

# REGULAMIN EMISJI REKLAM

*Obowiązuje od 11.10.2017 r.*

REGULAMIN EMISJI REKLAM PRZEZ RANKOMAT SP. Z O.O.

## 1. Definicje

1.1. Wydawca - rankomat Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp. K. z siedzibą w Warszawie (01-141), przy ul. Wolskiej 88, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy XII Wydział Gospodarczy za numerem 0000588980; NIP: 527-27-51-881; REGON: 363096183, określane dalej także jako Grupa eBroker.

1.2. Emisja – jednorazowe wyświetlenie reklamy wraz ze stroną www, na której jest ona umieszczona. W przypadku reklam przeznaczonych do emisji na urządzeniach mobilnych emisja rozumiana jest jako jednorazowe wyświetlenie reklamy wraz ze stroną mobilną, na której jest ona umieszczona.

1.3 Wysyłka – jednorazowe wysłanie do określonej ilości użytkowników mailingu lub newslettera.

1.4. Gotowe materiały reklamowe – materiały w plikach w formatach txt, jpg, gif, gif animowany, flash, html, html5 lub rich media, w formie gotowej do wykorzystania, jako reklama.

## 2. Warunki ogólne

2.1. Reklamy sprzedawane są według liczby emisji (wyświetleń), na czas (np. doba, tydzień) lub w modelach efektywnościowych (CPC, CPL, inne).

Sprzedaż na czas dotyczy wszelkich form reklamowych umieszczanych na stronach wydawcy na stałe (artykuł sponsorowany, stałe formy reklamowe, wysyłki). W przypadku mailingów i newsletterów jedna emisja to jeden list poczty elektronicznej wysłany do użytkownika z bazy wydawcy.

2.2. Wszystkie ceny podane w cenniku są cenami netto. Wartość wynagrodzenia będzie odpowiednio powiększona o podatek VAT zgodnie z obowiązującymi przepisami.

2.3. Minimalna wartość jednorazowego zamówienia wynosi:

a) 100 zł netto w przypadku przygotowania kreacji i formatów reklamowych w newsletterze

b) 1 000 zł netto w przypadku pozostałych reklam

2.4. Grupa eBroker ponosi odpowiedzialność wyłącznie za szkody wynikłe z niewykonania lub nienależytego wykonania zamówienia, powstałe z winy umyślnej lub rażącego niedbalstwa. Odszkodowanie z tytułu wyrządzonej przez Grupę eBroker szkody nie może przekroczyć wartości wynagrodzenia za wyemitowanie kampanii reklamowej zgodnie z zamówieniem.

2.5. Niniejszy regulamin kierowany jest wyłącznie do reklamodawców będących przedsiębiorcami w rozumieniu obowiązujących przepisów.

2.6. W przypadku rozbieżności pomiędzy zapisami zawartymi w zamówieniu i zapisami niniejszego regulaminu, stosuje się zapisy zawarte w zamówieniu.

2.7. Gdyby oświadczenia zamawiającego złożone w zamówieniu i regulaminie okazały się niezgodne z rzeczywistością, niekompletne, albo wprowadziłyby w błąd wówczas Grupa eBroker jest uprawniona do odstąpienia od zlecenia po powzięciu wiadomości o w/w okolicznościach. Powyższe prawo do odstąpienia Grupa eBroker wykonać może w terminie 90 dni od dowiedzenia się o zaistnieniu przyczyny uprawniającej do odstąpienia.

### 3. Zamawianie i warunki płatności

3.1. Zamówienia emisji reklam dokonuje się pisemnie, faksem bądź e-mailem. Zamówienie określa ilość zamawianych emisji, model, czas trwania kampanii, lokalizację i ewentualne dodatkowe warunki.

3.2. Podjęcie negocjacji w zakresie realizacji świadczeń objętych niniejszym regulaminem oraz złożenie zamówienia przez Reklamodawcę stanowi podstawę do przetwarzania danych osobowych Reklamodawcy (dane przedsiębiorcy lub osoby kontaktowej, dane adresowe, e-mail, telefon, fax itp.) w celu i w zakresie związanym z należytą realizacją zamówienia.

