



REGULAMIN ŚWIADCZENIA USŁUG REKLAMOWYCH MEDIAFARM

Data ostatniej aktualizacji: 12 kwietnia 2019 r.

MediaFarm jest członkiem IAB Polska



SPIS TREŚCI

1.	Definicje podstawowych pojęć w Regulaminie	2
2.	Postanowienia ogólne	3
3.	Zlecenie emisji Kampanii Reklamowej	3
4.	Materiały Reklamowe i Specyfikacja Techniczna	4
5.	Wynagrodzenie i warunki płatności	5
6.	Rezygnacja z Kampanii Reklamowej	6
7.	Reklamacje	7
8.	Poufność	7
9.	Odpowiedzialność	8
10	Siła wyższa	9
11.	Postanowienia końcowe	9
Kontakt		10

I. DEFINICJE PODSTAWOWYCH POJĘĆ W REGULAMINIE

AdServer	<i>oprogramowanie używane przez MediaFarm i/lub Zleceniodawcę do zarządzania emisją Reklam w Serwisach;</i>
Brief	<i>dokument lub zestaw informacji w formie e-mail, na podstawie którego Zleceniodawca określa pożądany zakres usług w ramach Zlecenia;</i>
Dni Robocze	<i>dni od poniedziałku do piątku z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy;</i>
Kampania Reklamowa	<i>seria emisji Reklam realizowana przez MediaFarm dla Zleceniodawcy na wybranych Serwisach (określona ilość emisji, czas trwania oraz inne właściwości zgodnie ze Zleceniem), która może mieć formę w szczególności reklam video, display, rich media lub realizowane przez MediaFarm dla Zleceniodawcy inne działania reklamowe i akcje niestandardowe;</i>
Materiały Reklamowe	<i>materiały zawierające Reklamę, przekazane MediaFarm przez Zleceniodawcę do emisji (lub do opracowania/dostosowania do emisji) Kampanii Reklamowej na Serwisach, które powinny być zgodne ze Specyfikacją Techniczną i Zleceniem;</i>
MediaFarm	<i>dom sprzedaży mediów interaktywnych reprezentujący grupę Serwisów i postępujący się wspólną technologią serwowania Reklam; spółka pod nazwą „Mediafarm” spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. z siedzibą przy ul. Grzybowskiej 80/82, 00-844 Warszawa, NIP: 5272830824, REGON: 368969977, KRS: 708671;</i>
Regulamin	<i>niniejszy Regulamin świadczenia usług reklamowych przez MediaFarm;</i>
Reklama	<i>przekaz mający na celu promocję sprzedaży, innych form korzystania z towarów lub usług, popieranie określonych spraw i idei, bądź osiągnięcie innego efektu pożądanego przez Zleceniodawcę, obejmujący wszystkie formy reklamy interaktywnej, obecne lub przyszłe, które są dostosowane do emisji w Serwisach;</i>
Serwisy	<i>media interaktywne (w tym strony internetowe), na których możliwa jest emisja Kampanii Reklamowych za pośrednictwem MediaFarm, z którymi współpracuje MediaFarm na podstawie odrębnych umów;</i>
Specyfikacja Techniczna	<i>dokument lub zestaw informacji w formie e-mail opisujący formaty reklamowe, określający w szczególności sposób przygotowania oraz parametry techniczne (np. wielkość kreacji, waga, długość, liczba pikseli, etc.), jakim powinny odpowiadać przesyłane przez Zleceniodawców Materiały Reklamowe w formie gotowej do realizacji Kampanii Reklamowej;</i>
Zlecenie	<i>stanowiący wiążącą umowę dokument o formie i elementach określonych w pkt. II ust. 2-5 Regulaminu, na mocy którego MediaFarm, na zlecenie Zleceniodawcy, zobowiązuje się do realizacji Kampanii Reklamowej, w szczególności do emisji Kampanii Reklamowej w Serwisach na warunkach określonych w Zleceniu, Regulaminie i Specyfikacji Technicznej, a Zleceniodawca zobowiązuje się do zapłaty wynagrodzenia w określonej wysokości i terminie; potwierdzenie przyjęcia Zlecenia przez MediaFarm oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z uzgodnionych pisemnych oświadczeń Zleceniodawcy i MediaFarm;</i>
Zleceniodawca	<i>osoba trzecia zainteresowana realizacją jednej lub większej ilości Kampanii Reklamowych w Serwisach we własnym imieniu (reklamodawca) lub w imieniu i na rzecz reklamodawcy (w szczególności agencja mediowa, dom mediowy, agencja interaktywna, etc.);</i>

I. POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Przedmiotem niniejszego Regulaminu jest określenie zasad świadczenia przez **dom sprzedaży mediów interaktywnych MediaFarm** usług reklamowych na rzecz Zleceniodawców, w szczególności określenie usług reklamowych świadczonych przez MediaFarm, sposobu zawierania umów dotyczących tych usług (w tym składania i realizacji Zleceń emisji Kampanii Reklamowych w internecie za pośrednictwem MediaFarm), zasad rezygnacji, odpowiedzialności MediaFarm związanej ze świadczeniem usług reklamowych oraz zasad zgłaszania reklamacji dotyczących wykonania usług reklamowych.
2. MediaFarm świadczy usługi reklamowe w oparciu o obowiązujące prawo polskie, niniejszy Regulamin, Zlecenie oraz Specyfikację Techniczną. MediaFarm nie świadczy usług na rzecz konsumentów.

II. ZLECENIE EMISJI KAMPANII REKLAMOWEJ

1. Zleceniodawca zainteresowany usługami reklamowymi MediaFarm przekazuje informacje dotyczące oczekiwanych właściwości Kampanii Reklamowej do MediaFarm **w formie Briefu**.
2. W odpowiedzi na Brief i po dokonaniu ewentualnych szczegółowych uzgodnień, MediaFarm przygotowuje dla Zleceniodawcy **Zlecenie na odpowiednim formularzu**, które zawiera w szczególności:
 - 2.1. dokładne określenie nazw (firm) Zleceniodawcy i MediaFarm i ich formy prawnej, adresy oraz numery identyfikacji podatkowej (NIP);
 - 2.2. imiona i nazwiska osób kontaktowych ze strony Zleceniodawcy i MediaFarm w sprawie Kampanii Reklamowej, ich numery telefonów oraz adresy poczty elektronicznej;
 - 2.3. określenie Kampanii Reklamowej („Klient”, „Brand” i nazwa Kampanii Reklamowej);
 - 2.4. nazwa pakietu uzgodnionego ze Zleceniodawcą (obejmującego określone Serwisy, rodzaj akcji, etc.) oraz ewentualne dodatkowe założenia dotyczące Kampanii Reklamowej;
 - 2.5. czas trwania Kampanii Reklamowej;
 - 2.6. model rozliczenia;
 - 2.7. kalkulację wynagrodzenia netto MediaFarm w uzgodnionym modelu rozliczeń z uwzględnieniem ewentualnych rabatów;
 - 2.8. termin płatności faktury VAT, nazwę banku i numer konta MediaFarm;
 - 2.9. oświadczenie o zapoznaniu się przez Zleceniodawcę z Regulaminem (w wersji z dnia podpisania Zlecenia), Specyfikacją Techniczną, akceptacji ich postanowień oraz potwierdzenie, że stanowią one integralną część Zlecenia;
 - 2.10. miejsce na podpis i/lub pieczęć Zleceniodawcy i MediaFarm.
3. Po otrzymaniu przez MediaFarm Zlecenia podpisanego przez Zleceniodawcę (przesłanego przez Zleceniodawcę w formie papierowej lub pocztą elektroniczną w formie skanu) MediaFarm weryfikuje jego prawidłowość. W przypadku prawidłowości Zlecenia, MediaFarm podpisuje Zlecenie i odsyła Zleceniodawcy pocztą elektroniczną w formie skanu - w tym momencie dochodzi do zawarcia umowy pomiędzy Zleceniodawcą a MediaFarm, na mocy której MediaFarm zobowiązuje się dołożyć wszelkich starań, aby zrealizować Kampanię Reklamową na warunkach określonych w Zleceniu, Regulaminie i Specyfikacji Technicznej, a Zleceniodawca zobowiązuje się do zapłaty wynagrodzenia w wysokości i terminie określonych w Zleceniu.

