

**Regulamin rezerwacji i zlecenia emisji reklam Biura
Reklamy Serwisów Ogłoszeniowych Naspers Classifieds
sp. z o.o.**

Październik 2016

Definicje zawarte w Regulaminie:

Serwisy – oznaczają serwisy internetowe, do których prawa przysługują Zleceniobiorcy, w których udostępniana jest powierzchnia na cele emisji reklam internetowych oraz aplikacje udostępniane publicznie do korzystania przez wyżej wymienione podmioty,

Zleceniobiorca – Naspers Classifieds z o.o. z siedzibą w Poznaniu, 60-166 Poznań, przy ulicy Grunwaldzkiej 182, wpisaną do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań – Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, Wydział VIII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000568963, posiadająca numer identyfikacji podatkowej NIP: 7792433421, Regon: 362117960, z kapitałem zakładowym w wysokości 33 976 500,00

Zleceniodawca – każda osoba fizyczna, osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której przepisy szczególne przyznają osobowość prawną zlecająca lub rezerwująca Emisję Reklamy w Serwisach,

Reklama – każdy umieszczony w Serwisach przekaz mający na celu zachęcanie do nabywania towarów lub usług albo innych form korzystania z towarów lub usług, popieranie określonych spraw i idei bądź osiągnięcie innego efektu pożądanego przez Zleceniodawcę,

Rezerwacja – wpis w Systemie Rezerwacji prowadzonym przez Zleceniobiorcę wskazujący na zamiar Emisji Reklamy w określonym terminie i przy użyciu określonej powierzchni reklamowej,

System Rezerwacji – system komputerowy prowadzony przez Zleceniobiorcę, ewidencjonujący dokonane Rezerwacje, prowadzony przez Zleceniobiorcę w postaci wewnętrznego pliku z dostępem jedynie dla Zleceniobiorcy,

Zlecenie - umowa pomiędzy Zleceniobiorcą, a Zleceniodawcą, której przedmiotem jest Emisja Reklamy w którymkolwiek z Serwisów/Serwisach zawierana w sposób określony w Regulaminie,

Emisja – każde udostępnienie Reklamy na podstawie Zlecenia w określonym w Zleceniu czasie,

Modyfikacja Zlecenia Emisji – dopuszczalna Regulaminem zmiana ustalonych w Zleceniu terminów, miejsc Emisji Reklamy, liczby Emisji Reklamy, kryteriów targetowania Reklamy dokonana po rozpoczęciu Emisji na wniosek Zleceniodawcy, niepowodująca zmniejszenia liczby Jednostek Rozliczeniowych Emisji określonych w Zleceniu wskazanych poniżej:

CPM - jednostka rozliczeniowa Emisji bazująca na ilości odsłon zamówionej formy reklamowej. 1 CPM to koszt 1000 odsłon reklamowych;

CPC - jednostka rozliczeniowa Emisji bazująca na ilości kliknięć użytkowników w zamówioną formę reklamową. 1 CPC to koszt jednego kliknięcia;

CPL - jednostka rozliczeniowa Emisji bazująca na ilości zdefiniowanych przez Zleceniodawcę akcji użytkowników po kliknięciu w zamówioną formę reklamową. 1 CPL to koszt jednej akcji;

FF lub flat fee – jednostka rozliczeniowa Emisji bazująca na czasie emisji. Najczęściej wyrażana w ilości dni lub godzin Emisji

Dzień Roboczy – dzień od poniedziałku do piątku od godz. 8.00 do godz. 18.00 z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy,

Kampanie Efektywnościowe – kampanie reklamowe rozliczane w modelach Cost Per Click (CPC), Cost Per Lead (CPL), oraz hybrydzie FF+CPL lub FF+CPC

1. Postanowienia ogólne

- 1.1. Regulamin określa warunki realizacji Zleceń Emisji Reklam w Serwisach oraz uprawnienia i obowiązki Zleceniobiorcy i Zleceniodawców w związku ze Zleceniami Emisji Reklam w Serwisach.
- 1.2. Sprzedaż Reklamy przez Zleceniobiorcę odbywa się według Jednostek Rozliczeniowych.
- 1.3. Do ustalania wynagrodzenia za Emisję Reklamy stosuje się stawki ustalone przez Zleceniobiorcę dla poszczególnych Jednostek Rozliczeniowych.

