



Code de Conduite

Le Code de Conduite Awin fournit des règles et directives additionnelles pour aider les éditeurs à répondre aux standards de qualité pour les annonceurs du réseau Awin.

Introduction

Le Code de Conduite Awin s'adresse à tous les éditeurs qui monétisent leur trafic et apportent de nouveaux clients aux annonceurs du réseau Awin.

Le Code vise les objectifs suivants :

Confiance

Maintenir un climat de confiance face aux réglementations de la publicité en ligne et des technologies de tracking

Équité

Garantir des modèles de rémunération équitables entre éditeurs et annonceurs

Compliance

Garantir le respect des normes sociales internationalement reconnues et, en particulier, les positions énoncées dans la loi allemande sur le devoir de diligence de la chaîne d'approvisionnement

Le Code contient également des instructions pratiques. Les éditeurs sont tenus de respecter ces directives afin de se conformer au Code. Le seul respect des instructions pratiques ne suffit néanmoins pas à garantir la conformité à l'ensemble du Code.

Les éditeurs sont libres de prendre les mesures qui leur semblent justes pour se conformer au Code. Les éditeurs peuvent donc être amenés à prendre des mesures supplémentaires à celles décrites dans les instructions pratiques.

Le Code traduit les attentes d'Awin par rapport au marché de l'affiliation. Des exigences supplémentaires

peuvent s'appliquer en fonction des pays et des secteurs d'activités, et sont mentionnées dans les Codes de conduite et les bonnes pratiques applicables.

Il s'agit de :

 [Logiciels à télécharger](#)

 [Marketing par coupons](#)

 [Bonnes pratiques relatives au cashback \(UK\)](#)

En outre, les normes éthiques applicables aux fournisseurs doivent être respectées conformément au [Code de conduite des fournisseurs d'Awin](#) tel que modifié ou mis à jour par Awin à sa discrétion après notification à l'éditeur.

Contrôle et mise en pratique

L'équipe de contrôle qualité Awin échange directement avec les gestionnaires de comptes, les annonceurs, les éditeurs et d'autres fournisseurs tiers pour surveiller efficacement les comportements au sein du réseau et pour garantir le respect des directives énoncées par ce Code, ainsi que nos Conditions générales.

Bien que nous essayions autant que possible d'opter pour une approche collaborative dans la résolution des

questions relatives aux activités, les activités non conformes au Code seront sanctionnées. Les pénalités vont du simple avertissement et la confiscation des commissions, jusqu'à la suspension ou la suppression de compte et l'interdiction d'intégrer le réseau.



Code de Conduite

Règles et Directives

Règle 1

Les éditeurs doivent explicitement déclarer leurs activités publicitaires et doivent obtenir l'approbation de l'annonceur pour les exercer.

Directives

- 01 Les éditeurs doivent utiliser la page profil éditeur pour renseigner leurs activités.
- 02 Les éditeurs qui exercent des activités au-delà de leurs espaces promotionnels autorisés doivent explicitement déclarer ces activités à l'annonceur.

Règle 2

Les éditeurs ne doivent pas avoir un impact négatif sur les performances du site de l'annonceur, ses fonctionnalités ou sa disponibilité.

Directives

- 01 Le trafic généré ne peut excéder les prévisions de volumes attendues.
- 02 À partir du moment où l'annonceur signale un problème lié à l'activité d'un éditeur, ce dernier doit cesser immédiatement cette activité.
- 03 Les éditeurs ne peuvent avoir recours à des procédés qui modifient le design ou entrent en conflit avec les fonctionnalités de la page Annonceur sans son accord préalable.

Règle 3

Les éditeurs doivent indiquer clairement où se trouvent leurs sièges sociaux et leurs lieux de résidence.

Directives

- 01 Sur demande, les éditeurs doivent fournir des documents complémentaires permettant de vérifier l'emplacement de l'entreprise et le lieu de résidence des actionnaires de la société.

Règle 4

Les éditeurs doivent uniquement avoir recours aux logiciels à télécharger qui répondent aux normes en vigueur.

Directives

- 01 Tout logiciel à télécharger utilisé par un éditeur doit être en accord avec le Code de Conduite de l'IAB en rapport avec les logiciels à télécharger [IAB Code of Conduct](#).
- 02 Les éditeurs acceptent de soumettre les logiciels utilisés à un contrôle préalable avant de les utiliser à des fins publicitaires pour les annonceurs.
- 03 Les éditeurs ne peuvent employer que des logiciels approuvés par l'annonceur.

Règle 5

Les éditeurs ne peuvent prendre part à des activités pouvant être qualifiées de « spam ».

Directives

- 01 Les éditeurs ne sont pas autorisés à faire usage de plateformes tierces ou de réseaux sociaux à des fins publicitaires sans l'autorisation expresse du propriétaire de l'espace publicitaire.

Règle 6

Les éditeurs ne peuvent ni publier ni autoriser la publication de contenu susceptible de porter atteinte aux efforts marketing déployés par un autre éditeur, un annonceur ou un partenaire sous-traitant.

Directives

- 01 Les éditeurs sont tenus de modérer tout contenu généré par l'utilisateur (par exemple sur des forums).
- 02 Les éditeurs sont tenus de répondre immédiatement à toute communication de la part d'un annonceur ou d'un sous-traitant missionné par un annonceur, dès lors que la communication est en rapport avec un contenu susceptible d'être diffamatoire.

