

Regulamin emisji reklam online 3S FINANCIAL GROUP Sp. z o.o.

1. Definicje

- 1.1. Wydawca – 3S FINANCIAL GROUP Sp. z o.o., plac Orłąt Lwowskich 20D, 53-605 Wrocław, KRS 0000665178, NIP 8971835846, REGON 366639069.
- 1.2. Emisja – jednorazowe wyświetlenie reklamy wraz ze stroną www, na której jest ona umieszczona. W przypadku reklam przeznaczonych do emisji na urządzeniach mobilnych emisja rozumiana jest jako jednorazowe wyświetlenie reklamy wraz ze stroną mobilną, na której jest ona umieszczona.
- 1.3. Gotowe materiały reklamowe – materiały w plikach w formatach jpg, jpeg w formie gotowej do wykorzystania jako reklama.

2. Warunki ogólne

- 2.1. Reklamy sprzedawane są według liczby emisji (wyświetleń), określonego efektu lub na czas. Sprzedaż na czas dotyczy wszelkich form reklamowych umieszczanych na stronach Wydawcy na stałe. W przypadku mailingów jedna emisja to jeden list poczty elektronicznej wysłany do użytkownika.
- 2.2. Prezentowane w cenniku statystyki oglądalności serwisów Wydawcy nie stanowią gwarancji osiągnięcia identycznych lub podobnych wyników rzeczywistej kampanii reklamowej realizowanej w danym serwisie. Dane te mają charakter orientacyjny i służą jedynie jako ogólne wskazówki i informacje dla reklamodawcy.
- 2.3. Wszystkie ceny podane w cenniku są cenami netto. Wartość wynagrodzenia należnego dla Wydawcy będzie odpowiednio powiększona o podatek VAT zgodnie z obowiązującymi przepisami.
- 2.4. Minimalna wartość jednorazowego zamówienia wynosi 500 zł brutto.
- 2.5. Wydawca ponosi odpowiedzialność wyłącznie za szkody wynikłe z niewykonania lub nienależytego wykonania zamówienia, powstałe z winy umyślnej lub rażącego niedbalstwa. Odszkodowanie z tytułu wyrządzonej przez Wydawcę szkody nie może przekroczyć wartości wynagrodzenia za wyemitowanie kampanii reklamowej zgodnie z zamówieniem.
- 2.6. Niniejszy regulamin kierowany jest wyłącznie do reklamodawców będących przedsiębiorcami w rozumieniu obowiązujących przepisów.
- 2.7. W przypadku rozbieżności pomiędzy zapisami zawartymi w zamówieniu i zapisami niniejszego regulaminu, stosuje się zapisy zawarte w zamówieniu. Dotyczy to w szczególności systemów generujących dane, o których mowa w pkt 4.4 Regulaminu.
- 2.8. Gdyby oświadczenia zamawiającego złożone w zamówieniu i regulaminie okazały się niezgodne z rzeczywistością, niekompletne albo wprowadziłyby w błąd dalej Wydawcę, wówczas Wydawca jest uprawniony do odstąpienia od zlecenia po powzięciu wiadomości o w/w okolicznościach. Powyższe prawo do odstąpienia Wydawca wykonać może w terminie 90 dni od dnia dowiedzenia się o zaistnieniu przyczyny uprawniającej do odstąpienia.
- 2.9. Niektóre produkty mogą być oznaczone w cenniku oraz na zleceniu jako rezerwowane i sprzedawane w procedurze specjalnej – premium, zwanej dalej Procedurą Premium.
- 2.10. Wydawca zastrzega sobie prawo do zmiany cennika w dowolnym momencie.