2. Zlecenie Emisji Reklam i warunki płatności

- 2.1. Zamówienie Emisji Reklamy dokonuje się pisemnie (w formie listu lub w drodze korespondencji elektronicznej przesyłanej przez Zleceniodawcę do Zleceniobiorcy na adres lub adres e-mail wskazany przez Zleceniobiorcę) zgodnie z wzorem formularza stanowiącego Załącznik nr 1 do Regulaminu.
- 2.2. Zleceniodawca może dokonać zamówienia Emisji Reklamy nie używając wzoru formularza o którym mowa w ust. 2.1., składając Zleceniobiorcy pisemne oświadczenie dotyczące Emisji Reklamy. W oświadczeniu, Zleceniodawca wskazuje wszystkie elementy niezbędne do przygotowania zamówienia wskazane w ust. 2.5 poniżej.
- 2.3. Na podstawie doręzonego pisemnego oświadczenia, o którym mowa w ust. 2.2. powyżej Zleceniodawcy dotyczącego Emisji Reklamy, Zleceniobiorca przygotowuje wstępne zlecenie, które przesyła Zleceniodawcy w celu akceptacji bądź negocjacji jego warunków. Pisemna akceptacja wstępnego zlecenia przygotowanego przez Zleceniobiorcę dokonana przez osobę uprawnioną do reprezentowania Zleceniodawcy jak również treść zlecenia w formie wypracowanej przez obydwie Strony oznacza Zlecenie w rozumieniu niniejszego Regulaminu.
- 2.4. Zleceniobiorcy przysługuje prawo żądania od Zleceniodawcy dostarczenia przed przyjęciem zamówienia, dokumentu potwierdzającego uprawnienie osoby podpisanej na formularzu wg wzoru określonego przez Zleceniobiorcę lub na pisemnym Zleceniu Zleceniodawcy dotyczącym Emisji Reklamy, o której mowa w Pkt. 2.2. Regulaminu, do reprezentowania Zleceniodawcy lub klienta Zleceniodawcy.
- 2.5. Zamówienie Emisji Reklamy, złożone na formularzu, o którym mowa w ustępie 2.1. powyżej, a także złożone w formie pisemnego oświadczenia zgodnie z ust. 2.2. powinno zawierać co najmniej:
 - a) Jednostkę Rozliczeniową (dzień, tydzień, miesiąc, odstony, kliknięcia itp.),
 - b) listę zamawianych form reklamowych (baner, mailing itp.),
 - c) liczbę zamawianych Jednostek Rozliczeniowych na poszczególnych Serwisach,
 - d) wartość Jednostki Rozliczeniowej na poszczególnych Serwisach ewentualne rabaty, wartości po udzielonych rabatach,
 - e) nazwę kampanii reklamowej,
 - f) dane identyfikujące Zleceniodawcę lub klienta Zleceniodawcy, w którego imieniu jest zamawiana Emisja, a w szczególności imię i nazwisko osoby uprawnionej do

złożenia zamówienia w imieniu Zleceniodawcy, firmę Zleceniodawcy, adres siedziby Zleceniodawcy, numer telefonu, numer telefaksu, adres email Zleceniodawcy, NIP lub KRS Zleceniodawcy,

- g) termin wystawienia faktury,
- h) nazwę banku i numer konta, na które powinny zostać przebrane pieniądze przez Zleceniodawcę,
- i) termin zapłaty, podpisy osób uprawnionych do reprezentowania Zleceniodawcy i Zleceniobiorcy w zakresie objętym Zleceniem,
- j) adres e-mail właściwy do przekazania potwierdzenia przyjęcia zamówienia, o ile intencją Zleceniodawcy jest uzyskanie od Zleceniobiorcy potwierdzenia w sposób inny niż pisemny.

