

Zasady ogólne zamieszczania reklam w modelu efektywnościowym w Grupie Gazeta.pl

I. WSTĘP

1. DEKLARACJA

Agora S.A. właściciela portalu internetowego Gazeta.pl oraz serwisów wchodzących w skład Grupy Gazeta.pl.

Naszym klientom zapewniamy najwyższą jakość świadczonych usług, rzetelność, profesjonalną obsługę i fachowe doradztwo. Od wielu lat konsekwentnie poszerzamy zakres naszych usług i poprawiamy ich standard, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów. Niniejsze Zasady ogólne, podobnie jak zamówienie lub umowa, są niezbędnymi elementami kształtującymi nasze wzajemne relacje. Ich formalizm prawny został ograniczony do minimum po to, aby podkreślić, że istotą naszych relacji jest przede wszystkim najwyższa jakość realizowanych dla Państwa usług. Zapewniamy, że najważniejsza dla nas jest Państwa satysfakcja, oczekiwania i potrzeby. W zgodzie z powyższą deklaracją będą interpretowane wszelkie postanowienia i zasady dotyczące świadczonych Państwu usług zamieszczania reklam.

2. WYŁĄCZENIE STOSOWANIA ZASAD OGÓLNYCH

Niniejsze Zasady ogólne nie mają zastosowania do zawierania umów z konsumentami, tj. osobami fizycznymi dokonującymi czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z ich działalnością gospodarczą lub zawodową. Osoby te prosimy o kontakt z Działem Sprzedaży Portalu Gazeta.pl pod adresem biuroreklamy@agora.pl w celu zawarcia indywidualnej umowy na świadczenie usług reklamowych.

II. OKREŚLENIA

Określenia użyte w Zasadach ogólnych należy rozumieć w następujący sposób:

Zasady ogólne - niniejsze „Zasady ogólne zamieszczania reklam w modelu efektywnościowym w Grupie Gazeta.pl”;

Agora - Agora Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie pod adresem: ul. Czerska 8/10, właściciel portalu internetowego Gazeta.pl oraz serwisów wchodzących w skład Grupy Gazeta.pl, rejestracja: Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, rejestr przedsiębiorców nr KRS 59944, NIP 526-030-56-44, kapitał zakładowy 46 580 831 zł, wpłacony w całości;

Zespół e-commerce – wyodrębniony w strukturze działalności internetowej Grupy Gazeta.pl Agory, dział zajmujący się m.in. realizacją Kampanii efektywnościowych;

Reklamodawca - osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, zamawiająca zamieszczenie Reklamy; Reklamodawcą w myśl niniejszych Zasad ogólnych nie jest konsument, tj. osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową – niniejsze Zasady ogólne nie mają zastosowania do konsumentów;

Kampania efektywnościowa lub Kampania – kampania reklamowa, która polega na zamieszczaniu Reklam na powierzchni reklamowej i przekierowaniu ruchu (kliki) o określonych kluczowych wskaźnikach efektywności na Stronę docelową za pomocą narzędzi efektywnościowych zaszytych na stronach artykułowych; rozliczenie odbywa się w Modelu efektywnościowym (CPC, SUC, QV), w zależności od typu Kampanii efektywnościowej;

Model efektywnościowy: **CPC** oznacza rozliczenie uzależnione od liczby kliknięć unikalnych użytkowników w Reklamę, **SUC** oznacza rozliczenie uzależnione od liczby załadowań strony internetowej Reklamodawcy lub klienta Reklamodawcy przez unikalnych użytkowników lub wyzwolenia kodu na stronie Reklamodawcy lub klienta Reklamodawcy przez unikalnego użytkownika, **QV** oznacza rozliczenie uzależnione od liczby wejść unikalnych użytkowników na stronę Reklamodawcy lub klienta Reklamodawcy oraz przeklikania się na następną podstronę; **CSP** oznacza rozliczenie uzależnione od wygenerowanej przez Agorę sprzedaży; **CPL** oznacza rozliczenie za poprawnie wypełniony formularz z danymi (zakres danych ustalany indywidualnie z Reklamodawcą);

