

Príloha číslo 4

k Zmluve o účasti vo výskume IABmonitor – Pravidlá pre internetové médiá zaradené do merania IABmonitor

1. PREAMBULA

Primárnym cieľom Pravidiel pre internetové médiá zaradené do merania IABmonitor je zabezpečenie jednotného výkladu pojmov, zvýšenie transparentnosti a prehľadnosti merania IABmonitor 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 tématicky podobné médiá/brandy/služby zapojených prevádzkovateľov. Tématické zameranie kategórie je definované jej názvom a popisom.

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.
 - 2.11. Pravidlá sú Pravidlá pre internetové médiá zaradené do výskumu IABmonitor.
 - 2.12. Komisia je Metodická komisia IAB Slovakia.
- 3. Hlavný zverejňovaný údaj v prípade denných, týždenných a mesačných dát je hodnota RU všetci (zo Slovenska aj zahraničia) a TOTAL (za všetky platformy).
 - 4. Hlavným (primárne zverejňovaným) rebríčkom je rebríček brandov zoradený podľa návštevnosti RU všetci (zo Slovenska aj zahraničia) a TOTAL (za všetky platformy). 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, a pod.) 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 prednastavene vypnutá a užívateľ si môže explicitne zapnúť automatické otváranie pop-up okna. Merací kód nemôže byť umiestnený do iFrame.
- 5.5. Do html kódu jednej meranej stránky je povolené umiestniť len jeden merací kód (Pokiaľ Realizátor neurčí inak).

- 5.6. Nie je povolené prevádzať akékoľvek modifikácie meracieho kódu.
- 5.7. 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.
- 5.8. Meracie kódy nie je dovolené vkladať dovnútra kódov slúžiacich pre zobrazovanie reklamného obsahu.
- 5.9. 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.
- 5.10. 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.
- 5.11. 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.
- 5.12. 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.
- 5.13. V prípade využitia technológie pre zobrazovanie obsahu v rámci meraných stránok, v rámci ktorej sa obsah načítava 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, klávesou, prípadne potiahnutím prsta na mobilnom zariadení (swipe), je načítaný a zobrazený veľkostne významný obsah a to za nasledovných podmienok:
 - veľkostne významný obsah znamená zmenu aspoň 50 % plochy práve zobrazeného obsahu stránky a to výlučne na tej časti, ktorá je pre užívateľa viditeľná, teda na obrazovke zariadenia (vo viewporte) meranej stránky oproti pôvodnej stránke, ktorá už bola započítaná do PV pred akciou užívateľa;
 - do veľkostne významného obsahu sa nezapočítava plocha, na ktorej je zobrazená reklama;
 - pri každej akcii užívateľa (vrátane načítania stránky) smie byť započítaná maximálne jedna 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.

5.14. 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. PRAVIDLÁ PRE JEDNOTNÉ POMENOVÁVANIE MERANÝCH MÉDIÍ

6.1. Pre účely prehľadného spracovávania dát je nutná jednotná štruktúra pomenovávania všetkých meraných médií a sekcií. Pomenovávanie musí v každej úrovni spĺňať nasledujúce pravidlá:

Na úrovni Médií:

1. úroveň – médium
2. úroveň – sekcia / podsekcia

V rámci podsekcie už nie je potrebné spomínať názov média.

Príklad: Aktuality.sk >> diva.aktuality.sk >> fórum

Na úrovni Prevádzkovateľa:

1. úroveň – prevádzkovateľ
2. úroveň – médium
3. úroveň – sekcia / podsekcia

Ringier Axel Springer SK >> Aktuality.sk >> diva.aktuality.sk >> fórum

6.2. Názov služby, sekcie, podsekcie môže mať najviac 30 znakov a obsahovať len písmená, číslice, medzeru, bodku, vertikálnu zvislú čiaru – pajpu.

