

## REGULAMIN EMISJI REKLAM - RANKOMAT SP. Z O.O SP. K.

### §1 DEFINICJE

Ilekoć w niniejszym regulaminie występują pojęcia zdefiniowane poniżej, należy je rozumieć w następujący sposób:

1. **Wydawca** - Rankomat Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp. K. z siedzibą w Warszawie (01-141), przy ul. Wolska 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.
2. **Reklamodawca** – podmiot posiadający status przedsiębiorcy, który w chwili zawarcia umowy prowadzi działalność gospodarczą, zlecający Wydawcy emisję Reklamy, niezależnie od tego, czy działa w imieniu własnym, czy w imieniu lub na rzecz osób trzecich.
3. **Reklama** - każdy przekaz zmierzający do powiadomienia o osobie, towarze, usługach mający na celu zwiększenie zbytu, poszerzenia klienteli albo osiągnięcie innego efektu pożądanego przez Reklamodawcę. Emisja Reklamy oznacza w zależności od wybranej opcji rozliczeniowej: (a) wyświetlenie Reklamy na Serwisie, (b) działanie mające na celu wywołanie działań użytkownika Internetu (wykonanie kliknięcia lub akcji), (c) jednorazową wysyłkę mailingu do określonej ilości użytkowników, zawierającego Reklamę.
4. **Materiały reklamowe** – materiały w plikach w formatach txt, jpg, gif, gif animowany, flash, html, html5 lub rich media, w formie gotowej do wykorzystania dostarczane przez Reklamodawcę, jako Reklama albo na podstawie których Wydawca samodzielnie przygotowuje Reklamę.
5. **Zlecenie reklamowe** – zamówienie emisji Reklamy złożone na zasadach określonych w Regulaminie, określa w szczególności: ilość zamawianych emisji, model, czas trwania emisji reklamy, lokalizację i ewentualne dodatkowe warunki.

### §2 WARUNKI OGÓLNE

1. Całkowitą odpowiedzialność za treść przekazywanych Wydawcy Materiałów reklamowych ponosi Reklamodawca.
2. W przypadku, gdyby emisja Reklamy przez Wydawcę spowodowała naruszenie jakichkolwiek przepisów prawa lub praw osób trzecich, a w szczególności: dóbr osobistych, praw autorskich lub praw pokrewnych, praw do znaków towarowych lub stanowiła czyn nieuczciwej konkurencji, Reklamodawca zobowiązuje się do pokrycia wszelkich szkód i zaspokojenia jakichkolwiek roszczeń zarówno osób trzecich, jak i Wydawcy. Reklamodawca zobowiązany jest również do zwrotu Wydawcy wszelkich kwot, które ten zobowiązany będzie ponieść tytułem jakichkolwiek świadczeń, opłat lub kar, wskutek emisji Reklamy sprzecznych z prawem lub naruszających prawa osób trzecich.

3. Reklamodawca, składając Zlecenie reklamowe oświadcza, iż przysługują mu prawa do posługiwania się użytymi w Materiałach reklamowych informacjami, danymi, utworami, wizerunkami, znakami towarowymi lub innymi elementami podlegającymi ochronie prawnej oraz, iż treść Materiałów reklamowych nie jest sprzeczna z prawem ani zasadami współżycia społecznego, nie narusza dóbr osobistych osób i podmiotów trzecich, praw osób i podmiotów trzecich, a także dobrych obyczajów.
4. Wydawca prowadzi sprzedaż Reklam według liczby emisji (wyświetleń), na czas (np. doba, tydzień) lub w modelach efektywnościowych (CPC, CPL, inne).
5. Sprzedaż na czas dotyczy wszelkich Reklam 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.
6. Minimalna wartość jednorazowego zamówienia emisji Reklamy wynosi:
  - a. 100 zł netto w przypadku przygotowania Reklamy w newsletterze.
  - b. 1 000 zł netto w przypadku pozostałych Reklam.
7. Wydawca ponosi odpowiedzialność wyłącznie za szkody wynikłe z niewykonania lub nienależytego wykonania zamówienia, powstałe z winy umyślnej lub rażącego niedbalstwa.
8. W przypadku rozbieżności pomiędzy postanowieniami zawartymi w Zleceniu i postanowieniami niniejszego regulaminu, stosuje się postanowienia zawarte w Zleceniu.
9. Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy zamieszczenia albo wstrzymania emisji Reklamy w każdej sytuacji bez podania przyczyny, w szczególności, gdy: (a) treść lub forma Reklamy jest niezgodna z prawem, zasadami współżycia społecznego lub profilem Wydawcy, (b) osoba trzecia lub właściwy organ lub instytucję zajmujący się nadzorem nad przestrzeganiem zasad etyki reklamy zgłosi co do niej zastrzeżenie, (c) Reklamodawca zalega z zapłatą wynagrodzenia za uprzednio dokonaną przez Wydawcę emisję Reklamy.
10. Wydawcy przysługuje także prawo niewyemitowania Reklamy w uzgodnionym terminie z przyczyn technicznych, niedostarczenia przez Reklamodawcę prawidłowych Materiałów reklamowych lub innych uzasadnionych powodów. Odmowa lub wstrzymanie emisji z przyczyn określonych powyżej nie skutkuje obowiązkiem zapłaty przez Wydawcę jakiegokolwiek odszkodowania na rzecz Reklamodawcy.