3. Zamawianie i warunki płatności

- 3.1. Zamówienia emisji reklam dokonuje się pisemnie na 3S FINANCIAL GROUP Sp. z o.o. plac Orłąt Lwowskich 20D, 53-605 Wrocław bądź mailem na adres: zamowienia@rankingmlm.pl lub przez formularz kontaktowy na stronie www.rankingmlm.pl. Zamówienie określa ilość zamawianych emisji, czas trwania kampanii, lokalizację i ewentualne dodatkowe warunki.
- 3.2. Podjęcie negocjacji w zakresie realizacji świadczeń objętych niniejszym regulaminem oraz złożenie zamówienia i wyrażenie zgody na przetwarzanie danych osobowych przez Reklamodawcę stanowi podstawę do przetwarzania danych osobowych Reklamodawcy (dane przedsiębiorcy lub osoby kontaktowej, dane adresowe, e-mail, telefon, fax itp.) w celu i w zakresie związanym z należytą realizacją zamówienia.

3.3. Administratorem danych osobowych Reklamodawcy jest 3S FINANCIAL GROUP Sp. z o.o., plac Orłąt Lwowskich 20D, 53-605 Wrocław, KRS 0000665178, NIP 8971835846, REGON 366639069.

3.4. Zamawiający podaje swoje dane osobowe w związku z zawarciem i w celu poprawnej realizacji umowy przez Wydawcę, w tym wystawieniu dokumentów księgowych. Jednocześnie wyraża zgodę na przetwarzanie przez Wydawcę i odpowiedniego Wydawcę danych w celach marketingowych. Administrator uprawniony jest do przetwarzania danych osobowych Zamawiającego w celach marketingowo - handlowych własnych, odpowiedniego Wydawcy i partnerów handlowych Wydawcy. Jednocześnie Zamawiający wyraża zgodę na otrzymywanie informacji handlowej od Wydawcy w imieniu własnym bądź na zlecenie jej partnerów biznesowych, w zakresie informacji o produktach reklamowych i marketingowych własnych jak i jej partnerów biznesowych.

3.5. Zamawiającemu przysługuje prawo wglądu do swoich danych, a także prawo do poprawiania, aktualizowania danych osobowych oraz prawo żądania zaprzestania przetwarzania oraz usunięcia jego danych osobowych.

3.6. Reklamodawca jest zobowiązany złożyć zamówienie reklamowe:

a) najpóźniej na 5 dni roboczych przed planowaną datą zamieszczenia reklamy w serwisie, za wyjątkiem rezerwacji produktów w Procedurze Premium, dla których przewidziane są terminy, stosowane zgodnie z pkt b poniżej

b) w Procedurze Premium nie później niż 1 miesiąc od dnia złożenia rezerwacji oraz nie później niż 45 dni przed miesiącem emisji.

Zamówienie reklamowe złożone po terminie, o którym mowa w pkt a-b powyżej nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 kc.

3.7. Pełnej płatności za kampanię należy dokonać przed jej rozpoczęciem, przelewem na rachunek bankowy wskazany na formularzu zamówienia.

3.8. Tylko zamówienia potwierdzone pisemnie bądź e-mailem przez Wydawcę są wiążące.

Potwierdzenie zamówienia przez Wydawcę jest równoznaczne z zawarciem umowy o jego realizację przez Wydawcę.

3.9. Zmiana zamówienia reklamowego, treści reklamy lub zmiana związanych z nią materiałów reklamowych lub promocyjnych może nastąpić nie później niż na 5 dni roboczych przed planowaną datą zamieszczenia reklamy w serwisie, zgodnie z dopłatą ujętą w cenniku, z zastrzeżeniem terminów odrębnych dla Procedury Premium (termin ten będzie tożsamy z terminem złożenia zamówienia, zgodnie z pkt 3.6. ppkt b Regulaminu). Reklamodawca jest zobowiązany dostarczyć Wydawcy pisemne określenie każdej z planowanych zmian, z dokładnym wskazaniem ich zakresu. Zmniejszenie zakresu zamówienia reklamowego poprzez zmniejszenie ilości lub pozycji w zamówieniu jest traktowane jak odwołanie części zamówienia i podlega warunkom określonym w pkt 3.10. Regulaminu.

