

Niniejszy Regulamin Zlecenia Emisji Reklam w Agencji Interaktywnej UNIQOM jest zgodny z wytycznymi IAB Polska [Internet Advertising Bureau] w tym zakresie.

REGULAMIN ZLECENIA EMISJI REKLAM W AGENCJI INTERAKTYWNEJ UNIQOM

WSTĘP

1. Regulamin określa zasady korzystania oraz prawa i obowiązki Zleceniobiorcy i Zleceniodawców związane z oferowaniem i z korzystaniem z usług Agencji Interaktywnej UNIQOM.
3. Przed skorzystaniem z usług Agencji Interaktywnej UNIQOM należy uważnie zapoznać się z treścią Regulaminu.
4. Zleceniobiorca nieodpłatnie udostępnia Zleceniodawcom Regulamin przed przyjęciem Zlecenia za pomocą Internetu oraz sprzętu, którymi posługuje się Zleceniodawca.
5. Zleceniodawca akceptując warunki Regulaminu wyraża zgodę na współpracę ze Zleceniobiorcą zgodnie z postanowieniami Regulaminu.
6. Zleceniodawca, który nie akceptuje treści niniejszego Regulaminu nie jest uprawniony do korzystania z usług Agencji Interaktywnej UNIQOM.

DEFINICJE

Agencja Interaktywna UNIQOM – Marka należąca do spółki Grasp sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie 02-384, ulica Włodarzewska 59b/14u. NIP 701-055-47-26.

Zleceniobiorca - Agencja Interaktywna UNIQOM

Zleceniodawca – każda osoba fizyczna lub prawna zlecająca Emisję Reklamy w Agencji Interaktywnej UNIQOM. Zleceniodawca może być reklamodawcą lub działać w imieniu i/lub na rzecz reklamodawcy.

Reklama – każdy przekaz mający na celu promocję sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług, popieranie określonych spraw i idei bądź osiągnięcie innego efektu pożądanego przez Zleceniodawcę.

Zlecenie Emisji Reklamy – umowa zawarta pomiędzy Zleceniobiorcą, a Zleceniodawcą w oparciu o Formularz Zlecenia, której przedmiotem jest Emisja Reklamy realizowaną przez Agencję Interaktywną UNIQOM. Potwierdzenie przyjęcia Zlecenia Emisji Reklamy oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z uzgodnionych pisemnych oświadczeń stron.

Emisja Reklamy – prezentacja Reklamy w wybranej formie, miejscu, w określonym terminie, liczbie i jednostce czasu zgodnie z Formularzem Zlecenia.

Formularz Zlecenia – stosowany przez Zleceniobiorcę formularz, służący do Zlecenia Emisji Reklamy przez Zleceniodawcę w Agencji Interaktywnej UNIQOM. Prawidłowo wypełniony i podpisany przez Zleceniodawcę Formularz Zlecenia stanowi jednocześnie umowę zawartą ze Zleceniobiorcą na Emisję Reklamy.

Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklamy – wyłącznie zmiana ustalonych terminów i miejsc Emisji Reklamy, liczby Emisji Reklamy, kryteriów targetowania Reklamy dokonana po rozpoczęciu Emisji Reklamy. Ewentualne zmniejszenie wartości Zlecenia Emisji Reklamy wymaga złożenia nowego Formularza Zlecenia i dopuszczalna jest wyłącznie przed rozpoczęciem Emisji Reklamy.

Cennik – cennik Emisji Reklamy obowiązujący dla Emisji Reklamy w Agencji Interaktywnej UNIQOM. Aktualny Cennik dostępny jest na stronie internetowej Zleceniobiorcy pod adresem domenowym: oraz w siedzibie Zleceniobiorcy. Ceny zawarte w Cenniku nie zawierają stawek podatku od towarów i usług (VAT).

Regulamin – niniejszy Regulamin Zlecenia Emisji Reklamy w Agencji Interaktywnej UNIQOM wraz z załącznikami wskazanymi w treści.

1. POSTANOWIENIA OGÓLNE

1.1. Sprzedaż Reklamy przez Zleceniobiorcę odbywa się według następujących kryteriów:

- a. liczby Emisji Reklamy (odsłon, wyświetleń) – CPM (*ang. cost per mille*);
- b. czasu trwania Emisji Reklamy (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee;
- c. liczby kliknięć przez użytkownika w Reklamę (artykuł sponsorowany) – CPC (*ang. cost per click*);
- d. liczby działań wykonanych przez użytkowników na stronie reklamodawcy w następstwie obejrzenia lub kliknięcia w Reklamę – CPA (*ang. cost per action*);
- e. liczby pełnych odtworzeń przez użytkownika Reklamy w formie spotu wideo - CPV (*ang. cost per view*).