7. ZVEREJŇOVANIE VÝSLEDKOV

7.1. Voľne dostupné budú parametre každého meraného média tak, ako sú zobrazené monitor.iabslovakia.sk.

7.2. Každý užívateľ súhlasí so zverejnením a publikovaním týchto výstupov pre verejnosť v online aj offline podobe.

7.3. V prípade pochybností o nameraných hodnotách IABmonitor má Metodická komisia IAB Slovakia právo prešetriť obsah ľubovoľnej sekcie, vrátane privátnej sekcie, pričom dodávateľ výskumu je povinný poskytnúť Metodickému komisiu súčinnosť. Dodávateľ výskumu je povinný poskytnúť požadované dáta. Členovia Metodickému komisie IAB Slovakia sú povinní zachovať mlčanlivosť o zistených skutočnostiach. Zverejniť môžu len informácie či došlo alebo nedošlo k porušeniu pravidiel pričom sa môžu odvolať vo svojom vyjadrení na jednotlivé body Pravidiel. Takisto sa členovia Metodickému komisie môžu vyjadriť či boli alebo neboli nedostatky odstránené.

8. PRAVIDLÁ PRE RADENIE ONLINE MÉDIÍ DO KATEGÓRIÍ

- 8.1.** Je na rozhodnutí prevádzkovateľa média, ako svoje médium, prípadne službu/sekciiu/podsekciiu rozčleniť, a do ktorých kategórií navrhne svoje médium prípadne službu/sekciiu/podsekciiu zaradiť. Zaradenie musí byť v súlade s týmito pravidlami. Pokiaľ tento návrh zásadne neodporuje definícii kategórie, t.j. pokiaľ svojím väčšinovým zameraním médium prípadne služba/sekciiu/podsekciiu nespadá skôr do inej kategórie Metodická komisia by mu mala vyhovieť.
- 8.2.** Pokiaľ médium/služba/sekciiu/podsekciiu vyhovuje definícii viacerých kategórií, je na rozhodnutí prevádzkovateľa, kam sa ich rozhodne zaradiť.
- 8.3.** Bez návrhu zaradenia média/služby/sekciiu/podsekciiu samotným prevádzkovateľom nebudú dané stránky kategorizované.
- 8.4.** Pokiaľ sa nedá posúdiť zameranie média (napr. z dôvodu keď obsah nie je vydávaný v rámci jedného redakčného systému, ale ide o spojenie na sebe nezávislých projektov), potom pre splnenie kategorizácie musí byť splnená podmienka, že tá časť média/sekciiu, pri ktorej je možné jednoznačne určiť kategóriu musí generovať väčšinu návštevnosti z pohľadu PV. Ako podklad na posúdenie bude slúžiť analýza návštevnosti za posledné 3 mesiace, ktorú pripraví realizátor výskumu podľa zadania Metodické komisie.
- 8.5.** Konečné zaradenie do kategórií podlieha schváleniu Metodickou komisiou.
- 8.6.** Pokiaľ dôjde k obsahovej zmene (aj rozšíreniu) zakategorizovanej časti média (alebo celého média), prevádzkovateľ má povinnosť o tejto skutočnosti bezodkladne informovať Metodickú komisiu, ktorá znovu prehodnotí príslušnosť ku kategórii. Médium nesmie meniť zaradenie v rámci kategorizačného stromu častejšie ako 1krát za 12 mesiacov a to vrátane sekcií. Výnimku tvoria prípady, kedy dôjde ku zmene vlastníka média, ktorý zmenu zdôvodní.
- 8.7.** 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.
- 8.8.** Každá verejne prístupná Služba musí byť zaradená v príslušnej kategórii, pokiaľ je možné ju do niektorej z existujúcich kategórií zaradiť.
- 8.9.** Médium je povinné zverejniť v strome všetky samostatné služby, ktoré tvoria viac ako 5% mesačnej návštevnosti média podľa hodnoty RU Total v danom mesiaci. Za kontrolu zodpovedá Realizátor.
- 8.10.** Členenie média alebo jeho služby/sekciiu/podsekciiu do konkrétnej kategórie musí logicky zodpovedať jeho obsahu a zameraniu. Výnimku tvorí kategorizácia podľa znenia bodu 8.4.
- 8.11.** Prevádzkovateľ média môže požiadať Metodickú komisiu o stanovisko, ako korektne zaradiť službu/sekciiu/podsekciiu do príslušnej kategórie.

