

## PROTOCOLLO DI GESTIONE SICUREZZA PLANNING

Il cliente (“il **Cliente**”) con l’affidamento dell’incarico avente ad oggetto attività di pianificazione, acquisto e gestione delle campagne pubblicitarie *on-line* ad una o più delle società del Gruppo Omnicom Media ed in particolare alla Optimum Media Direction S.r.l. ovvero alla Omnicom Media Group S.r.l. ovvero alla PHD S.r.l. ovvero alla Tecnomedia S.r.l (di seguito indicate singolarmente come “la **Società**”), accetta il seguente Protocollo di Gestione Sicurezza Planning, e successive modifiche, che sarà applicabile al solo rapporto contrattuale in essere tra il Cliente e la Società di volta in volta interessata.

La Società presta particolare attenzione agli aspetti della sicurezza e *compliance* e al fine di limitare le criticità collegate al settore dell’*on-line* ha, quindi, deciso di implementare procedure interne che possano consentire una più efficiente prestazione dei propri servizi.

Pertanto, con il presente Protocollo di Gestione Sicurezza Planning, la Società intende definire le modalità di esecuzione delle attività di pianificazione, acquisto e gestione delle campagne pubblicitarie *on-line* dei propri Clienti.

1) **Analisi pre-campagna:** in questa fase la Società si concentra sulla ricerca delle opportunità, sull’analisi del contesto competitivo e sulla definizione preliminare dei possibili partner. All’interno dell’attività di *screening* dei possibili partner, occupa un ruolo fondamentale la valutazione dei requisiti professionali e di affidabilità dei soggetti presenti sul mercato.

Nello specifico, nella selezione dei partner la Società si adopererà nel rispetto dei requisiti specificati nel presente protocollo ed, in particolare, il modulo d’ordine, avente ad oggetto la prenotazione finale approvata dal Cliente, da inviare alle società fornitrici conterrà la seguente previsione:

*La concessionaria (di seguito “il **Fornitore**”), con l’accettazione ed evasione del presente ordine della [Optimum Media Direction S.r.l.] ovvero [Omnicom Media Group S.r.l.] ovvero [PHD S.r.l.]<sup>1</sup> ovvero [Tecnomedia S.r.l.]<sup>2</sup> (di seguito “la **Società**”), si impegna a fare tutto quanto possibile per ridurre il rischio connesso all’attività di Digital Planning - prestata in favore del cliente della Società (“il **Cliente**”). In particolare il Fornitore, per i fini di cui sopra, si obbliga a:*

- a) utilizzare sistemi di screening, come, a titolo meramente esemplificativo, tool di Brand Safety, che eliminino o riducano al minimo il rischio che gli annunci vengano veicolati attraverso siti internet illegali (quali siti pedo-pornografici, di gambling illegale e di file sharing o che presentino un qualunque contenuto illecito) o attraverso categorie di siti che il Cliente abbia preventivamente indicato come indesiderabili;*
- b) tenere continuamente aggiornato l’elenco dei siti internet da escludere dalla pubblicazione degli annunci pubblicitari perché illegali o sospetti di avere un contenuto illegale o giudicati indesiderabili dal Cliente;*
- c) effettuare in maniera continuativa gli opportuni controlli al fine di verificare che i sistemi utilizzati abbiano effettivamente raggiunto l’obiettivo di cui al punto a);*
- d) nel caso in cui i controlli di cui al punto c) rivelassero l’accidentale presenza della pubblicità del Cliente su siti internet illegali e/o indesiderabili, attivarsi nella maniera più efficace per ottenerne l’immediata rimozione;*
- e) nel caso di utilizzo di cookie ed analoghi sistemi per la veicolazione della pubblicità online a target specifici, fare tutto quanto in proprio potere per assicurare il rispetto delle condizioni stabilite dal d.lgs. 196/2003 e dai provvedimenti del Garante della Privacy per il legittimo utilizzo di cookie e*

---

<sup>1</sup> Nell’ordine verrà di volta in volta indicata la Società che effettuerà l’ordine al Fornitore nell’interesse del Cliente.