1.2. Do rozliczenia Emisji Reklamy stosuje się następujące jednostki rozliczeniowe:

- a. 1000 odsłon;
- b. dzień, tydzień, miesiąc emisji;
- c. jedno kliknięcie;
- d. jedno działanie;
- e. jedno odtworzenie.

1.3. W przypadku wykorzystania narzędzi reklamowych takich jak mailing i SMS, jednostka rozliczeniowa jest 1000 wysłanych wiadomości (mail) poczty elektronicznej lub 1000 (tysiąc) wiadomości tekstowych (SMS, MMS) wysłanych do aktywnego użytkownika konta lub telefonu.

2. ZLECENIE EMISJI REKLAMY

2.1. Zlecenia Emisji Reklamy dokonuje się za pomocą Formularza Zlecenia przesyłanego przez Zleceniodawcę do Zleceniobiorcy drogą elektroniczną (skan) na adres Zleceniobiorcy wskazany w Formularzu Zlecenia. Dopuszczalne jest dokonanie wstępnego zamówienia Emisji Reklamy za pomocą formularza Zleceniodawcy. W takim przypadku Zleceniobiorca - po otrzymaniu formularza od Zleceniodawcy – przesyła do akceptacji i podpisania wypełniony Formularz Zlecenia w celu potwierdzenia niezbędnych warunków oraz zawarcia umowy.

2.2. Formularz Zlecenia jako oświadczenie woli Zleceniodawcy dla swej ważności musi być podpisany przez należycie umocowanych przedstawicieli Zleceniodawcy. Przesłanie przez Zleceniodawcę Formularza Zlecenia na adres elektroniczny Zleceniobiorcy oznacza zawarcie umowy o realizację Emisji Reklamy.

2.3. Podpisując Zlecenie Emisji Reklamy, Zleceniodawca oświadcza, że:

- a.** posiada odpowiednie umocowanie do składania zamówienia oraz podpisania umowy o Emisję Reklamy;
- b.** jest uprawniony do posługiwania się - użytymi w zleconych do Emisji Reklamy materiałach reklamowych - informacjami, danymi, fragmentami utworów, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorcami 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 do tajemnicy przedsiębiorstwa lub innych praw wymaganych w prowadzeniu kampanii;
- c.** zlecona Emisja Reklamy jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa i nie narusza prawa w szczególności praw wskazanych w pkt 2.3. c. Regulaminu oraz innych praw osób trzecich;
- d.** w przypadku gdy Zleceniodawca działa w imieniu i/lub na reklamodawcy ponosi odpowiedzialność solidarną wraz z reklamodawcą;
- f.** Reklama będzie spełniać wymagania techniczne Zleceniobiorcy;
- g.** Reklama będzie dostarczona Zleceniobiorcy w uzgodnionym ze Zleceniodawcą terminie.

2.4. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za wady fizyczne i prawne Reklamy zlecanej do Emisji Reklamy przez Zleceniodawcę. Zleceniodawca potwierdza, iż treść lub forma Reklamy nie może naruszać przepisów prawa ani być sprzeczna z dobrymi obyczajami. W szczególności Reklama nie może:

- a.** zawierać żadnych materiałów mających charakter zniesławiający jakiegokolwiek osoby;
 - b.** zawierać żadnych materiałów, które mogłyby zostać uznane za nieprzyzwoite, obraźliwe, rażące, szerzące nienawiść lub podburzające;
 - c.** promować treści o charakterze pornograficznym;
 - d.** promować przemocy;
 - e.** promować dyskryminacji na tle rasowym, płciowym, religijnym, narodowościowym, niepełnosprawności, orientacji seksualnej lub wieku;
 - f.** naruszać jakichkolwiek praw autorskich, praw do baz danych, ani znaków towarowych jakichkolwiek innych osób;
 - g.** mieć charakteru wprowadzającego w błąd jakiegokolwiek osoby;
 - h.** być sporządzane z naruszeniem jakichkolwiek obowiązków prawnych wobec osób trzecich, takich jak obowiązki umowne lub obowiązek dochowania poufności;
 - i.** promować żadnej działalności niezgodnej z prawem;
 - j.** zawierać gróźb, naruszać czyjejs prywatności, ani powodować uciążliwości, niedogodności lub niepotrzebnego niepokoju;
 - k.** promować, wspomagać, ani namawiać do żadnych bezprawnych działań, takich jak (wyłącznie przykładowo) naruszenia praw autorskich lub niewłaściwe wykorzystanie komputera.
- l.** naśladować ani symulować elementów stron, na których będzie prezentowana.

2.5. Warunkiem Emisji Reklamy jest terminowe dostarczenie Zleceniobiorcy niezbędnych do emisji kompletnych i niewadliwych materiałów w uzgodniony ze Zleceniobiorcą sposób.