3.10. Zamówienie może zostać odwołane przez Klienta w całości lub części według następujących zasad:

a) ogólnych, z których wyłączone są zamówienia w Procedurze Premium oraz zamówienia, o których mowa w punktach c) i d) poniżej, tj:

- w okresie do 15 dni poprzedzających planowaną datę Emisji bez ponoszenia opłat z tytułu obsługi rezygnacji z zamówienia;
- w okresie od 14 do 4 dni poprzedzających planowaną datę Emisji po uiszczeniu opłaty z tytułu obsługi rezygnacji z zamówienia w wysokości 30% wartości zamówienia;
- w okresie od 3 do 1 dnia poprzedzających planowaną datę Emisji po uiszczeniu opłaty z tytułu obsługi rezygnacji z zamówienia w wysokości 60% wartości zamówienia;
- w trakcie Emisji (realizacji zamówienia) po uiszczeniu opłaty z tytułu obsługi rezygnacji z zamówienia w wysokości 80% wartości zamówienia

b) w przypadku zamówień w Procedurze Premium terminy te zależą od pozostałego czasu do rozpoczęcia pierwszej Emisji, liczonego od momentu zgłoszenia lub zaistnienia faktu rezygnacji, tj:

- W okresie poniżej 14 dni poprzedzających planowaną datę Emisji po uiszczeniu opłaty z tytułu obsługi rezygnacji z zamówienia w wysokości 80% wartości zamówienia;

- W okresie od 15 do 30 dni poprzedzających planowaną datę Emisji po uiszczeniu opłaty z tytułu obsługi rezygnacji z zamówienia w wysokości 50% wartości zamówienia;
- W okresie od 31 do 45 dni poprzedzających planowaną datę Emisji po uiszczeniu opłaty z tytułu obsługi rezygnacji z zamówienia w wysokości 25% wartości zamówienia;
- W okresie wcześniejszym niż 45 dni poprzedzających planowaną datę Emisji bez ponoszenia opłaty z tytułu obsługi rezygnacji z zamówienia;
- w okresie do 90 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Emisji bez ponoszenia opłat z tytułu obsługi rezygnacji z zamówienia;
- w okresie od 89 do 1 dnia poprzedzających planowaną datę Emisji po uiszczeniu opłaty z tytułu obsługi rezygnacji z zamówienia w wysokości 80% wartości zamówienia.

c) w przypadku zamówień dotyczących serwisów lub innych usług tworzonych specjalnie na potrzeby klienta, po pokryciu wszelkich faktycznych kosztów poniesionych przez Wydawcę w związku z przygotowaniem i realizacją zamówienia, powstałych do momentu rezygnacji z zamówienia. W takim przypadku Wydawca przedkłada Klientowi opis wykonanych czynności wraz z ich kosztem, naliczając opłatę z tytułu obsługi rezygnacji z zamówienia.

d) w przypadku zamówień dotyczących obecności reklamowej na serwisach okazjonalnych:

Przy czym za serwisy okazjonalne uznaje się serwisy przygotowywane z okazji wydarzeń takich jak: święta religijne (np. Boże Narodzenie); święta świeckie (np. Walentynki); duże imprezy sportowe (np. olimpiady, mistrzostwa świata); imprezy kulturalne (np. festiwale); wydarzenia publiczne (np. wybory parlamentarne);

3.11. Za datę rozpoczęcia Emisji uważa się wyemitowanie pierwszej reklamy spośród wszystkich objętych danym zamówieniem, niezależnie od tego na ile etapów podzielona jest realizacja zamówienia.

3.12. Rezygnacja z całości lub części zamówienia musi być dokonana w formie pisemnej, w terminach podanych powyżej, pod rygorem nieważności.

3.13. Niedostarczenie przez klienta wymaganych materiałów reklamowych jest równoznaczne z rezygnacją z całości lub części zamówienia. W takiej sytuacji zastosowanie znajdują postanowienia pkt 3.10 Regulaminu.