4. Podpisując Zlecenie na Kampanię Reklamową, Zleceniodawca oświadcza w szczególności, że:
 - 4.1. akceptuje warunki Regulaminu i wyraża zgodę na współpracę z MediaFarm zgodnie z postanowieniami Regulaminu, Zlecenia i Specyfikacji Technicznej;
 - 4.2. jest umocowany do podpisywania Zleceń na Kampanię Reklamową;
 - 4.3. osoba podpisująca Zlecenie jest umocowana do podpisywania Zleceń na Kampanię Reklamową;
 - 4.4. jest uprawniony do zlecenia emisji Materiałów Reklamowych oraz do posługiwania się nimi jako utworem w Kampanii Reklamowej, w szczególności w zakresie zawartych w nich informacji, danych, utworów, ich opracowań i fragmentów, wizerunków, znaków towarowych i innych elementów stanowiących przedmiot ochrony prawnej;
 - 4.5. Materiały Reklamowe wykorzystane w celu realizacji Zlecenia w Serwisach, a także wszelkie ich elementy, w szczególności ich treść i forma Reklam, są zgodne z obowiązującymi przepisami prawa (głównie z przepisami szeroko rozumianego prawa reklamy), a także dobrymi obyczajami, nie wprowadzają odbiorców w błąd oraz nie naruszają praw osób trzecich, w szczególności praw własności intelektualnej i przemysłowej;
 - 4.6. Zlecana emisja Kampanii Reklamowej jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa;
 - 4.7. będące przedmiotem Reklam produkty, usługi lub idee są dozwolone przez obowiązujące przepisy prawa, oraz że uzyskano wszelkie wymagane prawem zezwolenia na obrót nimi lub ich świadczenie;
 - 4.8. wyraża zgodę na zbieranie przez firmę badawczą danych dotyczących zleconej Kampanii Reklamowej w celach analizy przebiegu Kampanii Reklamowej oraz na korzystanie z tych danych w powyższych celach przez MediaFarm i tą firmę badawczą, a także oświadcza, że jest wystarczająco uprawniony do udzielania takiej zgody.
5. Jakakolwiek modyfikacja Zlecenia emisji Kampanii Reklamowej wymaga uzgodnienia pomiędzy Zleceniodawcą i MediaFarm w formie pisemnej i przeprowadzenia procedury jak dla składania Zlecenia, opisanej w ust. 2-4 powyżej.

III. MATERIAŁY REKLAMOWE I SPECYFIKACJA TECHNICZNA

1. MediaFarm dostarczy Zleceniodawcy **Specyfikację Techniczną, w oparciu o którą powinny zostać przygotowane i dostarczone przez Zleceniodawcę Materiały Reklamowe dotyczące Kampanii Reklamowej.** Specyfikacja Techniczna precyzuje m.in. rozmiar, wagę oraz sposób wykonania Materiałów Reklamowych.
2. W przypadku akcji niestandardowych Zleceniodawca może także uzgodnić z MediaFarm, że to MediaFarm dostosuje Materiały Reklamowe do specyfiki danej Kampanii Reklamowej. Zleceniodawca potwierdza, że w takich przypadkach posiada wszelkie niezbędne zgody do dokonania samodzielnie lub przez MediaFarm opracowań takich Materiałów Reklamowych, w szczególności zastosowanie mają postanowienia określone w pkt VIII Regulaminu.
3. Zleceniodawca zobowiązany jest do dostarczenia MediaFarm kompletnych Materiałów Reklamowych w formie gotowej do realizacji Kampanii Reklamowej nie później niż **na 3 Dni Robocze przed terminem rozpoczęcia Kampanii Reklamowej** (co nie dotyczy przypadku określonego w ust. 2 powyżej, wówczas termin przesłania Materiałów Reklamowych do MediaFarm zostanie uzgodniony z MediaFarm). Warunkiem realizacji Zlecenia przez MediaFarm jest dostarczenie przez Zleceniodawcę Materiałów Reklamowych w powyższym terminie i zgodnie ze Specyfikacją Techniczną.
4. Materiały Reklamowe mogą być dostarczone MediaFarm za pośrednictwem poczty elektronicznej, na nośniku, poprzez link do serwisu w chmurze (np. WeTransfer) lub w innej formie uzgodnionej z MediaFarm. Materiały Reklamowe powinny być zgodne ze Zleceniem, warunkami technicznymi określonymi w Specyfikacji Technicznej, z obowiązującymi przepisami prawa oraz dostosowane do emisji na Serwisach.