2.6. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo odmowy, wstrzymania lub zaprzestania Emisji Reklamy:

- a.** nie spełniającej kryteriów wskazanych w pkt 2.3. Regulaminu;
 - b.** nie spełniającej wymagań technicznych, o których mowa w pkt. 2.4., 5.5. oraz 5.6. Regulaminu;
 - c.** w stosunku do której Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy zwróci się pisemnie z takim żądaniem na podstawie opinii działającej w jego ramach Komisji Etyki Reklamy;
 - d.** której treść lub forma jest sprzeczna z linią programową witryn, na których jest emitowana lub stanowi zagrożenie dla ważnych interesów Zleceniobiorcy;
- bez konieczności zapłaty jakiegokolwiek odszkodowania.

2.7. Jeżeli Reklama nie zostanie zaakceptowana przez Zleceniobiorcę z przyczyn, o których mowa w pkt. 2.6. a-d Regulaminu - Reklama będzie traktowana jak niedostarczona. W takim przypadku zastosowanie będą miały postanowienia pkt. 3.2. - 3.4. Regulaminu.

2.8. W ramach realizacji Zlecenia Emisji Reklamy Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do oznaczania Reklam w sposób zapewniający ich jednoznaczną identyfikację i rozpoznawalność jako reklamy (np. słowami: “reklama”, “ogłoszenie płatne”, “sponsor” lub ich synonimami) oraz alokacji Reklam w Agencji Interaktywnej UNIQOM w uzgodnieniu ze Zleceniodawcą.

2.9. W przypadku zaistnienia okoliczności o których mowa w pkt. 2.3. a-c Regulaminu, w szczególności w sytuacji zgłoszenia żądania lub wysunięcia roszczenia wobec Zleceniobiorcy przez osobę trzecią - Zleceniodawca zobowiązuje się zwolnić Zleceniobiorcę z wszelkiej odpowiedzialności w tym odszkodowawczej, przejąć na siebie koszty obrony praw Zleceniobiorcy, związane ze zgłoszonym żądaniem lub stwierdzonym naruszeniem praw osób trzecich, lub przystąpić obok Zleceniobiorcy a ile to będzie prawnie możliwe wstąpić na miejsce Zleceniobiorcy do toczącego się postępowania. Nadto Zleceniodawca obowiązuje się do zaspokojenia roszczeń poszkodowanych (lub osób których prawa zostały naruszone), wynikających z naruszenia i stwierdzonych prawomocnym wyrokiem sądu, ostateczną decyzją administracyjną lub pisemną ugodą. Zleceniobiorca każdorazowo powiadomi Zleceniodawcę o zgłoszonym żądaniu lub stwierdzonym naruszeniu praw osób trzecich.

3. ANULOWANIE ZLECENIA EMISJI REKLAMY

3.1. Emisja Reklamy może zostać anulowana przez Zleceniodawcę w całości lub w części. Anulowanie całości lub części Zlecenia Emisji Reklamy musi mieć formę pisemną pod rygorem nieważności. Dopuszczalne jest przesłanie pisemnego ważnego oświadczenia woli Zleceniodawcy drogą elektroniczną (mail). Anulowanie całości lub części Zlecenia Emisji Reklamy oznacza rezygnację z całości lub części Emisji Reklamy w Agencji Interaktywnej UNIQOM.

3.2. Anulowanie Zlecenia Emisji Reklamy przez Zleceniodawcę nie później niż 5 dni roboczych przed datą pierwszej Emisji Reklamy nie rodzi zobowiązań finansowych wobec Zleceniobiorcy chyba, że Zleceniobiorca w związku z anulowaniem jest zobowiązany do poniesienia kosztów, w tym ewentualnych kar umownych. W takim wypadku Zleceniobiorca będzie uprawniony do obciążenia Zleceniodawcy kosztami poniesionymi w wyniku anulacji dokonanej przez Zleceniodawcę.

3.3. W przypadku anulowania Zlecenia Emisji Reklamy na mniej niż 5 dni roboczych przed ustaloną datą pierwszej Emisji Reklamy Zleceniobiorca będzie uprawniony do naliczenia kary umownej:

a. 50% wartości netto Zlecenia Emisji Reklamy - jeśli Zleceniodawca anuluje Zlecenie Emisji Reklamy najpóźniej w przeddzień Emisji Reklamy;

b. 100% wartości netto Zlecenia Emisji Reklamy jeśli Zleceniodawca anuluje Zlecenie Emisji Reklamy w dniu Emisji Reklamy lub w ciągu kolejnych dni po dni Emisji Reklamy a przed zakończeniem Emisji Reklamy.

