

Godkjenningsregler for ekstern kommunikasjon

Godkjenningsprosessen

Formål	<p>Godkjenningsordningen med referansenummer har i hovedsak to formål:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ordningen skal sikre korrekt datagjengivelse og underbygge kvalitet på et objektivt, uavhengig datagrunnlag.• Ordningen skal beskytte ACNielsens eiendom, slik at våre data ikke blir offentliggjort uten godkjenning. (© Copyright) <p>Godkjenningsreglene gjelder ikke for pressehenvendelser.</p>
---------------	--

Godkjenningsskjema	<p>All massekommunikasjon (kommunikasjon utover bedriftens internkommunikasjon) som inneholder markedsinformasjon med referanse til ACNielsen Norges Butikkindeks, må leveres ACNielsen <i>skriftlig</i> (gjærne telefax eller mail) for gjennomgang, kontroll og vurdering. ACNielsens <i>godkjenningsskjema</i> skal benyttes. Som hovedregel er det kun det som står oppført i dette skjemaet vi godkjenner i offentlig kommunikasjon</p>
---------------------------	--

Tilbakemelding innen påfølgende arbeidsdag	<p>Tallgrunnlaget som ønskes brukt, skal forefinnes i forespørselen. ACNielsen godkjenner tallmateriale og i den kontekst markedsinformasjonen er brukt, og gir tilbakemelding innen <i>påfølgende arbeidsdag</i> etter mottatt materiell og utfylt godkjenningsskjema. Godkjenning vurderes av Client Service Center, og eventuelle anker behandles av avdelingsledere i Client Service Centeret / Client Management. Vennligst merk henvendelser til oss med "Referansenummer".</p>
---	---

Markeder

Kun Norge Totalt	<p>Data that might published, skal gjelde for en av følgende <i>markedstotaler</i>:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Norge totalt Dagligvare (scanningbaser)2. Norge totalt Servicehandel (servicebaser)3. Norge totalt Kombinert (kombinerte baser)
-------------------------	--

Informasjon som representerer enkeltnedbrytninger som distrikt (eks: Oslo), butikktype (eks: Hypermarkeder) eller butikkjede (eks: Ica) godkjennes ikke.

Produkter

**Kun én
varegruppe
Max 6
datapunkter
kun standard
segmenter**

Informasjon fra kun *én varegruppe* kan benyttes i en og samme oppstilling. *Varegruppens navn* må komme tydelig frem. Varegruppen skal representere den til enhver tid gjeldende ACNielsen standard/norm for varegruppeinndeling. (Se egne regler for prosjekter/kategoribaser)

Det godkjennes *max 6 datapunkter, avhengig av basenes kompleksitet*. eksempelvis:

- Seks brand-/merke totaler, eller
- Seks manif.-/leverandørtotaler, eller
- Seks item-/enkeltprodukter, eller
- En kategoritotal og en leverandørtotal og fire merketotal

I utgangspunktet godkjennes kun *standardsegmenter* definert av ACNielsen. Det godkjennes kun et segment, ikke to eller flere i kombinasjon (eks 0,51 i appelsinsegmentet). Dersom et segment oppgis, må det alltid henvises til totalmarkedet i fotnote.

Eksempel 1: Produkt X, volumandel 50% i segment Y.
Eksempel 2: Segment Y utgjør Z% av totalmarkedet.

Kundedefinerte segmenter **kan** i noen tilfeller godkjennes, dersom segmentet blir tydelig definert i annonsen. Det **skal** også i annonsen også tydelig fremkomme at dette **ikke** er en segmentering som er i tråd med ACNiensens varegruppestandard.

ACNielsen vil utfra en helhetsvurdering avgjøre hvorvidt kundedefinerte segmenter kan godkjennes.

Fakta

**Kun et
begrenset
fakta utvalg
godkjennes**

Det er kun de faktaene som er nevnt nedenfor som godkjennes.

Standardanalyse:

Salg i verdi (1000)
Salg i volum (1000)
Verdiandel
Volumandel
Segmentandel verdi
Segmentandel volum

Endringsanalyse:

Verdiendring% forr år
Volumendring% forr år
Verdiandelendring forr år
Volumandelendring forr år
Segmentandel endring verdi forr år
Segmentandel endring volum forr år

Det må angis om informasjonen gjelder **volum** eller **verdi**, og **måle-enheten** (eks: kilo, stk, liter) må komme klart frem i annonseteksten eller referanseteksten. Salg i volum kan ikke benyttes i baser hvor volumkonvertering fraviker.

Perioder

Siste periode skal inngå, Minimumsperiode på 24 uker, Minimumsperiode i en trendrekke er 4 uker

Siste tilgjengelige rapportperiode *skal* inngå i markedsinformasjonen som publiseres. Data som offentliggjøres skal minimum vise **24** uker tilbake i tid fra siste tilgjengelige periode. Enten som én akkumulering på 24 uker, eller som en trendrekke der summen av alle periodene som vises er 24 uker. Minimumslengden på én periode illustrert som en del av en trendrekke er **4-uker**, og maksimum er et år. Den minste trendrekken som godkjennes er dermed **6 4-ukes perioder** (24 uker) eller 3 bimåndlige perioder (24 uker). De valgmulighetene som finnes er følgende:

Ukes og 4-ukes databaser:

4-uker. Antall: (min.6/max.14)
 8-uker. Antall: (min.3/max.7)
 13-uker. Antall: (min.2/max.5)
 26-uker. Antall: (min1./max.3)
 52-uker. Antall: (min1./max.3)

Bi-månedlige databaser:

2-månedlige perioder. Antall: (min.3/max.7)
 Rullerende halvår. Antall: (min.1/max.3)
 Rullerende år. Antall: (min.1/max.3)

3 år kan kun vises når man akkumulerer 52-uker og **1-ukes periodisering** godkjennes ikke. Unntak ved nylanseringer.