2.6. Przesłanie Zlecenia o treści wypracowanej zgodnie z zapisami ust. 2.3. powyżej, jest równoznaczne ze złożeniem przez Zleceniodawcę oświadczenia, że:

- a) osoba/osoby, które je podpisały są uprawnione – w dniu przesłania Zlecenia - do składania oświadczeń woli w imieniu Zleceniodawcy, a w przypadku osób, których umocowanie nie wynika z dokumentów rejestrowych (np. odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego) posiada/posiadają odpowiednie umocowanie do złożenia zamówienia Emisji Reklamy oraz podpisania Zlecenia na podstawie ważnego pełnomocnictwa,
- b) jest uprawniony do posługiwania się użytymi w zleconych do Emisji materiałach reklamowych - informacjami, danymi, fragmentami utworów, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorami zdobniczymi albo innymi elementami stanowiącymi przedmiot ochrony prawnej na podstawie prawa autorskiego i praw pokrewnych, prawa własności przemysłowej, prawa do znaków towarowych lub wzorów zdobniczych, prawa tajemnicy przedsiębiorstwa lub innych praw wymaganych w prowadzeniu kampanii,
- c) zlecana Emisja Reklamy jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa i nie narusza majątkowych praw autorskich oraz innych praw osób trzecich,
- d) upoważnia Zleceniobiorcę do wystawienia faktury bez podpisu Zleceniodawcy,
- e) zapoznał się z treścią Regulaminu obowiązującą na dzień przesłania Zlecenia do Zleceniobiorcy.

2.7. Zleceniodawcy przysługuje prawo do rozwiązania Zlecenia w całości lub w części, bez podania przyczyn nie później niż na 21 (dwadzieścia jeden) dni przed datą pierwszej Emisji Reklamy poprzez złożenie Zleceniobiorcy stosownego oświadczenia w formie pisemnej, zawierającego datę, numer oraz wartość Zlecenia. Za dzień rozwiązania Zlecenia uważa się dzień skutecznego doręczenia Zleceniobiorcy oświadczenia Zleceniodawcy o rozwiązaniu Zlecenia. W przypadku rozwiązania Zlecenia przez Zleceniodawcę w całości lub w części po upływie terminów określonych w zdaniu pierwszym niniejszego ustępu, Zleceniobiorcy przysługuje prawo do żądania od Zleceniodawcy następujących kar umownych:

- a) jeżeli rozwiązanie Zlecenia w całości lub w części zostanie dokonane przez Zleceniodawcę nie później niż 7 (siedem) dni przed ustalonym terminem rozpoczęcia Emisji, Zleceniobiorcy przysługuje prawo żądania kary umownej stanowiącej równowartość 50 % (pięćdziesięciu procent) wynagrodzenia brutto określonego w Zleceniu,
- b) jeżeli rozwiązanie Zlecenia w całości lub w części zostanie dokonane przez Zleceniodawcę w terminie późniejszym niż na 7 (siedem) dni przed ustalonym terminem rozpoczęcia Emisji, Zleceniobiorcy przysługuje prawo żądania kary

umownej stanowiącej równowartość 100 % (stu procent) wynagrodzenia brutto określonego w Zleceniu.

