

# nowy wymiar **Performance**

## **Regulamin świadczenia usług reklamowych przez REDGROUP Sp. z o.o.**

### **1. DEFINICJE:**

ADMETRICS jest częścią REDGROUP spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, z siedzibą ul. Roosevelta 22, 60-829 Poznań, NIP: 782-25-63-276.

ADMETRICS jest wydzieloną w ramach struktury jednostką organizacyjną uprawnioną do przygotowywania i przyjmowania Umów-Zleceń Realizacji Emisji Kampanii Reklamowej. Pracownicy są uprawnieni do podpisywania Umów-Zleceń Realizacji Emisji Kampanii Reklamowych wyłącznie w wypadku przedstawienia stosownego pełnomocnictwa.

**Reklama** – oznacza każdy przekaz zmierzający do promocji sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług, popierania określonych spraw lub idei albo do osiągnięcia innego efektu pożądanego przez Zleceniodawcę.

**Emisja** – oznacza, w zależności od wybranej opcji rozliczeniowej, działanie mające na celu wywołanie działań Użytkownika o określonej w Umowie-Zleceniu Realizacji Emisji Kampanii Reklamowej, liczbie i charakterze.

**Użytkownik** – jest to osoba (cookie), do której kierujemy reklamę.

Opcje rozliczeniowe – oznaczają:

- **CPC** (Cost Per Click) – koszt uzyskania jednego kliknięcia w banner reklamowy; obliczany jako stosunek liczby kliknięć w banner reklamowy do kosztów całej kampanii.
- **CPM** (Cost Per Mille) – koszt dotarcia z reklamą internetową do tysiąca użytkowników, oznacza koszt 1000 wyświetleń bannera, wysłania e-mailingu reklamowego do 1000 skrzynek pocztowych itd.
- **CPA** (Cost Per Action) – koszt uzyskania jednej, określonej akcji wywołanej emisją kampanii reklamowej; obliczany jako stosunek liczby akcji do kosztów całej kampanii bannerowej; akcją może być kliknięcie, rejestracja, podanie adresu e-mail, podanie danych osobowych, zakup, wzięcie udziału w konkursie itp.
- **CPO** (Cost per order) – koszt za zamówienie, model rozliczeń reklamy internetowej w marketingu efektywnościowym, w której reklamodawca płaci ryczałtowo za każde złożone zamówienie wygenerowane przy pomocy tej reklamy, niezależnie od kwoty tego zamówienia.

- **CPS** (Cost per Sale) – koszt za sprzedaż – rozliczenie za % od transakcji, prowizja naliczana jest za każdą sprzedaż na stronie Zleceniodawcy lub podmiotu, na rzecz którego działa.
- **CTA** (call to action) – koszt za wywołanie, podjęcie przez użytkownika konkretnej akcji (np. kliknięcie w link, zainstalowanie aplikacji).
- **SUC** (Succesfull User Clicks) – liczba użytkowników (cookies), którzy wykonali udane kliknięcie, czyli w przeciągu 5 minut po kliknięciu na kreację odwiedzili stronę reklamowaną
- **CPL** (Cost Per Lead) – model ten bazuje na uzupełnianiu formularza przez klienta, rejestracji w newsletterze, bądź innych czynnościach ukierunkowanych na sprzedaż.
- **CPV** (Cost Per View) – reklamodawca płaci za pełne obejrzenie reklamy video.
- **FF** (Flat Fee) – reklamodawca płaci za stałą obecność z reklamą określoną w czasie, czyli opłata za czas emisji kampanii.

**Usługa Reklamowa** – oznacza Reklamę zakupioną przez Zleceniodawcę w REDGROUP, emitowaną zgodnie z Umową – Zleceniem Realizacji Emisji Kampanii Reklamowej oraz z Regulaminem

**Umowa** – oznacza Umowę-Zlecenie Realizacji Emisji Kampanii Reklamowej.

**Zlecenie Reklamowe** – oznacza dokument w formie pisemnej, określający warunki Umowy, stanowiący ofertę (art. 66 k.c.), chyba, że z jego treści lub postanowień Regulaminu wynika, że w określonym przypadku Zlecenie Reklamowe stanowi jedynie zaproszenie do negocjacji (art. 72 k.c.).

**Zleceniodawca** – oznacza osobę fizyczną, osobę prawną lub podmiot nie posiadający osobowości prawnej, która składa w REDGROUP Zlecenie Reklamowe.

**Modyfikacja Zlecenia Reklamowego** – oznacza zmianę wyłącznie ustalonych czasów lub miejsc emisji, form reklamowych, nie powodującą zmniejszenia wartości Zlecenia Reklamowego, ani zmiany uzgodnionego terminu rozpoczęcia i zakończenia jego realizacji.

