

Политика использования данных Ipsos

Уважаемые клиенты,

Если вы планируете использовать результаты ad hoc проектов или данных из наших синдикативных (регулярных) исследований для публикации в открытых источниках – на собственных сайтах, в рекламных материалах, в редакционных материалах СМИ, в авторских статьях или в социальных сетях; либо в качестве доказательственной базы в судебных или антимонопольных процессах – просим вас внимательно прочесть этот документ.

Порядок публикации данных Ipsos, а также использования этих данных в судебных процессах регулируется глобальной политикой **Ipsos Public Release Policy (IPRP)**

Репутация нашей компании неразрывно связана с нашими данными. Когда клиенты используют бренд Ipsos для подтверждения своих заявлений в СМИ или в рамках судебных/антимонопольных процессов, мы рассматриваем это как партнерство, затрагивающее одновременно и интересы клиента, и наши собственные интересы. Поэтому нам так важно быть уверенными в точности результатов и выводов, публикуемых от нашего имени. Мы рассчитываем на понимание и сотрудничество наших клиентов в этом вопросе.

Просим вас ознакомиться с базовыми принципами политики IPRP перед запуском любого исследования, которое может предполагать следующие:

- 1. Цитирование данных Ipsos/Ipsos Comcon в коммуникационных материалах**
- 2. Использование результатов исследований в судебных/антимонопольных процессах**

1 Цитирование данных Ipsos в коммуникационных материалах

Обратите внимание, что любое цитирование результатов исследований со ссылкой на компанию Ipsos и ее аффилированных лиц в рекламных сообщениях или в публикациях в СМИ допускается только с предварительного письменного одобрения Генерального директора Ipsos в России.

Точность цитирования результатов

На основании Ваших запросов мы готовим официальное письмо, позволяющее использовать согласованное сообщение, содержащее основные выводы исследования, в рекламных сообщениях, пресс-релизах или материалах для публикации в открытом доступе. При этом мы стремимся сформулировать данные сообщения так, чтобы они не вводили в заблуждение и точно отражали результаты проведенного опроса.

Согласование анкеты

Цитирование данных в рекламных сообщениях и других материалах для СМИ формулируются в строгом соответствии с анкетой и вопросами, которые ставились перед респондентами. В связи с этим мы уделяем особое внимание содержанию анкеты, если планируется опубликовать результаты исследования. В этом случае анкета должна быть одобрена Генеральным директором Ipsos в России перед запуском в поля.

Корректность интерпретации данных

Вы вправе самостоятельно интерпретировать результаты проведенных нами ad-hoc исследований, сформулировать и распространять рекламные сообщения в целях продвижения Ваших товаров или услуг, однако в этом случае ответственность за подобные интерпретации ложится на Вас, и Вы не в праве ссылаться на бренд Ipsos при опубликовании таких рекламных сообщений.

Цитирование в рекламе

При опубликовании рекламного сообщения, одобренного компанией Ipsos, мы просим Вас в точности следовать правилам и ограничениям, которые указаны в письменном разрешении (в т.ч. касательно содержания основного сообщения и пояснительной сноски, источников информации, географии распространения информации, срока действия разрешения).

Паритет интересов

Во избежание конфликта интересов с другими клиентами мы оставляем за собой право внести изменение в формулировку сообщения так, чтобы не упоминать конкурирующие бренды или фирменные наименования.

Цитирование данных синдикативных исследований

Использование результатов синдикативных (регулярных) исследований в СМИ, а также передача этих результатов третьим лицам для публикации не допускается без письменного согласия компании Ipsos в России, независимо от наличия ссылки на компанию Ipsos.

Корректность описания исследования

При последующем цитировании результатов проведённых исследований в пресс-релизах со ссылкой на бренд Ipsos обязательно используйте только согласованную формулировку сообщений с указанием ключевых параметров исследования:

- кто заказал опрос,
- даты проведения полей,
- метод сбора информации,
- выборка,
- формулировки вопросов,
- любые факторы, которые могли бы повлиять на ответы респондентов,

При публикации данных из синдикативного исследования обязательно указывать его название.

2 Использование результатов исследований в судебных/антимонопольных процессах

Мы уделяем особое внимание запросам от клиентов по проведению исследований, результаты которых планируются к использованию в качестве доказательств в судебных или иных подобных процессах. Это связано в первую очередь с тем, что судебные инстанции и органы ФАС предъявляют особые требования относительно репрезентативности выборки, методологии, порядка ведения рабочей документации и т.д. В связи с этим проведение подобных проектов допускается только с учётом таких требований.

Упреждающее информирование

В случае если Вы сообщаете нам пост-фактум о том, что результаты проведённого исследования будут использоваться в судебных процедурах, мы оставляем за собой право отказать в предоставлении подтверждающих писем и рабочей документации для суда.

Нейтральность

Во избежание конфликта интересов с другими клиентами мы оставляем за собой право отказать от проведения проекта в случае, если соответствующие результаты исследования будут использованы против другого нашего клиента. В любых подобных спорах мы стремимся занять нейтральную позицию.

Просим проводить все согласования, связанные с использованием наших данных, через ваших непосредственных менеджеров исследовательских проектов.