätelaitteelle ei tapahdu, vaan kyse on tavanomaisesta sivupyyntöjen yhteydessä tapahtuvasta tietojen välittämisestä. Tällaisessa tilanteessa suostumuksen pyytäminen olisi käytännössä äärimmäisen hankalaa ja/tai johtaisi tarpeettomien henkilötietojen keräämiseen, sillä palveluntarjoaja joutuisi ennakkolisesti yhdistämään sähköpostin vastaanottajatiedon verkkosivustolla mahdollisesti annettuun suostumukseen. Jos palveluntarjoaja ei voisi yhdistää tietoja (esimerkiksi tilanteessa, jossa sähköpostin vastaanottaja ei ole käynyt palveluntarjoajan verkkosivuilla antamassa tai epäämässä evästesuostumusta tunnistautuneena), tulisi tällaisten tekniikoiden käytöstä käytännössä mahdotonta. Suosituksella ei tule antaa lainsäädäntöä laajempaa tai tiukempaa ohjeistusta.

3. Evästeiden käytön edellytyksistä

Sähköisen viestinnän palveluista annetun lain 205 §:n toisen momentin mukaan:

”Edellä 1 momentissa säädetty ei koske tietojen sellaista tallentamista tai käyttöä, jonka ainoana tarkoituksena on toteuttaa viestin välittämistä viestintäverkoissa tai joka on välttämätöntä palvelun tarjoajalle sellaisen palvelun tarjoamiseksi, jota tilaaja tai palvelun käyttäjä on nimenomaisesti pyytänyt.”

Traficomien suositusluonnoksessa jaotellaan evästeet em. säädöksen mukaisesti suostumusta edellyttäviin evästeisiin ja evästeisiin, jotka eivät edellytä suostumusta. Suosituksen kohdan 3.2 otsikointi on ”Esimerkkejä evästeistä, jotka edellyttävät käyttäjän suostumusta” ja kohdan 3.3 ”Esimerkkejä evästeistä, jotka eivät edellytä käyttäjän suostumusta.” Katsomme, että evästeiden välttämättömyys on riippuvainen siitä kontekstista, jossa evästeitä käytetään. Kategorisen jaottelun sijaan kohdan 3.2 otsikoinnin tulisi kuulua ”Esimerkkejä evästeistä, jotka voivat edellyttää käyttäjän suostumusta”.

Suosituksen mukaan muun muassa sisällön personointiin liittyvät evästeet, pidempiaikaiset autentikointievästeet sekä analytiikkaevästeet eivät olisi edellä mainitun poikkeuksen piirissä, vaan edellyttävät suostumusta pykälän ensimmäisen momentin mukaisesti.

Sisällön räätälöinti käyttäjän antamien tietojen tai mielenkiinnonkohteiden mukaan, esimerkiksi erilaiset sisältönostot mediasivustoilla tai kotiosoitteen muistaminen reittisuunnittelusivustoa käytettäessä, on erottamaton osa moderneja digitaalisia palveluita. Sisällön personointi tekee palvelun käytöstä helppoa ja kiinnostavaa. Ilman räätälöintiä palvelut olisivat merkittävästi huonompia, sillä käyttäjä joutuisi muun muassa käyttämään aikaa etsiäkseen mielenkiintoista sisältöä tai syöttääkseen osoitteensa aina palvelua käyttäessään. Ko. evästeillä ei kohdenneta mainontaa, vaan pyritään ainoastaan palvelemaan käyttäjiä paremmin ja tarjoamaan henkilökohtaista palvelua aivan kuten kuluttajan vieraillessa kivijalkaliikkeessä. Personoinnista on tullut niin olennainen ja erottamaton osa laadukkaita digitaalisia palveluita, että käyttäjien on vaikea kuvitella tiettyjä palveluita ilman personointia. Kilpaillakseen globaaleilla digitaalisilla markkinoilla suomalaisten digitaalisten palveluiden on välttämätöntä voida tarjota oletusarvoisesti korkealaatuisia, helppokäyttöisiä palveluita.

Myös Euroopan tietosuojaneuvoston (”EDPB”) ohjeistuksen mukaan personointi voi olla erottamaton osa digitaalisia palveluita:

"The EDPB acknowledges that personalisation of content may (but does not always) constitute an essential or expected element of certain online services, and therefore may be regarded as necessary for the performance of the contract with the service user in some cases. Whether such processing can be regarded as an intrinsic aspect of an online service, will depend on the nature of the service provided, the expectations of the average data subject in light not only of the terms of service but also the way the service is promoted to users, and whether the service can be provided without personalisation."²

Siltä osin kuin sisällön personointi on olennainen osa digitaalista palvelua, evästeiden käyttö on välttämätöntä palveluntarjoajalle sellaisen palvelun tarjoamiseksi, jota palvelun käyttäjä on nimenomaisesti pyytänyt. Näin ollen personoinnin tulee ainakin tiettyjen palveluiden osalta olla 205 § 2 momentin poikkeuksen piirissä.