3.4. W przypadku częściowego anulowania Zlecenia Emisji Reklamy kary umowne wymienione w pkt 3.3 odnoszą się do wartości anulowanej części Zlecenia Emisji Reklamy.

3.5. Zapłata kar umownych określonych w pkt. 3.3. Regulaminu nie wyłącza możliwości żądania przez Zleceniobiorcę odszkodowania przewyższającego na zasadach ogólnych.

4. WYCENA ZLECENIA EMISJI REKLAMY ORAZ WARUNKI PŁATNOŚCI

4.1. Wycena Emisji Reklamy dokonywana jest każdorazowo w ramach Formularza Zlecenia.

4.2. Realizacja Zlecenia Emisji Reklamy stanowi podstawę do wystawienia faktury VAT przez Zleceniobiorcę zgodnie z danymi zawartymi w Formularzu Zlecenia. Zleceniobiorca wystawi fakturę VAT zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa podatkowego. W przypadku Zleceń Emisji Reklamy trwających dłużej niż jeden miesiąc kalendarzowy, Zleceniobiorca będzie uprawniony do wystawienia faktur za miesięczne okresy rozliczeniowe, chyba, że Zleceniodawca i Zleceniobiorca pisemnie ustalą inne okresy rozliczeniowe.

4.3. Zleceniobiorca będzie przysyłał faktury drogą elektroniczną na adres Zleceniodawcy wskazany w Formularzu Zlecenia.

4.4. Terminy płatności faktur VAT Zleceniobiorcy będą określone zgodnie ze Zleceniem Emisji Reklamy.

4.5. Zapłata za fakturę VAT Zleceniobiorcy będzie dokonywana przez Zleceniodawcę na rachunek bankowy wskazany w fakturze VAT. Za dzień terminowej zapłaty będzie uważany dzień uznania rachunku bankowego wskazanego przez Zleceniobiorcę w fakturze VAT pełną kwotą wynikającą z tej faktury.

4.6. W przypadku braku terminowych płatności Zleceniobiorca będzie uprawniony do naliczenia odsetek w wysokości ustawowej za każdy dzień opóźnienia i obciążenia nimi Zleceniodawcy.

4.7. Niezależnie od prawa naliczenia odsetek ustawowych, jeżeli Zleceniodawca opóźnia się z zapłatą całości albo części kwot należnych Zleceniobiorcy z tytułu wystawionej faktury VAT przez ponad 3 dni robocze Zleceniobiorca będzie uprawniony do wstrzymania się od wykonania swoich zobowiązań wynikających z tego i innych Zleceń Emisji Reklamy złożonych przez tego samego Zleceniodawcę do czasu uregulowania zaległych płatności o czym powiadomi w formie pisemnej Zleceniodawcę. Dopuszczalne jest przesłanie pisemnego ważnego oświadczenia woli Zleceniobiorcy drogą elektroniczną (mail).

5. EMISJA REKLAM I WARUNKI TECHNICZNE

5.1. W trakcie realizacji Zlecenia Emisji Reklamy i przez okres 3 miesięcy po jego zakończeniu Zleceniodawcy mogą być udostępniane raporty ze statystykami kampanii reklamowej. Zleceniodawca jest uprawniony także do przygotowania i udostępnienia przez Zleceniobiorcę raportu z przebiegu Emisji Reklamy w formie pisemnej.

5.2. Statystyki dotyczące realizacji Emisji Reklamy pochodzą z adserwera i narzędzi Zleceniobiorcy. Statystyki te są podstawą do rozliczania kampanii.

5.3. Jeżeli z przyczyn leżących po stronie Zleceniobiorcy Emisja Reklamy nie zostanie zrealizowana w całości lub w części lub zostanie zrealizowana niezgodnie z Formularzem Zlecenia, Zleceniobiorca zobowiązuje się do powtórnej Emisji Reklamy w terminie i zakresie ustalonym ze Zleceniodawcą chyba, że Zleceniodawca anuluje Zlecenie.

5.4. Jeżeli z przyczyn wskazanych w pkt. 9 Regulaminu Emisja Reklamy nie zostanie w pełni zrealizowana w zamówionym terminie, wówczas w zależności od ustaleń:

a. Zleceniobiorca będzie uprawniony do odpowiedniego wydłużenia czasu i/lub terminu Emisji Reklamy, lub;

b. Zleceniodawca będzie uprawniony do wykorzystania pozostałej niewykorzystanej części Zlecenia Emisji Reklamy w ramach innego lub kolejnego Zlecenia Emisji Reklamy.