Reklama - środek reklamy internetowej przeznaczony do zamieszczenia na powierzchni reklamowej w ramach Kampanii efektywnościowej;

Strona docelowa – wskazana w zamówieniu strona internetowa, do której bezpośrednio przekierowuje Reklama;

Powierzchnia reklamowa – powierzchnia reklamowa, na której realizowane są Kampanie efektywnościowe; w zależności od uzgodnień z Reklamodawcą, Kampanie efektywnościowe realizowane są w **modelu ograniczonym** do powierzchni Portalu lub w **modelu rozszerzonym**, który obejmuje powierzchnię Portalu oraz realizację w przestrzeniach udostępnianych przez podmioty zewnętrzne;

Produkty – oferowane na Stronie docelowej produkty lub usługi Reklamodawcy lub jego klienta, będące przedmiotem Kampanii efektywnościowej;

Brief – przekazany Agorze przez Reklamodawcę zestaw wytycznych dotyczących promocji Produktu w danej Kampanii Efektywnościowej; Brief zawiera m.in. kluczowy wskaźnik efektywności, wykaz działań niedozwolonych w Kampanii oraz odnośniki do materiałów informacyjnych dotyczących Produktów, których ma dotyczyć Kampania;

Portal - portal internetowy Gazeta.pl, prowadzony przez Agorę, dostępny pod aktualnym adresem URL: www.gazeta.pl oraz pod adresem będącym jego uzupełnieniem lub kontynuacją, a także każdym, który go zastąpi, oraz inne należące do Agory serwisy internetowe oraz aplikacje z Grupy Gazeta.pl; niniejsze Zasady ogólne nie mają zastosowania do zamieszczania reklam w serwisach internetowych i aplikacjach z Grupy Wyborcza.pl oraz do udostępniania stron internetowych na potrzeby reklamy programatycznej;

RODO - Rozporządzenie nr 679/2016 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/4/WE.

III. WARUNKI REALIZACJI

§ 1.

1. Kampanię efektywnościową przeprowadzimy na podstawie złożonego przez Państwa zamówienia. Realizacja usługi dokonywana jest na podstawie Zasad ogólnych i obowiązujących przepisów prawa. Zamówienie określa w szczególności czas trwania Kampanii efektywnościowej, budżet Kampanii i uzgodniony Model efektywnościowy.

2. Złożenie przez Reklamodawcę zamówienia na realizację Kampanii efektywnościowej zgodnie z warunkami uzgodnionymi z Agorą jest równoznaczne z zawarciem umowy o jej realizację przez Agorę, z tym że emisja może zostać odwołana przez Państwa w całości lub części na następujących warunkach:

a) wpłynięcie rezygnacji z zamówienia nie powoduje konsekwencji finansowych wobec Państwa, jeżeli nastąpi nie później niż w terminie 14 przed uzgodnioną datą rozpoczęcia danej Kampanii efektywnościowej,

b) w przypadku gdy rezygnacja z zamówienia wpłynie do Agory po terminie określonym w ust. 2a niniejszego paragrafu, ale nie później niż na 4 dni przed uzgodnioną datą rozpoczęcia Kampanii efektywnościowej, Agora jest uprawniona do obciążenia Państwa wynagrodzeniem w wysokości 25% wartości budżetu określonego w zamówieniu, a jeżeli budżet nie został określony – wynagrodzeniem w wysokości 25% wartości zamówienia,

c) w przypadku gdy rezygnacja z zamówienia wpłynie do Agory później niż na 4 dni przed uzgodnioną datą rozpoczęcia Kampanii efektywnościowej, ale przed rozpoczęciem realizacji zamówienia, Agora jest uprawniona do obciążenia Państwa wynagrodzeniem w wysokości 50% wartości budżetu określonego w zamówieniu, a jeżeli budżet nie został określony – wynagrodzeniem w wysokości 50% wartości zamówienia,