- 2.8. Kary umowne zostaną zapłacone przez Zleceniodawcę w terminie 14 (czternastu) dni od doręczenia na adres pocztowy wskazany w Zleceniu pisemnego wezwania do zapłaty. Zleceniobiorca upoważniony jest do dochodzenia odszkodowania przewyższającego zastrzeżone kary umowne na zasadach ogólnych kodeksu cywilnego.
- 2.9. W przypadku rozwiązania Zlecenia w części, kary umowne, o których mowa w Pkt. 2.7. Regulaminu, Zleceniobiorca nalicza wyłącznie od tej części Zlecenia, która została przez Zleceniodawcę rozwiązana.
- 2.10. Podstawą do wystawienia faktury VAT obciążającej Zleceniodawcę jest Zlecenie. W przypadku Reklam trwających dłużej niż miesiąc, Zleceniobiorcy przysługuje prawo wystawiania faktur za poszczególne Jednostki Rozliczeniowe uzgodnione w Zleceniu, nie krótsze niż miesiąc.
- 2.11. Zapłata wynagrodzenia z tytułu Zlecenia następuje w terminach określonych w Zleceniu. Za dzień zapłaty uznaje się dzień obciążenia rachunku bankowego Zleceniobiorcy należną kwotą. W przypadku opóźnienia w zapłacie należnego wynagrodzenia Zleceniobiorcy przysługuje prawo naliczania odsetek ustawowych za czas opóźnienia.
- 2.12. Niezapłacenie w terminie należności wynikającej z faktury VAT stanowi podstawę do zaprzestania przez Zleceniobiorcę dalszej realizacji Zlecenia oraz innych Zleceń, których stroną jest Zleceniodawca. Zaprzestanie realizacji Zlecenia oraz innych Zleceń, których stroną jest Zleceniodawca w skutek okoliczności, o których mowa w zdaniu poprzednim nie stanowi podstawy dla Zleceniodawcy do zgłaszania wobec Zleceniobiorcy jakichkolwiek roszczeń z tytułu niezrealizowanych Zleceń lub ich części.
- 2.13. Strony ustalają, iż Reklamy będą dostępne na terenie Rzeczypospolitej Polskiej oraz na terenie innych państw jeśli nie zajdą przypadki opisane w zdaniu następnym. Emisja Reklam może nie być dostępna na terenie innego państwa lub innych państw niż Rzeczpospolita Polska, jeżeli Zleceniodawca zleci Zleceniobiorcy Emisję Reklam na wyłączność na terenie określonego państwa.
- 2.14. Strony ustalają, iż dopuszczalna różnica pomiędzy liczbą odślon różnych Reklam Emitowanych w ramach CPM nie będzie przekraczała 10 % (dziesięciu procent).
- 2.15. Strony ustalają, iż dopuszczalna różnica w rozbieżnościach pomiędzy statystykami adserwera Zleceniobiorcy dotyczącymi liczby odślon, a systemem mierzącym wybranym przez Zleceniodawcę nie będzie przekraczała 10% (dziesięciu procent). Przyczyny rozbieżności powyżej 10% (dziesięciu procent) będą ustalane przez Zleceniobiorcę i Zleceniodawcę, a po ich zidentyfikowaniu obie Strony ustalą rozwiązanie.
- 2.16. W przypadku gdy Strony nie ustalą rozwiązania sytuacji gdy rozbieżności pomiędzy statystykami adserwera Zleceniobiorcy dotyczącymi liczby odślon, a systemem mierzącym wybranym przez Zleceniodawcę będzie przekraczała 10%, Strony ustalą liczbę odślon na podstawie schematu:
(liczba odślon wg statystyk Zleceniobiorcy + liczba odślon wg systemu Zleceniodawcy)
dzielone na 2.

3. Warunki Rezerwacji

- 3.1. Zleceniodawca może dokonać Rezerwacji interesującego go terminu Emisji Reklam wysyłając maila z prośbą o Rezerwację wskazanego terminu i formą reklamową jaką Zleceniobiorca ma zarezerwować.
- 3.2. Rezerwacja dokonywana jest dla zindywidualizowanego Zleceniodawcy lub na potrzeby określonej kampanii reklamowej.

