

# Mezinárodní Kodex ICC/ESOMAR

pro výzkum trhu, výzkum veřejného mínění,  
sociologický výzkum a datovou analytiku

# Mezinárodní kodex ICC/ESOMAR

pro výzkum trhu, výzkum veřejného mínění, sociologický výzkum  
a datovou analytiku

ICC (Mezinárodní obchodní komora) je největší světovou obchodní organizací se sítí více než 6,5 milionu členů ve více než 130 zemích světa.

ESOMAR je globální sdružení datové, výzkumné a „insight“ komunity zastupující více než 4 900 odborníků a 500 společností, kteří poskytují nebo zadávají výzkumné projekty a datovou analytiku ve více než 130 zemích a kteří souhlasí s dodržováním Mezinárodního kodexu ICC / ESOMAR (dále jen „Kodex“).

Copyright © ICC / ESOMAR 2016.

Všechna práva vyhrazena. Tato publikace může být překládána pouze s předchozím písemným souhlasem ICC a ESOMAR.

ICC / ESOMAR International Code (Kodex) byl vypracován v angličtině a anglický text je definitivní verzí. Český překlad Kodexu byl zpracován Sdružením agentur pro výzkum trhu a veřejného mínění SIMAR, viz [www.simar.cz](http://www.simar.cz).

Všechny ICC kodexy a pokyny jsou k dispozici na adrese [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org).

Všechny ESOMAR kodexy a pokyny jsou k dispozici na adrese [www.esomar.org](http://www.esomar.org).

# Obsah

<b>Předmluva</b>	<b>3</b>
<b>Úvod</b>	<b>4</b>
<b>Účel a oblast působnosti</b>	<b>4</b>
<b>Výklad</b>	<b>4</b>
<b>Definice</b>	<b>5</b>
<b>Základní principy</b>	<b>6</b>
<b>Články</b>	<b>7</b>
<b>Odpovědnost vůči subjektům údajů</b>	<b>7</b>
Článek 1 - Povinnost řádné profesní péče	7
Článek 2 - Děti, mládež a další zranitelné osoby	7
Článek 3 - Minimalizace dat	7
Článek 4 - Sběr primárních dat	7
Článek 5 - Užití sekundárních dat	8
Článek 6 - Ochrana dat a soukromí	8
<b>Odpovědnost vůči klientům</b>	<b>9</b>
Článek 7 - Transparentnost	9
<b>Odpovědnost vůči široké veřejnosti</b>	<b>9</b>
Článek 8 - Zveřejňování výsledků	9
<b>Odpovědnost v rámci výzkumné profese</b>	<b>10</b>
Článek 9 - Profesní odpovědnost	10
Článek 10 - Právní odpovědnost	10
Článek 11 - Dodržování	10
Článek 12 - Implementace	10



# Předmluva

Po celou dobu své historie poskytoval obor výzkumu trhu, veřejného mínění a sociologického výzkumu informace a poznatky o chování, potřebách a postojích lidí. Nabízel tak podklady k rozhodování výrobcům produktů a poskytovatelům služeb, státním institucím, jednotlivcům i společnosti jako celku. Při tom výzkumníci spoléhali především na údaje získané prostřednictvím přímé interakce či pozorování zúčastněných jednotlivců, přičemž kladli velký důraz na ochranu jejich soukromí. Tento důraz na ochranu soukromí byl jádrem úspěšné historie samoregulace našeho oboru.

Svět se mění a je nutné, abychom se měnili s ním.

V průběhu zhruba posledních 20 let jsme byli svědky digitální revoluce, která přináší dramatický nárůst schopnosti shromažďovat, ukládat a zpracovávat informace, zahrnuje globální internet, sociální média, mobilní technologie a která radikálně mění způsob, jakým lidé žijí a pracují.

Důsledkem je výrazná proměna výzkumu díky intenzivnějšímu využívání již existujících digitálních dat. Role výzkumníka se vyvíjí od tazatele k datovému kurátorovi, zaměřujícímu se více na organizaci a integraci mnohdy již existujících dat. Funkce výzkumu a poznání spotřebitelského trhu se rozvíjí nad rámec sběru dat a jejich analýzy, více ke správě a syntéze dat z rozmanitých zdrojů, od skupinových diskusí a výběrových šetření až k analýzám dat ze sociálních médií a rozsáhlých databází.