3.3. Administratorem danych osobowych Reklamodawcy jest rankomat Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp. K. z siedzibą w Warszawie (01-192), przy ul. Leszno 14, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy XII Wydział Gospodarczy za numerem 0000588980; NIP: 527-27-51-881; REGON: 363096183.

3.4. Zamawiający podaje swoje dane osobowe w związku z zawarciem i w celu poprawnej realizacji umowy przez Wydawcę, w tym wystawieniu dokumentów księgowych. Jednocześnie wyraża zgodę na przetwarzanie przez Wydawcę danych w celach marketingowych. Administrator uprawniony jest do przetwarzania danych osobowych Zamawiającego w celach marketingowo - handlowych własnych, odpowiedniego Wydawcy i partnerów handlowych Grupy eBroker. Jednocześnie Zamawiający wyraża zgodę na otrzymywanie informacji handlowej od Grupy eBroker w imieniu własnym w zakresie informacji o produktach reklamowych i marketingowych.

3.5. Zamawiającemu przysługuje prawo wglądu do swoich danych, a także prawo do poprawiania, aktualizowania danych osobowych oraz prawo żądania zaprzestania przetwarzania oraz usunięcia jego danych osobowych.

3.6. Reklamodawca jest zobowiązany złożyć zlecenie reklamowe najpóźniej na 3 dni przed planowaną datą zamieszczenia reklamy w serwisie. Zlecenie reklamowe złożone po terminie nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 kc.

3.7. Zmiana zlecenia reklamowego, treści reklamy lub zmiana związanych z nią materiałów reklamowych lub promocyjnych może nastąpić nie później niż na 3 dni przed planowaną datą emisji reklamy.

3.8. Zamówienie może zostać odwołane przez Klienta w całości lub części według następujących zasad:

a) w okresie do 30 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia kampanii bez ponoszenia opłat z zastrzeżeniem punktów f) i g) poniżej;

b) w okresie od 29 do 15 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia kampanii po uiszczeniu kary umownej w wysokości 15% opłaty należnej za niezrealizowaną część zamówienia z zastrzeżeniem punktów f) i g) poniżej;

c) w okresie od 14 do 4 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia kampanii po uiszczeniu kary umownej w wysokości 25% opłaty należnej za niezrealizowaną część zamówienia z zastrzeżeniem punktów f) i g) poniżej;

d) w okresie od 3 do 1 dnia poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia kampanii po uiszczeniu kary umownej w wysokości 35% opłaty należnej za niezrealizowaną część zamówienia z zastrzeżeniem punktów f) i g) poniżej;

e) w trakcie emisji po uiszczeniu kary umownej w wysokości 45% opłaty należnej za niezrealizowaną część zamówienia,

f) w przypadku zamówień dotyczących serwisów lub innych usług tworzonych specjalnie na potrzeby klienta, po pokryciu wszelkich faktycznych kosztów poniesionych przez Grupę eBroker w związku z realizacją zlecenia do momentu rezygnacji z zamówienia. W takim przypadku Grupa eBroker przedkłada opis wykonanych czynności wraz z ich kosztem.

3.9. Za datę rozpoczęcia emisji uważa się wyemitowanie pierwszej reklamy spośród wszystkich objętych danym zamówieniem, niezależnie od tego na ile etapów podzielona jest realizacja zamówienia.

3.10. Rezygnacja z całości lub części zamówienia musi być dokonana na piśmie, w terminach podanych powyżej, pod rygorem nieważności.

#### 4. Realizacja zamówień

4.1. Wszystkie gotowe materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia kampanii muszą być dostarczone nie później niż na 3 dni robocze przed rozpoczęciem emisji, a w przypadku materiałów w html, rich media lub innym niestandardowym formacie nie później niż na 5 dni roboczych w celu przetestowania ich przez Grupę eBroker.

