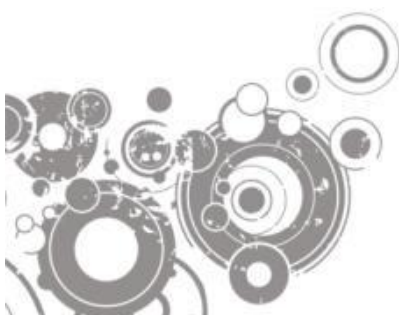




## Regulamin Zlecania Emisji Reklam w Internetowej Sieci Reklamowej ARBOnetwork



 **Interactive Advertising Bureau Polska**

Niniejszy Regulamin Zlecenia Emisji Reklam w Internetowej Sieci Reklamowej ARBOnetwork jest zgodny z wytycznymi IAB Polska [ Internet Advertising Bureau] w tym zakresie. Więcej informacji – <http://www.iab.pl>

### Podstawowe pojęcia zawarte w Regulaminie

**Internetowa sieć reklamowa ARBOnetwork** – zbiór witryn współpracujących z firmą ARBOMedia Polska Sp. z o.o. na podstawie odrębnych umów, których powierzchnią reklamową dysponuje firma ARBOMedia Polska Sp. z o.o.

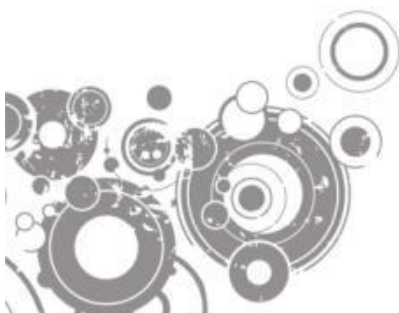
**Zleceniobiorca** – ARBOMedia Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ulicy Altowa 2, używająca nazwy handlowej ARBOMedia Polska.

**Zleceniodawca** – każda osoba fizyczna lub prawna zlecająca emisję reklamy internetowej sieci reklamowej ARBOnetwork.

**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 Reklam** – każda umowa zawarta pomiędzy Zleceniobiorcą a Zleceniodawcą, której przedmiotem jest Emisja Reklamy w internetowej sieci reklamowej ARBOnetwork. Potwierdzenie przyjęcia Zlecenia Emisji Reklamy oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z uzgodnionych pisemnych oświadczeń stron.

**Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam** – wyłącznie zmiana ustalonych terminów, miejsc emisji reklam, liczby emisji reklam, kryteriów targetowania reklamy dokonana po rozpoczęciu emisji reklam, Nie powodująca zmniejszenia wartości Zlecenia Emisji Reklam.





## REGULAMIN

### 1. Postanowienia ogólne.

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

- liczby emisji (odsłon, wyświetleń) – CPM, CPT
- czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee, artykuł sponsorowany
- liczby kliknięć przez użytkownika w reklamę – CPC
- liczby działań wykonanych przez użytkowników na stronie reklamodawcy (będących następstwem obejrzenia lub kliknięcia w reklamę) – CPA

1.2. Do rozliczenia reklamy stosuje się następujące jednostki rozliczeniowe:

- 1000 odsłon
- dzień, tydzień, miesiąc emisji
- jedno kliknięcie
- jedno działanie

1.3. W przypadku wykorzystania narzędzi reklamowych takich jak mailing i SMS, jednostka rozliczeniowa jest 1000 wysłanych listów poczty elektronicznej lub 1000 SMS-ów wysłanych do aktywnego użytkownika konta lub telefonu.





## 2. Zlecenie Emisji Reklam i warunki płatności.

Zlecenia Emisji Reklam dokonuje się pisemnie w formie listu lub faksu przesyłanego przez Zleceniodawcę do Zleceniobiorcy na odpowiednim formularzu przygotowanym przez Zleceniobiorcę. Zleceniodawca może używać swoich wzorów formularzy do poinformowania Zleceniobiorcy o chęci zakupu emisji reklamy. W takim przypadku Zleceniobiorca [po otrzymaniu formularza od Zleceniodawcy] przygotowuje swój dokument i przesyła do akceptacji Zleceniodawcy. Jednak dopiero zatwierdzenie tego dokumentu przez Zleceniobiorcę jest wiążące i oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z uzgodnionych pisemnych oświadczeń stron. W chwili wejścia w życie Ustawy o podpisie elektronicznym, Zlecenie Emisji Reklam oraz potwierdzenie jego przyjęcia mogą być dokonywane w formie elektronicznej z uwzględnieniem wymogów narzuconych przez powyższą Ustawę.