5.5. Szczegółowa specyfikacja techniczna form Reklam oferowanych w Agencji Interaktywnej UNIQOM dostępna jest pod adresem domenowym: http://iab.org.pl/wp-content/uploads/2012/12/standardy_IABPolska_2014.pdf oraz w siedzibie Zleceniobiorcy. Dostarczenie przez Zleceniodawcę Reklamy zgodnej ze specyfikacją jest warunkiem niezbędnym dla realizacji Zlecenia Emisji Reklamy przez Zleceniobiorcę.

5.6. Reklamy przygotowane do emisji i wykonane zgodnie ze specyfikacją techniczną, wskazaną w pkt. 5.5. Regulaminu muszą być dostarczone przez Zleceniodawcę na 3 dni robocze przed datą zaplanowanej Emisji Reklamy. Dostarczenie następować będzie drogą elektroniczną na adres poczty elektronicznej Zleceniobiorcy

5.7. Zleceniobiorca jest zobowiązany sprawdzić poprawność otrzymanych od Zleceniodawcy materiałów do Emisji Reklamy w czasie 1 dnia roboczego od dnia ich otrzymania oraz poinformować Zleceniodawcę o ewentualnych błędach, zastrzeżeniach określonych w pkt. 2.6.a, pkt. 2.6.c., pkt. 2.6.d. lub o poprawności otrzymanych materiałów.

5.8. Niedostarczenie przez Zleceniodawcę w terminie niewadliwych materiałów jest jednoznaczne z akceptacją przez Zleceniodawcę faktu, iż rozpoczęcie Emisji Reklamy może zostać opóźnione w stosunku do terminów zawartych w Zleceniu Emisji Reklamy lub może być w części lub całości niemożliwe do realizacji z uwagi na brak możliwości Emisji Reklamy w Agencji Interaktywnej UNIQOM w danych okresie czasu.

5.9. Jeśli w wyniku niedostarczenia przez Zleceniodawcę w terminie poprawnie wykonanych Reklam termin rozpoczęcia Emisji Reklamy zostanie - za zgodą Zleceniobiorcy - przesunięty, nie rodzi to dla Zleceniobiorcy obowiązków odszkodowawczych z tytułu niezrealizowania Emisji Reklamy ani obowiązku zwrotu należności za niezrealizowaną z tego powodu część Emisji Reklamy. Jeśli

przesunięcie terminu rozpoczęcia Emisji Reklamy nie będzie możliwe w wyniku czego część lub całość Zlecenia nie zostanie zrealizowana należy zastosować odpowiednio przepisy pkt. 3 dotyczące anulowania Zlecenia Emisji Reklamy w części lub w całości.

5.10. W ramach Zlecenia Emisji Reklamy możliwa jest wymiana Reklamy objętej Zleceniem. W przypadku gdy taka wymiana zostaje zlecona przez Zleceniodawcę po rozpoczęciu Emisji Reklamy, Zleceniobiorca zobowiązuje się dokonać wymiany w terminie nie dłuższym niż 2 dni robocze od chwili otrzymania poprawnie wykonanych materiałów emisyjnych. Jeśli Zleceniodawca nie dostarczy w terminie poprawnie wykonanych materiałów emisyjnych, wówczas Zleceniobiorca może za zgodą Zleceniodawcy kontynuować Emisję Reklamy przyjętej uprzednio lub zaprzestać Emisji Reklamy w ramach danego Zlecenia. W takim przypadku zastosowanie mają postanowienia pkt. 5.8 oraz pkt. 5.9 Regulaminu.

6. ZASADY REZERWACJI POWIERZCHNI REKLAMOWEJ W AGENCJI INTERAKTYWNEJ UNIQQM

6.1. Rezerwacja powierzchni reklamowej w celu Emisji Reklamy dokonywana jest na życzenie Zleceniodawcy z uwzględnieniem możliwości Agencji Interaktywnej UNIQQM.

6.2. Rezerwacja jest możliwa w następujących przypadkach:

- a) sprzedaży według kryterium czasu trwania Emisji Reklamy (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee;
- b) kampanii dedykowanych (Emisja Reklamy w określonym czasie z wykorzystaniem powierzchni określonej witryny internetowej);
- c) oraz wykorzystania narzędzi reklamowych mailing i SMS.

6.3. Rezerwacja dokonywana jest dla konkretnego Zleceniodawcy i na potrzeby określonej kampanii reklamowej.

6.4. Ważność rezerwacji wynosi 14 dni. Przedłużenie ważności rezerwacji musi być potwierdzane za pomocą Formularza Zlecenia.

6.5. Rezerwacje dokonywane są na terminy nie późniejsze niż 2 miesiące od czasu dokonywania rezerwacji.

6.6. Dokonanie rezerwacji jest potwierdzane przez Zleceniobiorcę w formie elektronicznej (mail).

6.7. Rezerwacje dokonywane w terminie krótszym niż 21 dni roboczych od zaplanowanej daty Emisji Reklamy muszą być potwierdzane Formularzem Zlecenia w ciągu 1 dnia roboczego od dnia otrzymania przez Zleceniodawcę potwierdzenia Zleceniobiorcy o dokonaniu rezerwacji.