- 3.3. Rezerwacja jest dokumentowana w Systemie Rezerwacji prowadzonym przez Zleceniobiorcę.
- 3.4. Zleceniodawca jest zobowiązany w terminie najpóźniej na 10 dni przed zarezerwowanym terminem pierwszej Emisji przesłać formularz Zlecenia lub pisemnego oświadczenia dotyczącego Emisji Reklamy, o którym mowa w ust. 2.2. Regulaminu. Jeśli Zleceniodawca nie dotrzyma terminu, o którym mowa w paragrafie poprzednim Zleceniobiorca jest uprawniony do anulowania Rezerwacji.
- 3.5. Jeżeli przesłane przez Zleceniodawcę materiały przeznaczone do Emisji Reklamy będą niezgodne ze Specyfikacją techniczną reklam stanowiącą Załącznik nr 2 do Regulaminu Zleceniodawca może przesunąć termin Emisji Reklamy bądź go skrócić według własnego uznania.
- 3.6. Jeżeli Rezerwacja dokonywana jest w terminie krótszym niż na 2 (dwa) Dni Robocze przed planowanym terminem Emisji, Zlecenie spełniające warunki określone w Regulaminie musi zostać doręczone Zleceniobiorcy nie później niż w dniu dokonania Rezerwacji.
- 3.7. W przypadku, gdy zamówienie dotyczy innego podmiotu niż podmiot dokonujący Rezerwacji, Zleceniobiorca ma prawo odmowy przyjęcia takiego zamówienia i anulowania Rezerwacji, chyba że Zleceniodawca składając zamówienie potwierdzi w sposób jednoznaczny i nie pozostawiający wątpliwości swoje uprawnienie do występowania w imieniu podmiotu, na rzecz którego dokonuje Rezerwacji.
- 3.8. Niedozwolone jest dokonywanie Rezerwacji powierzchni na rzecz podmiotów zajmujących się pośrednictwem w sprzedaży reklam, a nie planujących Emisji Reklamy dotyczącej tego podmiotu.

4. Realizacja Zlecenia

- 4.1. W trakcie realizacji Zlecenia Emisji Reklam i po jej zakończeniu, Zleceniobiorca może udostępnić Zleceniodawcy stronę WWW bądź przesłać pliki mailem ze statystykami zrealizowanych Emisji i wejść (tzw. „kliknąć”) w Reklamę. Adres strony WWW ze statystykami, jest przesłany Zleceniodawcy przez Zleceniobiorcę za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres wskazany przez Zleceniodawcę w ciągu jednego dnia roboczego od chwili rozpoczęcia Emisji. Podstawą oceny poziomu realizacji Emisji Reklam są dane pochodzące z tzw. „adserwera” Zleceniobiorcy.
- 4.2. Jeżeli z winy Zleceniobiorcy Emisja nie zostanie zrealizowana zgodnie ze Zleceniem lub zostanie zrealizowana niewłaściwie, Zleceniobiorca zobowiązuje się do powtórnej Emisji w terminie ustalonym ze Zleceniodawcą bez dodatkowego wynagrodzenia.
- 4.3. Jeżeli z przyczyn zależnych od Zleceniobiorcy, Emisja Reklam nie została w pełni zrealizowana w terminie określonym w Zleceniu, czas jej realizacji zostanie odpowiednio wydłużony w miarę dostępności powierzchni reklamowej lub Zleceniobiorca umożliwi Zleceniodawcy wykorzystanie pozostałej części Emisji w innym, dogodnym dla obu Stron terminie lub Zleceniobiorca zwróci Zleceniodawcy równowartość niewykonanej części Zlecenia zapłaconego na rzecz Zleceniobiorcy z tytułu Zlecenia.
- 4.4. W przypadku Zlecenia dotyczącego Reklamy emitowanej w modułach czasowych, Zlecenie uznaje się za wykonane, jeśli łączny czas występowania problemów technicznych skutkujących brakiem lub błędną Emisją Reklamy, której dotyczy Zlecenie nie przekroczy 5 % modułu czasowego, w którym zgodnie z Zleceniem Reklama powinna zostać wyemitowana, w przeciwnym razie postanowienie Pkt. 4.3 Regulaminu stosuje się odpowiednio.

5. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam

- 5.1. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.
- 5.2. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniobiorcę jest dokonywana w czasie nie dłuższym niż 24 (dwadzieścia cztery) godziny od momentu otrzymania w Dniu Roboczym pisemnej informacji od Zleceniodawcy. W przypadku otrzymania informacji od Zleceniodawcy w innym dniu, czas na dokonanie modyfikacji liczony jest od następnego najbliższego Dnia Roboczego. Zmiany mogą dotyczyć tekstu, treści, szaty graficznej, linkowania. Inne zmiany jak np. termin, wysokość wynagrodzenia, zmiana jednostek rozliczeniowych etc. są możliwe tylko w przypadku ich pisemnej akceptacji przez Zleceniobiorcę.
- 5.3. W przypadku modyfikacji Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniodawcę, wraz z pisemną informacją o takiej modyfikacji Zleceniodawca powinien dostarczyć komplet niezbędnych materiałów w tym zakresie w terminie umożliwiającym Zleceniobiorcy dokonanie modyfikacji w czasie wskazanym w ust. 5.2. powyżej.

