

# Codice di Condotta

Il Codice di Condotta Awin fornisce nuove regole e indicazioni per aiutare i publisher a generare performance di qualità per gli advertiser del network Awin.

## Introduzione

Il Codice di Condotta Awin si applica a tutti i publisher iscritti al network che generano traffico web e vendite per gli advertiser del gruppo.

**Il Codice punta** a raggiungere i seguenti obiettivi:

### Fiducia

Mantenere la fiducia degli utenti nella regolamentazione della pubblicità online e delle tecnologie di tracciamento.

### Equità

Assicurare accordi equi tra publisher e advertiser.

### Conformità

garantire il rispetto degli standard sociali riconosciuti a livello internazionale e, in particolare, le disposizioni della legge tedesca sul dovere di diligenza nella catena di approvvigionamento

Il Codice include alcune indicazioni pratiche per garantire la conformità alle regole. I publisher devono seguire delle linee guida per conformarsi alle indicazioni del presente documento, sebbene il rispetto di tali linee guida non garantisca la piena aderenza al Codice.

I publisher devono decidere autonomamente quali misure adottare per conformarsi al Codice di Condotta. Pertanto, al fine di rispettare il Codice, i publisher potrebbero dover prendere misure aggiuntive a quelle descritte in queste linee guida.


Il Codice riflette le aspettative di Awin in merito all'attività di affiliate marketing a livello generale. Potrebbero essere previste ulteriori aspettative in

specifici paesi, settori o attività, delineate nei rispettivi Codici di Condotta e nella documentazione relativa alle best practice.

Si tratta di:

 [Software scaricabili](#)

 [Coupon marketing](#)  
(promozioni con codici sconto)

 [Best practice sul cashback](#)  
(Regno Unito)

Inoltre, è necessario rispettare gli standard etici per i fornitori in conformità al [Codice di condotta dei fornitori di Awin](#), che può essere modificato o aggiornato da Awin a propria discrezione con preavviso ai publisher.

## Monitoraggio e applicazione delle regole

Il team Partner Compliance di Awin collabora con account manager, advertiser, publisher e fornitori di terze parti per monitorare efficacemente le attività svolte all'interno del network e far rispettare il Codice e i nostri Termini e Condizioni.

Nonostante il nostro impegno verso un approccio

collaborativo per risolvere eventuali problematiche relative ad attività svolte all'interno del network, le attività non conformi saranno oggetto di sanzioni di vario tipo, a partire da segnalazioni e revoca delle commissioni, fino alla sospensione o chiusura dell'account e all'espulsione dal network.



# Codice di Condotta

## Regole e linee guida

### Regola 1

I publisher devono adoperarsi attivamente per rendere pubbliche tutte le proprie attività promozionali e ottenere l'approvazione dell'advertiser per ciascuna di esse.

#### Linee guida

- 01 I publisher devono utilizzare la pagina del proprio profilo publisher per rendere pubbliche le proprie attività.
- 02 I publisher che svolgono attività al di fuori dei propri spazi promozionali registrati devono comunicare esplicitamente tali attività all'advertiser.

### Regola 2

I publisher non devono avere un impatto negativo sulle performance, sulla funzionalità o sulla disponibilità della pagina dell'advertiser.

#### Linee guida

- 01 Il traffico generato non deve superare le ragionevoli aspettative sui volumi di traffico atteso.
- 02 Nel caso in cui gli advertiser segnalino interferenze o impatti negativi, il publisher deve interrompere immediatamente l'attività.
- 03 I publisher non devono utilizzare tecniche che possano modificare il design o interferire con le funzionalità della pagina dell'advertiser senza il suo esplicito consenso.

### Regola 3

I publisher devono indicare accuratamente la sede legale della loro attività e la loro residenza.

#### Linee guida

- 01 Su richiesta, i publisher devono fornire documenti aggiuntivi per verificare la sede legale della propria azienda e la residenza degli azionisti dell'azienda.shareholders.

### Regola 4

I publisher devono utilizzare esclusivamente software scaricabili che soddisfino gli standard applicabili.

#### Linee guida

- 01 Qualsiasi software scaricabile utilizzato da un publisher deve essere conforme al Codice di Condotta IAB per i software scaricabili
- 02 I publisher devono sottoporre i software al controllo del team Partner Compliance di Awin prima che siano utilizzati dagli advertiser.
- 03 I publisher possono utilizzare software scaricabili solo dietro espressa autorizzazione dell'advertiser.

### Regola 5

I publisher non devono svolgere attività di "spam".

#### Linee guida

- 01 I publisher non devono utilizzare piattaforme di terze parti o account sui social media per scopi pubblicitari senza il permesso del proprietario dello spazio promozionale.

### Regola 6

I publisher non devono pubblicare o consentire la pubblicazione di alcun contenuto che potrebbe screditare l'attività di marketing di altri publisher, advertiser oppure di eventuali licenzianti o licenziatari dell'advertiser.

#### Linee guida

- 01 I publisher devono assicurare una pronta moderazione di qualsiasi contenuto generato e pubblicato liberamente dagli utenti.

