

Regulamin Emisji Reklam

emitowanych na serwisach Grupa Okazje sp. z o.o.

okazje.info



Spis treści:

1.	Definicje.....	3
2.	Warunki ogólne	3
3.	Warunki zamawiania oraz płatności.....	4
4.	Realizacja zamówień	5
5.	Treść i styl reklam	6
6.	Budowa i funkcjonalność kreacji reklamowych	6
7.	Gromadzenie i pozyskiwanie danych	7
8.	Wymagania techniczne.....	7



1. Definicje

1.1. Wydawca - Grupa Okazje Sp. z o.o., zarejestrowana w Polsce, z siedzibą w Łodzi, 90-418 Łódź, Al. Kościuszki 23/25, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy Łodzi-śródmieścia pod numerem KRS0000513788, posiadająca nr NIP 7252071227 oraz nr REGON 101681944.

1.2. Emisja - jednorazowe wyświetlenie reklamy wraz ze stroną www, na której jest ona umieszczona.

1.3. Gotowe Materiały Reklamowe - materiały w plikach w formatach txt, jpg, gif, animowany gif, flash, html, html5 w formie gotowej do wykorzystania jako reklama.

2. Warunki ogólne

2.1. Reklamy sprzedawane są według liczby emisji (wyświetleń) lub na czas. Sprzedaż na czas dotyczy wszystkich form reklamowych umieszczanych na stronach wydawcy na stałe (w określonym przedziale czasu). Dla mailingów jeden list poczty elektronicznej wysłany do użytkownika bazy znajdującej się w posiadaniu Wydawcy to jedna emisja.

2.2. Wydawca ponosi odpowiedzialność wyłącznie za szkody, które powstały na skutek nie wykonania lub nienależytego wykonania zamówienia w związku z rażącym niedbalstwem lub działaniem celowym. Odszkodowanie z tytułu wyrządzonej szkody przez Wydawcę nie może przekroczyć wartości wynagrodzenia za wyemitowanie kampanii reklamowej zgodnie z zamówieniem.

W przypadku, gdy szkoda będzie miała miejsce w ostatnim miesiącu kampanii trwającej np: 3 m-ce, a poprzednie 2 m-ce zostały zafakturowane i nie było wobec nich zastrzeżeń ze strony Reklamodawcy, wówczas odszkodowanie z tytułu wyrządzonej szkody przez Wydawcę, wyłącznie może dotyczyć kwoty z ostatniego nie zafakturowanego miesiąca.

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

2.4. W sytuacji, gdy wystąpią rozbieżności między zapisami zawartymi w zamówieniu i zapisami niniejszego regulaminu, stosuje się zapisy zawarte w zamówieniu.

2.5. W przypadku, gdy oświadczenia zamawiającego złożone w zamówieniu okazałyby się niezgodne z rzeczywistością, niekompletne albo wprowadziłyby w błąd Wydawcę, wówczas Wydawca jest uprawniony do odstąpienia od zlecenia po powzięciu wiadomości o w/w okolicznościach. Powyższe prawo do odstąpienia Wykonawca może wykonać w terminie 90 dni od dowiedzenia się o zaistnieniu przyczyny uprawniającej do odstąpienia.



3. Warunki zamawiania oraz płatności

3.1. Zamówienia emisji reklam dokonuje się w formie pisemnej: faksem lub e-mailem na właściwym formularzu przesyłanym przez Wydawcę. Zamówienie definiuje czas trwania kampanii, ilość zamawianych emisji, lokalizację oraz ewentualne dodatkowe warunki.

3.2. Podjęcie negocjacji w zakresie realizacji świadczeń objętych niniejszym regulaminem oraz złożenie zamówienia przez Reklamodawcę jest podstawą do przetwarzania danych osobowych Reklamodawcy m.in. takich jak: dane przedsiębiorcy i/lub osoby kontaktowej, e-mail, telefon, fax itp. m.in. w celu związanym z należyłą realizacją zamówienia, a także na potrzeby wystawienia odpowiednich dokumentów księgowych.

3.3. Zamawiający wyraża również zgodę na przetwarzanie danych w celach marketingowo - handlowych przez Wydawcę a także przez partnerów handlowych Wydawcy.

3.4. Administratorem danych osobowych Reklamodawcy jest Grupa Okazje Sp. z o.o., zarejestrowana w Polsce, z siedzibą w Łodzi, 90-418 Łódź, Al. Kościuszki 23/25, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy Łodzi-śródmieścia pod numerem KRS0000513788, posiadająca nr NIP 7252071227 oraz nr REGON 101681944.

