

PRAVIDLÁ PRE INTERNETOVÉ MÉDIÁ ZARADENÉ DO MERANIA AIMmonitor

1. PREAMBULA

Primárnym cieľom Pravidiel pre internetové médiá zaradené do merania AIMmonitor je zabezpečenie jednotného výkladu pojmov, zvýšenie transparentnosti a prehľadnosti merania AIMmonitor a zjednodušenie jeho výstupov.

2. TERMINOLÓGIA

2.1. Prevádzkovateľ

2.1.1. Spoločnosť, ktorá prevádzkuje internetové reklamné médium alebo médiá na doméne druhej úrovne a je ich vlastníkom.

2.1.2. Media representative - subjekt, ktorý výhradne zastupuje médium alebo médiá v predaji reklamného priestoru na základe zmluvy alebo obchodnej dohody s týmito médiami.

2.2. Médium – súhrn služieb, ktoré bežia na rovnakej doméne druhej úrovne.

2.3. Kategória – zlučuje tematicky podobné médiá/brandy/služby zapojených prevádzkovateľov. Tematické zameranie kategórie je definované jej názvom.

2.4. Služba – súhrn www stránok, ktoré tvoria obsahový celok. Doména druhej úrovne služby je zhodná s doménou druhej úrovne média.

2.5. Sekcia – ľubovoľná časť služby.

2.6. Podsekcia – ľubovoľná časť sekcie služby.

2.7. Uzol – ľubovoľný bod stromu s priradenou návštevnosťou (médium, služba, sekcia, podsekcia).

2.8. Každá služba/sekcia/podsekcia môže byť súčasťou len jedného média.

2.9. Brand - www sídlo, ktorého spoločným menovateľom je jediná doména druhej úrovne.

2.9.1. Do návštevnosti brandu sa započítava výhradne návštevnosť a prístupy, realizované na tejto jedinej doméne resp. jej subdoménach. Prístupy realizované na iných doménach druhej úrovne nemôžu byť započítavané do návštevnosti tohto brandu.

2.9.2. Merací kód môže byť uverejnený len na stránkach, obsahujúcich povinný zjednocujúci designový prvok (predovšetkým logo brandu, resp. linka) umožňujúci návrat na hlavnú stránku a umiestnený v hornej časti stránky vždy viditeľný pri načítaní stránky bez scrolovania:

a) pri rozlíšení 1024x768 na počítačoch,

b) v landscape móde pri 100% zobrazení na mobiloch a tabletoch.

2.9.3. Brand môže byť rozdelený na sekcie a podsekcie.

2.10. Pack - ľubovoľná kombinácia brandov, sekcií a podsekcí. V prípade, že jednotlivé časti packu patria viacerým prevádzkovateľom, je pre zaradenie packu potrebný súhlas všetkých prevádzkovateľov.

2.10.1 Pack bude zreteľne označovaný ako pack. Súčasťou výstupov z merania je legenda zobrazujúca obsah packu.

2.10.2 Pack bude zverejňovaný v samostatných tabuľkách.

3. Hlavný zverejňovaný údaj v prípade denných, týždenných a mesačných dát je hodnota RU PC.

4. Hlavným (primárne zverejňovaným) rebríčkom je rebríček brandov zoradený podľa návštevnosti RU PC. V online rebríčku je možné každé médium, ktoré má zverejnené sekcie rozkliknúť a vidieť jeho neprívátne sekcie. Každá verejná sekcia ide opäť rozkliknúť, aby boli vidieť podsekcie. V online rebríčku brandov bude pri každom brande, sekcii alebo podsekcii uvedený v zátvorke počet

subdomén, na ktorých bol zaznamenaný traffic tejto sekcie. Po kliknutí na toto číslo sa zobrazí zoznam subdomén zoradený podľa počtu PV v danom období.