Myös pidempiaikaisilla autentikointievästeillä pyritään samaan kuin sisällön personoinnilla: parempaan ja helppokäyttöisempään palveluun. Kun Internetin käyttö on siirtynyt perinteisistä pöytätietokoneista yhä moninaisempiin ruutuihin, on käytettävyyteen kiinnitettävä erityistä huomiota. Jos esimerkiksi käyttäjä joutuisi näppäilemään kaukosäätimellä käyttäjätunnuksensa ja salasansansa joka kerta, kun hän käyttää striimauspalvelua TV-vastaanottimensa kautta, olisi käyttökokemus radikaalisti huonompi kuin silloin, jos aiempi autentikointi muistettaisiin. Katsomme, että kyse on evästeiden käytöstä käyttäjän pyytämän palvelun tarjoamiseksi, ja näin ollen esitämme, että pitempiaikaiset autentikointievästeet eivät edellytä suostumusta edellyttäen, että evästeitä ei käytetä muihin tarkoituksiin.

Kehittämis- ja analytiikkaevästeiden avulla kerätään tietoa siitä, miten palvelua käytetään. Niiden avulla kerätään myös tietoa siitä, kuinka monta kävijää ko. sivustolla on. Esimerkiksi valtaosa suomalaisten mediatyhtiöiden verkkosivustoista on ainakin osin mainosrahoitteisia. Mainosmyynnin kannalta on keskeistä tietää, kuinka paljon sivustolla on kävijöitä. Jos suomenkielistä, laadukasta journalistista sisältöä julkaisevat sivustot eivät voisi laskea sivuston kävijämääriä luotettavalla tavalla, on riskinä, että mainosrahoista yhä suurempi osuus virtaa globaaleille datajäteille. Tämä haastaa suomalaisten mediatyörytysten toimintaedellytyksiä ja kansalaisten oikeutta vastaanottaa tietoa.

EDPB:n edeltäjän Working Party 29 evätesuostumuksen poikkeusta koskevan ohjeistuksen mukaan analytiikkaevästeet eivät todennäköisesti sisällä riskiä yksityisyydensuojalle:

"first party analytics cookies are not likely to create a privacy risk when they are strictly limited to first party aggregated statistical purposes and when they are used by websites that already provide clear information about these cookies in their privacy policy as well as adequate privacy safeguards"³

Sähköisen viestinnän tietosuoja-asetusta koskevan viimeisimmän luonnoksen mukaan yleisömittaukseen liittyvät evästeet ovat sallittuja ilman suostumusta:

² EPDB, Guidelines 2/2019 on the processing of personal data under Article 6(1)(b) GDPR in the context of the provision of online services to data subjects, kohta 54.

³ Working Party 29, Opinion 04/2012 on Cookie Consent Exemption, s. 9.

*"is necessary for the sole purpose of audience measuring, provided that such measurement is carried out by the provider of the service requested by the end-user, or by a third party, or by third parties jointly on behalf of or jointly with provider of the service requested provided that, where applicable, the conditions laid down in Articles 26 or 28 of Regulation (EU) 2016/679 are met"*⁴

Ottaen huomioon usean eurooppalaisen tietosuojavaltuutetun kannan olla puuttumatta analytiikkaevästeisiin sekä tulevan sähköisen viestinnän tietosuoja-asetuksen, esitämme, että kehittämis- ja analytiikkaevästeet olisivat 205 §:n toisen momentin poikkeuksen piirissä edellyttäen, että evästeitä käytetään yksinomaan ko. tarkoituksiin, ja että niistä informoidaan asianmukaisesti.