Tato přepracovaná verze ICC/ESOMAR Kodexu zohledňuje dopad těchto nových technologií na výzkumnou profesi. Zahnutí datové analytiky do názvu Kodexu potvrzuje, že rychlý nárůst množství dat má za následek zcela nový přístup k výzkumu v rámci naší profese, v níž výzkumníci spojují a analyzují velké databáze a hledají vzorce chování v datech a poskytují nové důležité poznatky svým klientům. Datová analytika může být použita pro jiné účely, ale je-li použita pro výzkum, platí tento Kodex.

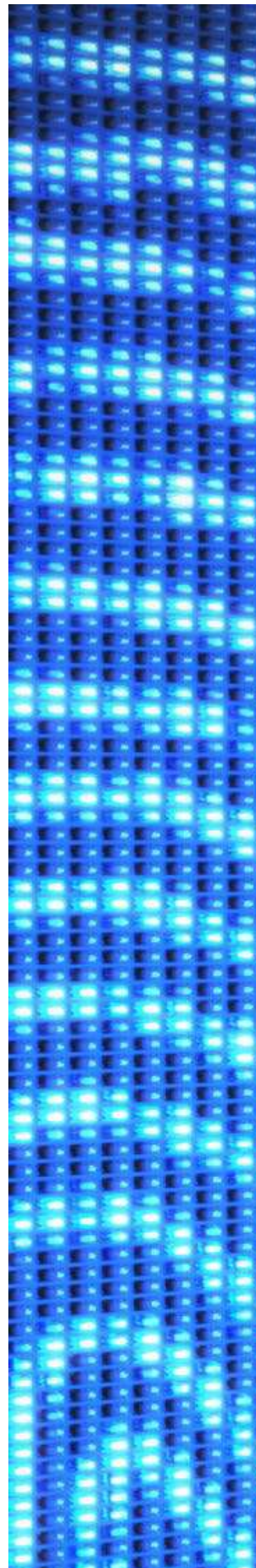
Věc, která se samozřejmě nezměnila, je závislost našeho oboru na ochotě veřejnosti spolupracovat. Ta je podložena důvěrou, že výzkum je prováděn čestně a objektivně, aniž narušuje soukromí jedinců, aniž způsobuje nepříjemnosti těm, jejichž data jsou ve výzkumu využívána.

Schopnost jednotlivců kontrolovat, jak jsou jejich osobní údaje použity, respektive k jakému účelu, je ve společnosti sledována se zvyšujícími se obavami. Proto je potřeba jasných etických a profesionálních pravidel o tom, jak tato data zodpovědně zpracovávat, stále naléhavější. Více než kdy předtím je důležité zachovat důvěru veřejnosti ve výzkumný obor, abychom i nadále prokazovali, že uznáváme etické, profesionální a společenské povinnosti, které jsou spojeny s používáním osobních údajů lidí.

ICC a ESOMAR vám s potěšením představuje tuto nejnovější revizi Kodexu, která, jak věříme, bude i nadále podporovat vysoké standardy etického chování a posilovat důvěru veřejnosti v oblast výzkumu. Použití tohoto Kodexu doporučujeme na celém světě.

**John Danilovich, generální tajemník ICC**

**Finn Raben, generální ředitel ESOMAR**



# Mezinárodní kodex ICC/ESOMAR

pro výzkum trhu, výzkum veřejného mínění, sociologický výzkum  
a datovou analytiku

## Úvod

První Kodex marketingového a sociálního výzkumu v praxi vydal ESOMAR v roce 1948. V následujících letech řada lokálních výzkumných organizací zveřejnila své vlastní kodexy.