<sup>2</sup> Nell’ordine verrà di volta in volta indicata la Società che effettuerà l’ordine al Fornitore nell’interesse del Cliente.

di sistemi analoghi ed in generale porre in essere quanto necessario per il legittimo trattamento dei dati personali utilizzati a fini pubblicitari;

f) in relazione all'utilizzo di strumenti di digital planning, ottenere tutti i diritti di utilizzo del data base a scopi pubblicitari, anche per conto di terzi, e trattare i dati personali contenuti nella mailing list nel pieno rispetto del D.Lgs.196/03; in particolare dichiara di aver fornito ai destinatari delle e-mail pubblicitarie un'ideale informativa redatta ai sensi dell'art. 13 del Codice Privacy e di avere richiesto ed ottenuto, o richiesto ed ottenuta garanzia scritta dai Titolari del trattamento di averlo ottenuto, esplicito consenso affinché i dati personali degli stessi possano essere utilizzati e trattati al fine di ricevere materiale pubblicitario, anche di soggetti terzi, ed in particolare del Cliente, tramite posta elettronica. Il Fornitore si impegna altresì a fornire evidenza di tale consenso a semplice richiesta della Società. Resta inteso che l'invio delle e-mail sarà effettuato direttamente dal Fornitore – o da soggetti incaricati dallo stesso nel rispetto della normativa di cui al Codice Privacy – e la Società si limiterà esclusivamente ad inviare al Fornitore il contenuto della mail pubblicitaria messo a disposizione dal Cliente, non venendo in alcun modo a conoscenza dei dati personali relativi ai destinatari della comunicazione. Il Fornitore s'impegna, inoltre, ad inserire all'interno delle email pubblicitarie apposite informative relative all'esercizio dei diritti di cui all'art. 7 del Codice Privacy.

In caso di violazione dei suddetti impegni la Società ed il Cliente avranno la facoltà di interrompere immediatamente le campagne affidate al Fornitore senza alcun onere nonché di agire per eventuali richieste di risarcimento per i danni subiti.

In considerazione di quanto precede, il Fornitore dichiara espressamente, irrevocabilmente ed incondizionatamente di garantire e manlevare la Società ed il Cliente da qualsiasi responsabilità, pretesa, azione, causa, danno (diretto, indiretto, contrattuale e/o extracontrattuale, ivi compresi i danni all'immagine eventualmente subiti dal Cliente), penale, rimborso, spesa (ivi incluse le spese legali) e/o sanzione amministrativa che gli stessi dovessero sopportare, in conseguenza della violazione degli impegni di cui sopra nonché della normativa applicabile, anche avuto particolare riguardo alla normativa sul trattamento dei dati personali prevista nel Codice Privacy e dei provvedimenti di attuazione della stessa, direttamente o indirettamente riconducibili all'attività del Fornitore o dei terzi di cui il Fornitore dovesse avvalersi o si fosse avvalso per l'esecuzione delle attività di cui al presente ordine.

In caso di rifiuto da parte della concessionaria, la Società non confermerà l'ordine, salvo diverse istruzioni del Cliente.

Inoltre la Società nella selezione delle concessionarie oggetto dei piani del Cliente terrà conto delle **linee guida IAB che disciplinano le garanzie di qualità dei network on-line**. IAB, infatti, ha elaborato una serie di principi e linee guida a tutela degli inserzionisti affinché venga sensibilmente ridotto il rischio che i loro annunci appaiano e siano associati a contenuti inappropriati. Maggiori informazioni in merito sono rinvenibili collegandosi ai seguenti URL:

- <http://www.iab.net/QAGInitiative/overview>
- [http://www.iab.net/media/file/IAB\\_Digital\\_Simplified\\_Quality%20Assurance%20Guidelines.pdf](http://www.iab.net/media/file/IAB_Digital_Simplified_Quality%20Assurance%20Guidelines.pdf)

2) **Definizione degli operatori:** in questa fase la Società si occupa della selezione degli operatori, utilizzando gli strumenti di mercato disponibili per verificarne la coerenza tecnica (di target, copertura, performance, etc.). Valutati gli operatori maggiormente affini e performanti, la Società appunta la propria attenzione anche sull'analisi dei requisiti di sicurezza che l'operatore è in grado di fornire. A titolo esemplificativo, costituisce requisito di grande importanza il possesso e l'impiego di uno strumento di c.d. *Brand Safety* (un modello del meccanismo di funzionamento è rinvenibile alla seguente URL: <http://www.admantx.com/wp-content/uploads/2013/03/BrandProtection.pdf>)

3) **Implementazione:** è la fase in cui ci si concentra nello sviluppo specifico del piano (che richiede formale approvazione da parte del Cliente), nell'ulteriore contatto con le concessionarie e nell'invio delle prenotazioni formali. Tali prenotazioni **circoscrivono l'ambito di intervento in termini di budget, canali, posizionamenti e categorie da escludere dalla pianificazione.**