d) w przypadku gdy rezygnacja z zamówienia wpłynie do Agory po rozpoczęciu realizacji zamówienia, Agora jest uprawniona do obciążenia Państwa wynagrodzeniem w wysokości 80% wartości budżetu określonego w zamówieniu, a jeżeli budżet nie został określony – wynagrodzeniem w wysokości 80% wartości zamówienia, z zastrzeżeniem, że jeżeli rezygnacja wpłynie do Agory po zrealizowaniu 80% usługi, Agora uprawniona będzie do obciążenia Państwa wynagrodzeniem w pełnej wysokości, tj. odpowiadającej 100% wartości budżetu, a jeżeli budżet nie został określony – wynagrodzeniem w pełnej wysokości, tj. odpowiadającej 100% wartości zamówienia.

Rezygnacja z całości lub części zamówienia musi być dokonana na piśmie lub pocztą elektroniczną w terminach podanych powyżej, pod rygorem bezskuteczności. W razie bezskuteczności oświadczenia o rezygnacji, Reklamodawca zobowiązany jest do zapłaty Agorze całości uzgodnionego wynagrodzenia, tj. 100% wartości budżetu określonego w zamówieniu, a jeżeli budżet nie został określony - 100% wartości zamówienia.

3. Mając na celu osiągnięcie jak najlepszych rezultatów Kampanii efektywnościowej, Zespół e-commerce będzie ją realizować w oparciu o poniższe zasady:

a) przed rozpoczęciem Kampanii, Zespół e-commerce dokona weryfikacji Strony docelowej i przekaze Reklamodawcy ewentualne rekomendacje dokonania zmian na Stronie docelowej w celu spełnienia założeń efektywności; wprowadzenie rekomendowanych zmian jest warunkiem realizacji Kampanii w Modelu

efektywnościowym QV, w ramach której, weryfikacja Strony docelowej może przebiegać w dwóch wariantach:

(i) realizacja kampanii w Modelu efektywnościowym QV przy kluczowych wskaźnikach efektywności określonych przez Reklamodawcę jest możliwa tylko pod warunkiem dokonania optymalizacji Strony docelowej przez Reklamodawcę, na podstawie wytycznych Zespołu e-commerce,

(ii) realizacja kampanii w Modelu efektywnościowym QV w przypadku braku możliwości optymalizacji przez Reklamodawcę Strony docelowej, możliwa jest wyłącznie na podstawie kluczowych wskaźników efektywności określonych przez Zespół e-commerce,

b) Zespół e-commerce będzie podejmować decyzje o terminach, częstotliwości oraz miejscach zamieszczania Reklam oraz wyborze Reklamy, która będzie rozpowszechniana, spośród Reklam przekazanych przez Reklamodawcę – decyzje te nie wymagają uzgodnienia z Reklamodawcą; Agora jest uprawniona do niezamieszczenia Reklamy lub wstrzymania jej emisji, o czym będzie informować Reklamodawcę,

c) Agora nie gwarantuje równomiernego wykorzystania budżetu w okresie realizacji Kampanii efektywnościowej wskazanym w zamówieniu, a także równomiernego rozłożenia liczby klików w okresie trwania Kampanii – podejmowane działania mogą mieć zróżnicowaną intensywność w zależności od przebiegu Kampanii,

d) Kampania efektywnościowa może obejmować – według wyboru Zespołu e-commerce - wszystkie wskazane przez Reklamodawcę Produkty lub też niektóre z nich,

e) dobór narzędzi wykorzystywanych w ramach Kampanii leży po stronie Zespołu e-commerce i nie wymaga akceptacji Reklamodawcy.

3. Jeżeli z przyczyn obiektywnych Kampania efektywnościowa nie została w pełni zrealizowana w zamówionym okresie, po uzgodnieniu z Reklamodawcą odpowiednio wydłużany jest czas jej realizacji.

4. Agora jest uprawniona do podzlecenia realizacji świadczeń w ramach Kampanii efektywnościowej podmiotom trzecim, za których działania i zaniechania odpowiada jak za swoje własne.

§ 2.

Zamówienie powinno być dostarczone Agorze nie później niż na 10 dni roboczych przed planowanym rozpoczęciem danej Kampanii efektywnościowej.