Edellä mainitut ehdotuksemme ovat yhdenmukaisia sen kanssa, että komission ehdotus sähköisen viestinnän tietosuoja-asetukseksi pohjautuu ajatukseen, että suostumusta ei edellytetä evästeiltä, jotka eivät ole merkityksellisiä käyttäjän yksityisyydensuojalle, ja jotka parantavat Internetin käyttökokemusta:

*"no consent is needed for non-privacy intrusive cookies that improve internet experience"*⁵

Erilliset "muista minut" -tyyppiset ponnahdusikkunat evästesuostumuspyynnön jälkeen olisivat omiaan heikentämään palveluiden käyttökokemusta ja lisäämään suostumuspyyntöihin liittyvää väsymystä. Ns. consent fatigue -ilmiön välttämiseksi suostumus tulee käsittelyperusteena varata ainoastaan tilanteisiin, jotka ovat aidosti merkityksellisiä käyttäjän yksityisyydensuojalle. Ottaen huomioon, että autentikointi- ja personointievästeet sekä tietyin edellytyksin analytiikka- ja kehittämisevästeet ovat välttämättömiä käyttäjän pyytämän palvelun tarjoamiseksi ja niiden tarkoituksena on parantaa Internetin käyttökokemusta, eikä niillä ole merkittävää vaikutusta käyttäjän yksityisyydensuojalle, tulisi ko. evästeiden olla suostumusvaatimusta koskevan poikkeuksen piirissä.

3. Suostumuksen pyytämisestä ja osoittamisesta

Suosituksen kappaleen 4.1 mukaan sivuston tulee toimia oletuksena vain välttämättömiin evästeisiin perustuen, mikäli käyttäjä jatkaa palveluun evästevalintoja tekemättä. Edelleen suosituksen mukaan käyttäjää ei tule ohjailta tekemään valintoja esimerkiksi värivalinnoin.

EDPB:n ohjeistuksen mukaan:

"consent can only be an appropriate lawful basis if a data subject is offered control and is offered a genuine choice with regard to accepting or declining the terms offered".⁶

⁴ Proposal for a Regulation of the European parliament and of the Council concerning the respect for private life and the protection of personal data in electronic communications and repealing Directive 2002/58/EC (Regulation on Privacy and Electronic Communications), 10.2.2021, s. 60.

⁵ Komission verkkosivusto, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/eprivacy-regulation>

⁶ EDPB, Guidelines 05/2020 on consent under Regulation 2016/679, kohta 3.

Em. ohjeistuksen kohdan 40 mukaan suostumusta ei pidettäisi vapaaehtoisesti annettuna, jos käyttäjän tulee palveluun päästäkseen antaa suostumus evästeiden käyttämiseen (ns. cookie wall).

Pätevä suostumus edellyttää EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen ja edellä mainitun EDPB:n ohjeistuksen mukaan sitä, että käyttäjälle annetaan aito valinnanmahdollisuus. Ne eivät edellytä sitä, että palveluntarjoaja tulkitsee käyttäjän passiivisuudesta sen, että suostumus jätetään antamatta, vaan palveluntarjoajalla tulee olla vapaus vaatia käyttäjältä tahdonilmaisua. Jos käsittelyperusteena on suostumus, palveluntarjoaja voi edellyttää käyttäjältä sitä, että suostumus annetaan tai se jollakin vastaavalla toimenpiteellä, esimerkiksi napinpainalluksella, jätetään antamatta. Kyse ei ole siitä, että evättäisiin käyttäjän pääsy palveluun, jos suostumusta ei anneta, vaan siitä, että edellytetään käyttäjältä tahdonilmaisua ennen palvelun käyttämistä. Näin toimimalla palveluntarjoaja osaltaan noudattaa EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen osoitusvelvollisuutta.

Traficomien suosituksen kappaleessa 4.1 on myös todettu, että suostumuksen antamisesta kieltäytymisen tulee olla yhtä helppoa kuin suostumuksen antamisen. Lainsäädännöstä ei löydy tukea vaatimusten asettamiselle sille, miten suostumuksen antamisesta kieltäydytään.

Edelleen palveluntarjoajan päätettävissä tulee olla, minkälainen visuaalinen ilme palvelulla kokonaisuudessaan on. Viranomaisen ei tule määritellä sitä, miten yritykset esittävät valinnat, esimerkiksi määritellä värejä, joita käyttäjälle esitettävissä valinnoissa käytetään.

Mitä tulee oikeutettua etua koskevaan kohtaan, pitää paikkansa, että oikeutettu etu ei voi olla oikeusperuste evästeiden asettamiselle. Kohtaa tulisi kuitenkin selkeyden vuoksi täsmentää, että oikeutettu etu on yksi EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen mukaisista oikeusperusteista evästeiden kautta saatujen henkilötietojen käsittelylle EDPB:n linjauksen mukaisesti:

*"[...] a subset of the processing in question, namely the placing or reading of cookies must comply with the national provision transposing article 5(3) of the ePrivacy Directive. Subsequent processing of personal data including personal data obtained by cookies must also have a legal basis under article 6 of the GDPR in order to be lawful."*⁷

Siten yritysten tulee olla mahdollisuus käyttää evästesuostumusten pyytämiseen käytettävää mekanismia myös siihen, että annetaan käyttäjälle mahdollisuus vastustaa oikeutettuun etuun perustuvaa henkilötietojen käsittelyä.