- 02 I publisher devono immediatamente rispondere a qualsiasi comunicazione inviata dagli advertiser, o dai rispettivi licenzianti e licenziatari, riguardante contenuti che possono essere considerati diffamatori.
- 03 I publisher non devono mai considerare appropriati i seguenti tipi di contenuti:
  - ➔ Contenuti osceni o pornografici
  - ➔ Contenuti discriminatori, specialmente sulla base di etnia, nazionalità, identità sessuale, disabilità, religione o età
  - ➔ Contenuti calunniosi o diffamatori
  - ➔ Contenuti violenti o che incitano alla violenza
  - ➔ Contenuti che violano la proprietà intellettuale
  - ➔ Contenuti che violano le leggi vigenti

### Regola 7

I publisher devono svolgere l'attività di Paid Search Marketing in conformità alle leggi e agli standard applicabili.

#### Linee guida

- 01 I publisher devono attenersi alle aspettative relative alle attività di Paid Search Marketing presenti nei profili degli advertiser.
- 02 Durante le loro attività di Paid Search Marketing, i publisher non devono usare termini che possano ledere altri brand.
- 03 I publisher devono considerare tutte le leggi applicabili nel loro paese, nel paese di residenza dell'advertiser e anche nel paese di residenza del target di utenti.

# Codice di Condotta

- 04 I publisher devono notificare e fornire prova ad Awin di qualsiasi accordo stipulato con un advertiser riguardante un'esclusiva oppure altri accordi relativi all'uso di termini specifici, incluso il branding, all'interno delle loro attività di Paid Search Marketing.

## Regola 8

I publisher non devono ingannare i consumatori tramite le loro attività promozionali.

### Linee guida

- 01 I publisher devono fornire ai consumatori solo informazioni accurate e aggiornate.
- 02 I publisher devono essere in possesso di tutte le licenze e documenti necessari per le loro attività. Tra le attività che normalmente richiedono licenze e registrazioni specifiche citiamo ad esempio:
  - Servizi finanziari
  - Servizi sanitari
- 03 I publisher non devono alterare l'esperienza di navigazione dell'utente in modo imprevisto o dannoso.

## Regola 9

I publisher devono garantire trasparenza sulle fonti di traffico e sugli spazi promozionali in cui vengono visualizzati gli annunci.

### Linee guida

- 01 I publisher devono utilizzare referrer HTTP che indicano la pagina in relazione alla quale è stato visualizzato l'annuncio.
- 02 I publisher non devono svolgere attività e applicare tecniche che possano falsare le fonti di traffico.

## Regola 10

I publisher non devono fare un uso improprio dei link di tracciamento e del materiale dell'advertiser.

### Linee guida

- 01 I publisher devono avviare il tracciamento dei click tramite l'apposito link solo se l'utente ha interagito volontariamente e intenzionalmente con l'annuncio pubblicitario o il link stesso.
- 02 I publisher devono avviare il tracciamento per uno specifico advertiser solo se il consumatore ha interagito direttamente con i materiali pubblicitari utilizzati per l'advertiser in questione.
- 03 Nel caso in cui un accordo con un advertiser consenta l'uso non standard di link di tracciamento e materiale pubblicitario i publisher sono tenuti, su richiesta, a fornire ad Awin la conferma scritta di tale accordo.

## Regola 11

I publisher Subnetwork sono responsabili e garantiscono la trasparenza delle attività dei loro Subpublisher.

### Linee guida

- 01 I subnetwork sono i soli responsabili delle attività promozionali o delle omissioni dei propri subpublisher, come se tali attività o omissioni fossero le proprie. Qualsiasi violazione delle regole del presente Codice di Condotta commessa da un subpublisher sarà trattata come una violazione commessa dal corrispondente subnetwork.
- 02 Quando comunicano il traffico e le vendite al network Awin, i subnetwork devono utilizzare il parametro Click Reference (clickref) per identificare il subpublisher, e il campo URL, al fine di comunicare ad Awin l'URL del subpublisher che ha generato la vendita.

- 03 Awin detiene pieno potere decisionale in merito a qualsiasi subpublisher che svolga un'attività promozionale per un advertiser del network tramite un subnetwork e si riserva il diritto di sospendere o impedire a singoli subpublisher di promuovere gli advertiser di Awin.
- 04 Non sono consentite relazioni di tipo sub-subnetwork.

## Regola 12

I publisher devono cooperare pienamente durante la risoluzione di problemi e controversie.

### Linee guida

- 01 I publisher devono rispondere alle richieste di informazioni da parte di Awin o degli advertiser in modo tempestivo, accurato ed esauriente.
- 02 I publisher devono cessare immediatamente un'attività se richiesto da Awin o da un advertiser.

## Regola 13

I publisher devono rispettare lo spirito di questo Codice di Condotta.

### Linee guida

- 01 I publisher devono rispettare gli standard etici per i fornitori in conformità al [Codice di condotta dei fornitori di Awin](#)
- 02 I publisher sono consapevoli del fatto che il presente Codice di Condotta non sia esaustivo e si impegnano a non violarne lo spirito.