

Latvijas Reklāmas asociācijas mediju reklāmas datu apkopošanas datu bāze un tās lietošanas noteikumi.

Datu bāze - Mediju reklāmas apjomu apkopošanas datu bāze ir Latvijas Reklāmas asociācijai, reģistrācijas numurs LV40008006340, piederoša vietne, kur Lietotāji brīvprātīgi ievada datus par reklāmas apgrozījumu definētajā kalendārajā periodā. Datu bāze ir ilgtspējīga, droša, elastīga un Lietotāju datu konfidencialitātes interešu nodrošinoša platforma mediju reklāmas tirgus apjoma aplēses izdarīšanai.

Lietotājs – Datu bāzei ir divas lietotāju grupas - mediji un mediju aģentūras. Katras lietotāju grupas iesniegtie Dati tiek apkopoti atsevišķi. Iesniedzot Datus Lietotājs ir izteicis piekrišanu Datu bāzes lietošanas noteikumiem un apņēmis tos ievērot.

Lietotāja pārstāvis - Lietotāja pilnvarota persona darbam ar Datu bāzi. Lietotājam var būt vairāki pārstāvji. Lietotāja pārstāvja piekļuvi un informāciju par Lietotāja pārstāvi uzrauga administrators.

Administrators – biedrība Latvijas Reklāmas asociācija, kas veido, uztur un administrē Datu bāzi, informāciju par Lietotājiem un Lietotāju pārstāvjiem. Administrators nav atbildīgs par Lietotāja un tā pārstāju negodprātīgu rīcību, kas saistīta ar informācijas ievadīšanu datu bāzē, Lietotājam pieejamo datu apkopojumu izmantošanu vai nodošanu trešajām personām.

Dati - Lietotāja iesniegta informācija par pilnīgiem un patiesiem mediju reklāmas apjoma datiem (apgrozījumu) par tā pārvaldībā esošajiem (mediju vai aģentūru) zīmoliem, kas mērķēti uz Latvijas auditorijām. Datus netiek iekļauts pievienotās vērtības nodokļa (PVN) apjoms un bartera apjomi. Papildus datiem teksta formā būs jāieraksta zīmolu saraksts, uz kuriem dati attiecas.

Datu ievades periods - Administratora definēts laika posms, kura laikā Lietotāji var ievadīt un nepieciešamības gadījumā labot datus. Datu ievadīšana notiek divas reizes gadā Administratora noteiktā termiņā - noslēdzoties pirmajam pusgadam un pēc kalendārā gada beigām, kad Lietotājs saņem paziņojumu par datu ievades perioda atvēršanos. Pēc datu ievades perioda noslēgšanas nekādi labojumi datu bāze nav izdarāmi.

Konfidencialitāte – Datu bāze nodrošina Lietotāju individuālo datu anonimitāti un datu parādīšanos tikai apkopotā veidā pa definētajām mediju platformu grupām (mediju veidiem), apakšgrupām un kalendārajiem periodiem. Datu bāze Lietotājiem atklāj tikai apkopotu mediju grupu un apakšgrupu datus un to dinamiku. Lietotājam un tā pārstāvjiem nav tiesību publiskot vai nodot trešajām personām datu kopsavilkumus. Lietotājam ir tiesības Datu kopsavilkumus izmantot tikai uzņēmuma vai uzņēmumu grupas iekšējām vajadzībām. Administratoram nav tiesību un iespēju piekļūt, iegūt vai nodot Lietotāju individuāli iesniegtos Datus citām pusēm.

Datu pieejamība – Lietotāja individuāli iesniegtie dati un tie ir pieejami tikai Lietotājam un tā pārstāvjiem. Citu Lietotāju individuāli iesniegtie dati nav pieejami nedz citiem Lietotājiem, nedz Administratoram. Administrators atskaites veidā redz vai Lietotāja dati ir pieņemti, un sistēma tos atzinusi par derīgiem (tie ir iesniegti bez tehniskām kļūdām). Datu bāze Lietotājiem atklāj tikai apkopotu mediju grupu un apakšgrupu datus un to dinamiku tikai tad, ja Lietotājs ir ievadījis datus.