- 8.12. 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.
- 8.13. 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.
- 8.14. V kategórii nemôže byť zaradený uzol stromu, ktorý zlučuje návštevnosť dvoch rôznych Služieb.
- 8.15. 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 IABmonitora.
- 8.16. V každej kategórii môže byť prezentovaný ľubovoľný počet zástupcov média.
- 8.17. Do jednotlivých kategórií je možné zaradiť iba uzly verejne viditeľné v IABmonitor.
- 8.18. Uzol a jeho poduzol nemôžu byť v rovnakej kategórii.
- 8.19. 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 Metodической komisie.
- 8.20. Stanovenie sankcií má vo svojej kompetencii Metodická komisia IAB Slovakia, ktoré v prípade porušovania Pravidiel môžu viesť až k vylúčeniu prevádzkovateľa média z výskumu IABmonitor.
- 8.21. **Zoznam kategórií pre štúdiu IABmonitor:**
1. **Auto – Moto - bazár** (inzercia nových a ojazdených automobilov, autobazáry, katalóg značiek)
 2. **Auto – Moto - obsah** (médiá prinášajúce informácie zo sveta slovenského a svetového motorizmu)
 3. **Bulvár, čierna kronika** (domény / bulvárne médiá, ktorých hlavná doména je s odľadneným spravodajstvom, pričom obsahový / titulkový dôraz sa kladie na emócie, senzácie a zábavnosť danej problematiky. Obsahuje informácie o celebritách)
 4. **Bývanie a reality – bazár** (Inzercia realít a nehnuteľností)
 5. **Bývanie a reality – obsah** (špecializované informácie o bývaní, tipy pre stavbu alebo rekonštrukciu bývania alebo záhrady)
 6. **Cestovanie**
 7. **Ekonomika, biznis, financie, právo** (špecializované médiá zamerané na biznis, ekonomické spravodajstvo, financie a právo)
 8. **Freemaily**
 9. **Hry / gaming**
 10. **IT, technológie**
 11. **Katalógy**
 12. **Magazíny o móde**
 13. **Marketing, médiá** (špecializované médiá zamerané na správy o marketingu a médiách)
 14. **Mladí – Millenials** (médiá a weby pre mladých ľudí)
 15. **Mužské magazíny o životnom štýle** (médiá zamerané na mužov – životný štýl, móda, gadgets)
 16. **Obchod, predaj, nakupovanie, inzercia**

17. **Podnikatelia a živnostníci**
18. **Portálové homepage** (titulné stránky portálových služieb, ktoré slúžia k prehľadu poskytovaných služieb a umožňujú k nim prístup)
19. **Práca / zamestnanie** (informačné a inzertné weby o práci a zamestnaní)
20. **Regionálne spravodajstvo + podkategórie pre jednotlivé mestá** (regionálne weby)
21. **Škola a vzdelávanie**
22. **Služby, mapy, cestovné poriadky** (služby, mapy, cestovné poriadky, počasie, TV program)
23. **Spoločenské a iné magazíny**
24. **Šport** (špecializované médiá zamerané na športové spravodajstvo, športovú publicistiku, profesionálne a amatérske a športové aktivity, športové kluby, rozhovory a výsledkový servis)
25. **Spravodajské médiá** (domény/médiá, ktorých obsah je zameraný na seriózne spravodajstvo bez bulvárneho obsahu. Domáce, zahraničné, regionálne, komentáre, diskusie a ďalšie)
26. **Tehotenstvo, rodičovstvo a rodina** (magazíny a weby o tehotenstve, rodičovstve, rodine, zamerané aj na deti predškolského veku)
27. **TV, rádiá**
28. **Varenie, jedlo, nápoje, recepty**
29. **Voľný čas a zábava**
30. **Záujmové servery, hobby**
31. **Zdravie**
32. **Ženské témy a medziľudské vzťahy**
33. **Zoznamky, komunity, chaty a blogy** (sociálna sieť, fórum, skupina blogov, chaty, zoznamky, servery pre dospievajúcich alebo akákoľvek aplikácia s komunitnými prvkami ako napr. zdieľanie obsahu, komentáre, pridávanie blogov do obľúbených, vytváranie nových sociálnych kontaktov)

