

ODPORÚČACIE STANOVISKO ASOCIÁCIE MEDIÁLNYCH AGENTÚR K MEDIÁLNYM AUDITOM

Účel

Vzhľadom na súčasnú trhovú situáciu, kedy zaznamenávame vzrastajúci počet auditov a tým zvyšujúce sa nároky na prácu a zdroje agentúr v priamej súvislosti s poskytovaním súčinnosti počas prípravy, priebehu a vyhodnotenia výstupov mediálnych auditov, a zároveň s porozumením rešpektom k potrebám klientov získať čo najpresnejší, najkomplexnejší a najobjektívnejší prehľad o efektívite vynaložených finančných prostriedkov na mediálnu komunikáciu, AMA, Asociácia mediálnych agentúr, záujmové združenie právnických osôb založené podľa §20f Občianskeho zákonníka, vníma potrebu šandardizácie priebehu procesu mediálneho auditu a činnosti mediálnych audítorov.

Z tohto dôvodu Výbor združenia pristúpil k vypracovaniu jednotného spoločného odporúčacieho stanoviska AMA, ktorého cieľom je zadefinovanie základných pravidiel mediálneho auditu tak, aby požiadavky na jeho priebeh vychádzali jednak z reálnych možností agentúry zabezpečiť požadovanú súčinnosť v požadovanom čase, ako aj očakávanú kvalitu výstupu mediálneho auditu samotného.

Toto stanovisko definuje základný rámec, detailné ustanovenia sú predmetom individuálnych zmluvných dojednaní medzi konkrétnym klientom a agentúrou.

Pravidlá

1. Klient oznámi agentúre v dostatočnom predstihu, kto bude mediálnym audítorom. Agentúra sa môže vyjadriť k osobe resp. entite audítora, ako aj požadovať dodatočné relevantné informácie, najmä preukázanie:
 - a. odbornej spôsobilosti zamestnancov audítora
 - b. metodológiu hodnotenia
 - c. používané zdroje
 - d. referencie
2. Lehota na oznámenie auditu je minimálne 4 týždne pred plánovaným začatím procesu mediálneho alebo finančného auditu, pričom podmienkou je presné zadefinovanie štruktúry auditu, jeho hĺbky, určenie presného časového harmonogramu jednotlivých krokov. Agentúra sa môže vyjadriť k jednotlivým krokom, ich postupnosti a načasovaniu. Agentúra má tiež možnosť zadefinovať a ďalej primerane požadovať úhradu nákladov vzniknutých v priamej súvislosti na poskytnutie súčinnosti s auditom. Agentúra tiež môže požadovať od klienta relevantný podiel na takto vzniknutých nákladoch agentúry, pričom v prípade uplatnenia týchto nákladov musí agentúra o tomto klienta vopred informovať a prípadné náklady resp. podiel na nich presne vyčíslieť.
3. Klient aj audítorská spoločnosť podpíšu pred začatím auditu dohodu o mlčanlivosti (štandardne NDA resp. – non-disclosure agreement) tak, aby bola zabezpečená ochrana know-how a obchodného tajomstva agentúry podľa §§17-20 Obchodného zákonníka.

4. Agentúra je povinná poskytnúť auditorskej spoločnosti súčinnosť v dohodnutom rozsahu za súčasného dodržiavania svojich zmluvných záväzkov a zamedziť tak porušeniu alebo ohrozeniu práva na obchodné tajomstvo svojich ostatných obchodných partnerov. Agentúra je povinná audítorovi umožniť najmä:
 - a. Vstup do agentúry v sprievode zodpovednej osoby určenej agentúrou, vo vopred určenom a dohodnutom čase,
 - b. Možnosť nahliadať do tých dokumentov, ktoré sú určené priamo konkrétnemu klientovi, na ktorého žiadosť mediálny alebo finančný audit prebieha, umožňujúc tak agentúre dodržiavať zmluvné záväzky (obchodné tajomstvo príslušné ustanovenia ObZ) voči ostatným obchodným partnerom
5. Audítor zašle v dostatočnom časovom predstihu (spravidla 7 pracovných dní pred prezentáciou klientovi) výslednú správu z auditu najprv agentúre s cieľom odstrániť zrejme nejasnosti, upresniť závery a týmto zvýšiť relevanciu samotného výstupu mediálneho auditu pre klienta. Finálna správa audítora bude audítorom osobne prezentovaná na trojstrannom stretnutí (klient, audítor, agentúra) tak, aby sa k nej agentúra mohla priamo vyjadriť alebo bude zaslaná písomne agentúre so stanovením primeranej lehoty na vyjadrenie sa k auditu. Finálny výstup audítora bude prístupný výlučne klientovi a auditovanej agentúre.

Svojím vlastnoručným podpisom potvrdzujeme súhlas so stanoviskom AMA a záväzok riadiť sa týmito pravidlami.