**Zmiana Zlecenia Reklamowego** – oznacza zmiany inne niż Modyfikacja Zlecenia Reklamowego.

**Forma Reklamy** – oznacza określoną pod względem technicznym formę prezentacji Reklamy we wskazanym w zleceniu miejscu.

**Regulamin** – oznacza niniejszy Regulamin.

## 2. POSTANOWIENIA OGÓLNE:

REDGROUP nie ponosi odpowiedzialności za treści zamieszczone w formatach reklamowych. Wyłącznie odpowiedzialność za treści zamieszczone w formatach reklamowych ponosi Zleceniodawca.

Podpisując Zlecenie Reklamowe Zleceniodawca oświadcza, że ma prawo posługiwać się użytymi w Formach Reklamowych informacjami, danymi, znakami towarowymi oraz wszelkimi pozostałymi elementami podlegającymi ochronie prawnej oraz, że Formy Reklamowe nie są sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami.

Zleceniodawcy, działający w imieniu i na rzecz swoich klientów, są solidarnie od-

powiedzialni z osobami, które reprezentują wobec REDGROUP za regulowanie należności, wynikających z przyjętych Zleceń Reklamowych.

REDGROUP może w każdym czasie bez prawa do odszkodowania dla Zleceniodawcy odmówić Emisji lub wstrzymać Emisję, albo żądać dokonania zmiany Form Reklamowych, jeżeli treść lub forma Form Reklamowych są sprzeczne z prawem, dobrymi obyczajami, zasadami współżycia społecznego, polityką Reklam albo osoba trzecia, właściwy organ lub instytucja zgłosiły zastrzeżenia dotyczące Form Reklamowych.

REDGROUP może umieszczać logo Zleceniodawcy na stronie [www.admetrics.pl](http://www.admetrics.pl) jako partnera / klienta.

### **3. ZAWARCIE UMOWY:**

Do chwili pisemnego (lub w formie wiadomości e-mail) potwierdzenia przyjęcia Zlecenia Reklamowego przez REDGROUP, Zlecenie Reklamowe stanowi ofertę w rozumieniu przepisu art. 66 k.c.

Zlecenie Reklamowe musi zostać doręczone do siedziby REDGROUP przed uruchomieniem kampanii.

### **4. MODYFIKOWANIE I ANULOWANIE ZLECENIA:**

REDGROUP daje możliwość Zleceniodawcy:

- anulowania Zlecenia Reklamowego,
- modyfikacji Zlecenia Reklamowego na warunkach określonych w Regulaminie.

Zmiany Zlecenia Reklamowego wykraczające poza Modyfikację Zlecenia Reklamowego są równoznaczne z Anulowaniem Zlecenia Reklamowego.

Oświadczenie modyfikujące Zlecenie Reklamowe powinno zostać dostarczone do Zleceniobiorcy nie później niż na 2 dni robocze przed terminem rozpoczęcia Emisji i stanowi ofertę w rozumieniu art. 66 k.c. Zleceniobiorca zastrzega, że przyjmie taką ofertę w miarę istniejących możliwości.

W przypadku, gdy Zleceniobiorca stwierdzi brak możliwości realizacji zmodyfikowanego Zlecenia Reklamowego z powodów opisanych w punkcie 2 („Postanowienia ogólne”) powyżej, Zleceniodawca może według własnego wyboru zrezygnować z Modyfikacji Zlecenia Reklamowego lub odstąpić od Umowy za zapłatą przez Zleceniodawcę kary umownej, zgodnie z zasadami Anulowania Zlecenia.

Warunkiem skutecznego Anulowania Zlecenia Reklamowego jest doręczenie w formie pisemnej oświadczenia o anulowaniu Zlecenia Reklamowego.

Za Anulowanie Zlecenia Reklamowego uważa się również:

- niedostarczenie kreacji Form Reklamowych co najmniej na 2 dni przed ustalonym terminem rozpoczęcia Emisji,
- dostarczenie kreacji Form Reklamowych niezgodnych z warunkami technicznymi określonymi w Specyfikacji Technicznej Reklam, później niż na 3 dni ustalonym terminem rozpoczęcia Emisji,
- w przypadkach określonych powyżej Zleceniobiorca może nałożyć na Zlece-

niodawcę karę umownej w wysokości 100% wartości brutto Zlecenia Reklamowego, którą Zleceniodawca zobowiązany jest zapłacić w terminie 14 dni od jej nałożenia.

Zlecenie Reklamowe może być anulowane w całości:

- nie później niż na 10 dni roboczych przed ustalonym terminem rozpoczęcia Emisji bez skutków w postaci powstania zobowiązania do zapłaty kary umownej na rzecz Zleceniobiorcy.
- później niż na 10 dni roboczych przed ustalonym terminem rozpoczęcia Emisji, z zastrzeżeniem prawa Zleceniobiorcy do naliczenia kary umownej w wysokości:
  1. w okresie między 10 a 7 dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia Emisji 30% wartości brutto Zlecenia Reklamowego,
  2. w okresie między 6 a 3 dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia Emisji 50% wartości brutto Zlecenia Reklamowego,
  3. poniżej 3 dni roboczych przed ustalonym terminem Emisji 100% wartości brutto Zlecenia Reklamowego.