6. Warunki techniczne Emisji

- 6.1. Zleceniobiorca dysponuje szczegółowymi specyfikacjami technicznymi oferowanych form Reklamy i udostępnia je na każde życzenie Zleceniodawcy. Specyfikacja wymienia rozmiary, wagi oraz sposoby wykonania Reklam w technologiach Rich Media. Warunkiem akceptacji Zlecenia (niezależnie od innych wymagań określonych w Regulaminie) przez Zleceniobiorcę jest dostarczenie przez Zleceniodawcę kreacji zgodnej ze Specyfikacją techniczną, która stanowi załącznik nr 2 do Regulaminu.
- 6.2. Wszystkie gotowe, wykonane zgodnie ze Specyfikacją techniczną, materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia Emisji Reklam muszą być dostarczone nie później niż na 7 (siedem) Dni Roboczych przed planowanym terminem ich Emisji.
- 6.3. Materiały reklamowe przesyłane są za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres przedstawiciela Zleceniobiorcy obsługującego Zleceniodawcę.
- 6.4. Zleceniodawca zobowiązuje się, że wszelkie przekazane przez niego materiały reklamowe przeznaczone do Emisji są jego własnym dziełem, są wolne od wad i że nie naruszają praw osób trzecich, w szczególności praw autorskich majątkowych i osobistych oraz dóbr osobistych osób trzecich.
- 6.5. Zleceniobiorca jest zobowiązany sprawdzić poprawność otrzymanych materiałów reklamowych w czasie nie dłuższym niż 48 (czterdzieści osiem) godzin od chwili ich otrzymania w Dniu Roboczym oraz poinformować Zleceniodawcę o ewentualnych błędach zawartych w materiałach reklamowych lub ich poprawności. W przypadku otrzymania materiałów reklamowych od Zleceniodawcy w innym dniu niż Dzień Roboczy, czas na sprawdzenie poprawności liczony jest od następnego najbliższego Dnia Roboczego.
- 6.6. Niedostarczenie w terminie poprawnie wykonanych materiałów reklamowych jest jednoznaczne z akceptacją przez Zleceniodawcę faktu, iż rozpoczęcie Emisji może zostać opóźnione w stosunku do terminów zawartych w Zleceniu Emisji Reklam. Zleceniobiorca

dołoży jednak starań, aby Emisja Reklam odbyła się zgodnie z terminami zawartymi w Zleceniu Emisji Reklam. Zleceniodawcy nie przysługują wobec Zleceniobiorcy roszczenia z tytułu opóźnienia Emisji spowodowanej nieterminowym dostarczeniem materiałów reklamowych lub dostarczeniem materiałów reklamowych niepoprawnych lub nie nadających się do Emisji. Zleceniodawcy nie przysługuje prawo żądania od Zleceniobiorcy przedłużenia Emisji o czas opóźnienia w przekazaniu materiałów reklamowych w celu Emisji.

- 6.7. Jeżeli Zleceniodawca podejmie decyzję w sprawie wymiany materiałów reklamowych po rozpoczęciu Emisji, Zleceniobiorca zobowiązuje się dokonać wymiany w terminie nie dłuższym niż 4 (cztery) godziny od chwili otrzymania poprawnie wykonanych materiałów reklamowych.
- 6.8. Reklamy nie mogą naśladować ani symulować elementów Serwisów i powinny być łatwo rozpoznawalne jako reklamy. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczania reklam słowami: „reklama”, „ogłoszenie płatne”, „sponsor” lub ich synonimami bez dodatkowej zgody w tym zakresie Zleceniodawcy.
- 6.9. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy lub wstrzymania Emisji bez podania przyczyny, jeżeli zachodzi uzasadnione podejrzenie, że ich treść lub treść strony docelowej jest sprzeczna z prawem lub zasadami współżycia społecznego bądź narusza prawa osób trzecich.
- 6.10. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy lub do wstrzymania Emisji Reklam również wtedy, gdy treść lub forma Reklam jest sprzeczna z linią programową (czyli strategią i polityką lub z interesem Zleceniobiorcy.