Datu publiskošana - Tikai Administratoram ir tiesības publiskot un padarīt pieejamus trešajām personām datus attiecībā par mediju reklāmas tirgus kopējo apjomu attiecīgajā periodā, tā veidošanos un šķērsriezumiem, kas iegūti no datu bāzes.

Procentuālā prognoze – Lietotājam ir iespēja izteikt prognozi par savas mediju grupas izaugsmi nākamajam periodam procentos pret to periodu, par kuru tiek ievadīti dati. Sistēma izrēķina vidējo

svērto prognozes procenta rādītāju, kas ir redzams tikai tiem Lietotājiem, kas iesnieguši Datus un Administratoram Datu ievades perioda beigās.

Darbs ar Datu bāzi:

1. Pēc medija vai mediju aģentūras pieprasījuma Administrators izveido datu bāzes lietotāja profilu ar lietotāja pārstāvja/u datiem, kurā norādīta sekojoša informācija: lietotāja pārstāvja vārds, uzvārds, amats uzņēmumā, e-pasts un tālruņa numurs.
2. Administrators nosūta ielūgumu, un lietotājs izveido paroli.
3. Lietotājs nekavējoties ziņo Administratoram par izmaiņām informācijā par lietotāja pārstāvjiem.
4. Saņemot informāciju par izmaiņām informācijā par lietotāja pārstāvjiem, Administrators izdara labojumus un slēdz iepriekšējo Lietotāja pārstāvju pieejas datu bāzei.
5. Lietotājs ir atbildīgs par Lietotāja pārstāvju rīcību ar Datu bāzē ievadāmo un Lietotājam pieejamo informāciju.
6. Administrators paziņo Lietotājiem un to pārstāvjiem par Datu iesniegšanas periodu.
7. Lietotājs ievada datus summas izsakot euro valūtā, veselos skaitļos, nelietojot komatus vai punktus. Neesošu datu vietā tiek ievadīta nulle "0".
8. Lietotājam ir iespēja sniegt procentuālo prognozi, kas ievadāma Datu bāzē veselos skaitļos.
9. Lietotājam ir iespēja sniegt rakstveida komentāru par sniegtajiem datiem.
10. Administrators publicē datu apkopojumu Lietotājiem, kas iesnieguši Datus. Lietotājiem pieejams abu lietotāju grupu sniegto datu kopsavilkums, lietotāju komentāri, prognozēm, kopsavilkumiem, šķērsgriezumiem.
11. Aizliegtas darbības, kas ir pretrunā ar normālu šīs datu bāzes izmantošanu vai kas nepamatoti aizskar šīs datu bāzes Administratora un Lietotāju likumīgās intereses.

Datu bāzē lietotie termini:

| Termini | Saīsinājumi | Skaidrojums |
|---------------------------|--------------------|--|
| Reklāmas ieņēmumi | | reklāmas ieņēmumi bez PVN definētā perioda ietvaros, barteri netiek ieskaitīti |
| TV reklāmas dati | TV | atspoguļo TV reklāmas ieņēmumus visās TV platformās |
| Preses reklāmas dati | Prese | atspoguļo preses reklāmas ieņēmumus preses izdevumos poligrāfiski tiražētā veidā |
| Žurnālu reklāmas dati | Žurnāli | atspoguļo žurnālu reklāmas ieņēmumus žurnālu izdevumos poligrāfiski tiražētā veidā |
| Nedējas žurnāli | | žurnāli, kas iznāk vismaz 1 reizi nedēļā |
| Mēneša žurnāli un pārējie | | žurnāli, kas iznāk retāk kā 1 reizi nedēļā |
| Avīžu reklāmas dati | Avīzes | atspoguļo avīžu reklāmas ieņēmumus poligrāfiski tiražētā veidā |
| Dienas avīzes | Dienas avīzes | avīze, kas iznāk vismaz 5 reizes nedēļā |
| Pārejās avīzes | Pārejās avīzes | avīze, kas iznāk retāk kā 5 reizes nedēļā |
| Reģionālās avīzes | Reģionālās avīzes | vietējas, apgabala vai reģionālas avīzes |
| Radio reklāmas dati | Radio | atspoguļo radio reklāmas ieņēmumus visās radio platformās |