7. WARUNKI DOTYCZĄCE REKLAM NA PORTALU FACEBOOK

7.1. W ramach realizacji Zlecenia Emisji Reklam Zleceniobiorca może prowadzić Emisję Reklamy na portalu społecznościowym Facebook (www.facebook.com) zgodnie z zasadami emisji reklam obowiązującymi.

7.2. Zleceniodawca zobowiązany jest do akceptacji zasad emisji reklam stosowanych przez portal społecznościowy Facebook, które na dzień publikacji Regulaminu udostępniane są na stronie portalu pod adresem domenowym <https://www.facebook.com/policies/ads/>.

7.3. Akceptacja przez Zleceniodawcę zasad, o których mowa w pkt. 7.2. Regulaminu jest warunkiem przyjęcia Zlecenia Emisji Reklamy przez Zleceniobiorcę i nie może stanowić podstawy do reklamacji.

8. WARUNKI DOTYCZĄCE REKLAM W RAMACH KAMPANII PERFORMANCE

8.1. W ramach Zlecenia Emisji Reklamy Zleceniobiorca może przyjąć Emisję Reklamy planowanej przez Zleceniodawcę w modelu performance (efektywnościowym).

8.2. Zlecenia w modelu performance rozliczane są oparciu o rozliczenie za efekt, przez który rozumiany jest mierzalny, konkretny efekt działań reklamowych (CPC – klik, CPL – lead, CPA – akcja, CPD – download np. aplikacji) na podstawie statystyk z systemu trackingowego Zleceniobiorcy.

8.3. Warunki niezbędne Zlecenia Emisji Reklamy w modelu performance stanowią:

- a. podanie przez Zleceniodawcę danych na temat: klienta końcowego, produktu, modelu kampanii reklamowej oraz jej celu, czasu trwania kampanii reklamowej, targetu odbiorców Reklamy;
- b. udostępnienie niewadliwych materiałów emisyjnych Zleceniobiorcy na 7 dni roboczych przez datą Emisji Reklam;
- c. w przypadku kampanii w modelu CPA możliwość wglądu w Landing Page m. in. w celu umożliwienia oceny możliwości dokonania optymalizacji przez Zleceniobiorcę.

8.4. Reklama w modelu performance powinna mieć charakter sprzedażowy („akcyjny”- zachęcający do podjęcia akcji), a nie wizerunkowy promujący markę danego klienta.

8.5. Zleceniobiorca jest uprawniony do proponowania zmian Reklamy w modelu performance.

8.6. Wszelkie niestandardowe formy Reklamy ustalane są indywidualnie ze Zleceniodawcą.

8.7. Standardowe formaty Reklamy powinny być zgodne ze specyfikacją form reklamowych Zleceniobiorcy.

8.8. W uzasadnionych przypadkach w ramach realizacji Zlecenia Emisji Reklamy w modelu performance Zleceniodawca dokonuje umieszczenia na Landing Page kodów zliczających przesłanych przez Zleceniobiorcę drogą elektroniczną.

8.9. Natężenie Emisji Reklamy, czas trwania kampanii reklamowych oraz wybór emitowanych form reklamowych dla potrzeb optymalizacji określa Zleceniobiorca w ramach Zlecenia Emisji Reklamy w modelu performance.

8.10. Zleceniobiorca ma prawo do zaprzestania Emisji Reklamy w ramach kampanii performance przed jej planowanym zakończeniem, jeżeli CTR kampanii jest na poziomie poniżej 0,05% lub – w przypadku rozliczeń CPA - Zleceniobiorca uzna wskaźniki konwersji za niezadowalające.

9. WYŁĄCZENIE I OGRANICZENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI

9.1. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających ze Zlecenia Emisji Reklamy, jeśli jest ono następstwem zdarzeń pozostających poza jego kontrolą, w tym w szczególności, choć nie wyłącznie: wybuchu lub groźby wybuchu wojny; 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 wyżej wymienionych zdarzeń Zleceniobiorca zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić o nich Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne dogodne dla Zleceniodawcy terminy Emisji Reklamy.