### **§3 EMISJA REKLAMY**

1. Emisja Reklamy wykonywana jest na podstawie Zlecenia reklamowego składanego przez Reklamodawcę.
2. Reklamodawca dokonuje zlecenia emisji reklam pisemnie bądź drogą elektroniczną poprzez przesłane Wydawcy uzupełnionego Zlecenia reklamowego.

3. Reklamodawca jest zobowiązany złożyć Zlecenie reklamowe najpóźniej na 3 dni przed planowaną datą emisji Reklamy.
4. Zmiana Zlecenia reklamowego, treści Reklamy lub zmiana związanych z nią Materiałów reklamowych może nastąpić nie później niż na 3 dni przed planowaną datą emisji Reklamy.
5. Reklamodawca dostarcza Wydawcy Materiały reklamowe za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres e-mail wskazany w Zleceniu reklamowym.
6. Za datę rozpoczęcia emisji uważa się wyemitowanie pierwszej Reklamy spośród wszystkich objętych danym Zleceniem reklamowym.
7. Rezygnacja z całości lub części Zlecenia reklamowego musi być dokonana przez Reklamodawcę na piśmie lub drogą elektroniczną na adres e-mail wskazany w Zleceniu reklamowym. W razie rezygnacji z całości lub części Zlecenia reklamowego w terminie późniejszym niż 3 dni robocze przed planowaną datą emisji Reklamy, Reklamodawca zobowiązany będzie do zapłaty na rzecz Wydawcy kary umownej w wysokości 50 % wartości danego Zlecenia reklamowego.
8. Wszystkie 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 przed rozpoczęciem emisji w celu przetestowania ich przez Wydawcę.
9. Wydawca dokłada wszelkich starań, aby nawet w przypadku opóźnień w dostarczeniu Materiałów reklamowych, emisja została uruchomiona zgodnie z planowanym terminem jej rozpoczęcia lub z jak najmniejszym opóźnieniem i została zrealizowana w całości. Jednakże w razie przypadku niedostarczenia przez Reklamodawcę Materiałów reklamowych w odpowiednim terminie, Wydawca zastrzega sobie prawo do niezrealizowania całości lub części Zlecenia reklamowego.
10. W trakcie realizacji Zlecenia reklamowego i przez 30 dni po jej zakończeniu na żądanie Reklamodawcy przesłane zostaną statystyki dotyczące liczby zrealizowanych emisji i liczby kliknięć.
11. Ocena realizacji Zlecenia reklamowego, w tym w szczególności ilość emisji poszczególnych Reklam (lub ilości kliknięć) dokonywana będzie w oparciu o statystyki Wydawcy albo statystyki Reklamodawcy po wcześniejszym ustaleniu.
12. Jeżeli Zlecenie reklamowe nie zostało w pełni zrealizowane w zamówionym okresie z przyczyn niezależnych od Wydawcy, odpowiednio wydłużany jest czas jego realizacji, ewentualnie Reklamodawca może wykorzystać pozostałą liczbę emisji w kolejnym Zleceniu reklamowym. Postanowienie to nie dotyczy Zleceń reklamowych, które nie zostały w pełni zrealizowane z przyczyn wymienionych w §2 ust. 9 i 10.

#### **§4 WYGLĄD REKLAMY**

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

2. Wydawca zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczania reklam słowami "reklama", "ogłoszenie płatne", "sponsor", "link sponsorowany" lub równoznacznymi.
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.
4. Animacja może być swobodnie używana w Reklamach graficznych, o ile Reklama nie przekroczy maksymalnej objętości dla danej Reklamy
5. Dźwięk nie może być odtwarzany automatycznie (wyjątek stanowią reklamy typu pre roll/mid roll), a jedynie po wykonaniu przez odbiorcę jakiejś akcji (np. kliknięcie). Jeżeli Reklama posiada dźwięk musi zawierać widoczne oznakowanie co do włączania i wyłączania dźwięku.

## **§5 REKLAMACJE**

Wszelkie reklamacje dotyczące realizacji Zlecenia reklamowego, w szczególności dotyczące ilości emitowanych Reklam i sposobu ich emisji, Reklamodawca może zgłaszać w nieprzekraczalnym terminie 14 dni od daty planowanego zakończenia emisji Reklamy lub jej części, określonej w danym Zleceniu reklamowym. Po upływie powyższego terminu zgłoszenie reklamacji nie jest możliwe, zaś emisję Reklamy uznaje się w danym zakresie za zrealizowaną prawidłowo i zgodnie ze złożonym Zleceniem reklamowym.

## **§6 SIŁA WYŻSZA**

1. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za skutki działania siły wyższej, w szczególności pożaru, powodzi, klęsk żywiołowych, a także innych zdarzeń, na które Wydawca nie ma wpływu i których nie mógł uniknąć (siła wyższa).
2. W razie wystąpienia siły wyższej, Wydawca zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne terminy emisji Reklamy.