### 2.1. Zlecenie Emisji Reklam musi zawierać:

- listę zamawianych powierzchni reklamowych [serwisów WWW] oraz miejsc w ich obrębie [strona główna, podstrony, góra, dół]
- jednostkę rozliczeniową [odsłony, czas, kliknięcia, działania]
- liczbę zamawianych jednostek rozliczeniowych na poszczególnych serwisach WWW
- wartość jednostki rozliczeniowej na poszczególnych serwisach, ewentualne rabaty, wartości po udzielonych rabatach
- czas trwania Emisji Reklamy na poszczególnych serwisach WWW
- ewentualne dodatkowe założenia dotyczące emisji reklamy [targetowanie, ograniczanie liczby kontaktów jednego użytkownika z reklamą itp.]
- nazwę kampanii
- dane identyfikujące klienta, w którego imieniu jest zamawiana emisja reklam [jeżeli ma to miejsce]
- dane identyfikujące Zleceniodawcę: imię i nazwisko osoby zlecającej
- dane firmy zamawiającej: adres, telefon, faks, NIP
- dane Zleceniobiorcy: imię i nazwisko osoby przyjmującej zlecenie, adres, telefon, faks, NIP
- termin płatności FV
- podpis i pieczęć Zleceniodawcy





2.2. Podpisując Zlecenie Emisji Reklam, przygotowane przez Zleceniobiorcę, Zleceniodawca oświadcza, że:

- posiada odpowiednie umocowanie do składania zamówienia oraz podpisania umowy o emisję reklam

- jest uprawniony do posługiwania się - użytymi w zleconych do emisji 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

- zlecana emisja reklam jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa i nie narusza praw autorskich oraz innych praw osób trzecich

- upoważnia Zleceniobiorcę do wystawienia faktur VAT bez podpisu odbiorcy

- odpowiada za treść emitowanych reklam

2.3. Złożenie podpisanego Zlecenia Emisji Reklam oraz pisemne potwierdzenie jego przyjęcia przez Zleceniobiorcę [może być ono przesyłane faksem] jest jednoznaczne z zawarciem umowy o jego realizację. W chwili wejścia w życie Ustawy o podpisie elektronicznym, Zlecenia Emisji Reklam oraz potwierdzenie ich przyjęcia mogą być dokonywane w formie elektronicznej z uwzględnieniem wymogów stawianych przez powyższą Ustawę.

2.4. Emisja reklam może zostać odwołana przez Zleceniodawcę w całości lub części. Wiąże się to z karami umownymi.

2.5. Anulowanie Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniodawcę nie później niż 5 dni roboczych przed datą pierwszej emisji nie rodzi zobowiązań finansowych wobec Zleceniobiorcy.

2.6. W przypadku anulowania Zlecenia Emisji Reklam później niż 5 dni roboczych przed datą pierwszej emisji Zleceniodawca zapłaci Zleceniobiorcy karę umowną:





- między piątym a trzecim dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji - 30% wartości brutto należnej za 7 pierwszych dni emisji reklam
- później niż trzy dni robocze przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji - 50% wartości brutto należnej za 7 pierwszych dni emisji reklam
- po rozpoczęciu emisji - 100% wartości brutto należnej za 7 pierwszych dni emisji reklam

2.7. W przypadku częściowego anulowania Zlecenia Emisji Reklam kary umowne wymienione w pkt. 2.6 odnoszą się do wartości anulowanej części zlecenia.

2.8. Anulowanie częściowe lub całościowe oznacza rezygnację z części lub całości emisji reklam w sieci ARBOnetwork. Alokacja Emisji Reklam wewnątrz sieci ARBOnetwork nie jest jednoznaczne z anulowaniem zlecenia.

2.9. Rezygnacja z całości lub części Zlecenia Emisji Reklam musi mieć formę pisemna pod rygorem nieważności.

2.10. Faktura VAT za zrealizowaną emisję reklam zostanie wystawiona przez Zleceniobiorcę zgodnie z art. 6 ust. 1 Ustawy z dnia 15 lutego 1993 r. o podatku od towarów i usług. Podstawa wystawienia faktury VAT jest podpisane przez Zleceniobiorcę Zlecenie Emisji Reklam. W przypadku emisji reklam na przełomie miesięcy na koniec każdego miesiąca oraz po zakończeniu kampanii zostaną wystawione faktury częściowe.