V roce 1976 se ESOMAR a ICC – v souvislosti s mezinárodním Kodexem pro marketing a reklamu (Global Marketing and Advertising Code of Conduct) – shodly na existenci jediného, společného mezinárodního Kodexu. Společný ICC/ESOMAR Kodex byl zveřejněn v následujícím roce. Kodex z roku 1977 byl revidován a aktualizován v letech 1986 a 1994 a naposledy v roce 2007. Přijalo nebo schválilo jej více než 60 asociací ve více než 50 zemích.

## Účel a oblast působnosti

Tento Kodex je navržen jako komplexní rámec samoregulace pro ty, kteří se zabývají výzkumem trhu, sociologickým výzkumem a datovou analytikou. Stanoví zásadní normy etického a profesionálního chování vytvořené s cílem zachovat důvěru veřejnosti ve výzkum. Zároveň vyžaduje striktní dodržování jakýchkoli příslušných regionálních, národních a místních zákonů nebo předpisů a oborových profesních kodexů chování, které mohou nastavit vyšší standardy. Tím je zajištěno, že výzkumníci a analytici pracující s tradičními a novými zdroji dat i nadále naplňují svou etickou, profesní a právní odpovědnost vůči jednotlivcům, jejichž údaje používají ve výzkumu, i vůči klientům a organizacím, kterým slouží. Kodex si rovněž klade za cíl chránit právo výzkumníků vyhledávat, přijímat a rozšiřovat informace, jak je uvedeno v článku 19 Mezinárodního paktu o občanských a politických právech OSN.

Tento Kodex je platný pro všechny výzkumy po celém světě. Přijetí a dodržování Kodexu je povinné pro členy ESOMAR a členy jiných výzkumných sdružení, kteří jej přijali.

## Výklad

Kodex má být uplatňován ve svém smyslu, stejně jako v textu jednotlivých ustanovení. Měl by být chápán v souvislosti s ostatními příslušnými ICC a ESOMAR kodexy, pravidly, zásadami a interpretačními rámci, které upřesňují užití Kodexu v kontextu konkrétních metod a aplikací. Tyto a další podobné dokumenty jsou k dispozici na [www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org) a [www.esomar.org](http://www.esomar.org).

V tomto dokumentu se slovo "musí" používá k identifikaci závazného požadavku, pro principy nebo postupy, které jsou výzkumní pracovníci povinni dodržovat. Slovo "má" se používá při popisu provedení a označuje doporučený způsob.



# Definice

Pro účely tohoto Kodexu mají následující termíny tento specifický význam:

**Děti** jsou jednotlivci, u nichž povolení k účasti na výzkumu musí být získáno od rodiče nebo kohokoli odpovědného poručnictvím nad dítětem (zákonného zástupce či odpovědné osoby). Definice věku dítěte se významně liší a je stanovena vnitrostátními právními předpisy a samoregulačními kodexy. Pokud neexistuje národní definice, dítě je do 12 let věku a jako "mládež" jsou označovány osoby ve věku mezi 13 a 17 lety.

**Klient** je jakákoli osoba nebo organizace, která si vyžádá, zadá nebo užije jakoukoli část výzkumného projektu.

**Souhlas** znamená svobodný a informovaný souhlas jednotlivce se shromažďováním a zpracováváním jeho osobních údajů.

**Datová analytika** je proces zkoumání datových sad s cílem odhalit skryté souvislosti, neznámé korelace, trendy, preference a další užitečné informace pro výzkumné účely.

**Subjekt údajů** je jakákoli osoba, jejíž osobní údaje jsou používány ve výzkumu.

**Poškození/újma** jsou hmotné a materiální škody (jako fyzické zranění nebo finanční ztráta), nehmotná nebo morální újma (například poškození dobrého jména nebo dobré vůle) nebo nadměrný zásah do soukromého života, včetně nevyžádaného osobně cíleného marketingového sdělení.

**Nevýzkumná činnost** jsou aktivity cílené na jednotlivce, jehož osobní údaje byly shromážděny nebo analyzovány s úmyslem změnit postoje, názory nebo jednání tohoto jednotlivce.

**Pasivním sběrem dat** se rozumí sběr osobních údajů pozorováním, měřením nebo zaznamenáváním aktivit či chování jednotlivce.