3.14. Wydawca umożliwi składanie zamówień również w przypadku, gdy nie gwarantuje ich realizacji. Zamówienia takie zawierają odpowiednią adnotację na formularzu zamówienia wskazującą, że Wydawca zastrzega sobie prawo do niezrealizowania zamówienia w całości lub części bez żadnych konsekwencji, na co klient wyraża zgodę. Obowiązki po stronie nabywcy w takim przypadku pozostają w mocy. Postanowienia pkt 3.10 nie mają zastosowania do zamówień, o których mowa w zdaniu pierwszym powyżej.

3.15. W przypadku, gdy do realizacji danego zamówienia konieczne jest przetwarzanie danych osobowych użytkowników stron lub aplikacji internetowych Wydawcy przez Reklamodawcę, niezależnie od zapisów ust. 4.5 realizacja zamówienia może zostać przeprowadzona wyłącznie po uprzednim potwierdzeniu takiej możliwości przez Wydawcę. Wydawca zastrzega sobie w takim przypadku 14-dniowy termin na ww. potwierdzenie, a termin rozpoczęcia realizacji Zamówienia zostaje odpowiednio przesunięty. W celu potwierdzenia ww. możliwości Reklamodawca zobowiązany jest przedstawić Wydawcy treść stosowanej przez siebie oraz dostawcę technologii Reklamodawcy polityki prywatności i zgód użytkowników na przetwarzanie ich danych osobowych.

W przypadku, gdy treść polityki prywatności Reklamodawcy i zawartego w niej sposobu przetwarzania danych osobowych przez Reklamodawcę albo treść zgody użytkowników na przetwarzanie danych osobowych nie będą odpowiadać wymogom wynikającym z obowiązujących przepisów lub przyjętych standardów biznesowych (np. nie będzie możliwa ocena długości okresu stosowania danego pliku cookie), Wydawca uprawniony będzie do odmowy umożliwienia Reklamodawcy przetwarzania danych osobowych użytkowników stron lub aplikacji internetowych Wydawcy. W takim wypadku realizacja danego zamówienia będzie oceniana wyłącznie według statystyk Wydawcy.

4. Realizacja zamówień

4.1. Wszystkie gotowe materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia kampanii/emisji muszą być dostarczone nie później niż na 5 dni robocze przed rozpoczęciem emisji, a w przypadku materiałów w html, rich media lub innym niestandardowym formacie nie później niż na 7 dni roboczych w celu przetestowania ich przez Wydawcę.

4.2. Wydawca dokłada wszelkich starań, aby nawet w przypadku opóźnień w dostarczeniu materiałów reklamowych, kampania/emisja została uruchomiona zgodnie z planowanym terminem jej rozpoczęcia lub z jak najmniejszym opóźnieniem i została zrealizowana w całości. W przypadku, gdy reklamodawca nie dostarczy materiałów reklamowych w odpowiednim terminie, Wydawca zastrzega sobie jednak prawo do niezrealizowania części albo całości zamówienia bez powstania jakiegokolwiek obowiązku odszkodowawczego z tytułu niezrealizowania tej części albo całości zamówienia ani obowiązku zwrotu należności za niezrealizowaną część albo część zamówienia. Wielkość niezrealizowanej części zamówienia może maksymalnie mieć taki rozmiar czasowy jak duże było opóźnienie w dostarczeniu materiałów reklamowych. W szczególności oznacza to, że start kampanii/emisji może zostać przesunięty w czasie o tyle, ile wyniosło opóźnienie w dostarczeniu materiałów reklamowych, z zastrzeżeniem, że wykonanie zamówienia będzie możliwe. W przypadku kampanii emitowanych w modelu CPM, liczba emisji, która może nie zostać zrealizowana z powodu opóźnienia w dostarczeniu materiałów reklamowych, przeliczana jest proporcjonalnie do czasu opóźnienia i czasu trwania kampanii. Przykładowo w przypadku 2-dniowego opóźnienia w dostarczeniu materiałów reklamowych i kampanii, która zgodnie z zamówieniem powinna trwać 20 dni, liczba emisji może zostać pomniejszona o $2/20$, czyli o 10%.

