

ETICKÝ KODEX PROJEKTU AdMONITORING - MONITORINGU INTERNETOVÉ REKLAMY V ČESKÉ REPUBLICE

I.

Úvodní ustanovení

- 1) Účelem tohoto etického kodexu (dále jen „Kodex“) je stanovit základní pravidla pro deklaraci dat zapojených subjektů v rámci Projektu a to především v té oblasti, která není postížená žádnou jinou úpravou, konkrétně platnou metodikou Projektu, smlouvou o zapojení médií do Projektu, resp. smlouvou o odběru dat AdMonitoringu.
- 2) Cílem Kodexu je nastavit chování deklarujících subjektů tak, aby Projekt českému trhu přinesl maximálně kvalitní monitoring internetové reklamy.
- 3) Cílem Kodexu je nastavit taková pravidla chování deklarujících subjektů tak, aby každý jeden z účastníků nepoškozoval dobré jméno Projektu a tím i jeho Zadavatele Sdružení pro internetovou reklamu v ČR, z. s. p. o. (dále jen „SPIR“).
- 4) Každý člen SPIRu resp. subjekt, který má právní vztah se SPIR založený na odběru dat resp. je zapojen do deklarací je povinen dbát Etického kodexu a to především v těchto oblastech:
 - bezdůvodně nezpochybňovat věrohodnost a nezávislost dat publikovaných v Projektu
 - pracovat tak, aby monitoring internetové reklamy byl co nejprůkaznější

II.

Etické zásady zapojených subjektů

- 1) Zapojené subjekty (viz Příloha č. 1 Seznam zapojených subjektů) budou dbát na správnou deklaraci nákupních modelů zadavatelů, kteří inzerují napřímo, tedy ne prostřednictvím mediální agentury.
- 2) Zapojené subjekty budou při vyzvání ke kontrole kampaní takovýchto zadavatelů v maximální míře spolupracovat s Realizátorem Projektu a v případě zjištění nesrovnalosti v deklarovaných datech učiní potřebné kroky vedoucí k jejich nápravě a to bez zbytečného odkladu od zjištění nesrovnalostí.
- 3) Zapojené subjekty budou dále správně deklarovat nákupní modely a ceníky včetně důsledného používání poměrů rotací.
- 4) Zapojené subjekty garantují aktualizaci ceníkových nákupních podmínek (a to bez zbytečného odkladu po jejich změně) pro nabízené reklamní pozice a jejich kombinace na definovaném místě definovaným způsobem tak, aby ceníky odpovídaly veřejně dostupným ceníkům.
- 5) Zapojené subjekty se zavazují důsledně deklarovat všechny svoje kampaně tak, jak popisuje metodika Projektu.

sídlo: Korunní 79/1171, 13000, Praha 3

telefon: 224 251 250 e-mail: info@spir.cz internet: www.spir.cz

bankovní spojení: Raiffeisenbank č.účtu: 375076001/5500 IČO: 70108005 DIČ: CZ70108005

III. Závěr

- 1) Etický kodex je nadřazen metodice Projektu, fakticky ji doplňuje a je pro každého účastníka Projektu závazný. Jeho nedodržování by bylo posuzováno jako záměrná manipulace s výsledky Projektu se všemi vyplývajícími důsledky. Garantem dodržování Kodexu je Výkonná rada SPIR zastupující Valnou hromadu SPIR.

Schváleno dne 14.9.2010 na zasedání Výkonné rady SPIR

Příloha č. 1 Seznam zapojených subjektů k září 2010 (seznam se může v průběhu Projektu měnit):

AdMarket.cz
AliaWeb
ARBOinteractive
Business Media
Centrum Holdings
CET 21
Economia
Finance media
Impression Media
Internet Info
MAFRA
Mladá fronta
Ringier ČR
Sanoma Magazines Praha
Seznam.cz