**Osobní údaje** jsou veškeré informace o fyzických žijících osobách, které mohou být použity k identifikaci jednotlivce, například s ohledem na přímé identifikátory (například jméno, specifická geografická poloha, telefonní číslo, obrázek, zvuk nebo videonahrávka), nebo nepřímo s ohledem na fyzické, fyziologické, psychické, ekonomické, kulturní nebo sociální charakteristiky jednotlivce.

**Primární data** jsou údaje shromážděné výzkumníkem od jednotlivce, resp. o jednotlivci pro účely výzkumu.

**Kodex chování pro ochranu osobních údajů** je uveřejněný souhrn zásad ochrany osobních údajů organizace, který popisuje způsoby, jakými organizace shromažďuje, používá, popisuje a spravuje osobní údaje subjektu údajů.

**Výzkum** zahrnuje všechny formy výzkumu trhu a veřejného mínění, sociálního výzkumu a datové analytiky. Je to systematické shromažďování a vyhodnocování informací o jednotlivcích a organizacích. Využívá statistické a analytické metody a techniky aplikovaných sociálních, behaviorálních a datových věd. Cílem výzkumu je porozumění zkoumanému jevu. Výzkum podporuje rozhodování poskytovatelů zboží a služeb, státních institucí, neziskových organizací i široké veřejnosti.

**Výzkumník** je jakákoli osoba nebo organizace provádějící výzkum nebo působící jako konzultant v této oblasti, včetně těch, kteří pracují v klientských organizacích či v subdodavatelských firmách.

**Sekundární data** jsou údaje shromážděné pro jiný účel a následně využité v oblasti výzkumu.

**Zranitelné osoby** jsou osoby, které mohou mít omezenou schopnost provádět dobrovolná a informovaná rozhodnutí, zahrnuti jsou osoby s kognitivními poruchami nebo komunikačním postižením.



## Základní principy

Tento Kodex je založen na třech základních principech, které charakterizovaly výzkum trhu, veřejného mínění a sociologický výzkum v celé jeho historii. Tyto principy poskytují interpretační zázemí pro uplatnění nejdůležitějších článků Kodexu.

1. Při shromažďování osobních údajů od subjektů údajů pro účely výzkumu musí výzkumníci transparentně sdělit, jaké informace plánují shromažďovat, sdělit účel, pro který budou údaje shromážděny, a uvést, s kým budou informace sdíleny a v jaké formě.
2. Výzkumní pracovníci musí zajistit, aby osobní údaje užívané ve výzkumu byly důkladně chráněny před neoprávněným přístupem a nebyly bez souhlasu subjektu údajů zveřejněny.
3. Výzkumníci se musí vždy chovat eticky a nedělat nic, co by mohlo způsobit újmu subjektu údajů nebo poškodit pověst výzkumu trhu, veřejného mínění a sociologického výzkumu.

# Články

## Odovědnost vůči subjektům údajů

### Článek 1 Povinnost řádné profesní péče

- (a) Výzkumní pracovníci musí zajistit, aby v přímém důsledku použití osobních údajů pro výzkumné účely nedošlo k poškození subjektu údajů.
- (b) Výzkumní pracovníci musí postupovat se zvláštní péčí, pokud je povaha výzkumu citlivá, nebo by okolnosti, za kterých byla data shromážděná, mohly způsobit subjektu údajů rozrušení nebo úzkost.
- (c) Pracovníci musí mít na paměti, že úspěch výzkumu se opírá o důvěru veřejnosti v integritu výzkumu, a důvěrné zacházení s poskytovanými informacemi proto musí důsledně rozlišovat mezi výzkumnými a nevýzkumnými činnostmi.<sup>1</sup>
- (d) Pokud se výzkumníci zapojí do nevýzkumné činnosti, například propagační nebo obchodní či prodejní činnosti zaměřené na jednotlivé subjekty údajů, musí tyto činnosti jasně oddělit od výzkumu.