4.3. W przypadku kampanii na wybranych produktach Flat-fee Wydawca gwarantuje emisję do użytkowników łączących się z Internetem na obszarze Polski (użytkownicy spoza Polski mogą widzieć kampanię, ale w przypadku tych produktów nie jest to gwarantowane). Dotyczy to następujących produktów: panele, gigapanele i halfpage na Stronie Głównej, boksy sponsorskie, wszystkie formaty CPM emitowane w modelu Flat-fee. Pozostałe produkty Flat-fee emitowane są wszystkim użytkownikom niezależnie od miejsca, z którego łączą się z Internetem.

4.4. W trakcie realizacji kampanii i przez 30 dni po jej zakończeniu klientowi udostępniane są statystyki pokazujące realizację w adserverze Wydawcy.

4.5. Ocena realizacji kampanii reklamowej, w tym w szczególności ilość emisji poszczególnych form reklamowych dokonywana będzie, z zastrzeżeniem punktu 3.15, w oparciu o statystyki Wydawcy lub kody zewnętrzne, jeśli spełniają warunki opisane w punkcie 3.15 oraz 9.2.

4.6. Jeżeli zamówienie nie zostało w pełni zrealizowane w zamówionym okresie z przyczyn niezależnych od Wydawcy, odpowiednio wydłużany jest czas jego realizacji lub klient może wykorzystać pozostałą liczbę emisji w kolejnym zamówieniu. Zapis ten nie dotyczy kampanii, które nie zostały w pełni zrealizowane z przyczyn wymienionych w punkcie 4.2.

4.7. Wszelkie reklamacje dotyczące realizacji zamówienia, w szczególności dotyczące prawidłowości jej wykonania obejmującej ilość emitowanych form reklamowych i sposobu ich emisji, klient może zgłaszać w nieprzekraczalnym terminie 14 dni od daty planowanego zakończenia emisji danej kampanii lub jej części, określonej w danym zamówieniu. Po upływie powyższego terminu zgłoszenie reklamacji nie jest możliwe, zaś kampanię uznaje się w danym zakresie za zrealizowaną prawidłowo i zgodnie ze złożonym zamówieniem lub zawartą umową.

4.8. W przypadku zamówienia bez gwarancji realizacji, o którym mowa w pkt 3.14 Regulaminu, a które może zostać niezrealizowane przez Wydawcę bez podania przyczyny, Wydawca zwraca należność za niezrealizowaną część albo całość zamówienia.

4.9. W przypadku produktów rozliczanych w modelu Flat-fee Wydawca zastrzega sobie prawo do wykorzystania w celach niekomercyjnych i testowych powierzchni, która nie przekracza 1% dziennej liczby emisji dla danego zamówienia. Powyższe nie wpływa na obowiązek zapewnienia przez Wydawcę realizacji innych gwarantowanych minimalnych parametrów kampanii.

5. Treść i styl reklam

5.1. Odpowiedzialność za treść reklam ponosi reklamodawca. W przypadku gdyby w wyniku zamieszczenia reklamy Wydawca poniósł jakąkolwiek związaną z naruszeniem prawa przez zamieszczenie danej reklamy bądź z zaspokojeniem uzasadnionych roszczeń osób, których prawa zostały naruszone na skutek zamieszczenia reklamy (w tym w szczególności autorskie prawa majątkowe, prawa pokrewne, prawa własności przemysłowej lub prawa osobiste) reklamodawca będzie zobowiązany naprawić taką szkodę w całości, nie wykluczając zwrotu kosztów postępowań prawnych, kosztów zastępstwa procesowego oraz innych uzasadnionych wydatków poniesionych przez Wydawcę w związku z zaspokojeniem roszczeń osób trzecich.