2.11. Płatność za fakturę VAT powinna zostać dokonana w terminie określonym w Zleceniu.

2.12. W przypadku niezapłacenia faktury w terminie podanym w Zleceniu Emisji Reklam Zleceniobiorca będzie naliczał odsetki ustawowe za opóźnienie.





2.13. Niezapłacenie w terminie faktury VAT jest podstawą odstąpienia Zleceniobiorcy od realizacji innych Zleceń Emisji Reklam Zleceniodawcy, przy czym nie rodzi to obowiązków odszkodowawczych dla Zleceniobiorcy z tytułu niezrealizowania zamówień ani obowiązku zwrotu należności za nie zrealizowaną część zamówienia.

2.14 Minimalna wartość zamówienia wynosi 1 000zł netto

### 3. Realizacja zlecenia.

3.1 W trakcie realizacji Zlecenia Emisji Reklam i po jej zakończeniu Zleceniodawcy jest udostępniana na życzenie strona WWW ze statystykami zrealizowanych emisji reklamy i kliknięć w reklamę. Jeśli emisja reklam została sprzedana w oparciu o inne jednostki rozliczeniowe, ich liczba również znajdzie się w statystykach. Adres strony WWW ze statystykami, login i hasło zostaną przesłane Zleceniodawcy przez Zleceniobiorcę e-mailem w ciągu jednego dnia roboczego od chwili rozpoczęcia emisji reklam. Zleceniodawca może dodatkowo wymagać raportu z przebiegu emisji reklam w formie pisemnej.

3.2. Podstawą oceny poziomu realizacji emisji reklam są dane pochodzące z ad serwera Zleceniobiorcy.

3.3. Jeżeli z winy Zleceniobiorcy emisja reklam nie zostanie zrealizowana lub zostanie zrealizowana niewłaściwie, Zleceniobiorca zobowiązuje się do powtórnej emisji reklam w terminie ustalonym ze Zleceniodawcą.

3.4. Jeżeli z przyczyn obiektywnych emisja reklam nie została w pełni zrealizowana w zamówionym terminie:

- czas jej realizacji zostanie odpowiednio wydłużony
- Zleceniodawca może wykorzystać pozostałą liczbę emisji w kolejnym zamówieniu
- kampania jest refakturowana [dokonuje się korekty Zlecenia Emisji Reklam oraz faktury VAT, jeśli została już wystawiona]





#### **4. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam.**

4.1. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.

4.2 Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniobiorcę jest dokonywana w czasie nie dłuższym niż 24 godziny od momentu otrzymania pisemnej informacji od Zleceniodawcy.

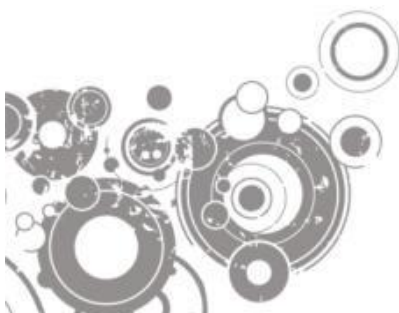
#### **5. Warunki techniczne.**

5.1. Zleceniobiorca dysponuje szczegółowymi specyfikacjami technicznymi oferowanych form reklamy i udostępnia je na każde życzenie Zleceniodawcy. Specyfikacja wymienia rozmiary, wagi oraz sposoby wykonania reklam w technologiach Rich Media. Warunkiem akceptacji Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniobiorcę jest dostarczenie przez Zleceniodawcę kreacji zgodnej ze specyfikacją. Specyfikacja techniczna jest dostępna pod adresem : <http://www.arbonetwork.pl/specyfikacja/pl>

5.2. Wszystkie gotowe, wykonane zgodnie ze specyfikacją techniczną, materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia emisji reklam muszą być dostarczone na 4 dni robocze przed rozpoczęciem ich emisji. W przypadku form reklamy banerowej termin przesłania materiałów reklamowych wynosi 2 dni robocze przed rozpoczęciem ich emisji. Materiały muszą być przesłane e-mailem na adres przedstawiciela Zleceniobiorcy obsługującego Zleceniodawcę.

5.3. Zleceniobiorca jest zobowiązany sprawdzić poprawność otrzymanych materiałów w czasie nie dłuższym niż 24 godziny od chwili ich otrzymania oraz poinformować Zleceniodawcę o ewentualnych błędach zawartych w materiałach reklamowych lub ich poprawności.

5.4. Niedostarczenie w terminie poprawnie wykonanych materiałów reklamowych jest jednoznaczne z akceptacją przez Zleceniodawcę faktu, i rozpoczęcie emisji reklam może zostać opóźnione w stosunku do terminów zawartych w Zleceniu Emisji Reklam. Zleceniobiorca dołoży jednak starań, aby emisja reklam odbyła się zgodnie z terminami zawartymi w Zleceniu Emisji Reklam.