W przypadkach uzasadnionym interesem Stron Zleceniobiorca dopuszcza korektę Zlecenia Reklamowego.

## 5. WARUNKI EMISJI:

Formy Reklamowe zgodne ze Specyfikacją Techniczną winny być dostarczone do Zleceniobiorcy najpóźniej na 2 dni robocze przed terminem pierwszej Emisji.

W przypadku dostarczenia Form Reklamowych w terminie późniejszym lub niezgodnych ze Specyfikacją Techniczną Reklam Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do anulowania Zlecenia Reklamowego lub wprowadzenia zmian w planie Emisji.

Zleceniobiorca po zakończeniu emisji ma prawo do wykorzystywania screenów z kampanii jako case'ów zrealizowanych pod warunkiem nie ujawniania danych liczbowych.

## 6. POSTĘPOWANIE REKLAMACYJNE:

W przypadku, gdy z winy Zleceniobiorcy nie nastąpi Emisja lub wystąpią wady Emisji, Zleceniobiorca zobowiązuje się do powtórnej Emisji w ustalonym ze Zleceniodawcą terminie lub dokonać nowych ustaleń ze Zleceniodawcą.

Zleceniodawca traci uprawnienia z tytułu ewentualnych wad Emisji, jeżeli nie zawiadomi Zleceniobiorcy o wadzie (nie zgłosi reklamacji) w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury VAT za realizację Zlecenia Reklamowego lub opóźnia się z zapłatą za poprzednio zrealizowane Zlecenia Reklamowe.

W przypadku wystawienia faktury VAT przed Emisją, termin powyższy liczony jest od daty dokonania ostatniej Emisji.

Zleceniobiorca udzieli odpowiedzi na reklamację w terminie 21 dni od daty otrzymania reklamacji.

Złożenie reklamacji nie wstrzymuje płatności wynikających z innych Zleceń Reklamowych.

## 7. PŁATNOŚCI I FAKTUROWANIE:

Wszystkie koszty związane z obowiązującymi w Polsce oraz Europejskim Obszarze Gospodarczym (jeśli dotyczą) podatkami pokrywa Zleceniodawca.

Faktury są wystawiane przez Zleceniobiorcę zgodnie z obowiązującym prawem w terminie do 10 dni od zakończenia miesiąca kalendarzowego, w wysokości wartości Zlecenia Reklamowego wyemitowanego, w przypadku nie wyemitowania całości Zlecenia Reklamowego, pozostała część będzie rozliczana na zasadach ogólnych.

W przypadku braku płatności za faktury, Zleceniobiorca będzie naliczać odsetki ustawowe za opóźnienie.

W przypadku opóźnienia płatności (również za Emisje zrealizowane w przeszłości), Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo wstrzymania Emisji oraz prawo do odstąpienia od Zlecenia Reklamowego w całości lub w części, oraz nałożenia na Zleceniodawcę kary umownej, zgodnie z zasadami Anulowania Zlecenia

Termin płatności określany jest w wystawionej przez Zleceniobiorcę fakturze VAT.

## 8. POSTANOWIENIA KOŃCOWE:

Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających z Umów (Zleceń reklamowych), jeśli jest ono następstwem zdarzeń pozostających poza jej kontrolą, w tym w szczególności, choć nie wyłącznie: jakiegokolwiek wybuchu wojny lub grożącego wybuchu wojny; aktów, decyzji lub weta instytucji rządowych, umów rządowych lub międzynarodowych, strajków, działań protestacyjnych, powodzi, pożarów, eksplozji, awarii sieci INTERNET lub jej części, sieci energetycznej, awarii komputerowych systemów nadzoru i dystrybucji lub innych przejawów siły wyższej.

W przypadku zaistnienia zdarzenia tego rodzaju Zleceniobiorca zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne terminy Emisji lub poinformować o niemożności realizacji Emisji.

W sprawach nieuregulowanych Regulaminem mają zastosowanie w szczególności przepisy Ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną i Kodeksu Cywilnego.

Regulamin, Umowy lub oświadczenia stron z nimi związane podlegają prawu polskiemu.

Podpisując Zlecenie Reklamowe Zleceniodawca oświadcza, że wszelkie spory wynikające ze stosowania Regulaminu, zawartych Umów lub oświadczeń stron z nimi związanych rozstrzygane będą przez Sąd Powszechny właściwy dla siedziby Zleceniobiorcy.

Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do zmiany treści Regulaminu w każdym czasie.