Yllä mainituin perustein esitämme, että suostumuksen pyytämiseen käytettävän mekanismin toiminnallisuuksien yksityiskohdat ja visuaalinen ilme ovat palveluntarjoajan päätettävissä. Olennaista on, että käyttäjälle annetaan aito, tietoon perustuva valinnanmahdollisuus EU:n yleisen tietosuoja-asetuksen mukaisesti.

Mitä tulee suostumuksen osoittamiseen, niin ohjeistusluonnoksessa todetaan, että palveluntarjoajan tulee vähintään tallentaa tarpeelliset tunnistetiedot sen osalta, *kuka*

⁷ EDPB, Opinion 5/2019 on the interplay between the ePrivacy Directive and the GDPR, in particular regarding the competence, tasks and powers of data protection authorities, kohta 41.

suostumuksen antoi. Käytännössä suostumus tallennetaan evästeeseen tai selaimen paikalliseen tietovarastoon ilman käyttäjää suoraa tunnistavia henkilötietoja. Näin ollen on kohtuutonta edellyttää sitä, että osoitetaan tietty suostumuksen antanut henkilö. Jotta vältetään tarpeettomien henkilötietojen käsittely, osoittamisvelvollisuuden tulee korkeintaan koskea sitä, miltä selaimelta/laitteelta suostumus on annettu. Näin ollen esitämme luonnoksen tarkentamista tältä osin.

4. Lopuksi

EU:n yleinen tietosuoja-asetus muutti suostumuksen määritelmää, ja sen jälkeen kuin sen soveltaminen vuoden 2018 toukokuussa alkoi, ovat yritykset odottaneet tietosuojavaltuutetun toimiston ja Traficom:n yhdenmukaista evästelinjausta. Näin ollen uusi ohjeistus otetaan vastaan kiittäen.

On kuitenkin kyseenalaista, että Traficom:n aiemmasta tulkinnasta siirrytään tulkintaan, joka on yksi Euroopan tiukimmista. Ottaen huomioon nyt jo trilogineuvotteluissa olevan uuden sähköisen viestinnän tietosuoja-asetuksen, niin on kohtuutonta edellyttää yrityksiä tekemään radikaaleja muutoksia nyt käytössä oleviin evästesuostumuksia koskeviin mekanismeihin. Ohjeistus sellaisenaan johtaisi yrityksille merkittäviin lisäkustannuksiin ja/tai siihen, että modernien digitaalisten palveluiden tarjoaminen kuormittaisi käyttäjiä alituisin suostumuspyynnöin. Nykyversion hyväksyminen tekisi myös globaalin suostumustenhallintamekanismin, TCF:n, käyttämisestä hankalaa, ja voisi johtaa siihen, että yhä suurempi osuus mainoseuroista virtaisi globaaleille datajäteille. Edellytämme, että viranomaisohjeistus huomioi tämän taustan ja yllä esitetyt muutosehdotukset suomalaisten yritysten kilpailukyvyn ja oikeusvarmuuden takaamiseksi.

IAB FINLAND RY

Pasi Raassina
Toiminnanjohtaja

Anna Paimela
Hallituksen jäsen

IAB Finland

IAB syntyi yli kaksikymmentä vuotta sitten, kun internet otti ensiaskeleitaan tuoden jotain aivan uutta markkinointiin. Nähtiin, että muutoksesta on mahdollista synnyttää kasvua luomalla uutta ymmärrystä ja kehittämällä uudenlaista osaamista yrityksille ja yksilöille. Tänäpäin IAB:ta tarvitaan enemmän kuin koskaan, jotta yritykset ja yksilöt pysyvät mukana markkinoinnin muutoksessa. IAB luo puolueetonta tietoa ja tarjoaa sitä helposti ja innostavassa muodossa jäsenilleen ja suurelle yleisölle.

IAB Finlandin jäsenenä on yli 120 suomalaista yritystä. Jäseniin kuuluvat esimerkiksi kaikki suurimmat mediayhtiöt, merkittävimmät media- ja digitoimistot sekä suuri osa suurimmista mainostajista. IAB Finland on yhdessä yli kahdenkymmenen muun eurooppalaisen maaorganisaation kanssa IAB Europan jäsen.

www.iab.fi