§ 3.

1. Z zastrzeżeniem ust. 2 poniżej, materiały niezbędne do przygotowania przez Zespół e-commerce Kampanii efektywnościowej, w tym Brief Kampanii powinni Państwo dostarczyć najpóźniej na 5 dni przed planowaną datą rozpoczęcia Kampanii.

2. Reklamy w formie gotowej do zamieszczenia powinni Państwo dostarczyć do Agory najpóźniej na 3 dni robocze przed planowanym rozpoczęciem danej Kampanii efektywnościowej.

§ 4.

Parametry techniczne Reklamy gotowej do zamieszczenia znajdują Państwo w Załączniku nr 1 do niniejszych Zasad ogólnych – „Specyfikacji technicznej reklam w kampaniach efektywnościowych”.

§ 5.

1. Niedotrzymanie terminu dostarczenia zamówienia oraz wszelkie inne uchybienia formalne zamówienia zwalniają Agorę z obowiązku jego realizacji oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.

2. Niedostarczenie gotowych materiałów reklamowych do emisji w terminie oznaczonym w pkt. III § 3 traktowane jest jako rezygnacja z zamówienia z konsekwencjami określonymi w pkt. III § 1 ust. 2. Jeśli w wyniku okoliczności opisanych w powyższych ustępach niniejszego paragrafu (nieterminowe dostarczenie materiałów reklamowych) termin rozpoczęcia Kampanii zostanie za zgodą Agory przesunięty, po stronie Agory nie powstają obowiązki odszkodowawcze z tytułu niezrealizowania zamówienia ani obowiązki zwrotu należności za niezrealizowaną część zamówienia.

§ 6.

1. Po stronie Reklamodawcy leży zapewnienie prawidłowego działania Strony docelowej oraz obecności i funkcjonowania w jej obrębie kodów dostarczonych przez Zespół e-commerce, w sposób umożliwiający Agorze realizację Kampanii efektywnościowej na warunkach określonych w niniejszych Zasadach ogólnych. Reklamodawca zapewni, że kody dostarczone przez Zespół e-commerce w procesie integracji technologicznej nie będą usuwane ze Strony docelowej w okresie współpracy na podstawie zamówienia. W przypadku, gdy Strona docelowa nie będzie prawidłowo funkcjonować lub gdy testy funkcjonalności dostarczonych przez Zespół e-commerce kodów nie powiodą się, Agora będzie uprawniona do wypowiedzenia umowy zawartej na podstawie zamówienia ze skutkiem natychmiastowym oraz do żądania zapłaty przez Reklamodawcę wynagrodzenia w kwocie odpowiadającej 100% wartości budżetu określonego w zamówieniu, a jeżeli budżet nie został określony - 100% wartości zamówienia.

2. Reklamodawca zapewni niezwłoczne wdrażanie wszelkich aktualizacji oprogramowania i kodów dostarczanych przez Zespół e-commerce w celu realizacji Kampanii efektywnościowych, stosownie do przekazywanych przez niego zaleceń.

3. Reklamodawca umożliwi Zespołowi e-commerce weryfikację informacji dotyczących Produktów dostępnych w ramach Strony docelowej.

4. Reklamodawca jest obowiązany zapewnić, że zawartość Strony docelowej będzie spójna z komunikacją prezentowaną w Reklamach, tak aby nie dochodziło do przypadków wprowadzania użytkowników w błąd. Reklamodawca poinformuje Agorę pocztą elektroniczną o planowanych zmianach na Stronie docelowej z wyprzedzeniem co najmniej 2 dni roboczych, przed terminem wdrożenia zmian, tak aby umożliwić modyfikację komunikacji zawartej w Reklamach.

5. Reklamodawca jest uprawniony do jednokrotnego (w ramach danej Kampanii efektywnościowej) zgłoszenia poprawek merytorycznych do Reklam wykorzystanych w Kampanii, w celu optymalizacji działań efektywnościowych. Zgłoszenie poprawek

powinno nastąpić pocztą elektroniczną najpóźniej w terminie 2 dni od rozpoczęcia Kampanii.

6. Udostępniając Zespołowi e-commerce Reklamy, upoważniają go Państwo do dokonywania ewentualnej modyfikacji Reklam w celu wykorzystania w Kampanii. Dokonywanie niezbędnych modyfikacji technicznych nie będzie wymagało akceptacji Reklamodawcy, przy czym w zależności od sytuacji, Zespół e-commerce ma prawo wymagać od Reklamodawcy takiej akceptacji.

IV. PŁATNOŚCI

1. Zamówioną emisję Kampanii efektywnościowej mogą Państwo opłacić:

a) po emisji, na podstawie wystawionej Państwu faktury – płatność z dołu w ciągu 14 dni od wystawienia faktury,

lub

b) w innym terminie uzgodnionym z Agorą.

2. Rozliczenie nastąpi zgodnie ze statystykami realizacji Kampanii efektywnościowej pochodzącymi z adserwera emisyjnego wykorzystywanego przez Agorę, na podstawie uzgodnionego w zamówieniu Modelu efektywnościowego.

V. POSTANOWIENIA OGÓLNE

§ 1.

1. Agora nie ponosi odpowiedzialności za treść Reklam.

2. Po stronie Reklamodawcy pozostaje zapewnienie, że ma on prawo posługiwać się użytymi w Reklamach informacjami, danymi, znakami towarowymi oraz wszelkimi pozostałymi elementami chronionymi prawem.

3. Reklamodawca obowiązany jest zapewnić:

a) stałe posiadanie w kierowanej do użytkowników ofercie (swojej lub odpowiednio klienta Reklamodawcy), pełnego zestawu Produktów, których dotyczy Kampania efektywnościowa, stosownie do oferty prezentowanej na stronie Strony docelowej,

b) realizowanie zobowiązań wobec użytkowników zgodnie z ofertą przedstawianą na Stronie docelowej, przez siebie lub odpowiednio klienta Reklamodawcy, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, w szczególności dotyczącego ochrony konsumentów.

4. Złożenie przez Państwa zamówienia jest równoznaczne z Państwa oświadczeniem, że obowiązki, o których mowa w ust. 2 i 3 niniejszego paragrafu zostały spełnione, zaś zamawiana Kampania i Reklamy nie są sprzeczne z prawem (m.in. z zakazami reklamy, dotyczącymi np. gier hazardowych, napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych, aptek, nie stanowią czynu nieuczciwej konkurencji ani nieuczciwej praktyki rynkowej) lub dobrymi obyczajami, jak też, że złożenie zamówienia nie narusza przepisów o zamówieniach publicznych.

5. Konieczność naprawienia wszelkich szkód wyrządzonych Agorze w związku z Kampanią, w tym treścią lub formą Państwa Reklamy (włącznie z kosztami procesu lub innego postępowania prawnego oraz innymi uzasadnionymi wydatkami poniesionymi w związku z roszczeniami osób trzecich) leży po Państwa stronie.

6. Złożenie zamówienia na Kampanię efektywnościową jest równoznaczne z wyrażeniem przez Państwa zgody na przekazywanie przez Agorę firmie badawczej danych dotyczących zleconej Kampanii w celach statystycznych związanych z badaniem wielkości rynku reklamy internetowej oraz na korzystanie przez firmę badawczą z tych danych w celach, o których mowa powyżej, a także jest równoznaczne z Państwa oświadczeniem, że są Państwo wystarczająco uprawnieni do udzielenia zgody, o której mowa w niniejszym ustępie. Postanowienia niniejszego ustępu nie mają zastosowania do danych o wysokości należnego od Państwa wynagrodzenia.

§ 2.

1. Agora bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu może także:

a) odmówić zamieszczenia lub wstrzymać zamieszczenie Reklamy, albo żądać dokonania zmian, jeżeli:

- treść lub forma Reklamy są sprzeczne z prawem, dobrymi obyczajami, linią programową Portalu lub charakterem publikacji lub innymi normami wiążącymi Agorę, lub

- osoba trzecia, właściwy organ lub instytucja powołana do czuwania nad przestrzeganiem przepisów prawa lub innych norm zgłosiły zastrzeżenia dotyczące Państwa Reklamy,

b) odmówić zamieszczenia lub wstrzymać zamieszczenie Reklamy, jeżeli nie otrzymamy lub otrzymamy z opóźnieniem płatności za zamieszczane wcześniej Reklamy.

2. Rozmowy telefoniczne dotyczące złożenia bądź realizacji zamówień mogą być utrwalane.

§ 3.

1. W przypadku, gdy w związku z realizacją Kampanii efektywnościowych będzie dochodzić do:

a) przetwarzania przez Agorę danych osobowych, których administratorem jest Reklamodawca lub klient Reklamodawcy lub

b) przetwarzania przez Reklamodawcę lub klienta Reklamodawcy danych osobowych, których administratorem jest Agora,

zasady przetwarzania danych osobowych zostaną uregulowane w drodze odrębnej umowy.

2. Z zastrzeżeniem ust. 1 i 3 poniżej, zabronione jest stosowanie przez Reklamodawcę lub podmioty działające na jego zlecenie lub podmioty, na których zlecenie działa Reklamodawca, jakichkolwiek systemów, skryptów lub kodów pozyskujących informacje o użytkownikach Portalu, ich zachowaniach względem Reklam lub względem treści rozpowszechnianych na stronach Portalu, a także informacji o stronach internetowych

odwiedzanych przez użytkowników (w tym informacji o zawartości stron internetowych lub informacji umożliwiających ich klasyfikację). W szczególności zabronione jest stosowanie skryptów śledzących interakcje użytkownika. Ponadto Reklamy nie mogą zawierać rozwiązań zmieniających lub odczytujących pliki cookie. Zabronione jest także wykorzystywanie informacji, o których mowa w zdaniach poprzedzających w sposób i w celach wykraczających poza potrzeby wynikające z realizacji zamówienia dotyczącego danej Kampanii efektywnościowej, w ramach której informacje zostały pozyskane.

3. Reklamodawca może wystąpić do Agory o udzielenie przez Agorę zgody na stosowanie w trakcie realizacji danej Kampanii efektywnościowej skryptów lub kodów, o których mowa w ust. 2 niniejszego paragrafu. Reklamodawca zobowiązany jest zapewnić, że dane uzyskane w związku z realizacją Kampanii będą wykorzystywane jedynie w zakresie udzielonej zgody, a w szczególności nie będą wykorzystywane do innych celów, niż te do których zostały pozyskane, w zwłaszcza do celów sprzecznych z prawem.

4. Niezależnie od uzyskania zgody Agory, o której mowa w ust. 3 niniejszego paragrafu, Reklamodawca, jako odrębny od Agory administrator pozyskiwanych danych osobowych, we własnym zakresie obowiązany jest zapewnić, aby pozyskiwanie informacji, o których mowa w ust. 1 niniejszego paragrafu oraz ich wykorzystywanie, odbywało się zgodnie z obowiązującym prawem. W szczególności Reklamodawca we własnym zakresie i na własną odpowiedzialność zapewnia, aby pozyskiwanie informacji i ich wykorzystywanie było zgodne z regulacjami z zakresu ochrony danych osobowych, w szczególności z RODO oraz z przepisami dotyczącymi ochrony prywatności. Reklamodawca może wystąpić do Agory o informację, czy Agora dysponuje rozwiązaniami, mogącymi pomóc Reklamodawcy w wypełnieniu niektórych, wymaganych przez przepisy prawa obowiązków. W przypadku, gdy Agora takimi rozwiązaniami dysponuje, Agora i Reklamodawca mogą ustalić zasady wykorzystania tych rozwiązań na potrzeby Reklamodawcy.

5. Naruszenie ograniczeń lub obowiązków określonych w niniejszym paragrafie stanowi rażące naruszenie przez Reklamodawcę umowy (w tym umowy zawartej w drodze zamówienia) wiążącej Agorę i Reklamodawcę.

§ 4.

Zawierając umowę (w tym poprzez złożenie i przyjęcie zamówienia) Reklamodawca wyraża zgodę na nieodpłatne wykorzystywanie przez Agorę materiałów reklamowych objętych umową (w tym znaków towarowych i nazwy) do celów archiwalnych, a także dla promocji serwisów internetowych Agory lub usług reklamowych Agory, w szczególności poprzez ich zwielokrotnienie drukiem lub cyfrowo, wprowadzenie do obrotu, publiczne wystawienie, wyświetlenie, nadawanie, a także publiczne udostępnianie w taki sposób, aby każdy mógł mieć dostęp do materiałów w miejscu i czasie przez siebie wybranym.

VI. REKLAMACJE

1. Jeżeli będą mieli Państwo jakiegokolwiek zastrzeżenia co do jakości realizacji zamówienia, prosimy o niezwłoczny kontakt (np. pocztą elektroniczną, telefonicznie) z handlowcem, który przyjmował Państwa zamówienie. Reklamację rozpatrzymy i udzielimy Państwu

odpowiedzi, nie później niż w ciągu 24 godzin w dniach roboczych. Gdyby okazało się to niemożliwe, natychmiast poinformujemy o tym, wskazując jednocześnie ostateczny termin udzielenia odpowiedzi.

2. Reklamację prosimy zgłosić w dniu pierwszej kwestionowanej emisji, co pozwoli na uwzględnienie zmian w kolejnych emisjach w ramach Kampanii efektywnościowej.

3. Reklamacje dotyczące sposobu emisji Reklam prosimy zgłosić w nieprzekraczalnym terminie 7 dni od daty planowanego zakończenia emisji danej Kampanii, określonej w danym zamówieniu. Po upływie tego terminu reklamacji nie uwzględnimy oraz uznamy, że Kampania w danym zakresie została zrealizowana prawidłowo i zgodnie ze złożonym zamówieniem lub zawartą umową.

4. Odszkodowanie z tytułu wyrządzonej przez Agorę szkody nie może przekroczyć wartości wynagrodzenia za wyemitowanie Kampanii zgodnie z zamówieniem.

VII. ZASADY PRZETWARZANIA DANYCH OSOBOWYCH

1. Poniższa informacja dotyczy przetwarzania danych osobowych w związku z oferowaniem i świadczeniem przez Agorę usług reklamowych, w tym danych osobowych podanych przez Reklamodawcę w związku ze złożeniem zamówienia na przeprowadzenie Kampanii efektywnościowej, w tym w serwisach internetowych i aplikacjach z Grupy Gazeta.pl.

2. Administratorem danych osobowych jest Agora S.A. z siedzibą w Warszawie ul. Czerska 8/10 (00-732) (zwana dalej w niniejszym paragrafie także „Administratorem”), e-mail: biuroreklamy@agora.pl.

3. Administrator wyznaczył inspektora ochrony danych, z którym można się kontaktować we wszystkich sprawach dotyczących danych osobowych, na adres e-mail: iod@agora.pl lub na adres siedziby Administratora.

4. Dane osobowe będą przetwarzane w celu:

a) realizacji i rozliczenia zamówienia (tj. na podstawie art. 6 ust. 1 lit. b) RODO) – w tym celu dane będą przetwarzane do czasu realizacji i rozliczenia zamówienia;

b) realizacji związanych z zamówieniem obowiązków prawnych ciążących na Administratorze, tj. wynikających przede wszystkim z przepisów prawa, w tym rachunkowych oraz podatkowych (tj. na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c) RODO) – w tym celu dane będą przetwarzane przez okres do czasu wygaśnięcia tych obowiązków;

c) realizacji prawnie uzasadnionych interesów Administratora polegających na przetwarzaniu danych osobowych (tj. na podstawie art. 6 ust. 1 lit. f) RODO):

– w celach marketingowych, analitycznych i statystycznych – w tych celach dane będą przetwarzane przez okres do czasu wniesienia uzasadnionego sprzeciwu lub uzasadnionego żądania usunięcia danych,