5. PRAVIDLÁ PRE UMIESTŇOVANIE MERACÍCH KÓDOV

- 5.1. Merací kód je možné umiestňovať len do HTML kódu webových stránok, ktoré bežia na jedinej, primárnej doméne druhého radu, rovnakej s menom brand.
- 5.2. Merací kód nesmie byť umiestnený na stránkach:
 - s neetickým alebo nelegálnym obsahom v rozpore so zákonmi Slovenskej republiky,
 - s obsahom v rozpore s Kódexom preberania obsahu na internete, ktorého platná verzia je zverejnená na www.iabslovakia.sk
 - zameraných primárne na pornografický obsah, ako aj stránkach, ktoré sú vyžadované ako podmienka prístupu k pornografickému obsahu (homepage, registrácia, prihlasovanie do systému, apod.) prípadne iné stránky, ktorými používateľ musí prejsť, pokiaľ chce k tomuto obsahu získať prístup alebo priamo súvisia s pornografickým obsahom.

V prípade nejednoznačnosti výkladu zaradenia meracích kódov na stránku rozhoduje Metodická komisia IAB Slovakia.

- 5.3. Merací kód nesmie byť umiestnený v stránkach, ktoré sa obnovujú (refreshujú) automaticky, tzn. bez akcie užívateľa. Taktiež nesmie byť merací kód umiestnený do stránok, ktoré obsahujú automatické presmerovanie na iné stránky.
- 5.4. Vo všetkých stránkach, ktoré nie sú vyžiadané užívateľom kliknutím na príslušný link alebo obrázok s preklikom, nesmie byť umiestnený merací kód. Toto sa týka predovšetkým pop-up okien. Merací kód môže byť umiestnený do takýchto stránok iba v prípade, ak je táto možnosť prednastavené vypnutá a užívateľ si môže explicitne zapnúť automatické otváranie pop-up okna.
- 5.5. Ak je stránka tvorená viacerými framy (rámy), môže byť merací kód umiestnený len do jedného z nich. Merací kód musí patriť médiu, ktoré má doménu druhého radu zhodnú s doménou druhého radu v adresnom riadku prehliadača .
- 5.6. Do html kódu jednej meranej stránky je povolené umiestniť len jeden merací kód. (Pokiaľ Realizátor neurčí inak.)
- 5.7. Nie je povolené prevádzkať akékoľvek modifikácie meracieho kódu.
- 5.8. Každé merané médium musí použiť aspoň dve merané sekcie. Jeden merací kód je výhradne určený pre hlavnú stránku „Homepage“. Kód určený pre hlavnú stránku nesmie byť použitý pre meranie iných stránok média.
- 5.9. Meracie kódy nie je dovolené vkladať dovnútra kódov slúžiacich pre zobrazovanie reklamného obsahu.
- 5.10. Prevádzkovateľ média sa zaväzuje informovať realizátora o stránkach obsahujúcich java applety, flashové hry, chaty, časti tvorené pomocou AJAX technológie, apod. V týchto prípadoch je nutné využiť špeciálne metódy umiestňovania meracích kódov do stránok založených na podobných technológiách.
- 5.11. V prípade, že stránka s meracím kódom nie je stránkou plnohodnotnou, je jej prevádzkovateľ povinný vyvinúť maximálne úsilie, aby bol možný prístup na túto stránku výhradne a bezprostredne cez médium, ktorému je návštevnosť tejto stránky započítavaná. A to spravidla v prípadoch, ak ide o spoluprácu jednotlivých prevádzkovateľov. Plnohodnotnou stránkou sa rozumie taká stránka, ktorej okno obsahuje adresný riadok (URL bar) s kompletným URL danej stránky. Len v prípade, že novo otvorené okno má vždy rovnakú doménu druhého radu ako okno, z ktorého bolo otvorené, nemusí toto novo otvorené okno obsahovať adresný riadok. Pokiaľ prevádzkovateľ chce mať okno stránky so skrytým adresným riadkom, a toto okno je prístupné z inej domény druhého radu než je doména tohto novo otváraného okna, nemôže byť

v zdrojovom kóde novo otváraného okna umiestnený merací kód. Zároveň sa prevádzkovateľ zaväzuje informovať realizátora o takých stránkach.