4.2. Grupa eBroker dokłada wszelkich starań, aby nawet w przypadku opóźnień w dostarczeniu materiałów reklamowych, kampania została uruchomiona zgodnie z planowanym terminem jej rozpoczęcia lub z jak najmniejszym opóźnieniem i została zrealizowana w całości. W przypadku, gdy reklamodawca nie dostarczy materiałów reklamowych w odpowiednim terminie, Grupa eBroker zastrzega sobie jednak prawo do niezrealizowania części zamówienia bez powstania obowiązku odszkodowawczego z tytułu niezrealizowania tej części zamówienia ani obowiązku zwrotu należności za niezrealizowaną część zamówienia. Wielkość nie zrealizowanej części zamówienia może maksymalnie mieć taki rozmiar czasowy jak duże było opóźnienie w dostarczeniu materiałów reklamowych. W szczególności oznacza to, że start kampanii może zostać przesunięty w czasie o tyle, ile wyniosło opóźnienie w dostarczeniu materiałów reklamowych. W przypadku kampanii emitowanych w modelu CPM, liczba emisji, która może nie zostać zrealizowana z powodu opóźnienia w dostarczeniu materiałów reklamowych, przeliczana jest proporcjonalnie do czasu opóźnienia i czasu trwania kampanii.

4.3. W trakcie realizacji kampanii i przez 30 dni po jej zakończeniu na życzenie klienta przesłane zostaną statystyki dotyczące liczby zrealizowanych emisji i liczby kliknięć (jeśli reklama jest klikalna).

4.4. Ocena realizacji kampanii reklamowej, w tym w szczególności ilość emisji poszczególnych form reklamowych (lub ilości kliknięć) dokonywana będzie w oparciu o statystyki Grupy eBroker.

4.5. Jeżeli kampania nie została w pełni zrealizowana w zamówionym okresie z przyczyn niezależnych od Grupy eBroker, odpowiednio wydłużany jest czas jej realizacji lub klient może wykorzystać pozostałą liczbę emisji w kolejnym zamówieniu. Zapis ten nie dotyczy kampanii, które nie zostały w pełni zrealizowane z przyczyn wymienionych w punkcie 4.2.

4.6. Wszelkie reklamacje dotyczące realizacji kampanii reklamowej, w szczególności dotyczące prawidłowości jej wykonania obejmującej ilość emitowanych form reklamowych i sposobu ich emisji, klient może zgłaszać w nieprzekraczalnym terminie 14 dni od daty planowanego zakończenia emisji danej kampanii lub jej części, określonej w danym zamówieniu. Po upływie powyższego terminu zgłoszenie reklamacji nie jest możliwe, zaś kampanię uznaje się w danym zakresie za zrealizowaną prawidłowo i zgodnie ze złożonym zamówieniem lub zawartą umową.

## 5. Treść i styl reklam

5.1. Odpowiedzialność za treść reklam ponosi reklamodawca. W przypadku gdyby w wyniku zamieszczenia reklamy Grupa eBroker poniosła jakąkolwiek szkodę związaną z naruszeniem prawa przez zamieszczenie danej reklamy bądź z zaspokojeniem uzasadnionych roszczeń osób, których prawa zostały naruszone na skutek zamieszczenia reklamy (w tym w szczególności autorskie prawa majątkowe, prawa pokrewne, prawa własności przemysłowej lub prawa osobiste) reklamodawca będzie zobowiązany naprawić taką szkodę w całości, nie wykluczając zwrotu kosztów postępowań prawnych, kosztów zastępstwa procesowego oraz innych uzasadnionych wydatków poniesionych przez wydawcę w związku z zaspokojeniem roszczeń osób trzecich.

5.2. Reklamodawca oświadcza, że dysponuje odpowiednimi prawami, w tym w szczególności prawami autorskimi bądź licencjami do posługiwania się materiałami reklamowymi zleconymi do emisji oraz zawartymi w tych materiałach informacjami, danymi, fragmentami utworów, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorcami zdobniczymi albo innymi elementami stanowiącymi przedmiot ochrony prawnej.

5.3. Reklamodawca oświadcza, iż zamawiana przez niego kampania reklamowa będzie zgodna z obowiązującymi przepisami prawa oraz nie narusza praw autorskich oraz innych praw bądź praw osób trzecich ani dobrych obyczajów, jak również nie wymaga żadnych dodatkowych zgód, bądź zezwoleń podmiotów trzecich, ani nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji.