5. W przypadku stwierdzenia przez MediaFarm, że dostarczone Materiały Reklamowe nie są poprawne, MediaFarm poinformuje Zleceniodawcę o ewentualnych błędach zawartych w Materiałach Reklamowych.
6. Niedostarczenie w terminie prawidłowo przygotowanych Materiałów Reklamowych jest jednoznaczne z akceptacją przez Zleceniodawcę faktu, iż rozpoczęcie emisji Kampanii Reklamowej może zostać opóźnione w stosunku do terminów zawartych w Zleceniu. MediaFarm dołoży starań, aby emisja Kampanii Reklamowej odbyła się zgodnie z terminami zawartymi w Zleceniu.
7. Jeżeli termin rozpoczęcia Kampanii Reklamowej zostanie - za zgodą MediaFarm - przesunięty w wyniku niedostarczenia lub dostarczenia nieprawidłowo przygotowanych Materiałów Reklamowych przez Zleceniodawcę, wówczas nie rodzi to dla MediaFarm obowiązków odszkodowawczych z tytułu niezrealizowania Kampanii Reklamowej ani obowiązku zwrotu (nienaliczenia) wynagrodzenia za niezrealizowaną z tego powodu część Kampanii Reklamowej.
8. Jeżeli Zleceniodawca zdecyduje się na wymianę Materiałów Reklamowych po rozpoczęciu emisji Kampanii Reklamowej, MediaFarm zobowiązuje się dokonać wymiany w terminie nie dłuższym niż 3 Dni Robocze od chwili otrzymania poprawnie wykonanych Materiałów Reklamowych lub w innym uzgodnionym terminie uzależnionym od specyfiki Kampanii Reklamowej.
9. Materiały Reklamowe wykorzystywane w Kampaniach Reklamowych nie mogą naśladować ani imitować elementów Serwisów, na których będą prezentowane i powinny być łatwo rozpoznawalne jako reklamy. MediaFarm zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczania Materiałów Reklamowych słowami: "reklama", "ogłoszenie płatne", "sponsor" lub ich synonimami, zaś Zleceniodawca upoważnia niniejszym MediaFarm do dokonywania takich oznaczeń.
10. Jeżeli emisja Kampanii Reklamowej nie zostanie zrealizowana z winy MediaFarm, MediaFarm zobowiązuje się do emisji Kampanii Reklamowej w terminie ustalonym ze Zleceniodawcą. Inne roszczenia Zleceniodawcy z tego tytułu są wyłączone.
11. Jeżeli z przyczyn obiektywnych emisja Kampanii Reklamowej nie została w pełni zrealizowana w ustalonym terminie, a Zleceniodawca nie ustali inaczej z MediaFarm, wówczas MediaFarm może:
 - 11.1. odpowiednio wydłużyć czas realizacji Kampanii Reklamowej, bądź;
 - 11.2. umożliwić Zleceniodawcy wykorzystanie pozostałej liczby emisji w kolejnym Zleceniu, bądź;
 - 11.3. dokonać korekty Zlecenia lub faktury VAT.