- 5.12. V prípade, že na stránkach meraného média nie sú umiestnené meracie skripty trvale po dobu celého meraného mesiaca nie je možné toto médium zahrnúť do mesačného spracovania a následne potom do spracovania sociodemografických výsledkov.
- 5.13. Ak služba obsahuje súvisiaci obsah (napr. fotogalérie, galérie, diskusie, ankety, apod), tak nie je možné tento súvisiaci obsah započítavať do návštevnosti iného brandu. V prípade nejasností pri uplatnení tohto pravidla rozhoduje Metodická komisia IAB Slovakia.
- 5.14. V prípade využitia technológie AJAX pre zobrazovanie obsahu v rámci meraných stránok, kde je obsah načítaný asynchrónne a nie je možné na stránku umiestniť meracie skripty štandardným spôsobom, je možné započítať zobrazenie PV len v takom prípade, kedy po akcii užívateľa, typicky po kliknutí myšou, je načítaný a zobrazený veľkostne významný obsah, ktorý vedie zároveň k znovunačítaniu reklamného pola. Významná zmena obsahu je stanovená orientačne na 50% zobrazenej stránky v okne prehliadača. Špecifickým prípadom sú mapové služby, kde je možné započítať ako PV len klik na bod záujmu na mape, ktorý vedie k zmene obsahu a reklamného odkazu.
Pri každej akcii užívateľa (vrátane načítania stránky) smie byť započítané maximálne jedno PV. Ak nie sú splnené tieto podmienky, je prevádzkovateľ povinný kontaktovať realizátora a dohodnúť si vhodný postup pre evidenciu užívateľských akcií. V sporných prípadoch rozhoduje Metodická komisia.
- 5.15. Všetky stránky príslušného média musia mať vložený merací kód, vrátane preddefinovaných chybových stránok. Pokiaľ prevádzkovateľ média nechce umiestniť merací kód na všetky bežne prístupné stránky a ide o väčší rozsah stránok, nebudú pre dané médium ako celok ani pre jeho prípadné sekcie stanovené sociodemografické štatistiky. Prevádzkovateľ média sa zaväzuje informovať realizátora o stránkach, ktoré nie sú vybavené meracím skriptom.

6. ZVEREJŇOVANIE VÝSLEDKOV

- 6.1. Voľne dostupné budú parametre každého meraného média tak, ako sú zobrazené na www.aimonitor.sk.
- 6.2. Každý užívateľ súhlasí so zverejnením a publikovaním týchto výstupov pre verejnosť v online aj offline podobe.
- 6.3. V prípade pochybností o nameraných hodnotách AIMonitor má Metodická komisia IAB Slovakia právo prešetriť obsah ľubovoľnej sekcie, vrátane privátnej sekcie, pričom dodávateľ výskumu je povinný poskytnúť Metodickému komisii súčinnosť. Prešetreniu musí predchádzať vyžiadanie stanoviska prevádzkovateľa média ku vzniknutej situácii. V prípade, že pochybnosti aj napriek vysvetleniu pretrvávajú, musí sa Metodická komisia IAB Slovakia jednoducho väčšinou zhodnúť na potrebe sprístupniť dáta o meraných podsekciami. Dodávateľ výskumu je následne povinný poskytnúť požadované dáta. Členovia Metodického IAB Slovakia komisie sú povinní zachovať mlčanlivosť o zistených skutočnostiach, zverejniť môžu len informácie či došlo alebo nedošlo k porušeniu pravidiel a či boli alebo neboli nedostatky odstránené.