### Článek 2 Děti, mládež a další zranitelné osoby

- (a) Pro shromažďování údajů od dětí nebo osob, které mají určeného zákonného zástupce, musí výzkumní pracovníci získat souhlas zákonného zástupce nebo odpovědné dospělé osoby.
- (b) Výzkumníci musí se zvláštní péčí zvážit zapojení dětí a mladých lidí do výzkumu. Při kladení otázek je třeba vzít v úvahu jejich věk a úroveň vyspělosti.
- (c) Při práci s jedinci ze zranitelných skupin společnosti musí výzkumníci zajistit, aby takoví jedinci mohli dělat informovaná rozhodnutí a nebyli při žádosti o spolupráci na výzkumu pod nepřiměřeným tlakem.

### Článek 3 Minimalizace dat

Výzkumníci musí omezit sběr a/nebo zpracování osobních údajů pouze na položky, které jsou relevantní pro výzkum.

### Článek 4 Sběr primárních dat

- (a) Při shromažďování osobních údajů přímo od subjektu údajů za účelem výzkumu:
  - i. výzkumní pracovníci se musí ihned identifikovat a subjekty údajů musí být schopny bez obtíží ověřit totožnost a dobré úmysly výzkumného pracovníka.
  - ii. výzkumní pracovníci musí jednoznačně uvádět obecný účel výzkumu, jakmile je to metodologicky možné.
  - iii. výzkumní pracovníci musí zajistit, že účast na výzkumu je dobrovolná a na základě přiměřených a nezavádějících informací o hlavním účelu a povaze výzkumu.
  - iv. výzkumníci musí informovat subjekty údajů o jakékoli činnosti, která bude zahrnovat opětovný kontakt, a subjekt údajů musí s opětovným kontaktem souhlasit. Jedinou výjimkou je opětovný kontakt s osobou pro účely kontroly kvality.

---

<sup>1</sup> Je důležité, aby nevýzkumné subjekty jasně odlišovaly výzkum a komerční aktivity. Proto je třeba věnovat pozornost článku 9 ICC Kodexu marketingu a marketingové komunikace: "Marketingová komunikace by neměla zakrývat či zkreslovat svůj skutečný obchodní účel. Z tohoto důvodu by se komunikace podporující prodej výrobků neměla vydávat za výzkum trhu, průzkum veřejného mínění, obsah publikovaný uživateli, soukromý blog nebo nezávislé hodnocení."



- v. výzkumní pracovníci musí respektovat právo subjektů údajů odmítnout požadavek na účast ve výzkumu.
- (b) Výzkumní pracovníci musí subjektům údajů kdykoliv umožnit odstoupení z výzkumu, přístup k údajům a opravu osobních údajů o nich.
- (c) Pasivní sběr dat by měl být založen na souhlasu subjektu údajů a splnit všechny podmínky článku 4(a).
- (d) Při použití metod pasivního sběru dat, kde není možné získat souhlas, musí mít výzkumníci právně přípustné důvody pro shromažďování údajů, a jakmile je to provozně možné, musí odstranit nebo zakrýt veškeré identifikační znaky.

#### **Článek 5 Užití sekundárních dat**

Při použití sekundárních dat, která obsahují osobní údaje, musí výzkumníci zajistit, že:

- (a) zamýšlené použití je slučitelné s účelem, pro který byla data původně shromážděna.
- (b) údaje nebyly shromažďovány v rozporu se zákonem, podvodně nebo způsoby, které nebyly zjevné nebo rozumně rozpoznatelné a předpokladatelné subjektem údajů.
- (c) při sběru těchto dat nebylo další použití výslovně vyloučeno v souhlasu se zpracováním osobních údajů.
- (d) veškeré žádosti jednotlivých subjektů údajů, aby jejich údaje nebyly použity pro jiné účely, musí být respektovány.
- (e) použití údajů nesmí mít za následek poškození subjektů údajů. Musí existovat opatření ochrany subjektů údajů před takovou újmou.