IV. WYNAGRODZENIE I WARUNKI PŁATNOŚCI

1. Rozliczanie Kampanii Reklamowych przez MediaFarm następuje na podstawie wskazań AdServera w następujących możliwych modelach rozliczenia:
 - 1.1. **CPM (Cost Per Mille)** - koszt 1 000 pełnych wyświetleń Reklamy,
 - 1.2. **vCPM (viewable impressions Cost Per Mille)** - koszt 1 000 widocznych wyświetleń Reklamy,
 - 1.3. **CPC (Cost Per Click)** - koszt 1 kliknięcia w Reklamę,
 - 1.4. **CPA (Cost Per Action)** - koszt 1 wykonanej przez odbiorcę Reklamy akcji,
 - 1.5. **CPL (Cost Per Lead)** - koszt 1 dostarczonego klienta, tzw. *lead'u*,
 - 1.6. **CPD (Cost Per Download)** - koszt pobrania 1 aplikacji,lub w inny sposób uzgodniony ze Zleceniodawcą, co dotyczy w szczególności realizowania przez MediaFarm akcji niestandardowych.

2. Model rozliczenia i kalkulacja wynagrodzenia MediaFarm z uwzględnieniem ewentualnych rabatów znajduje się w Zleceniu.
3. Zleceniodawca jest zobowiązany do zapłacenia całości wynagrodzenia za realizację Kampanii Reklamowej nie później niż **do 3. Dnia Roboczego poprzedzającego rozpoczęcie Kampanii Reklamowej** lub na innych zasadach uzgodnionych i zaakceptowanych przez MediaFarm w Zleceniu. Zleceniodawca dokonuje płatności na podstawie faktury/faktury pro forma wystawionej przez MediaFarm i przesłanej drogą elektroniczną.
4. Kampania Reklamowa prowadzona przez MediaFarm w danym miesiącu kalendarzowym jest rozliczana na początku następnego miesiąca. W przypadku emisji Kampanii Reklamowych trwających dłużej niż miesiąc MediaFarm wystawi faktury za miesięczne okresy rozliczeniowe, tj. na początku miesiąca następującego po każdym kolejnym miesiącu kalendarzowym trwania Kampanii Reklamowej (w proporcjach do świadczeń dostarczonych przez MediaFarm w danym miesiącu kalendarzowym trwania Kampanii Reklamowej), chyba że uzgodniony zostanie ze Zleceniodawcą inny okres rozliczeniowy.
5. **Płatność za fakturę powinna zostać dokonana w terminie określonym w Zleceniu.**
6. W przypadku niezapłacenia faktury w terminie określonym w Zleceniu, MediaFarm jest uprawnione do naliczenia odsetek ustawowych za opóźnienie.
7. Niezapłacenie w terminie faktury może być podstawą do wstrzymania realizacji Kampanii Reklamowej albo odstąpienia MediaFarm od realizacji innych Zleceń emisji Kampanii Reklamowych Zleceniodawcy, przy czym nie rodzi to obowiązków odszkodowawczych dla MediaFarm z tytułu niewykonania umowy (Zlecenia) ani obowiązku zwrotu należności za nie zrealizowaną część Zlecenia/Zleceń.
8. Wynagrodzenie MediaFarm określone na Zleceniu nie uwzględnia podatku VAT. Wszystkie koszty związane z obowiązującymi w Polsce przepisami podatkowymi są pokrywane przez Zleceniodawcę.
9. Rozliczenie Kampanii Reklamowej nastąpi na podstawie odczytów z AdServera. MediaFarm udostępni Zleceniodawcy zrzuty z AdServera zawierające rezultaty zamówionej przez niego Kampanii Reklamowej. Podstawą oceny poziomu realizacji emisji Reklam są dane pochodzące z AdServera MediaFarm, chyba że inne są uzgodnienia ze Zleceniodawcą.
10. Po realizacji Kampanii Reklamowej MediaFarm wystawi Zleceniodawcy fakturę VAT i prześle drogą elektroniczną, na co Zleceniodawca niniejszym wyraża zgodę.