5.5 Jeśli w wyniku niedostarczenia materiałów przez Zleceniodawcę termin rozpoczęcia emisji reklam zostanie - za zgodą Zleceniobiorcy - przesunięty, nie rodzi to dla Zleceniobiorcy obowiązków odszkodowawczych z tytułu niezrealizowania emisji reklam ani obowiązku zwrotu należności za niezrealizowaną z tego powodu część emisji reklam.

5.6. Jeżeli Zleceniodawca zdecyduje się na wymianę materiałów reklamowych po rozpoczęciu emisji reklam, Zleceniobiorca zobowiązuje się dokonać wymiany w terminie nie dłuższym niż 48 godzin od chwili otrzymania poprawnie wykonanych materiałów reklamowych.

5.7. Reklamy nie mogą naśladować ani symulować elementów stron, na których będą prezentowane i powinny być łatwo rozpoznawalne jako reklamy. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczania reklam słowami: "reklama", "ogłoszenie płatne", "sponsor" lub ich synonimami.

5.8. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy lub wstrzymania emisji reklam bez podania przyczyny, jeżeli zachodzi uzasadnione podejrzenie, że ich treść lub treść strony docelowej jest sprzeczna z prawem lub zasadami współżycia społecznego, bądź narusza prawa osób trzecich.

5.9. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy lub do wstrzymania emisji reklam również wtedy, gdy treść lub forma reklam jest sprzeczna z linią programowa witryn wchodzących w skład internetowej sieci reklamowej ARBOnetwork lub z interesem Zleceniobiorcy.

## **6. Rezerwacja powierzchni reklamowej**

6.1. Rezerwacja dokonywana jest na życzenie zleceniodawcy.

6.2. Rezerwacja ma zastosowanie wyłącznie w przypadku sprzedaży według kryterium czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee oraz wykorzystania narzędzi reklamowych mailing i SMS.

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





6.4. Ważność rezerwacji wynosi 30 dni. Przedłużenie ważności rezerwacji musi być potwierdzone zleceniem.

6.5. Rezerwacje dokonywane są na terminy niepóźniejsze niż dwa miesiące od czasu dokonywania rezerwacji.

6.6. Dokonanie rezerwacji jest potwierdzone przez Zleceniobiorcę w formie elektronicznej.

6.7. Rezerwacje dokonywane w terminie krótszym niż 21 dni roboczych od daty emisji muszą być potwierdzone zleceniem w ciągu jednego dnia roboczego od czasu otrzymania e-maila potwierdzającego dokonanie rezerwacji.

## 7. Cennik reklam.

7.1 Cennik reklam powierzchni reklamowych oferowanych przez Zleceniobiorcę jest dostępny w formie papierowej lub elektronicznej - online pod adresem: <http://www.arbonetwork.pl>

7.2. Ceny zawarte w cenniku nie uwzględniają podatku VAT. Wszystkie koszty związane z obowiązującymi w Polsce przepisami podatkowymi są pokrywane przez Zleceniodawcę.

7.3 Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do modyfikowania cennika. Zleceniobiorca ma obowiązek poinformować Zleceniodawcę o modyfikacji cennika 14 dni przed terminem obowiązywania nowego cennika.





## **8. Siła wyższa.**

8.1 Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających z umowy Zlecenia Emisji Reklam, 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.

8.2. W przypadku wyżej wymienionych zdarzeń Zleceniobiorca zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić o nim Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne dogodnie dla niego terminy emisji reklam.

## **9. Właściwości prawa i sądu.**

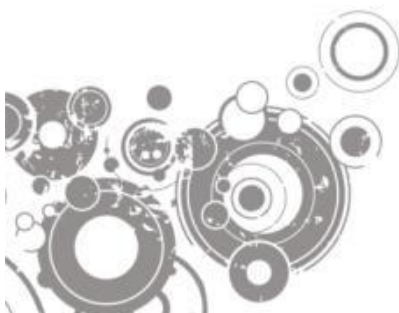
9.1. Wszystkie umowy Zlecenia Emisji Reklam, do których ma zastosowanie niniejszy Regulamin, podlegają prawu polskiemu.

9.2. Strony ustalają, że wszelkie spory wynikające z niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Zleceniobiorcy.