In particolare, al fine di ridurre il rischio che i banner delle campagne pubblicitarie dei Clienti della Società siano pubblicati su siti internet aventi contenuti di tipo pedo-pornografico, siti di *gambling* illegale e di *file sharing*, che presentino un qualunque contenuto illecito o che il Cliente abbia preventivamente indicato come indesiderabili, ci impegniamo all'utilizzo di concessionari qualificati che assicurino, nella prestazione di questo genere di servizi, la massima diligenza e l'utilizzo di strumenti tali da minimizzare i suddetti rischi, assicurando, per quanto in loro potere, il rispetto del Codice della Privacy e, più in generale, della normativa applicabile. Inoltre, sarà nostra cura assicurarci che le concessionarie collaborino con la Società e con i Clienti per la gestione di problematiche e contestazioni relative all'eventuale e accidentale pubblicazione dei banner sui suddetti siti nonché alla eventuale violazione della normativa applicabile.

Per le campagne di *digital planning* ci impegniamo, in fase di prenotazione, a fare il possibile per ottenere una manleva nella quale il fornitore prescelto confermi di avere tutti i diritti di utilizzo del *data base* a scopi pubblicitari anche per conto di terzi, di aver informato correttamente i soggetti interessati e raccolto il consenso ai sensi del Codice Privacy, sollevando e garantendo il Cliente e la Società da ogni responsabilità nel caso delle segnalazioni al Garante della Privacy.

In ogni caso, nella disciplina dei rapporti con la concessionaria, si prevederà per il caso di violazione dei suddetti impegni, il diritto per il centro media e per il Cliente di interrompere immediatamente la campagna su tale concessionaria senza alcun onere nonché di agire per eventuali richieste di risarcimento per i danni subiti. 4) **Report e Controllo:** durante questa fase la Società procede all'analisi giornaliera dell'erogazione pubblicitaria concentrandosi sulla valutazione, a livello macro, di quanto segue:

- a. ***Performance:*** esame del *trend* della campagna rispetto agli obiettivi prefissati con il Cliente;
- b. ***Contesto:*** verifica dell'erogazione della campagna su contesti più o meno affini.

Per i Clienti attivi in operazioni di *Digital planning* la Società si occuperà di fornire un file, in formato XLS o similare (comunque leggibile tramite comuni strumenti di *office automation*) che contenga le seguenti informazioni:

- Data
- Fonte: il publisher o il network che ha erogato il banner
- Impression erogate
- Prodotto Pubblicizzato / creatività utilizzata

Laddove emergessero possibili problematiche di sicurezza e *compliance*, la Società si occuperà, ove richiesto dal Cliente, di fornire un file, in formato XLS o similare (comunque leggibile tramite comuni strumenti di *office automation*) che contenga l'elenco completo dei domini di atterraggio del banner, se resi disponibili dall'*Ad Network* utilizzato o, in caso di pianificazione in modalità *programmatic*, dall'*Ad Exchange* utilizzato per la pianificazione.

**Modifiche:** il presente Protocollo di Gestione Sicurezza Planning potrà essere soggetto a variazioni, anche al fine di consentire l'implementazione di ulteriori procedure o strumenti che si dovessero rendere opportuni in virtù della continua evoluzione del settore. Pertanto si raccomanda di consultare e monitorare lo stesso periodicamente. Il Protocollo di Gestione Sicurezza Planning aggiornato sarà sempre disponibile al presente indirizzo od a quello che verrà eventualmente comunicato dalla Società.

**Accettazione del Cliente:** i Clienti, con l'affidamento dell'incarico alla Società, accettano il Protocollo di Gestione Sicurezza Planning, così come di volta in volta modificato, riconoscendo e dichiarando che lo stesso è congruo e idoneo a ridurre i rischi – non completamente eliminabili - riconducibili alle attività pubblicitarie *on-line* oggetto della presente. Le obbligazioni e le responsabilità della Società si limitano esclusivamente a quanto espressamente indicato nel presente Protocollo di Gestione Sicurezza Planning.

\* \* \*

La Società resta a disposizione per qualsiasi chiarimento e delucidazione in relazione al suddetto Protocollo di Gestione Sicurezza Planning. La Società interessata potrà nel caso essere contattata all'indirizzo di pertinenza

Milano, Novembre 2015