7. Realizacja Kampanii Efektywnościowych

- 7.1. Emisja Kampanii Efektywnościowych nie podlega Rezerwacji.
- 7.2. Kampanie celowane do wąskiej, specjalistycznej grupy odbiorców a także wszelkie kwestie dotyczące ograniczeń technicznych wynikające ze Specyfikacji technicznej reklam stanowiącej załącznik nr 2 do Regulaminu wymagają każdorazowego uzgodnienia pomiędzy Zleceniodawcą, a Zleceniobiorcą.
- 7.3. Wynagrodzenie należne Zleceniobiorcy z tytułu realizacji Kampanii Efektywnościowych jest ustalane indywidualnie dla poszczególnych kampanii reklamowych. Zleceniobiorca przed ustaleniem warunków finansowych danej Kampanii Efektywnościowej i ustaleniem ostatecznej wysokości wynagrodzenia zastrzega sobie prawo do przeprowadzenia kampanii testowej.
- 7.4. Zleceniodawca zobowiązuje się do dostarczenia Zleceniobiorcy przed rozpoczęciem realizacji Kampanii Efektywnościowej kodu mierzącego kliknięcia/leady, dla każdej formy reklamowej i każdego Serwisu, w którym będzie realizowana Kampania Efektywnościowa oraz dostępu do panelu umożliwiającego zliczanie statystyk danej Kampanii Efektywnościowej, jeżeli Strony ustalą, że dana Kampania Efektywnościowa rozliczane będzie za pomocą panelu Zleceniodawcy umożliwiającego zliczanie statystyk Kampanii Efektywnościowej.

- 7.5. W przypadku Kampanii Efektywnościowych kreacje reklamowe muszą mieć charakter sprzedażowy, a nie wizerunkowy. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo akceptacji kreacji reklamowych przed rozpoczęciem realizacji Kampanii Efektywnościowej i jej odrzucenia w przypadku gdy, wg uznania Zleceniobiorcy, nie spełnia wymogu, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym.
- 7.6. Zleceniodawcy przysługuje prawo zamiany kreacji reklamowej w trakcie realizacji danej Kampanii Efektywnościowej (przy uwzględnieniu warunków określonych w Pkt 7.5 Regulaminu), przy czym dwie pierwsze zamiany kreacji dokonywane są w ramach uzgodnionego przez Zleceniodawcę i Zleceniobiorcę wynagrodzenia za realizację Kampanii Efektywnościowej, a każda następna skutkuje zwiększeniem kwoty wynagrodzenia o 30 % (trzydzieści procent) w stosunku do wynagrodzenia dotychczasowego.
- 7.7. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo renegocjacji kwoty uzgodnionego wynagrodzenia lub wstrzymania emisji danej Kampanii Efektywnościowej w dowolnym czasie, w szczególności gdy jej skuteczność spadnie poniżej oczekiwanych (prognozowanych) statystyk.
- 7.8. Rozliczenie Kampanii Efektywnościowych następuje w cyklach miesięcznych (z dołu) i dotyczy potwierdzonych klików/akcji zliczonych na podstawie statystyk uzyskanych z uzgodnionego wcześniej źródła, przy czym zlecona liczba klików/akcji w danej Kampanii Efektywnościowej uznawana jest przez Zleceniodawcę i Zleceniobiorcę jedynie za liczbę prognozowaną a nie gwarantowaną przez Zleceniobiorcę.
- 7.9. Natężenie danej Kampanii Efektywnościowej oraz dobór formatów reklamowych w danym momencie określa wg własnego uznania Zleceniobiorca.
- 7.10. Kampanie Efektywnościowe mogą być mierzone zewnętrznymi kodami jedynie w zakresie zliczania klików (kampanie typu CPC) lub akcji (kampanie typu CPL).
- 7.11. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy uznania za podstawę rozliczenia pomiaru efektywności danej Kampanii Efektywnościowej w przypadku uznania, iż zastosowane do tego pomiaru narzędzia badawcze (np. Google Analytics) są nieprzystosowane do tego typu rozliczeń. W takiej sytuacji podstawą rozliczenia będą dane z narzędzia Zleceniobiorcy (adserver).
- 7.12. W przypadku rozbieżności pomiędzy postanowieniami Regulaminu dotyczącymi realizacji Kampanii Efektywnościowych, a pozostałymi postanowieniami Regulaminu, pierwszeństwo mają postanowienia dotyczące realizacji Kampanii Efektywnościowych określone w niniejszym Pkt 7.