## **10. Postanowienia końcowe.**

10.1. Regulamin wchodzi w życie 13 listopada 2008 r.

10.2. Wszelkie zmiany w niniejszym Regulaminie wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.





10.3. We wszelkich sprawach nie uregulowanych w niniejszym Regulaminie mają zastosowanie przepisy kodeksu





## Arbomedia - regulamin kampanii Performance

### 1. Etap planowania kampanii:

1.1. Wymagane podanie przez reklamodawcę danych na temat:

- klienta końcowego,
- produktu,
- modelu sprzedaży oraz planowanego wyniku kampanii, jej celu
- czasu trwania kampanii,
- targetu odbiorców reklamy

1.2. W przypadku kampanii w modelu CPA wymagana jest możliwość wglądu w landing page min. w celu zasugerowania optymalizacji strony ze strony Arbomedia.

1.3. Każda kampania jest indywidualnie rozpatrywana przez Arbomedia.

1.4 Kampania testowa powinna być realizowana przed kampania właściwą w celu zaplanowania kampanii oraz oszacowania możliwości realizacji jej celu,

1.5 Zlecenie kampanii ma wartość estymowaną która jest poddawana korekcie w oparciu o faktyczny wynik zakończonej kampanii.

### 2. Czas trwania kampanii:

2.1. Określony na etapie planowania kampanii.

2.2. Arbomedia ma prawo do wyłączenia kampanii bez podania przyczyny.

### 3. Formaty reklamowe:

3.1. Kreacja powinna mieć charakter sprzedażowy („akcyjny”- zachęcający do podjęcia akcji na kreacji) a nie wizerunkowy promujący markę klienta.





3.2. Arbomedia ma prawo do odmowy przyjęcia kreacji bez podania przyczyny.

3.3. Dostępne formaty reklamowe:

- Billboard 750x100 px.,
- Doublebillboard 750x200 px.,
- Rectangle 300x250 px.,
- Skyscraper 120x600 px.,
- Skyscraper 160x600 px..
- inne, niestandardowe formy,

3.4. Wszelkie niestandardowe formy reklamy ustalane są indywidualnie z klientem.

3.5. Maksymalna waga kreacji- 50kb.

3.5. Standardowe formaty powinny być zgodne ze specyfikacją form reklamowych Arbomedia dostępną na stronie -<http://arbonetwork.pl/specyfikacja/pl>

3.6. Wymagane min. 2 rodzaje każdej z emitowanej kreacji w przypadku kampanii trwającej dłużej niż 1 tydzień

Wymagane min. 3 rodzaje każdej z emitowanej kreacji w przypadku kampanii trwającej dłużej niż 2 tygodnie a krócej niż miesiąc.

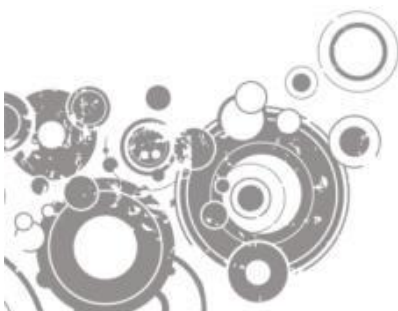
W przypadku dłuższych kampanii ilość kreacji powinna być odpowiednio większa- ustalana jest ona na etapie planowania kampanii.

3.7. Wymagane jest aby reklamodawca udostępnił działowi technicznemu Arbomedia gotowe materiały wymagane do uruchomienia kampanii.

#### 4. Realizacja kampanii:

4.1. Natężenie emisji oraz wybór emitowanych form reklamowych dla potrzeb optymalizacji określa Arbomedia.

#### 5. Statystyki kampanii:





- 5.1. W modelu CPC, dostarczamy ilość kliknięć, bez pozostałych wskaźników
- 5.2. W modelu CPL, CPA, CPS dostarczamy ilość wygenerowanych akcji oraz wartość dla wskaźników CR.
- 5.3. Na prośbę klienta dostarczamy listę witryn na których emitowana jest kampania (lista ta może ulec zmianie w ramach optymalizacji kampanii),

## 6. Emisja kampanii:

- 6.1. Kampanie mogą być emitowane w pakietach tematycznych oraz na RON.
- 6.2. Pakietem nie jest pojedyncza witryna.
- 6.3. Kampania może być targetowana geograficznie.
- 6.4. Wartość cappingu dla kampanii ustala Arbomedia- celem jest ilość uzyskanych klików/akcji a nie ilość odsłon.
- 6.5 Arbomedia zastrzega sobie prawo do zmiany (usunięcia, dodania) witryn z pakietu dla potrzeb optymalizacji kampanii.