- 03 Les exemples ci-dessous ne sont pas des contenus appropriés :

- ➔ Contenu obscène ou pornographique
- ➔ Contenu discriminatoire concernant plus particulièrement la race, la nationalité, l'identité sexuelle, le handicap, la religion ou l'âge d'un individu.
- ➔ Contenu diffamatoire ou calomnieux
- ➔ Contenu violent ou incitant à la violence
- ➔ Contenu portant atteinte aux droits de la propriété intellectuelle
- ➔ Contenu allant à l'encontre de lois applicables

Règle 7

Les éditeurs ne peuvent ni publier ni autoriser la publication de contenu susceptible de porter atteinte aux efforts marketing déployés par un autre éditeur, un annonceur ou un partenaire sous-traitant.

Directives

- 01 Les éditeurs sont tenus de respecter les conditions d'utilisation de la recherche payante décrites sur la page de profil des annonceurs.
- 02 Les éditeurs ne peuvent employer des termes préjudiciables aux marques dans le cadre de leurs activités de recherche payante.
- 03 Les éditeurs doivent se conformer aux lois du pays dans lequel ils résident, à celles du pays dans lequel réside l'annonceur ainsi qu'à celles du pays où se situent les clients cibles.
- 04 Les éditeurs doivent informer Awin et fournir les preuves d'un accord conclu avec l'annonceur en ce qui concerne des exclusivités relatives à l'emploi de termes spécifiques touchant à l'image de marque dans le cadre des activités de recherche payante.

Code de Conduite

Règle 8

Les éditeurs ne doivent pas induire les clients en erreur via leurs messages publicitaires.

Directives

- 01 Les informations communiquées aux clients doivent être exactes et à jour.
- 02 Les éditeurs doivent être en possession de toutes les licences et documents requis relatifs à leurs produits. Ci-dessous, vous trouverez des exemples d'activités pour lesquelles des licences et documents spécifiques sont nécessaires :
 - Services financiers
 - Services de santé
- 03 Les éditeurs ne doivent pas affecter l'expérience de navigation du client de façon malintentionnée ou inappropriée.

Règle 9

Les éditeurs doivent faire preuve de transparence concernant leurs sources de trafic et l'environnement dans lequel les publicités sont diffusées.

Directives

- 01 Les éditeurs doivent recourir à l'utilisation de referrers HTTP claires, afin d'indiquer la page de contenu sur laquelle la publicité est diffusée.
- 02 Les éditeurs ne peuvent prendre part à des activités ou des techniques qui seraient à l'origine d'une dénaturation des sources de trafic.

Règle 10

Les éditeurs doivent faire bon usage des liens de tracking et du matériel publicitaire des annonceurs.

Directives

- 01 Les éditeurs doivent utiliser exclusivement le lien de click tracking Awin, dans l'éventualité où l'internaute interagirait de manière volontaire ou intentionnelle avec une bannière publicitaire ou tout autre lien tracké.
- 02 Les éditeurs ne peuvent déclencher le tracking pour un annonceur que si le consommateur interagit directement avec le matériel publicitaire de l'annonceur en question.
- 03 Si un accord conclu avec un annonceur autorise l'utilisation de liens de tracking non standards, alors l'éditeur doit fournir une preuve écrite de cet accord à Awin.

Règle 11

Les éditeurs opérant eux-mêmes un réseau de sous-éditeurs sont tenus d'assurer la transparence des activités des éditeurs sous-traitants.

Directives

- 01 Les sous-réseaux d'éditeurs seront tenus responsables de toute action promotionnelle ou de tout oubli de la part de leurs partenaires sous-traitants, de la même manière que s'ils commencent ces actions en leur nom. Toute violation de l'une ou l'autre règle du Code de Conduite et commise par un partenaire sous-traitant sera traitée comme une violation commise par le sous-réseau d'éditeurs.
- 02 Au moment d'informer Awin des volumes de trafic et des ventes générés sur le réseau Awin, les sous-réseaux d'éditeurs doivent recourir au Paramètre de Référence de Clic (clickref) pour identifier le partenaire sous-traitant et l'URL, afin d'informer Awin de l'URL sous-traitant à l'origine de la vente.
- 03 Les décisions d'Awin relatives à un partenaire sous-traitant faisant la promotion d'un annonceur via un sous-réseau d'éditeurs seront à son entière discrétion ; et Awin se réserve le droit de suspendre ou de bloquer tout partenaire sous-traitant dans ses activités de promotion des annonceurs Awin.

Règle 12

Les éditeurs s'engagent à coopérer afin de résoudre tout litige.

Directives

- 01 Les éditeurs sont tenus de répondre aux demandes d'informations formulées par Awin ou des annonceurs avec précision et exhaustivité, et ce, dans un délai raisonnable.
- 02 Les éditeurs sont tenus de cesser toute activité à la suite d'une demande expresse d'Awin ou d'un annonceur.

Règle 13

Les éditeurs sont tenus de respecter l'esprit du Code de Conduite.

Directives

- 01 Les éditeurs respectent les normes éthiques applicables aux fournisseurs conformément au [Code de conduite des fournisseurs d'Awin](#)
- 02 Les éditeurs sont tenus de respecter le Code de Conduite et de comprendre que celui-ci n'est pas exhaustif