#### **Článek 6 Ochrana dat a soukromí**

- (a) Pokud mají výzkumníci v úmyslu pro výzkum shromažďovat osobní údaje, které mohou být použity také pro nevýzkumné účely, musí to být subjektům údajů jasně sděleno před zahájením sběru dat a je třeba získat souhlas k užití údajů k nevýzkumným účelům.
- (b) Výzkumníci nesmí sdílet osobní údaje subjektu údajů s klientem, pokud k tomu subjekt údajů nedal výslovný souhlas a nebyl udán specifický účel, pro který se data budou používat.
- (c) Výzkumní pracovníci musí sdělit subjektu údajů pravidla o ochraně jeho soukromí (Kodex chování), pravidla musí být pro subjekt údajů snadno dostupná a pochopitelná.
- (d) Výzkumní pracovníci musí zajistit, aby z osobních údajů nebylo možné dohledat nebo odvodit identitu jednotlivce pomocí dedukce (například prostřednictvím křížové analýzy, na malém vzorku nebo v kombinaci s jinými daty, jako jsou záznamy klienta či veřejně dostupná sekundární data).
- (e) Výzkumní pracovníci musí přijmout veškerá přiměřená opatření, aby zajistili, že osobní údaje jsou bezpečně uchovány. Musí být zabezpečeny proti rizikům, jako je ztráta, neoprávněný přístup, zničení, zneužití, manipulace nebo prozrazení.
- (f) Osobní údaje budou uchovávány pouze po dobu nezbytně nutnou pro účel, pro který byly shromážděny nebo používány.

- (g) Pokud jsou osobní údaje předávány subdodavateli nebo jiným poskytovatelům služeb, musí výzkumníci zajistit, aby byla zajištěna alespoň rovnocenná úroveň bezpečnostních opatření.
- (h) Výzkumníci musí věnovat zvláštní péči při předávání osobních údajů mezi oblastmi s různými právními úpravami a zajistit, že nároky na ochranu subjektů údajů budou zachovány. Takové převody nesmí být prováděny bez souhlasu subjektu údajů nebo jiných právně přípustných důvodů. Kromě toho musí výzkumníci přijmout veškeré přiměřené kroky k zajištění odpovídajících bezpečnostních opatření a dodržení principů ochrany dat v Kodexu.
- (i) V případě porušení pravidel nakládání s osobními údaji mají výzkumníci povinnost řádné profesní péče o subjekty těchto údajů a musí dodržet všechny platné zákony o oznamování zneužití osobních údajů.

## Odpovědnost vůči klientům

### Článek 7 Transparentnost

- (a) Výzkumní pracovníci musí navrhnout výzkumný projekt podle specifikace a v kvalitě v souladu s článkem 9(a).
- (b) Výzkumní pracovníci musí zajistit, aby výzkumná zjištění a jakákoliv jejich interpretace byla zjevně a přiměřeně podpořena daty.
- (c) Výzkumníci musí na požádání umožnit klientům nezávislou kontrolu kvality sběru dat a úpravy dat.
- (d) Výzkumní pracovníci musí poskytnout klientům dostatečné technické informace o výzkumech, které jim umožní posoudit platnost výsledků ve vztahu ke všem závěrům.
- (e) Vypracovaná výzkumná zpráva musí jasně oddělit zjištění od interpretace těchto zjištění a jakýchkoliv závěrů či doporučení.

## Odpovědnost vůči široké veřejnosti

### Článek 8 Zveřejňování výsledků

- (a) Při zveřejňování výsledků výzkumu musí výzkumníci zajistit, aby veřejnost měla přístup k dostatečným základním informacím pro posouzení kvality použitých údajů a platnosti závěrů.
- (b) Výzkumní pracovníci musí dát k dispozici na požádání dodatečné technické informace nezbytné k posouzení správnosti zveřejněných poznatků, pokud to nezakazuje smluvní ujednání.
- (c) Pokud klient plánuje výsledky výzkumného projektu zveřejnit, výzkumní pracovníci by měli zajistit, aby byli požádáni o konzultaci formy a obsahu zveřejnění. Klient i výzkumník mají povinnost zajistit, aby zveřejněné výsledky nebyly zavádějící.
- (d) Výzkumníci nesmí dovolit, aby jejich jméno nebo jméno jejich organizace bylo spojeno s šířením závěrů z výzkumného projektu, pokud tyto závěry nejsou přiměřeně podpořeny daty.