8. Cennik Reklam

- 8.1. Ceny zawarte w cenniku Reklam nie uwzględniają podatku od towarów i usług. Wszystkie koszty związane z obowiązującymi w Polsce przepisami podatkowymi są pokrywane przez Zleceniodawcę. Zleceniodawcy nie przysługują wobec Zleceniobiorcy żadne roszczenia z tego tytułu.

- 8.2. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do modyfikowania cennika Reklam w każdym czasie. Zleceniobiorca ma obowiązek poinformowania Zleceniodawców, których Reklamy będą emitowane po dacie zmiany cennika o zamiarze modyfikacji cennika Reklam z podaniem daty wejścia w życie nowego cennika, najpóźniej na 14 dni przed datą jego wejścia w życie.
- 8.3 Aktualne cenniki Reklam udostępniany jest na życzenie przez Zleceniodawcę.
- 8.4 W cennikach nie są zamieszczone ceny Emisji Reklam na terenie innego państwa lub innych państw niż Rzeczpospolita Polska i podlegają one każdorazowej wycenie przez Zleceniobiorcę, przesyłanej do Zleceniodawcy w Zleceniu.

9. Siła wyższa

- 9.1. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających ze Zlecenia Emisji Reklam, jeśli jest ono następstwem zdarzeń pozostających poza jego kontrolą, których nie był on w stanie przewidzieć, w tym w szczególności (choć nie wyłącznie): wybuchu lub groźby wybuchu wojny, aktów terrorystycznych, aktów decyzji, lub weta instytucji rządowych, umów rządowych lub międzynarodowych, strajków lub innych działań protestacyjnych, powodzi, pożarów, eksplozji, awarii sieci Internet lub jej części, sieci energetycznej, awarii komputerowych systemów nadzoru i dystrybucji lub innych przejawów działań siły wyższej.
- 9.2. W przypadku zaistnienia wyżej wymienionego zdarzenia Zleceniobiorca zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić o nim Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne dogodnie dla niego terminy Emisji. Strony wyłączają odpowiedzialność Zleceniobiorcy z tytułu utraconych korzyści Zleceniodawcy.

10. Właściwości prawa i sądu

- 10.1. Wszystkie Zlecenia dokonane na podstawie Regulaminu podlegają prawu polskiemu.
- 10.2. Wszelkie spory powstałe w związku z postanowieniami Regulaminu a także na podstawie Zleceń nie dające się rozstrzygnąć na drodze negocjacji będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy miejscowo ze względu na siedzibę Zleceniobiorcy.

11. Postanowienia końcowe

- 11.1. Regulamin wchodzi w życie z dniem 17 października 2016 r.
- 11.2. Wszelkie zmiany w Regulaminie wchodzi w życie z dniem ich opublikowania przez Zleceniobiorcę.
- 11.3. We wszelkich sprawach nieuregulowanych w Regulaminie mają zastosowanie przepisy

kodeksu cywilnego.

- 11.4 Treść aktualnego Regulaminu znajduje się na stronie:
reklama.olx.pl/regulamin
- 11.5 Jeżeli jakiegokolwiek postanowienie Regulaminu zostanie uznane prawomocnym orzeczeniem sądu za nieważne, pozostałe postanowienia pozostają w mocy.