9. PRAVIDLÁ PRE MERANIE STREAM

- 9.1. Je povolené merať len vlastný video obsah. Reklamný obsah nie je vlastný obsah.
- 9.2. Pravidlá pre umiestnenie meracieho kódu stream merania a započítavanie zobrazení:
 - 9.2.1. Merací kód určený na meranie video views nesmie byť umiestnený vo videách, ktoré sa spúšťajú bez akcie užívateľa. Započítať zobrazenie videa je možné len po zámernej akcii užívateľa, typicky po kliknutí myšou, klávesou, prípadne kliknutím/dotýkaním prsta na mobilnom zariadení:
 - na play button videoprehrávača alebo
 - na obrázok s ikonkou videa, alebo textový link s informáciou, že sa jedná o videobsah a to aj v prípade, že sa po kliku otvorí nová stránka, na ktorej je umiestnený videoprehrávač, kde sa samotné video spustí.
 - 9.2.2. Na danej webovej stránke posielajú informácie v jeden okamih len 1 prehrávač a nedochádza tak k započítaniu stream view a stráveného času z viacerých prehrávačov paralelne.
 - 9.2.3. Automatické zobrazenie videoplayera pri skrolovaní na stránke vo viditeľnej časti prehliadača sa nepovažuje za zámernú akciu užívateľa a takto spustené video nie je možné započítať. Rovnako nie je možné započítať ani video, ktoré bolo spustené podržaním pointeru myšky (Mouseover) nad videoprehrávačom (video preview).