5.2. Reklamodawca oświadcza, że dysponuje odpowiednimi prawami, w tym w szczególności prawami autorskimi bądź licencjami do posługiwania się materiałami reklamowymi zleconymi do emisji oraz zawartymi w tych materiałach informacjami, danymi, fragmentami utworów, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorcami zdobniczymi albo innymi elementami stanowiącymi przedmiot ochrony prawnej.

5.3. Reklamodawca oświadcza, iż zamawiana przez niego kampania reklamowa będzie zgodna z obowiązującymi przepisami prawa oraz nie narusza praw autorskich oraz innych praw bądź praw osób trzecich ani dobrych obyczajów, jak również nie wymaga żadnych dodatkowych zgód, bądź zezwoleń podmiotów trzecich, ani nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji.

5.4. Wydawca zastrzega sobie prawo do odmowy zamieszczenia reklam oraz do wstrzymania emisji reklam w serwisie Wydawcy:

- mogących negatywnie wpłynąć na charakter lub styl danego serwisu;
- mogących negatywnie wpłynąć na wizerunek lub renomę Wydawcy;
- niezgodnych z prawem;
- naruszających prawa osób trzecich albo wobec których istnieje uzasadniona obawa takiej niezgodności lub naruszenia;
- jeżeli treść lub forma reklam uzna za dokuczliwą lub szkodliwą dla użytkowników;
- jeśli treść jest sprzeczna z linią programową lub interesem Wydawcy.

5.5. Reklamy nie powinny naśladować ani symulować elementów stron, na których będą prezentowane i powinny być łatwo rozpoznawalne jako reklamy. Dopuszcza się wyjątki od tej reguły, jednak wymagają one każdorazowej zgody Wydawcy. Wydawca zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczania reklam słowami „reklama”, „ogłoszenie płatne”, „sponsor”, „link sponsorowany” lub równoznacznymi.

5.6. Reklama nie może zawierać badania statystycznego ani ankiet, nie może też w żaden sposób zachęcać do wzięcia udziału w badaniu. Istnieje możliwość odstąpienia od tej zasady, jednak wymaga to każdorazowej zgody Wydawcy, otrzymanej w formie pisemnej przed rozpoczęciem kampanii.

5.7. W przypadku, gdy treść reklamy powodować będzie, iż zostanie ona uznana za reklamę napojów alkoholowych w rozumieniu ustawy z dnia 26.10.1982 roku o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (t.j. Dz. U. 2016.487 z późn. zm.), a Reklamodawca nie wskazał w Zleceniu takiej kwalifikacji reklamy (w polu „Czy zlecenie zawiera reklamę piwa?” Reklamodawca wskazał „nie”), Wydawca uprawniony będzie do obciążenia Reklamodawcy dodatkową opłatą w wysokości 12 (dwunastu) % wartości takiej reklamy brutto. Powyższe nie wyłącza możliwości dochodzenia przez Wydawcę ewentualnego odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych.

6. Funkcjonalność kreacji reklamowych

6.1. Niedozwolone jest używanie w reklamach elementów operacyjnych, których funkcja wynikająca z formy, napisu czy konwencji jest niezgodna z ich komunikatem, lub działa w sposób nietypowy. A w szczególności:

- a) niedozwolone jest używanie w reklamach podstawowych przycisków o treści systemowej jak: "Zamknij", "OK.", ikon minimalizowania i zamykania okna, działających inaczej niż wynika to z ich typowej funkcji;
- b) przyciski zamieszczane na reklamach muszą wykonywać funkcje zgodne z komunikatami prezentowanymi na przyciskach, np. przyciski imitujące funkcje formularza, listy rozwijanej, pola

wyboru nie mogą powodować przekierowania na stronę klienta bądź innej akcji niezgodnej z ich standardową funkcją,

c) niedozwolona jest emisja reklam w formie komunikatów i ostrzeżeń systemowych oraz w formie imitującej element strony portalu.

