

Regulamin świadczenia usług reklamowych przez MR Target Sp. z o.o.

1. Definicje:

- **MR Target** – oznacza MR Target sp. z o.o. z siedzibą w Rybniku przy ul. Raciborskiej 35A, zarejestrowaną w Sądzie Rejonowym w Gliwicach, X Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000387210, NIP: 6423157605, a należącą do Grupy Kapitałowej SARE SA.
- **Client Service MR Target** - oznacza wydzieloną w ramach struktury jednostkę organizacyjną uprawnioną do przygotowywania i przyjmowania Umów – Zleceń Realizacji Emisji Kampanii Reklamowej. Pracownicy działu Client Service są uprawnieni do podpisywania Umów – Zleceń Realizacji Emisji Kampanii Reklamowych wyłącznie w wypadku przedstawienia przez 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 banneru, 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.
- **Usługi Reklamowe** – oznacza Reklamę zakupioną przez Zleceniodawcę w MR Target, 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 MR Target 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 w Portalu.
 - **Regulamin** – oznacza niniejszy Regulamin.

2. Postanowienia ogólne:

- MR Target nie ponosi odpowiedzialności za treści zamieszczone w formatach reklamowych. Wyłączną 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 odpowiedzialni z osobami, które reprezentują wobec Mr Target za regulowanie należności, wynikających z przyjętych Zleceń Reklamowych.
- MR Target 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 Mr Target albo osoba trzecia, właściwy organ lub instytucja zgłosiły zastrzeżenia dotyczące Form Reklamowych, a także w sytuacji, gdy treść lub forma Form Reklamowych są sprzeczne z prawem, dobrymi obyczajami, zasadami współżycia społecznego albo osoba trzecia, właściwy organ lub instytucja zgłosiły zastrzeżenia dotyczące Form Reklamowych.

Mr Target może także odmówić Emisji lub wstrzymać Emisję, jeżeli nie otrzymała lub otrzymała z opóźnieniem płatności za wcześniejsze Emisje.

- Client Service przyjmuje Zlecenia Reklamowe pod warunkiem, że:
 - ✓ zostały prawidłowo wypełnione,
 - ✓ zawierają podpis osoby upoważnionej do reprezentacji i pieczęć Zleceniodawcy lub dokument pełnomocnictwa w wypadku podpisywania Zlecenia Reklamowego przez pełnomocnika Zleceniodawcy,
 - ✓ w przypadku, gdy Zleceniodawca jest podmiotem gospodarczym, działającym na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, zawierają imię i nazwisko właściciela lub współników Zleceniodawcy.

3. Zawarcie umowy:

- Do chwili pisemnego (lub w formie wiadomości e-mail) potwierdzenia przyjęcia Zlecenia Reklamowego przez MR Target, Zlecenie Reklamowe stanowi ofertę w rozumieniu przepisu art. 66 k.c.
- Zlecenie Reklamowe musi zostać doręczone do siedziby MR Target przed uruchomieniem kampanii.
- Złożenie oświadczenia o przyjęciu oferty przez MR Target poprzez doręczenie Zleceniodawcy podpisanego Zlecenia Reklamowego, jest równoznaczne z zawarciem Umowy.

4. Modyfikowanie i anulowanie zlecenia:

- MR Target gwarantuje Zleceniodawcy prawo do:

- ✓ 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 Mr Target nie później niż na 2 dni robocze przed terminem rozpoczęcia Emisji i stanowi ofertę w rozumieniu art. 66 k.c. MR Target zastrzega, że przyjmie taką ofertę w miarę istniejących możliwości.
- W przypadku, gdy Mr Target 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 lub,
 - ✓ 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 Mr Target może nałożyć na Zleceniodawcę 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 Mr Target.
 - ✓ później niż na 10 dni roboczych przed ustalonym terminem rozpoczęcia Emisji, z zastrzeżeniem prawa MR Target do naliczenia kary umownej w wysokości:
 - w okresie między 10 a 7 dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia Emisji 30% wartości brutto Zlecenia Reklamowego,
 - w okresie między 6 a 3 dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia Emisji 50% wartości brutto Zlecenia Reklamowego,
 - poniżej 3 dni roboczych przed ustalonym terminem Emisji 100% wartości brutto Zlecenia Reklamowego.
- W przypadkach uzasadnionym interesem Stron Mr Target dopuszcza korektę Zlecenia Reklamowego.

5. Warunki emisji:

- Formy Reklamowe zgodne ze Specyfikacją Techniczną winny być dostarczone do Client Service Mr Target najpóźniej na 2 dni robocze przed terminem pierwszej Emisji. W przypadku dostarczenia Form Reklamowych w terminie późniejszym lub niezgodnych ze Specyfikacją Techniczną Reklam Mr Target zastrzega sobie prawo do anulowania Zlecenia Reklamowego lub wprowadzenia zmian w planie Emisji.
- MR Target po zakończeniu emisji ma prawo do wykorzystywania screenów z kampanii jako case'ów zrealizowanych pod warunkiem nie ujawniania danych liczbowych.
- Dodatkowym warunkiem emisji dla każdego nowego klienta (czyli klienta, dla którego zlecenie będzie pierwszym zleceniem do wykonania przez Mr Target) jest dokonanie przedpłaty w wysokości 30% przewidywanego dla Mr Target wynagrodzenia. Przedpłata musi nastąpić na co najmniej 5 dni przed rozpoczęciem zleconych Mr Target działań na podstawie wystawionej przez Mr Target faktury VAT.
- Dodatkowym warunkiem emisji dla każdego zagranicznego klienta (czyli klienta, który ma siedzibę poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej) jest dokonanie przedpłaty w wysokości 100% przewidywanego dla Mr Target wynagrodzenia. Przedpłata musi nastąpić na co najmniej 5 dni przed rozpoczęciem zleconych Mr Target działań na podstawie wystawionej przez Mr Target faktury VAT.

6. Postępowanie reklamacyjne:

- W przypadku, gdy z winy MR Target nie nastąpi Emisja lub wystąpią wady Emisji, MR Target 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 MR Target 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.
- Mr Target 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 Mr Target 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, Mr Target będzie naliczać odsetki ustawowe za opóźnienie.
- W przypadku opóźnienia płatności (również za Emisje zrealizowane w przeszłości), Mr Target 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 Mr Target fakturze VAT.

8. Siła wyższa:

- Mr Target 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, lockoutów lub innych 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 Mr Target zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne terminy Emisji lub poinformować o niemożności realizacji Emisji.

9. Postanowienia końcowe:

- W sprawach nieuregulowanych Regulaminem mają zastosowanie w szczególności przepisy Ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną i Kodeksu Cywilnego.
- Regulamin wchodzi w życie z dniem 01 stycznia 2018 roku.
- 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 Mr Target.
- Mr Target zastrzega sobie prawo do zmiany treści Regulaminu w każdym czasie.

- W przypadku odmowy akceptacji nowych warunków Regulaminu przez Zleceniodawcę w trakcie trwania Umowy zawartej przed datą zmiany Regulaminu, Umowa pomiędzy Zleceniodawcą a Mr Target wygasa, chyba że Emisja została rozpoczęta przed zmianą Regulaminu. W przypadku, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym Emisja będzie prowadzona do jej zakończenia na dotychczasowych zasadach.