- 9.2.4.** Druhé a každé ďalšie video v prehrávači v poradí po prvom videu (autoplay), spustenom zámernou akciou užívateľa (v zmysle definície v bode 9.2.1), je možné započítať len ak je prehrávač umiestnený vo viditeľnej časti aktívneho okna prehliadača.
- 9.3.** Akékoľvek technické zásahy, ktoré by spôsobili umelé navýšovanie video views napríklad kontinuálnym refreshom nie sú povolené.
- 9.4.** Akékoľvek pozmeňovanie skriptu za účelom zmeny počítania počtu metrík videa nie je povolené.
- 9.5.** Každé video musí byť zaradené len do jednej kategórie.
- 9.6.** Embedované zobrazenia videa sa započítavajú do merania zdrojového média.
- 9.7.** Implementácia musí byť vykonaná v súlade s implementačným manuálom zaslaným realizátorom.
- 9.8.** Kontrola meraného video inventory je možná cez voľne [dostupný technický nástroj](#), ktorý môže využiť Metodická komisia ako aj ostatní hráči trhu,
- 9.9. Zoznam kategórií pre štúdio IABmonitor:**
- 1. Auto – moto** (video obsah s auto-moto tematikou ako napr. testy áut, záznamy z autosalónov, predaj áut, novinky z automobilového priemyslu a tiež doplnkový predaj k autám)
 - 2. Cestovanie** (video obsah o cestovaní ako napr. dovolenkové destinácie, mestá, krajiny, expedície, videovizitky)
 - 3. Deti** (videá a videohry pre deti, rozprávky, detské programy)
 - 4. Ekonomika, financie, právo** (ekonomické a finančné spravodajstvo, burzové spravodajstvo, online finančné poradenstvo, finančné a kapitálové trhy, poisťné produkty a poisťné poradenstvo, verejné financie – informatívny charakter, daňovníctvo)
 - 5. Filmy a seriály** (filmový a seriálový obsah, upútavky)
 - 6. Hobby** (všetky hobby ako záhradkárčenie, ručné práce, čítanie, kino, hudba, rybárčenie, cvičenie atď.)
 - 7. Lifestyle** (zábava a umenie, nočný život, zdravie a wellness, obchody a reštaurácie, novinky a trendy v oblasti lifestyle, golf)
 - 8. Live streaming**
 - 9. Obchod** (elektronika, hračky, šperky, hodiny, knihy, športové potreby, biela a čierna technika)
 - 10. Ostatné** (nezaraditeľné)
 - 11. Reality a bývanie** (video prehliadky nehnuteľností, trendy a novinky z oblasti bývania / zariadenia obytných priestorov)
 - 12. Relácie** (všetky druhy relácií)
 - 13. Šport** (športové spravodajstvo)
 - 14. Spravodajstvo** (domáce a zahraničné spravodajstvo)
 - 15. Tech** (video obsah zo sveta foto, digi, mobilov, pc, SW, HW. Novinky a prezentácie)
 - 16. Varenie** (video obsah s receptami a postupmi pri varení, ale aj videá o jednotlivých ingredienciách, pomôckách na varenie, škola varenia, súťaže vo varení, stravovanie, tipy na stravovanie a varenie (good eating), stravovanie detí, prezentácia produktov na varenie a novej literatúry - kuchárskych kníh)
 - 17. Voľný čas a zábava** (zábavné videá, hry, filmy, hudba)
 - 18. Vzdelávanie** (vzdelávacie videá, online kurzy, upútavky)
 - 19. Zdravie** (videá vyšetrení, video vizitky zdravotných zariadení, liečivá, prevencia, cvičenia v prepojení na zdravie ako napr. rehabilitácia)
 - 20. Ženy a maminy** (móda, nakupovanie, rodinné témy, témy súvisiace s deťmi ako výchova a starostlivosť)

10. POSTUP METODICKEJ KOMISIE PRI RIEŠENÍ PRIJATÝCH PODNETOV OHĽADNE MOŽNÉHO PORUŠENIA PRAVIDIEL

Tento bod Pravidiel upravuje postup pri prijatí podnetu vo veci možného porušovania týchto Pravidiel, jeho časový ako aj exekutívny rámec a sankcie.

10.1. Náležitosti podnetu a komunikácia

Komisia sa bude zaoberať len podnetmi, ktoré spĺňajú nasledovné kritériá:

- 10.1.1. podnet nie je anonymný, to znamená, že je umožnené Komisii viesť v prípade potreby dialóg ohľadne obsahu a doplňujúcich otázok s podateľom podnetu;
- 10.1.2. v podnete musia byť jasne uvedené dôvody, prečo bol podnet podaný, akého média a prevádzkovateľa média sa týka a má odkazovať na jednotlivé body týchto Pravidiel, v ktorých podľa podateľa dotknutý prevádzkovateľ porušuje Pravidlá;
- 10.1.3. podnet je potrebné zaslať mailom na adresu: metodicka@iabslovakia.sk vo forme prílohy word/pdf. so všetkými náležitosťami ako:
 - podateľ podnetu;
 - dotknuté médium a jeho prevádzkovateľ;
 - špecifikácia porušenia Pravidiel s odkazom na jednotlivé body Pravidiel.
- 10.1.4. Komisia prijíma podnety a bude viesť komunikáciu ohľadne podnetov výlučne emailovou formou, v prípadoch, ktoré to budú vyžadovať, môže kontaktovať podateľa podnetu ako aj dotknuté médium telefonicky, prípadne dohodnúť osobné stretnutie.