V. REZYGNACJA Z KAMPANII REKLAMOWEJ

1. Zleceniodawca jest uprawniony do **rezygnacji z Kampanii Reklamowej** na następujących zasadach:
 - 1.1. w razie rezygnacji z Kampanii Reklamowej w okresie do 10 dni przed planowanym rozpoczęciem emisji – MediaFarm ma prawo zażądać, a Zleceniodawca zobowiązany jest zapłacić kwotę odpowiadającą równowartości 20% wynagrodzenia brutto zastrzeżonego w Zleceniu,
 - 1.2. w razie rezygnacji z Kampanii Reklamowej w okresie od 9. do 4. dnia poprzedzającego rozpoczęcie emisji zgodnie ze Zleceniem – MediaFarm ma prawo zażądać, a Zleceniodawca zobowiązany jest zapłacić kwotę odpowiadającą równowartości 40% wynagrodzenia brutto zastrzeżonego w Zleceniu,
 - 1.3. w razie rezygnacji z Kampanii Reklamowej w okresie od 3. dnia do dnia poprzedzającego rozpoczęcie emisji zgodnie ze Zleceniem – MediaFarm ma prawo zażądać, a Zleceniodawca zobowiązany jest zapłacić kwotę odpowiadającą równowartości 60% wynagrodzenia brutto zastrzeżonego w Zleceniu,
 - 1.4. w razie rezygnacji z Kampanii Reklamowej w czasie przewidzianym na jej realizację (tj. począwszy od dnia przewidzianego na rozpoczęcie Kampanii Reklamowej) - Zleceniodawca zobowiązany jest do zapłacenia wynagrodzenia za zrealizowaną część Kampanii Reklamowej, a MediaFarm ma prawo zażądać, a Zleceniodawca zobowiązany jest zapłacić kwotę odpowiadającą równowartości 80% wynikającej ze Zlecenia wynagrodzenia brutto za nierealizowaną część Kampanii Reklamowej.

2. W przypadku rezygnacji przez Zleceniodawcę z części Kampanii Reklamowej określonej w Zleceniu, kary umowne wymienione w pkt 1 powyżej odnoszą się do wartości anulowanej części Zlecenia.
3. Oświadczenie o rezygnacji w całości lub w części z Kampanii Reklamowej wymaga zachowania formy pisemnej i przeprowadzenia procedury jak dla składania Zlecenia, opisanej w pkt III ust. 2-4 Regulaminu. Brak dostarczenia oświadczenia o rezygnacji w takiej formie uprawnia MediaFarm do kontynuowania przygotowywania Kampanii Reklamowej lub kontynuowania jej realizacji.
4. MediaFarm zastrzega sobie prawo do odmowy lub wstrzymania emisji Kampanii Reklamowej bez ponoszenia z tego powodu odpowiedzialności odszkodowawczej w uzasadnionych przypadkach, w szczególności jeżeli:
 - 4.1. Zleceniodawca nie zapłacił należności za Kampanię Reklamową w wysokości i terminie określonym w Zleceniu;
 - 4.2. w ocenie MediaFarm treść Kampanii Reklamowej jest sprzeczna z prawem, zasadami współzycia społecznego, narusza prawa osób trzecich bądź jest sprzeczna z interesem MediaFarm;
 - 4.3. na mocy umów zawartych z podmiotami trzecimi MediaFarm nie jest władny do wyemitowania Kampanii Reklamowej lub jeżeli Kampania Reklamowa promuje podmioty konkurencyjne względem MediaFarm;

