

Zasady publikacji danych pochodzących z badania Mediapanel

Lipiec 2025

1. Zakres uprawnień Klienta w ramach Licencji

W ramach udzielonej licencji Klient uzyskuje dostęp do danych i nabywa prawo do ich przetwarzania oraz wykorzystywania w określonym zakresie. Przetworzone Dane Klienta mogą być wykorzystywane wyłącznie w zgodzie z poniższymi zasadami i wyłącznie w celu realizacji uzasadnionych interesów Klienta (m.in. raportowanie, analiza, wewnętrzne opracowania, prezentacje, komunikacja marketingowa w określonym zakresie).

Klient, w ramach licencji na dane, ma prawo do:

- pobierania i zapisywania danych na komputerach, serwerach i innych nośnikach cyfrowych,
- utrwalania i zwielokrotniania danych dowolnymi technikami (drukarskimi, cyfrowymi, reprogaficznymi itp.),
- swobodnego zapisywania i analizowania danych,
- przetwarzania danych w celu tworzenia analiz i raportów,
- rozpowszechniania danych oraz tworzenia ich opracowań, o ile działania te są zgodne z warunkami [licencji i regulaminem](#).

2. Oznaczanie źródła danych

2.1 Oznaczenie wyników domen i aplikacji

Wszelkie publikacje, które zawierają wyniki badań lub przetworzone dane pochodzące z badania Mediapanel, muszą być jednoznacznie oznaczone, aby jasno wskazać ich źródło.

Wzór oznaczenia źródła danych:

Badanie Mediapanel ; [okres]; [wskaźniki]; [platforma]"

Przykład:

Źródło: badanie Mediapanel; 1 stycznia 2024 - 31 marca 2024 ; „Real Users”, „Odśłony”, „Czas”; Internet.

2.2 Oznaczenie wyników stream

Wyniki pomiaru stream powinny być każdorazowo opatrzone poniższą adnotacją:

Pomiar Stream - wyniki dla Wydawców, którzy przystąpili do pomiaru i oskryptowali swoje playery audio i wideo. Decyzją Wydawcy oskryptowanie nie zawsze pokrywa całość jego zasobów audio/wideo online, na każdym systemie operacyjnym (iOS, Android), czy każdego kanału mediowego (aplikacja, domena). Pomiar uwzględnia dane na temat ruchu z materiałów zaklasyfikowanych jako audio online (on demand oraz broadcast - stacje muzyczne, radio licencjonowane online, radio online) lub materiały wideo online (on demand oraz broadcast - stacje telewizyjne online, programy online) niezależnie od ich długości oraz ich rodzaju: komercyjne/redakcyjne.

Wyniki internetowe nie zawierające pomiaru stream powinny zostać opatrzone adnotacją:

Wyniki prezentowane dla ruchu internetowego z wyłączeniem ruchu z oskryptowanych playerów (stream).

3. Zasady publikowania i udostępniania danych

3.1 Warunki udostępniania danych kontrahentom

Klient może wykorzystać dane w komunikacji z partnerami handlowymi

Publikowanie, udostępnianie lub cytowanie danych (zarówno drukiem, jak i cyfrowo, w tym w Internecie, mediach społecznościowych, blogach, raportach, prezentacjach i mediach tradycyjnych) musi być zgodne z poniższymi zasadami:

- kontrahent ma obowiązek podpisania zobowiązanie do zachowania poufności,
- klient ponosi odpowiedzialność za ewentualne naruszenia zasad przez swojego kontrahenta,
- klient ma możliwość publikowania wyników badania bez ograniczeń co do liczby kanałów mediowych, o ile należą one do Klienta lub jego grupy kapitałowej,
- w publikacjach porównawczych Klient może uwzględnić nie więcej niż 10 wybranych kanałów podmiotów trzecich dla każdego kanału mediowego Klienta ujętego w zestawieniu,
- zakres udostępnianych wskaźników musi ograniczać się do wybranych metryk: "Real Users", "Reach", "ATS", "Share of time", "AMR", "AMR %", "Views", "Visits", "Affinity index".

3.2 Publikacje marketingowe

Dane mogą być wykorzystane do celów marketingowych poprzez publikację tekstów, raportów w czasopiśmie / prasie / blogach / mediach społecznościowych i serwisach www) z zachowaniem poniższych zasad:

- klient ma możliwość publikowania wyników badania bez ograniczeń co do liczby kanałów mediowych, o ile należą one do Klienta lub jego grupy kapitałowej,
- w rankingach porównawczych maksymalnie 10 kanałów mediowych należących do podmiotów trzecich dla każdego kanału Klienta.
- zakres udostępnianych wskaźników musi ograniczać się do wybranych metryk: "Real Users", "Reach", "ATS", "Share of time", "AMR", "AMR %", "Views", "Visits", "Affinity index".

4. Czego Klient nie może robić z danymi

Zabronione jest:

- udostępnianie Danych Badania Mediapanel osobom trzecim poza przypadkami opisanymi w punkcie 3.
- sublicencjonowanie,
- użyczenie,
- udostępnianie do wglądu,
- używanie logotypu firmy Gemius bez uprzedniej pisemnej zgody.
- publikowanie danych bez wymaganych oznaczeń źródła i w sposób niezgodny z wynikami badania.

5. Sprostowania i błędy w publikacji

Jeżeli Klient opublikuje dane w sposób:

- niezgodny z rzeczywistymi wynikami badań,
- błędny lub nieprecyzyjny,
- wprowadzający w błąd,

firma Gemius zastrzega sobie prawo do wezwania Klienta do natychmiastowego zaprzestania dalszego rozpowszechniania danych i opublikowania stosownego sprostowania.

Klient jest zobowiązany do:

- usunięcia błędnych danych,
- opublikowania sprostowania we wszystkich kanałach, w których dane zostały pierwotnie opublikowane.
- Koszty związane z publikacją sprostowania nie będą stanowiły przeszkody w jego realizacji.

Gemius S.A.
ul. Domaniewska 48
02-672 Warszawa, Polska

Kontakt:
mediapanel@gemius.com
+ 48 22 390 90 90
+ 48 22 378 30 50