10.2. Exekutívny postup vybavenia podnetu

Komisia po prijatí podnetu postupuje nasledovne:

- 10.2.1. Najneskôr do 3 pracovných dní potvrdí prijatie podnetu odosielateľovi podnetu mailom;
- 10.2.2. Komisia po dôkladnej analýze podnetu a posúdení podnetu je povinná vydať svoje záverečné stanovisko podateľovi podnetu **najneskôr do 21 pracovných dní** odo dňa potvrdenia prijatia podnetu, pričom tento termín môže byť predĺžený pokiaľ sa komisia aktuálne zaoberá viacerými prijatými podnetmi. Komisia v štádiu analýzy a posudzovania podnetu nemá povinnosť o prijatom podnete informovať dotknuté médium a jeho prevádzkovateľa;
- 10.2.3. V prípade, že sa podnet ukáže ako neoprávnený Komisia bude s výsledkom šetrenia oboznamovať len podateľa podnetu. Komisia nebude kontaktovať dotknuté médium, ktorého sa podnet týkal, nakoľko je to bezpredmetné;
- 10.2.4. V prípade, že sa podnet preukáže ako oprávnený, Komisia ihneď kontaktuje dotknuté médium a jeho prevádzkovateľa s navrhovanými zmenami v zmysle platných Pravidiel. Prevádzkovateľ má 10 pracovných dní na svoje vyjadrenie k danému stanovisku Komisie. Komisia vo svojom stanovisku nikdy neuvádza podateľa podnetu, uvádza len faktické informácie ohľadne porušenia Pravidiel;
- 10.2.5. Prevádzkovateľ média má 10 pracovných dní na svoje vyjadrenie k záveru Komisie. Pokiaľ sa k danému stanovisku nevyjadrí, toto stanovisko Komisie

sa berie ako akceptované. Pokiaľ prevádzkovateľ média namieta závery Komisie, je povinný do 10 pracovných dní uviesť svoje dôvody a jasne preukázať, že k porušeniu Pravidiel nedošlo a nedochádza. Metodická komisia sa bude v takom prípade týmto stanoviskom dotknutého Prevádzkovateľa zaoberať a do 10 pracovných dní pošle dotknutému prevádzkovateľovi média vyrozumenie. Na toto vyrozumenie už neexistuje právo veta a rozhodnutie Metodickkej komisie je konečné.

- 10.2.6.** Dotknuté médium, ktoré porušilo Pravidlá je povinné tieto opravy a úpravy v rámci merania tohto média v IABmontiore odstrániť v najkratšom možnom čase, najneskôr do 20 dní odo dňa doručenia rozhodnutia vo veci podnetu Komisiou.
- 10.2.7.** Následne bude Komisia informovať o výsledku podateľa podnetu, prípadne aj celý trh zverejnením na stránke iabslovakia.sk ak si to podstata vykonaných zmien bude vyžadovať.

10.3. Sankcie

V prípade, že dotknutý prevádzkovateľ média neakceptuje a nevykoná požadované zmeny vo finálnom vyrozumení Komisie, združenie IAB Slovakia má podľa zmluvy právo okamžite zmluvu vypovedať bez výpovednej lehoty. V prípade že dotknutý prevádzkovateľ je aj členom združenia IAB Slovakia bude tento člen zo združenia vylúčený, nakoľko podľa platných stanov je člen, ktorý prevádzkuje internetové médiá povinný svoje médiá merať vo výskume IABmonitor. Pri vylúčení člena sa bude postupovať v zmysle platných stanov.

11. ÚČINNOSŤ PRAVIDIEL

Tieto pravidlá boli odsúhlasené Metodickou komisiou IAB Slovakia dňa 30.6.2022 a sú účinné dňom zverejnenia od 1.9.2022 na webovom sídle www.iabslovakia.sk.