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

3.6. Pełnej płatności za realizację kampanii należy dokonać najpóźniej w 14 dniu po wystawieniu faktury za jej realizację na rachunek bankowy wskazany na fakturze.

3.7. 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.

3.8. Złożenie zlecenia przez Reklamodawcę i potwierdzenie go przez Wydawcę jest równoznaczne z zawarciem umowy o jego realizację przez Wydawcę.

3.9. Zmiana zlecenia reklamowego, treści reklamy lub zmiana związanych z nią materiałów reklamowych i/lub promocyjnych może nastąpić nie później niż na 3 dni przed planowaną datą startu emisji kampanii na serwisie Wydawcy.

3.10. Zamówienie może zostać anulowane przez Klienta w całości lub części - zgodnie z wyszczególnionymi poniżej zasadami:

A) w okresie do 40 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia kampanii bez ponoszenia opłat z zastrzeżeniem podpunktu F;

B) w okresie od 39 do 25 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia kampanii po uiszczeniu kary umownej w wysokości 15% opłaty należnej za niezrealizowaną część zamówienia z zastrzeżeniem podpunktu F;

C) w okresie od 24 do 7 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia kampanii po uiszczeniu kary umownej w wysokości 30% opłaty należnej za niezrealizowaną część zamówienia z zastrzeżeniem podpunktu F;

D) w okresie od 6 do 1 dnia poprzedzającego planowaną datę rozpoczęcia kampanii po uiszczeniu kary umownej w wysokości 60% opłaty należnej za niezrealizowaną część zamówienia z zastrzeżeniem podpunktu F;

E) w trakcie emisji po uiszczeniu kary umownej w wysokości 80% opłaty należnej za niezrealizowaną część zamówienia;



F) w przypadku zamówień dotyczących serwisów lub innych usług tworzonych specjalnie na potrzeby klienta, po pokryciu wszelkich poniesionych kosztów przez Wydawcę w związku z realizacją zlecenia do momentu rezygnacji z zamówienia. W takiej sytuacji Wydawca przedkłada opis wykonanych czynności wraz z ich kosztem.

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

3.12. Rezygnacja z całości lub części zamówienia musi być dokonana na piśmie lub w formie elektronicznej, w terminach wskazanych w punkcie 3.10., 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 lub innym niestandardowym formacie nie później niż na 5 dni roboczych w celu przeprowadzenia testów na serwisie i zagwarantowaniu należytej emisji reklamy.

4.2. Wydawca dokłada wszelkich starań, aby nawet w przypadku, gdy Reklamodawca nie dostarczy materiałów we wskazanym terminie przez niniejszy regulamin, kampania została uruchomiona zgodnie z planowanym terminem jej rozpoczęcia lub z jak najmniejszym opóźnieniem została zrealizowana w całości. Jednakże w przypadku, gdy Reklamodawca nie dostarczy materiałów reklamowych w odpowiednim terminie, Wydawca zastrzega sobie prawo do niezrealizowania części zamówienia bez powstania obowiązku odszkodowawczego z tytułu niezrealizowanej części zamówienia. Wielkość nie zrealizowanej części zamówienia może mieć maksymalnie 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. Dla kampanii emitowanych w modelu CPM, liczba emisji, która może nie zostać zrealizowana z powodu opóźnienia w dostarczaniu materiałów reklamowych, przeliczana jest proporcjonalnie do czasu opóźnienia i czasu trwania kampanii. Dla przykładu, jeżeli opóźnienie w dostarczeniu materiałów dla kampanii, która powinna trwać 30 dni wynosi 3 dni, wówczas liczba emisji, może zostać pomniejszona o $3/30$ czyli o 10%.

4.3. W trakcie realizacji kampanii i po jej zakończeniu przez okres 40 dni - Reklamodawca otrzymuje dostęp do strony www ze statystykami dotyczącymi liczby zrealizowanych odsłon a także liczby kliknięć.

4.4. Ocena realizacji kampanii reklamowej, w tym w szczególności ilość emisji poszczególnych form reklamowych dokonywana będzie w oparciu o statystyki Wydawcy pochodzące z Adserwera OpenX.

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

4.6. Wszelkie reklamacje dotyczące realizacji kampanii reklamowej, w szczególności dotyczące poprawności jej wykonania obejmującej ilość emitowanych form reklamowych i sposobu ich emisji, Reklamodawca może zgłaszać w nieprzekraczalnym terminie 14 dni od daty planowanego zakończenia emisji danej kampanii lub jej części, określonej w danym zamówieniu. Po upływie powyższego okresu 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. 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 wzrocami zdobniczymi albo innymi elementami stanowiącymi przedmiot ochrony prawnej.