9.3. Zleceniodawca przyjmuje do wiadomości, iż w funkcjonowaniu Agencji Interaktywnej UNIQOM mogą wystąpić czasowe przerwy w świadczeniu usług reklamowych z przyczyn technicznych nie dotyczących Zleceniobiorcy, w tym mające na celu poprawienie jakości funkcjonowania Agencji Interaktywnej UNIQOM. Zleceniobiorca dołoży należytej staranności, aby powiadamiać Zleceniodawcę o fakcie zaistnienia tego rodzaju okoliczności. Przerwy w świadczeniu usług reklamowych Agencji Interaktywnej UNIQOM z przyczyn technicznych, nie mają wpływu na ocenę wykonania przez Zleceniobiorcę zobowiązań w zakresie usług reklamowych, a Emisja Reklamy odbywać się będzie niezwłocznie po ustaniu przyczyn uniemożliwiających świadczenie usług o ile będzie to możliwe po stronie Zleceniobiorcy. W przypadku, gdy przerwa w świadczeniu usług reklamowych z przyczyn technicznych jest dłuższa niż 8 godzin jednorazowo lub 48 godzin w ciągu jednego tygodnia świadczenia usług w stosunku do publikacji Reklam określanych czasem Emisji Reklamy – Zleceniobiorca dołoży należytej staranności aby spowodować Emisję Reklamy w równoważnym okresie czasu emisyjnego.

9.4. Zleceniobiorca ponosi odpowiedzialność wyłącznie za szkody wynikłe z niewykonania lub nienależytego wykonania Zlecenia Emisji Reklamy powstałe z winy umyślnej lub rażącego niedbalstwa Zleceniobiorcy. Odszkodowanie z tytułu szkody wyrządzonej przez Zleceniobiorcę nie może przekroczyć wartości netto danego Zlecenia Emisji Reklamy.

10. REKLAMACJE

10.1. Zleceniodawca jest uprawniony do złożenia pisemnej reklamacji dotyczącej realizacji Zlecenia Emisji Reklamy.

10.2. Reklamacja powinna być skierowana drogą elektroniczną (mail) na adres Zleceniobiorcy wskazany w Formularzu Zlecenia w terminie 14 dni od daty zaistnienia podstawy do złożenia reklamacji. Zgłoszenie reklamacji powinno wskazywać Reklamę będącą przedmiotem reklamacji oraz proponowany sposób jej rozpatrzenia.

10.3. Reklamacje rozpatruje Zleceniobiorca.

10.4. Jeżeli z wyłącznej winy Zleceniobiorcy Emisja Reklamy nie zostanie dokonana lub zostanie dokonana z usterkami, wówczas Zleceniobiorca spowoduje ponowną Emisję Reklamy o takiej samej wartości emisji w najbliższym możliwym terminie.

10.5. Emisja Reklamy w ramach reklamacji nie zwalnia Zleceniodawcy z obowiązku zapłaty należności za Emisję Reklamy podlegającej reklamacji.

11. PRAWO WŁAŚCIWE I JURYSDYKCJA.

11.1. Wszystkie Zlecenia Emisji Reklamy, do których ma zastosowanie niniejszy Regulamin, podlegają prawu polskiemu i kognicji sądów polskich.

11.2. Strony ustalają, że wszelkie spory na tle postanowień Regulaminu nie dające się rozstrzygnąć w sposób polubowny w terminie 30 dni od daty zaistnienia sporu, zostaną poddane rozstrzygnięciu sądu powszechnego na zasadach ogólnych.

12. POSTANOWIENIA KOŃCOWE.

12.1. Regulamin wchodzi w życie z dniem 01.04.2016

12.2. Niniejszy Regulamin dostępny jest na stronie internetowej Zleceniobiorcy pod adresem domenowym oraz w siedzibie Zleceniobiorcy.

12.3. Regulamin może zostać zmieniony, poprzez opublikowanie nowego Regulaminu oraz informacji o terminie, od którego ten nowy Regulamin będzie obowiązywać, jak też powiadomienie Zleceniodawcy o zamiarze zmiany niniejszego Regulaminu wraz z przesłaniem Zleceniodawcy adresu strony z obowiązującą wersją Regulaminu.

12.4. Zleceniobiorca nie ma obowiązku uzgadniania treści i zakresu zmian Regulaminu ze Zleceniodawcą. Korzystanie przez Zleceniodawcę z Agencji Interaktywnej UNIQOM i dokonywania Zleceń po dokonaniu zmian w Regulaminie oznacza akceptację przez Zleceniodawcę nowej treści Regulaminu oraz wprowadzonych zmian.

12.5. Zleceniodawca, nie później niż na 7 dni przed datą wprowadzenia zmian do Regulaminu w życie, może doręczyć Zleceniobiorcy oświadczenie o braku zgody na obowiązywanie w stosunku do niego zmienionej treści Regulaminu, które będzie tożsame z wypowiedzeniem przez Zleceniodawcę wiążącego Zleceniodawcę i Zleceniobiorcę stosunku prawnego będącego podstawą świadczenia dotychczasowych usług Agencji Interaktywnej UNIQOM. Oświadczenie, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym dla swej skuteczności powinno być złożone Zleceniobiorcy przez Zleceniodawcę w formie pisemnej, za pomocą poczty tradycyjnej, elektronicznej bądź faksu. Brak oświadczenia Zleceniodawcy w powyższym terminie oznacza akceptację zmian Regulaminu.