5.4. Grupa eBroker zastrzega sobie prawo do odmowy zamieszczenia reklam oraz do wstrzymania emisji reklam w serwisie Wydawcy:

- mogących negatywnie wpłynąć na charakter lub styl danego serwisu
- mogących negatywnie wpłynąć na wizerunek lub renomę Wydawcy
- niezgodnych z prawem
- naruszających prawa osób trzecich albo wobec których istnieje uzasadniona obawa takiej niezgodności lub naruszenia
- jeżeli treść lub forma reklam uzna za dokuczliwą lub szkodliwą dla użytkowników
- jeśli treść jest sprzeczna z linią programową lub interesem Wydawcy

5.5. Reklamy nie powinny naśladować ani symulować elementów stron, na których będą prezentowane i powinny być łatwo rozpoznawalne jako reklamy.

Dopuszcza się wyjątki od tej reguły, jednak wymagają one każdorazowej zgody Wydawcy. Grupa eBroker zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczania reklam słowami "reklama", "ogłoszenie płatne", "sponsor", "link sponsorowany" lub równoznacznymi.

5.6. „Reklama nie może zawierać badania statystycznego ani ankiet, nie może też w żaden sposób zachęcać do wzięcia udziału w badaniu. Istnieje możliwość odstąpienia od tej zasady, jednak wymaga to każdorazowej zgody Grupy eBroker, otrzymanej przed rozpoczęciem kampanii.

## 6. Funkcjonalność kreacji reklamowych

6.1. Niedozwolone jest używanie w reklamach elementów operacyjnych, których funkcja wynikająca z formy, napisu czy konwencji jest niezgodna z ich komunikatem, lub działa w sposób nietypowy. A w szczególności:

a) niedozwolone jest używanie w reklamach podstawowych przycisków o treści systemowej jak: "Zamknij", "OK.", ikon minimalizowania i zamykania okna, działających inaczej niż wynika to z ich typowej funkcji;

b) przyciski zamieszczane na reklamach muszą wykonywać funkcje zgodne z komunikatami prezentowanymi na przyciskach, np. przyciski imitujące funkcje formularza, listy rozwijanej, pola wyboru nie mogą powodować przekierowania na stronę klienta bądź innej akcji niezgodnej z ich standardową funkcją,

c) niedozwolona jest emisja reklam w formie komunikatów i ostrzeżeń systemowych oraz w formie imitującej element strony portalu

6.2. Animacja może być swobodnie używana w reklamach graficznych wg poniższych warunków:

a) nie zostaną przekroczone maksymalne normy objętościowe odpowiadające danym formom reklamowym;

b) zalecane jest by stałe elementy reklamowe (sponsoring, partner, przyciski/elementy graficzne zintegrowane z nawigacją serwisu itp.) nie zawierały animacji uruchamianej automatycznie.

6.3. Dźwięk w reklamie:

a) dźwięk nie może być odtwarzany automatycznie (wyjątek stanowią reklamy typu pre roll/mid roll)

b) dopuszczalne jest odtwarzanie dźwięku jedynie po akcji użytkownika (najechanie kursorem myszy bądź kliknięcie w reklamę). W przypadku reklam rozwijanych dopuszczalne jest odtwarzanie dźwięku po wykonaniu przez użytkownika akcji powodującej rozwinięcie się reklamy (najechanie kursorem myszy bądź kliknięcie). Dźwięk powinien wyłączać się automatycznie po zwinięciu reklamy.

c) jeżeli reklama posiada dźwięk musi zawierać czytelne oznaczenia włączania i wyłączania dźwięku. (MIP udostępnia reklamodawcom szablony kreacji z dźwiękiem zawierające czytelne oznaczenia uruchamiania i wyłączania dźwięku).

## 7. Reklamacje

7.1. W przypadku reklamacji zgłoszonych przez użytkowników serwisów Grupy eBroker lub Partnerów rankomat Sp. z o. o., Zleceniobiorca przekazuje Zleceniodawcy reklamację.

Zleceniodawca zobowiązuje się rozpatrzyć reklamację w terminie 14 dni od dnia otrzymania reklamacji. W przypadku braku odpowiedzi w określonym terminie, reklamację uważa się za uznaną przez Zleceniodawcę, a jej wartość zostanie doliczona do faktury w kolejnym okresie rozliczeniowym wg ustalonej w zleceniu stawki.