I baser med 5 års historikk kan kun 52 uker benyttes som periodenedbrytning dersom alle periodene skal vises.

Helår (eks 2006) i databasen kan godkjennes, selv om dette er et unntak fra regelen om at siste tilgjengelige rapportperiode skal inngå i markedsinformasjonen.

Trendtall

Trendtall kan illustreres periodevis innenfor ett rullerende år, eller som referanse til samme periode siste år. Trendtall skal kun refereres fra en og samme indeks.

Godkjenning av annonse

Når tallmaterialet er godkjent og annonsen klargjort skal ACNielsen se gjennom annonsen slik at det er samsvar med det som er godkjent av tall med den teksten som foreligger i annonsen.

Spesialregler for nylanseringer

Minimums- periode 4 uker, kan vise 1-ukes periodisering

Når det gjelder nylanseringer tillates offentliggjøring av tallmateriale om produktet etter **4 uker**. På grunn av den korte tilstedeværelsen kan **1-ukes periodisering** benyttes. Lanseringstidspunkt og siste periode skal være med i datamaterialet. Denne regelen kan således ikke brukes på en gammel nylansering. Dette gjelder kun i lanseringsperioden.

En nylansering faller inn under denne regelen etter 4 uker i butikk til den har vært der i 24 uker. Etter 24 uker vil produktet falle inn under de ordinære godkjenningsreglene.

Ellers følges de ordinære reglene

Det er kun i periodedimensjonen vi gjør unntak ved nylanseringer. Se de ordinære reglene for marked, produkt og fakta.

Nye varegrupper

Ved introduksjon av nye varegrupper vil man trenge en hvis tid før varegruppen er "satt" og godkjenninger kan gis. Som hovedregelen gjelder det at man ikke kan kommunisere tall fra varegruppen før en skikkelig kvalitetssjekk (dekningsanalyse) er gjennomført. Avvik fra dette kun etter godkjenning fra godkjennings ansvarlig.

Spesialregler for prosjekter/kategori databaser

Definisjon av kategoribaser/prosjekter

Kategoribaser er en sammensetning av produktklasser for å måle totalmarkedet innen en kategori, for eksempel hår (balsam, shampoo, styling og annen hårpleie.) I slike tilfeller skal inkluderte produktklasser framkomme og det må bestå av produktklasser som naturlig hører sammen inne en kategori. ACNielsen vil vurdere hvorvidt kategorier samsvarer med totalmarkedet i bransjen. Her vil man kunne benytte volum og verdi andel av den totale kategorien, samt salg i verdi og salgsenheter. Salg i volum kan ikke benyttes i kategoribaser med forskjellig volum konvertering (f.eks. kg/liter)

Egen referanse tekst vil bli benyttet i slike tilfeller og kan ikke benyttes uten samtykke fra ACNielsen.

Denne regelen kan ikke brukes i pressemeldinger.

Spesialregler for sesongprodukter

Definisjon av sesongprodukter

Produkter som retter seg spesielt mot ulike sesonger, som for eksempel jul og påske. Kan inneholde sesongvarianter av allerede eksisterende produkter da med unik eankode. Produktene er kun i salg i en avgrenset periode.

Perioder

For sesongprodukter fraviker vi regelen om at siste periode må være med, og at minimums perioden er 24 uker/6 mnd. Perioden for hele sesongen skal vises. Hvor lang sesongperioden er, skal defineres/ avklares med den respektive godkjenningsansvarlige. De vanligste sesongdefinisjonene for dvh er som følger:

Påskesesong: 6 uker før palmesøndag + 2 uker etter.

Julesesong: uke 47-02

Annen sesong avklares med godkjennings ansvarlig

Tolkning av regelverket

Det legges opp til en relativ streng tolkning av ovennevnte regler, idet dette er hensiktsmessig for både ACNielsen og våre kunder. Ordningen skal fungere som et "kvalitetsstempel" for våre kunder. I enkelte tilfeller kan det imidlertid avvikes fra reglene. Avgjørelsen for eventuelle avvik vil ligge hos avdelingssjefen i Client Service Centre. En forutsetning for avvik fra ovennevnte regler er en utførlig beskrivelse av datagrunnlaget.

Tvilstilfeller av enhver art bees rettet til vårt Client Service Centre.

Referanse nr. oppgives av ACNielsen, når tallene er godkjent. Logo sendes fra ACNielsen på forespørsel.

Godkjennelsen vil inneholde:

- godkjennelsesmerke - størrelsen tilpasses annonsens format og layout.
- Referanse nr. med godkjennelse dato
- kilde
- periodehenvisning
- marked
- produkt(er)
- ved bruk av segmenter: samme tall som sist tilgjengelige totalmarked
- varegruppenavn og definisjoner
- måleenhet i volum eller verdi

Godkjenningen er gyldig i en måned fra utstedelses dato.

.