12.6. Integralną część Regulaminu stanowią Załączniki:

a. Załącznik nr 1 – Wzór upoważnienia dla Zleceniodawcy do reprezentowania klienta/reklamodawcy wobec Zleceniobiorcy;

b. Załącznik nr 2 – Wzór pełnomocnictwa dla przedstawicieli Zleceniodawcy do podpisywania Zleceń;

c. Załącznik nr 3 – Formularz Zlecenia Emisji Reklamy.

_____, dnia _____ r.

PEŁNOMOCNICTWO

z siedzibą w _____, ul. _____

Organ Rejestrowy _____

Nr KRS/EWD _____,

NIP _____ REGON _____

(dalej „Mocodawca”), niniejszym oświadcza, że _____ jest upoważniony/a do występowania w imieniu i na rzecz Mocodawcy w stosunkach prawnych z UNIQOM w zakresie składania i podpisywania Zleceń Emisji Reklamy, których przedmiotem jest Emisja Reklamy Mocodawcy w Agencji Interaktywnej UNIQOM (oraz sieciach partnerskich), oraz wykonywania wszelkich niezbędnych czynności faktycznych i prawnych związanych z realizacją Zlecenia.

Cofnięcie pełnomocnictwa dla swej skuteczności wymaga uprzedniego pisemnego zawiadomienia GRASPONLINE

(pieczętka i podpis osoby/ób uprawnionych do reprezentacji Mocodawcy)

_____, dnia _____ r.

PEŁNOMOCNICTWO

z siedzibą w _____, ul. _____

Organ Rejestrowy _____

Nr KRS/EWD _____,

NIP _____ REGON _____

(dalej „Mocodawca”), niniejszym oświadcza, że następujący pracownicy Mocodawcy:

(imię i nazwisko upoważnionego) (stanowisko) (podpis upoważnionego)

(imię i nazwisko upoważnionego) (stanowisko) (podpis upoważnionego)

(imię i nazwisko upoważnionego) (stanowisko) (podpis upoważnionego)

są upoważnieni (każda z wyżej wymienionych osób samodzielnie) do występowania w imieniu i na rzecz Mocodawcy w stosunkach prawnych z GRASPONLINE w zakresie składania i podpisywania Zleceń Emisji Reklamy, których przedmiotem jest Emisja Reklamy w Agencji Interaktywnej UNIQOM (oraz sieciach partnerskich), oraz wykonywania wszelkich niezbędnych czynności faktycznych i prawnych związanych z realizacją Zlecenia.

Cofnięcie pełnomocnictwa dla swej skuteczności wymaga uprzedniego pisemnego zawiadomienia GRASPONLINE

(pieczęćka i podpis osoby/ób uprawnionych do reprezentacji Mocodawcy)

Załącznik nr 3 do REGULAMINU ZLECENIA EMISJI REKLAM W AGENCJI INTERAKTYWNEJ UNIQOM

Formularz Zlecenia Emisji Reklamy

Zamówienie kampanii reklamowej nr: _____ z dn. _____ Wg zamówienia klienta nr: _____

Zleceniobiorca:
Osoba kontaktowa:

Zleceniobiorca:
 ul. _____
 tel. _____
 NIP _____, Regon _____, KRS/EWD _____
Osoba kontaktowa:

Reklamodawca: _____
Brand: _____
Okres kampanii: od ____-__-__ do ____-__-__
Termin płatności: _____
Rabat agencyjny: _____

Prosimy o odesłanie podpisanego zamówienia na adres mailowy osoby koordynującej realizację zlecenia.
 Materiały reklamowe należy dostarczyć najpóźniej na 3 dni przed rozpoczęciem emisji na adres: [t.....](#)

Nazwa kampanii:
Wartość kampanii:

Witryna / pakiet	Forma reklamy	Cena	Ilość	JM	Wartość RateCard	Odsłony promocyjne w cenie kampanii	Rabat ilościowy	Dopłata	Wartość netto	Start planu	Koniec planu	Uwagi

Miesiąc/Rok												
Kwota												

Zleceniobiorca:

Data, funkcja, pieczętka i podpis osoby upoważnionej do przyjmowania zleceń

Zleceniodawca:

Data, funkcja, pieczętka i podpis osoby upoważnionej do składania zleceń

Oświadczam, że zapoznałem się z Regulaminem zlecenia kampanii reklamowych w sieci GRASPOONLINE, dostępnym pod adresem: [.....](#)
UWAGI:

