

REGULAMIN EMISJI KAMPANII EFEKTYWNOŚCIOWYCH Wirtualna Polska Media S.A.

z dnia 25.08.2023 r.

SZCZEGÓŁOWE ZASADY EMISJI KAMPANII REKLAMOWYCH REALIZOWANYCH PRZEZ SPÓŁKĘ WIRTUALNA POLSKA MEDIA S.A. Z SIEDZIBĄ W WARSZAWIE (02-092) PRZY UL. ŻWIRKI I WIGURY 16 ROZLICZANYCH W MODELU EFEKTYWNOŚCIOWYM.

1. Niniejszy Regulamin określa zasady realizacji świadczeń w nim opisanych przez Wirtualna Polska Media Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, ul. Żwirki i Wigury 16, 02-092 Warszawa, wpisaną do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIV Wydział Gospodarczy - KRS pod numerem KRS: 0000580004, NIP: 5272645593, REGON: 142742958, kapitał zakładowy 320.005.950,00 zł wpłacony w całości.
2. Portal oznacza serwisy i strony należące do Wirtualna Polska Media Spółka Akcyjna (dalej: „Wirtualna Polska Media”) dostępne tak w domenach wp.pl i o2.pl jak i poza domenami wp.pl i o2.pl, jak także wszelkie serwisy i strony internetowe, których sprzedawcą w zakresie powierzchni reklamowej jest Wirtualna Polska Media.
3. Kampanie sprzedawane w modelach efektywnościowych emitowane są w systemie Run-on-Site (tj. bez wyszczególnienia miejsc emisji) w miarę posiadania wolnej powierzchni i form reklamowych. Kampanie te nie są emitowane na powierzchniach Premium Portalu Wirtualna Polska Media (w domenie wp.pl: Strona Główna, Wiadomości, Serwisy Biznesowe, w domenie o2.pl: Strona Główna, jak również Pudelek.pl oraz Strona Główna Kafeteria.pl).
4. W kampaniach efektywnościowych o miejscu emisji oraz jej targetowaniu decydują wyłącznie Wirtualna Polska Media. Zleceniodawca dokonuje opłaty za ustalony z Wirtualna Polska Media efekt i nie ma wpływu ani nie ma możliwości dokonania wyboru miejsc i sposobu emisji kampanii reklamowej w modelu efektywnościowym.
5. Zleceniodawca może otrzymać wgląd w statystyki „online” prezentujący tylko i wyłącznie statystyki efektu będącego przedmiotem zlecenia (np. statystyki kliknięć, leadów).
6. Kampanie sprzedawane w modelach efektywnościowych w wyjątkowych przypadkach i przy specjalnej wycenie mogą podlegać targetowaniu lub innym ograniczeniom technicznym, co każdorazowo wymaga uzgodnienia przez Wirtualna Polska Media i Zleceniodawcę.
7. W przypadku wybranych kampanii, Wirtualna Polska Media zastrzega sobie możliwość przeprowadzenia testowej kampanii przed ustaleniem warunków wyceny.
- 7a. Wirtualna Polska Media w kampaniach efektywnościowych nie gwarantuje osiągnięcia efektu, a jedynie jego estymację. W szczególnych przypadkach, po uprzednim uzgodnieniu przez Wirtualna Polska Media i Zleceniodawcę, gwarancje efektu w kampanii efektywnościowej mogą zostać potwierdzone wyłącznie po spełnieniu wszystkich poniższych warunków:
 - a) Na etapie oferty Zleceniodawca zobowiązany jest:
 - dostarczyć adres strony docelowej tzw. Landing Page, który będzie obowiązywał w trakcie trwania ofertowanej kampanii efektywnościowej,
 - wpiąć kody trackujące na całej ścieżce konwersji i/lub w miejscach zalecanych przez Dział Performance
 - zdefiniować konwersję ,
 - dostarczyć organiczny lejek konwersji,
 - przedstawić do konsultacji z Działem Performance koncepcję wizualną i merytoryczną materiałów reklamowych, które będą użyte w kampanii.
 - b) Przed startem kampanii:
 - Zleceniodawca zobowiązuje się do udzielenia Działowi Performance dostępu do systemu mierzącego efekt kampanii lub uzgadniany jest system (częstotliwość oraz poziom szczegółowości) raportowania wyników przez Zleceniodawcę,

- Wirtualna Polska Media i Zleceniodawca zobowiązani są do zatwierdzenia dokładnego timingu oraz scenariusza emisji wszystkich wchodzących w skład emisji flightów oraz formatów,
 - Zleceniodawca zobowiązany jest dostarczyć komplet zaakceptowanych materiałów we wszystkich omówionych na etapie oferty formatów oraz sprzęcie technologiczne z Wirtualna Polska Media w przypadku bardziej zaawansowanych produktów.
- c) W trakcie emisji:
- Dział Performance ma zagwarantowaną elastyczność w zakresie emitowania konkretnych formatów i produktów w zależności od ich efektywności.
- 7b. Dział Performance zastrzega sobie prawo do odmowy lub wstrzymania emisji reklam bez podania przyczyny i bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu, w szczególności jeżeli nie zostaną spełnione te założenia efektywnościowe przyjęte do realizacji kampanii.
8. Minimalny budżet kampanii testowej wynosi 1 000 zł net net (tj. netto po uwzględnieniu wszystkich obniżek i rabatów) na wybraną lokalizację (chyba, że Wirtualna Polska Media wyrazi zgodę na niższy minimalny budżet).
 9. Wirtualna Polska Media realizuje kampanię reklamową na podstawie podpisanego przez Zleceniodawcę zlecenia reklamowego, stanowiącego przyjęcie oferty złożonej przez Wirtualna Polska Media, z uwzględnieniem postanowień niniejszego Regulaminu. Wirtualna Polska Media jest związana ofertą dotyczącą emisji reklamy wskazanej w treści zlecenia przez 1 dzień (chyba, że Wirtualna Polska Media ustali inny termin związania ofertą).
 10. Podpisanie Zlecenia reklamowego jest równoznaczne z oświadczeniem przez Zleceniodawcę, że jego reklama nie jest sprzeczna z dobrymi obyczajami ani z obowiązującymi przepisami prawa, a w szczególności, że Zleceniodawca ma prawo do posługiwania się użytymi w reklamie informacjami, danymi, znakami towarowymi oraz innymi elementami podlegającymi ochronie prawnej.
 11. Rezygnacja ze zlecenia wymaga złożenia w Wirtualna Polska Media odpowiedniego oświadczenia w formie pisemnej zgodnie z zasadami określonymi w Regulaminie Sprzedaży Reklamy Wirtualnej Polski dostępnym w serwisie reklama.wp.pl, w punkcie "Opłaty dodatkowe" pod rygorem nieważności.
 12. Zleceniodawca powinien dostarczyć do Wirtualna Polska Media jak największą ilość kreacji i form reklamowych (mix kreacji) w celu optymalizacji efektów kampanii.
 13. Zleceniodawca zobowiązany jest do dostarczenia kreacji w postaci fizycznego pliku zgodnego ze specyfikacją Wirtualna Polska Media, udostępnianą w serwisie internetowym <http://reklama.wp.pl> (skrypt emisyjny nie jest wystarczającą formą kreacji reklamowej).
 14. Materiały do kampanii reklamowej powinny być dostarczone do Wirtualna Polska Media najpóźniej w terminie 3 dni przed datą emisji. Niedotrzymanie przez Zleceniodawcę ww. terminów powoduje niezamieszczenie zamówionej reklamy z jednoczesnym obciążeniem Zleceniodawcy kosztami zamówionej reklamy.
 15. Charakter kreacji: kreacje reklamowe muszą mieć charakter sprzedażowy a nie wizerunkowy. Kreacje, które wykorzystywane będą w kampanii, muszą zostać uprzednio zaakceptowane przez Wirtualna Polska Media, która ma prawo odrzucić część lub wszystkie kreacje, jeśli w jej ocenie nie spełniają tego warunku.
 16. Realizacja kampanii: natężenie kampanii, czas jej realizacji oraz dobór form reklamowych określa wyłącznie Wirtualna Polska Media bez udziału Zleceniodawcy.
 17. Zleceniodawca zobowiązany jest zapewnić Wirtualna Polska Media dostęp do panelu umożliwiającego zliczanie statystyk kampanii, jeśli Strony ustalą, że kampania jest rozliczana z pomocą takiego panelu.
 18. Kampanie mogą być mierzone zewnętrznymi kodami jedynie w zakresie zliczania klików lub akcji, jeśli kampania jest rozliczana na podstawie parametrów w postaci klików lub akcji.
 19. Z zastrzeżeniem postanowienia ust. 17 niniejszych Zasad, stosowanie przez Zleceniodawcę lub podmioty działające na jego zlecenie lub podmioty, na których zlecenie działa Zleceniodawca, jakichkolwiek systemów, skryptów lub kodów pozyskujących informacje o użytkownikach Portalu, ich reakcjach w odniesieniu do emitowanych 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), a także wykorzystywanie informacji wskazanych powyżej w sposób i w celach wykraczających poza potrzeby wynikające z realizacji zlecenia dotyczącego emisji reklamy, w ramach której informacje zostały pozyskane, wymaga uzyskania odrębnej zgody Wirtualna Polska Media, z zastrzeżeniem iż ostateczna decyzja o udzieleniu zgody należy wyłącznie do Wirtualna Polska Media. Zgoda na wykorzystanie informacji wskazanych powyżej może zostać udzielona na czas nieoznaczony z zastrzeżeniem prawa do jej odwołania przez Wirtualna Polska Media lub na czas oznaczony. Forma zgody jak także odwołania udzielenia zgody może przybrać postać mailową, pisemną w tym przesłaną faksem.

20. Niezależnie od uzyskania zgody Wirtualna Polska Media, o której mowa w ust. 18 niniejszego paragrafu, Zleceniodawca we własnym zakresie zobowiązuje się, iż pozyskiwanie informacji wskazanych w ust. 18 niniejszego paragrafu, a także jakiegokolwiek ich wykorzystywanie, odbywało się będzie zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, w szczególności dotyczy to sytuacji w których tak pozyskanie informacji jak i ich wykorzystanie wymaga zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa uzyskania zgody Użytkownika Portalu lub prawa do złożenia sprzeciwu w związku z takim sposobem pozyskiwania informacji lub ich wykorzystywania. Obowiązek uzyskania stosownej zgody Użytkownika jak także możliwości wniesienia sprzeciwu należy do Zleceniodawcy. Jednocześnie Zleceniodawca jest zobowiązany po wniesieniu sprzeciwu do zaprzestania pozyskiwania informacji i zaniechania ich dalszego wykorzystywania.
21. Naruszenie ograniczeń i/lub obowiązków określonych w ust. 18 - 20 powyżej stanowi rażące naruszenie przez Zleceniodawcę zobowiązań umownych, (w tym zobowiązań wynikających z podpisanego Zlecenia) i uprawnia Wirtualna Polska Media do żądania zapłaty przez Zleceniodawcę kary umownej w wysokości 20 000 (dwadzieścia tysięcy) złotych za każdy przypadek naruszenia. Zapłata kary umownej nastąpi w terminie 14 dni od otrzymania przez Zleceniodawcę stosownego wezwania wystosowanego przez Wirtualna Polska Media. Zastrzeżenie kary umownej nie wyłącza możliwości dochodzenia przez Wirtualna Polska Media odszkodowania w wysokości przewyższającą określoną powyżej wartość kary umownej.
22. Wirtualna Polska Media zastrzega sobie prawo do renegotjacji warunków wyceny lub wstrzymania emisji kampanii w dowolnym jej momencie, w szczególności jeśli skuteczność spadnie poniżej oczekiwanych statystyk.
23. Zleceniodawca ma prawo do podmiany kreacji w trakcie emisji kampanii z zastrzeżeniami zawartymi w ust. 10, 12 i 15 powyżej.
24. Koszty związane z przygotowaniem i wykorzystywaniem materiału reklamowego ponosi Zleceniodawca.
25. Wynagrodzenie Wirtualna Polska Media jest ustalane indywidualnie w odniesieniu do poszczególnych kampanii reklamowych.
26. Rozliczenie kampanii prowadzone jest w okresach rozliczeniowych nie dłuższych niż miesiąc kalendarzowy i dotyczy potwierdzonych akcji zliczonych na podstawie statystyk, ze źródła wcześniej ustalonego. Niniejsza zasada oznacza, iż w przypadku kampanii realizowanych w okresach dłuższych niż miesiąc kalendarzowy rozliczeń kampanii będzie tyle ile miesiące kalendarzowych trwała kampania zgodnie ze Zleceniem reklamowym, chyba że Wirtualna Polska Media i Zleceniodawca ustalą inaczej.
27. Z zastrzeżeniem postanowień punktu 26, płatność za kampanię rozliczaną w modelu efektywnościowym dokonywana jest po wykonaniu świadczenia (z dołu) na podstawie faktury VAT wystawionej przez Wirtualna Polska Media po zakończeniu emisji reklamy, w ciągu 14 dni od jej wystawienia, chyba że Wirtualna Polska Media i Zleceniodawca uzgodnią inny termin zapłaty. Zlecona ilość kliknięć / leadów jest jedynie ilością przewidywaną, co oznacza, że Wirtualna Polska Media nie gwarantuje jej realizacji w całości. Rozliczeniu podlega liczba kliknięć / leadów faktycznie wykonanych.
28. Wirtualna Polska Media nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam. Zleceniodawca zobowiązany jest do naprawienia ewentualnych szkód powstałych po stronie Wirtualna Polska Media oraz podmiotów trzecich, których sprzedaży powierzchni reklamowej Wirtualna Polska dokonuje, w związku z treścią zamieszczonej reklamy oraz zobowiązany jest do zwolnienia Wirtualna Polska Media oraz podmiotów trzecich, których sprzedaży powierzchni reklamowej Wirtualna Polska Media dokonuje, z obowiązku zaspokojenia roszczeń zgłoszonych w związku z emisją reklamy przez osoby trzecie i/lub naprawienia ewentualnych szkód (wraz z kosztami procesu bądź innego postępowania, a także innymi uzasadnionymi wydatkami poniesionymi na rzecz osób trzecich w związku z ich roszczeniami), powstałych po stronie Wirtualna Polska Media oraz