# Odpovědnost vůči výzkumné profesi

## Článek 9 Profesionální odpovědnost

- (a) Výzkumní pracovníci musí být čestní, pravdomluvní a objektivní a zajistit, aby jejich výzkum byl prováděn v souladu s příslušnými vědeckými principy výzkumu, metodami a technikami.
- (b) Výzkumníci se musí vždy chovat eticky a nesmí dělat nic, co by mohlo neoprávněně poškodit pověst výzkumu nebo vést ke ztrátě důvěry veřejnosti v něj.
- (c) Výzkumný pracovník musí být přímočarý a upřímný v celém svém profesním a obchodním jednání.
- (d) Výzkumníci nesmí bezdůvodně kritizovat jiné výzkumníky.
- (e) Výzkumníci nesmí činit nepravdivá či jinak zavádějící prohlášení o dovednostech, zkušenostech či činnostech – svých ani své organizace.
- (f) Výzkumní pracovníci musí jednat v souladu s obecně uznávanými zásadami ochrany hospodářské soutěže.

## Článek 10 Právní odpovědnost

Výzkumní pracovníci musí vyhovět všem platným mezinárodním a národním zákonům, místním kodexům chování a profesním standardům či pravidlům.

## Dodržování

- (a) Výzkumní pracovníci musí zajistit, aby byl výzkum prováděn v souladu s tímto Kodexem, aby klienti a ostatní účastníci výzkumu souhlasili s jeho požadavky a aby byla platnost Kodexu zohledněna ve všech situacích, kde je to vhodné, pro všechny organizace, firmy a jednotlivce ve všech fázích výzkumu.
- (b) Náprava po porušení tohoto Kodexu ze strany výzkumného pracovníka, i když je žádoucí, neomlouvá toto porušení.
- (c) Pokud člen ESOMAR nespolupracuje při disciplinárním šetření ESOMAR při možném porušení Kodexu, je to považováno za jednání v rozporu s tímto Kodexem. Toto ustanovení platí i pro členy jiných samoregulačních orgánů dodržujících tento Kodex.

## Implementace

- (a) Tento Kodex a zásady zakotvené v něm by měly být přijaty, a jsou-li přijaty, musí být realizovány na příslušné místní, národní i mezinárodní úrovni samoregulačními orgány. Výzkumní pracovníci a klienti by se měli také sami seznámit s příslušnými místními samoregulačními dokumenty týkajícími se výzkumu a s rozhodnutími místních samoregulačních orgánů.
- (b) Žádosti o interpretaci zásad obsažených v tomto Kodexu musí být předloženy ESOMAR Professional Standards Committee (Výbor pro profesionální standardy ESOMAR) nebo ICC Commission on Marketing and Advertising (Výbor pro marketing a reklamu ICC).



## O Mezinárodní obchodní komoře (ICC)

Mezinárodní obchodní komora (ICC) je největší světová obchodní organizace se sítí více než 6,5 milionu členů ve více než 130 zemích světa. ICC se snaží podporovat mezinárodní obchod, odpovědné podnikání, chování a globální přístup k regulaci díky jedinečné kombinaci advokacie a normotvorné činnosti - spolu se špičkovými službami pro řešení sporů. Mezi členy ICC patří mnoho z největších světových společností, malých a středních podniků, obchodních sdružení a místních obchodních komor.

## O ESOMAR

ESOMAR je globální sdružení datové, výzkumné a „insight“ komunity zastupující více než 4 900 odborníků a 500 společností, kteří poskytují nebo zadávají výzkumné projekty a datovou analytiku ve více než 130 zemích a kteří souhlasí s dodržováním Mezinárodního kodexu ICC / ESOMAR.

Spolu s národními a mezinárodními výzkumnými asociacemi jsme si předsevzali podporu profesních norem a samoregulaci pro náš sektor a snažíme se podporovat, rozvíjet a obhajovat roli a hodnotu datové analytiky, výzkumu trhu a veřejného mínění ve vysvětlování důležitých otázek a napomáhání účinnému rozhodování.