5.2. Odpowiedzialność za treść reklam ponosi Reklamodawca. W sytuacji, gdy w wyniku zamieszczenia reklamy Wydawca poniósł 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.

5.3. 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. Wydawca zastrzega sobie prawo do odmowy zamieszczenia reklam oraz do wstrzymania emisji reklam emitowanych na jego serwisach lub serwisach, którymi zarządza:

A) mogących negatywnie wpłynąć na charakter albo styl danego serwisu lub na wizerunek Wydawcy;

B) naruszających prawa osób trzecich albo wobec których istnieje uzasadniona obawa takiej niezgodności lub naruszenia;

C) niezgodnych z prawem;

D) jeśli treść jest sprzeczna z interesem Wydawcy;

E) jeśli treść lub forma reklam zostanie uznana za uciążliwą i szkodliwą dla użytkowników.

6. Budowa i funkcjonalność kreacji reklamowych

6.1. Animacja może być używana w reklamach graficznych, jeśli nie zostaną przekroczone maksymalne normy objętościowe odpowiadające danym formom reklamowym wyszczególnionym w Specyfikacji Technicznej.

6.2. Dźwięk w reklamie:

A) nie może być odtwarzany automatycznie;

B) dopuszczalne jest odtwarzanie dźwięku jedynie po akcji użytkownika:

- najechanie kursorem myszy na ikonę na kreacji graficznej;
- kliknięcie w reklamę;

C) jeżeli reklama posiada dźwięk musi zawierać czytelne oznaczenia włączania i wyłączania dźwięku.



6.3. 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. Przyciski zamieszczane na reklamach muszą wykonywać funkcje zgodne z komunikatami, które są na nich prezentowane.

6.4. Niedozwolona jest emisja reklam w formie komunikatów i ostrzeżeń systemowych.

7. Gromadzenie i pozyskiwanie danych

7.1. Reklama nie może zmieniać ani odczytywać plików cookie.

7.2. Zabronione jest używanie skryptów śledzących interakcje użytkownika.

7.3. Reklamodawca może pozyskiwać dane dotyczące użytkowników przebywających na serwisach Wydawcy podczas trwania kampanii i wykorzystać je do własnych celów, przy czym za każdym razem konieczne jest, aby uzyskać na to zgodę od Wydawcy, dodatkowo musi poinformować Wydawcę:

A) jakie dane będą zbierane;

B) przez jaki okres czasu będą przechowywane;

C) do czego będą wykorzystane;

D) jakie podmioty trzecie będą miały dostęp do tych danych a także w jakim zakresie i w jaki sposób będą mogły z nich korzystać.

7.4. Na podstawie powyższych informacji Wydawca wyraża zgodę na pozyskiwanie i wykorzystywanie danych o użytkownikach. Reklamodawca gwarantuje, że żadne dane uzyskane w związku z prowadzeniem kampanii na stronach Wydawcy nie będą wykorzystywane do innych celów, niż te do których zostały one pozyskane.

7.5. Bez wyrażenia zgody przez Wydawcę dane pozyskane przez Reklamodawcę, nie mogą być wykorzystywane do retargetowania kampanii, ani do rozpoznawania użytkowników w żaden inny sposób w innych kampaniach Reklamodawcy.

8. Wymagania techniczne

8.1. Wszystkie reklamy przeznaczone do emisji na stronach Wydawcy powinny spełniać warunki określone w niniejszym Regulaminie oraz warunki znajdujące się w Specyfikacji Technicznej dla reklam publikowanych na serwisach Wydawcy.

8.2. Wydawca może zweryfikować reklamę pod kątem jej zgodności z wyżej wymienionymi specyfikacjami i nie dopuścić do jej emisji, bądź przerwać jej emisję w przypadku niespełnienia powyższych warunków.

8.3. Rozpoczęcie emisji reklamy na stronach Wydawcy nie oznacza automatycznie, że Wydawca stwierdził zgodność reklamy ze Specyfikacją Techniczną.

8.4. Specyfikacja Techniczna wszystkich form reklamowych oraz wytyczne dotyczące ich tworzenia zostaną przesłane na wskazany przez Reklamodawcę adres mailowy, jeżeli takie będzie życzenie Reklamodawcy. Specyfikacja Techniczna jest również dostępna pod adresem: <http://grupa.okazje.info.pl/oferta/dla-reklamodawcow.html>