- w celu ustalenia lub dochodzenia ewentualnych roszczeń lub obrony przed takimi roszczeniami – w tym celu dane będą przetwarzane do czasu zgłoszenia uzasadnionego sprzeciwu lub uzasadnionego żądania usunięcia danych,

d) kontaktu w sprawie naszych ofert – tylko wtedy, gdy udzielona została zgoda na taki kontakt na podany adres e-mail lub na telefon (tj. na podstawie art. 6 ust. 1 lit. a) RODO). Taka zgoda może być w każdym czasie cofnięta (nie wpływa to jednak na zgodność przetwarzania danych przed jej cofnięciem). W celu, o którym mowa w niniejszym punkcie d) będziemy przetwarzać podane dane przez okres do czasu cofnięcia zgody lub wniesienia uzasadnionego żądania usunięcia danych.

Okres przetwarzania danych może być przedłużony jedynie w przypadku i w zakresie, w jakim będą wymagać tego przepisy prawa.

5. Każdemu przysługuje prawo do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania danych osobowych:

- w razie przetwarzania danych osobowych w celu marketingu bezpośredniego (w tym profilowania w celu takiego marketingu);

- z przyczyn związanych z jego szczególną sytuacją, jeżeli dane są przetwarzane w celu wskazanym w ust. 4 c) powyżej (tj. na podstawie art. 6 ust. 1 lit. f) RODO).

6. Reklamodawcy przysługuje także prawo: dostępu do treści danych oraz żądania ich sprostowania, usunięcia, ograniczenia przetwarzania, uzyskania ich kopii od Administratora (zgodnie z danymi kontaktowymi podanymi w ust. 2 niniejszego paragrafu), prawo do przenoszenia danych osobowych. Reklamodawcy przysługuje także prawo wniesienia skargi do organu nadzorującego przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych, tj. do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

7. Podane dane osobowe mogą być przekazywane spółkom z Grupy Kapitałowej Agora oraz podmiotom świadczącym usługi na rzecz Administratora. Dane osobowe Reklamodawcy mogą być także przekazywane uprawnionym organom w zakresie wymaganym przez obowiązujące przepisy prawa.

8. Podanie danych osobowych jest dobrowolne, ale w niektórych przypadkach może być niezbędne do realizacji Umowy.

9. W związku z wykorzystywanymi przez nas rozwiązaniami informatycznymi dane osobowe mogą być powierzone do przetwarzania procesorowi z siedzibą w Indiach. Kraj ten nie został objęty decyzjami Komisji Europejskiej w zakresie uznania zapewnienia odpowiedniego stopnia ochrony danych osobowych. Dlatego zgodnie z treścią art. 13 ust. 1 lit. f) w związku z art. 46 RODO oraz Decyzji Komisji Europejskiej Nr 2001/497/EC w zakresie wprowadzenia alternatywnego zestawu standardowych klauzul umownych dotyczących przekazywania danych osobowych do państw trzecich, zawarliśmy z procesorem umowę o treści odpowiadającej Pakietowi I Standardowych klauzul umownych w sprawie przekazywania danych osobowych ze Wspólnoty do państw trzecich.

10. Więcej na temat zasad przetwarzania i ochrony danych osobowych znajdziesz w naszej Polityce Transparentności dostępnej na stronie www.agora.pl https://www.agora.pl/media/polityki-agora/Polityka-przetwarzania-danych-osobowych_Agora.pdf

11. Agora i Reklamodawca zobowiązani są do przekazania swoim reprezentantom oraz osobom przez siebie zatrudnionym (niezależnie od podstawy prawnej zatrudnienia), których dane osobowe będą ujawniane drugiej Stronie zamówienia jako administratorowi danych w związku ze złożeniem oraz realizacją zamówienia, znanych Stronie przekazującej informacji wskazanych w art. 14 RODO.

VIII. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Niniejsze Zasady ogólne wraz ze wszystkimi załącznikami obowiązują od 11.08.2021 roku.
2. Załącznik nr 1 – „Specyfikacja techniczna reklam w kampaniach efektywnościowych” dostępna pod adresami <https://reklama.gazeta.pl/specyfikacja>