6.2. Animacja może być swobodnie używana w reklamach graficznych wg poniższych warunków:

a) nie zostaną przekroczone maksymalne normy objętościowe odpowiadające danym formom reklamowym.

6.3. Sponsoring

Serwisy i strony sponsorowane pozostają serwisami / stronami Wydawcy. Niezależnie od identyfikacji wizualnej sponsora, konieczne jest zachowanie zasad "user experience" serwisu i portalu.

Zamieszczenie reklam sponsorskich na stronach portalu odbywa się wg poniższych zasad:

a) ogólny kształt i idea plastyczna stałych elementów serwisu musi być zachowana;

b) sponsoring nie może wpływać na funkcjonowanie serwisu i jego architekturę;

c) dopuszczalne są zmiany funkcjonalne i w architekturze serwisu bez zgody sponsora w czasie trwania sponsoringu, jeżeli to nie zmienia prezentacji marki sponsora;

d) tło główne może ulec zmianie, ale pod warunkiem, że kolor nie jest zbyt męczący i nie zostanie obniżona istotnie czytelność serwisu;

e) znaki wodne / tapety będące częścią sponsoringu są dopuszczalne tylko poza obszarem treściowym serwisu.

7. Pozyskiwanie danych

7.1. Zabronione jest używanie skryptów śledzących interakcje użytkownika.

7.2. Reklama nie może zmieniać ani odczytywać plików cookie.

7.3. Reklamodawca może pozyskiwać dane dotyczące użytkowników Wydawcy podczas trwania kampanii i wykorzystywać je do własnych celów, przy czym każdorazowo musi uzyskać na to zgodę Wydawcy, a w szczególności poinformować Wydawcę:

– jakie dane będą pozyskiwane,

– do czego zostaną wykorzystane,

– jak długo będą przechowywane,

– czy i jakie podmioty trzecie będą miały dostęp do tych danych, w jakim zakresie i w jaki sposób będą mogły z nich korzystać.

7.4. Na podstawie powyższych informacji Wydawca wyraża zgodę na pozyskiwanie i wykorzystywanie danych o użytkownikach. Reklamodawca gwarantuje, że żadne dane uzyskane w związku z prowadzeniem kampanii na stronach Wydawcy nie będą wykorzystywane do innych celów, niż te do których zostały pozyskane.

7.5. Bez zgody Wydawcy dane pozyskane przez reklamodawcę nie mogą być wykorzystywane do retargetowania kampanii ani do rozpoznawania użytkowników w żaden inny sposób w innych kampaniach reklamodawcy.

8. Warunki techniczne

8.1. Wszystkie reklamy przeznaczone do emisji na stronach Wydawcy powinny spełniać warunki określone w regulaminie oraz warunki specyfikacji technicznej dla reklam publikowanych w Ranking MLM. Wydawca może zweryfikować reklamę pod kątem jej zgodności z wyżej wymienionymi specyfikacjami i nie dopuścić do jej emisji bądź przerwać emisję w przypadku niespełnienia powyższych warunków. Wyświetlenie reklamy na stronach Wydawcy nie oznacza automatycznie, że Wydawca stwierdził zgodność reklamy ze specyfikacją reklamową.

8.2. Pełna specyfikacja techniczna wszystkich form reklamowych oraz wytyczne dotyczące ich

tworzenia dostępna jest w dokumencie pt. „Specyfikacja reklamowa” na stronie

[https://rankingmlm.pl/wp-content/uploads/2019/04/Specyfikacja-techniczna-rankingmlm-](https://rankingmlm.pl/wp-content/uploads/2019/04/Specyfikacja-techniczna-rankingmlm-13.03.2019.pdf)

13.03.2019.pdf. W szczególnych przypadkach prosimy o kontakt.