podmiotów trzecich, których sprzedaży powierzchni reklamowej Wirtualna Polska dokonuje, w związku z treścią zamieszczonej reklamy.

29. Reklamy nie mogą być sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego. Wirtualna Polska Media zastrzega sobie prawo do odmowy oraz wstrzymania emisji reklam bez podania przyczyny, w szczególności jeżeli zachodzi uzasadnione podejrzenie, że z ich treści wynika, że są one sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego lub naruszają prawa osób trzecich.
30. Wirtualna Polska Media zastrzega sobie możliwość specjalnego oznaczenia emitowanej reklamy przy użyciu słów "reklama", "ogłoszenie reklamowe", "ogłoszenie płatne" itp.
31. Podpisując Zlecenie reklamowe, Zleceniodawca wyraża zgodę na wykorzystywanie przez Wirtualna Polska Media materiałów reklamowych (uwzględniając znaki towarowe i nazwy) do realizacji tego Zlecenia reklamowego, a także dla celów archiwalnych. Ponadto Zleceniodawca wyraża zgodę na wykorzystanie materiałów reklamowych wskazanych powyżej dla promocji serwisów internetowych i aplikacji Wirtualna Polska Media i/lub usług reklamowych Wirtualna Polska Media, 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 wybranym przez siebie miejscu i czasie w tym w szczególności w Portalu.
32. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji zlecenia Zleceniodawca zobowiązany jest zgłaszać Wirtualna Polska Media wyłącznie na piśmie w terminie nie dłuższym niż 30 dni od daty zakończenia kampanii. Jeżeli reklamacja jest uzasadniona, Wirtualna Polska Media po konsultacjach ze Zleceniodawcą, zobowiązana jest sprostować wady i usterki w reklamie.
33. Złożenie reklamacji nie zwalnia Zleceniodawcy z obowiązku zapłaty na rzecz Wirtualna Polska Media wynagrodzenia zgodnie ze Zleceniem.
34. Roszczenia z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązań przez Wirtualną Polskę oraz z tytułu szkody wyrządzonej przez Wirtualna Polska Media nie mogą przekroczyć wartości wynagrodzenia za wyemitowanie kampanii reklamowej zgodnie ze zleceniem. Wirtualna Polska Media nie odpowiada z tytułu utraconych korzyści.
35. Niniejsze zasady nie mają zastosowania do zawierania umów z konsumentami, tj. osobami fizycznymi dokonującymi czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z ich działalnością gospodarczą lub zawodową. Osoby posiadające status konsumenta proszone są o kontakt z Działem Sprzedaży Wirtualna Polska Media w celu zawarcia indywidualnej umowy na świadczenie usług reklamowych rozliczanych w modelu efektywnościowym.