| | | |
|--|-----------------------------|---|
| Vide | Vide | Visi ārējās vides formāti, t.sk. mobilie stendi, digitālie ekrāni, reklāma uz transporta. Visi iekštelpu vides formāti, kas ēkās vai transportā - ekrāni, stendu un plakātu vietas, reklāma transporta līdzekļos, veikalos, sporta klubos, iestādēs utml. sabiedriskā transporta televīzija |
| Vides reklāmas dati | Āra vide | Atspoguļo vides reklāmas ieņēmumus visos ārējās vides formātos, t.sk. mobilajos stendos, digitālajos ekrānos, uz transporta |
| Vides reklāmas dati | Iekštelpu vide | Visi vides formāti, kas atrodas iekšā – ēkās vai transportā - ekrāni, stendu un plakātu vietas, reklāma transporta līdzekļos, sabiedriskā transporta televīzija, veikalos, sporta klubos, iestādēs utml. |
| Kino reklāmas dati | Kino | atspoguļo audio vai audiovizuālās reklāmas ieņēmumus kino bez BTL aktivitātēm |
| Interneta reklāmas dati | Internets | reklāmas ieņēmumi no reklāmas interneta vidē |
| Interneta Video reklāmas dati | Internets/ Video | atspoguļo video reklāmas ieņēmumu apjomus par video reklāma video saturā (pirms, pēc, iekšā), arī aplikācijās, |
| Interneta meklēšanas reklāmas dati | Intenets/ meklēšana | atspoguļo reklāmas ieņēmumus reklāmai meklēšanas rezultātos |
| Interneta Displeju reklāmas dati | Internets/ Displeji un citi | atspoguļo reklāmas ieņēmumus no banneriem, visiem citiem formātiem, izņemot Video un Meklēšanu (ja nav iespējams izdalīt atsevišķi Video un Meklēšanu- pirmajā gadā ir viens apjoms-šajā sadaļā) |
| Mediju grupa | | uzņēmums ar vienu un/vai vairākiem mediju zīmoliem, vienu vai dažādām platformām |
| Mediju grupā iekļauto zīmolu saraksts | | saraksts, kurā norādīts, par kuriem mediju zīmoliem ir iesniegti dati |
| Aģentūra | | visas aģentūras, kas piekritušas sniegt datus sistēmā (komunikāciju/digitālās) |
| Aģentūru saraksts | | aģentūru zīmolu saraksts, kuru dati ir sistēmā |
| Aģentūru apjoms | Aģentūras | mediju reklāmas ieņēmumi no Aģentūrām (devēji) |
| Sales house | Sales house | visas platformas, kas pieder trešajām personām un pārdod mediju grupas reklāmu (reklāmas tīklu uzņēmumi, arī t.s. Programmatic, vietējie un/vai ārzemju) |
| Sales house apjoms | | mediju reklāmas ieņēmumi no Sales house |
| Pārējie darījumi | | mediju reklāmas darījumi, kas nenotiek ne caur Aģentūrām, ne caur Sales house, tiešie darījumi ar klientiem |
| Pārējo darījumu apjoms | Pārējie darījumi | mediju reklāmas ieņēmumi, kas nenotiek ne caur Aģentūrām, ne caur Sales house |
| Mediju reklāmas apjoms (dati no aģentūrām) | Mediju apjoms | aģentūras pirktais reklāmas apjoms medijos, neizmantojot reklāmas tīklu un Programmatic platformas |