7. PRAVIDLÁ PRE RADENIE ONLINE MÉDIÍ DO KATEGÓRIÍ

- 7.1. Je na rozhodnutí prevádzkovateľa média, ako svoje médium, prípadne službu/sekcii/podsekcii rozčleniť, a do ktorých kategórií zaradiť. Zaradenie musí byť však v súlade s týmito pravidlami.
- 7.2. Média, ktoré majú viac rôznych služieb, povinne zverejňujú návštevnosť Hlavnej stránky. Média, ktoré obsahujú vo svojej návštevnosti webhostingové služby, tak povinne zverejňujú návštevnosť hostovaných stránok v podobe uzlu, ktorý agreguje návštevnosť všetkých hostovaných stránok. Tento uzol je nazvaný „Hosting – klientské stránky“. V prípade nejednoznačnosti o tom, či ide o hosting, rozhoduje Metodická komisia. Uzly „Hlavná stránka“ a „Hosting – klientské stránky“ sa musia zverejňovať na najvyššej úrovni stromu Média.

- 7.3. Každá verejne prístupná Služba musí byť zaradená v príslušnej kategórii, pokiaľ je možné ju do niektorej z existujúcich kategórií zaradiť.
- 7.4. Médium je povinné zverejniť v strome všetky samostatné služby, ktoré tvoria viac ako 5% mesačnej návštevnosti média podľa hodnoty RU PC v danom mesiaci. Za kontrolu zodpovedá Realizátor.
- 7.5. Členenie média alebo jeho služby/sekcie/podsekcie do konkrétnej kategórie musí logicky zodpovedať jeho obsahu a zameraniu.
- 7.6. Prevádzkovateľ média môže požiadať Metodickú komisiu o stanovisko, ako korektne zaradiť službu/sekcii/podsekcii do príslušnej kategórie.
- 7.7. Prevádzkovateľ média upozorní Realizátora a Metodickú komisiu na prípadnú zmenu zaradenia svojho média a na ďalšie zmeny, ktoré by mohli mať vplyv na transparentnosť merania.
- 7.8. Každé jednotlivé médium alebo jeho služba/sekcia/podsekcia môže byť ako celok prezentované iba v jednej kategórii. Podsekcia takéhoto celku môže byť zaradená aj v jednej ďalšej kategórii.
- 7.9. V kategórii nemôže byť zaradený uzol stromu, ktorý zlučuje návštevnosť dvoch rôznych Služieb.
- 7.10. Ak médium nie je možné jednoznačne zaradiť do jednej z kategórií (tj. médium obsahuje súhrn služieb, ktoré sa výrazne líšia svojím obsahom a zameraním), nemusí byť médium zaradené v žiadnej z kategórií a bude prezentované iba v celkovom základnom strome online či offline výstupov AIMmonitora.
- 7.11. V každej kategórii môže byť prezentovaný ľubovoľný počet zástupcov média.
- 7.12. Do jednotlivých kategórií je možné zaradiť iba uzly verejne viditeľné v AIMmonitor.
- 7.13. Uzol a jeho poduzol nemôžu byť v rovnakej kategórii.
- 7.14. Služby, sekcie a podsekcie musia byť nazvané vo formáte domény tretieho rádu – napríklad sluzba.medium.sk. Pokiaľ sa jedná o iné označenie, tak sa na koniec názvu doplní informácia v tvare „/názovmedia.sk“.
- 7.15. Porušením týchto pravidiel sa rozumie napr. nesprávne zaradenia média alebo jeho časti, teda také zaradenie, ktoré nezodpovedá svojím obsahom zvolenej kategórii. Za porušenie týchto pravidiel môže byť médium sankcionované na základe rozhodnutia Metodickej komisie.
- 7.16. Stanovenie sankcií má vo svojej kompetencii Metodická komisia IAB Slovakia.

8. ÚČINNOSŤ PRAVIDIEL

Tieto pravidlá boli odsúhlasené Metodickou komisiou IAB Slovakia ku dňu 20. júla 2015 a sú účinné od 1. augusta 2015.