VI. REKLAMACJE

1. Zleceniodawca jest uprawniony do zgłaszania reklamacji do MediaFarm, jeżeli Kampania Reklamowa została zrealizowana w sposób niezgodny ze Zleceniem. Wszelkie uzasadnione reklamacje Zleceniodawca jest zobowiązany zgłosić e-mailem na adres: mediafarm@mediafarm.pl w Dniu Roboczym następującym po dniu zauważenia niezgodności realizowanej Kampanii Reklamowej ze Zleceniem.
2. Reklamacje rozpatruje MediaFarm. O wyniku postępowania reklamacyjnego Zleceniodawca zostanie powiadomiony w ciągu 21 Dni Roboczych od dnia zgłoszenia reklamacji. Roszczenia Zleceniodawcy wynikające z niezgodności Kampanii Reklamowej ze Zleceniem w żadnym wypadku nie mogą przekroczyć wynagrodzenia określonego w Zleceniu.
3. Zgłoszenie reklamacji nie zwalnia Zleceniodawcy z obowiązku uiszczania bieżących płatności, w tym płatności z tytułu świadczonych przez MediaFarm usług.
4. Brak zgłoszenia reklamacji w terminie przewidzianym w ust. 1. powyżej powoduje utratę przez Zleceniodawcę prawa do podnoszenia wobec MediaFarm zarzutów dotyczących niezgodności zrealizowanej Kampanii Reklamowej ze Zleceniem i zobowiązuje Zleceniodawcę do zapłacenia wynagrodzenia w wysokości określonej w Zleceniu.

VII. POUFNOŚĆ

1. W ramach współpracy z MediaFarm, Zleceniodawca otrzyma dostęp do poufnych informacji dotyczących MediaFarm, w szczególności zastrzeżonych danych i innych informacji związanych z działalnością prowadzoną przez MediaFarm oraz do cen i kalkulacji wynagrodzenia MediaFarm, które stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa MediaFarm w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn. Dz. U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503, z późn. zm.). Zleceniodawca zobowiązuje się do niewykorzystywania informacji, o których mowa powyżej, w prowadzonej przez nie działalności innej aniżeli współpraca z MediaFarm (**obowiązek zachowania poufności**). Zarówno podczas współpracy, jak i po jej zakończeniu, Zleceniodawca będzie traktować te informacje jako ściśle poufne i nie

- będzie ich wykorzystywać, publikować lub ujawniać żadnej osobie trzeciej, bez uprzedniej pisemnej zgody MediaFarm.
2. Zleceniodawca jest zobowiązany do zachowania w poufności wszystkich informacji, o których mowa w ust. 1 powyżej, bez względu na to, czy zostały oznaczone, jako „poufne”, chyba że są to informacje powszechnie znane i dostępne publicznie, informacje, co do których uzyskano pisemną zgodę MediaFarm na ich ujawnienie, lub informacje, których ujawnienie wobec uprawnionych podmiotów jest wymagane decyzją lub orzeczeniem wydanym zgodnie z przepisami prawa.
 3. Zleceniodawca oświadcza, że gwarantuje takie same zasady poufności ze strony swoich pracowników, współpracowników i podwykonawców, którzy w związku z wykonaniem Zlecenia mają lub będą mieli dostęp do informacji, o których mowa w ust. 1 i 2 powyżej.
 4. Postanowienia niniejszego punktu obowiązują w trakcie trwania Zlecenia oraz 5 lat po jego zakończeniu.

VIII. ODPOWIEDZIALNOŚĆ

1. Zleceniodawca i MediaFarm ponoszą odpowiedzialność za niewykonanie lub nienależyte wykonanie Zlecenia według przepisów ogólnych prawa polskiego, chyba że w niniejszym Regulaminie zasady odpowiedzialności są uregulowane odmiennie. W takim przypadku odpowiedzialność za niewykonanie lub nienależyte wykonanie tychże zobowiązań według przepisów ogólnych jest wyłączona.
2. Zleceniodawca jest wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie, iż jest uprawniony do złożenia Zlecenia na Kampanię Reklamową oraz że realizacja Kampanii Reklamowej przez MediaFarm w Serwisach nie naruszy jakichkolwiek praw osób trzecich. W szczególności Zleceniodawca zapewnia, że w zakresie zleconej Kampanii Reklamowej przysługują mu wszelkie prawa, w szczególności na dobrach niematerialnych oraz że nie zostaną naruszone prawa osób trzecich.
3. Za treść i formę Materiałów Reklamowych i Kampanii Reklamowej odpowiada Zleceniodawca. W żadnym wypadku za treść i formę Materiałów Reklamowych/Kampanii Reklamowej nie odpowiada MediaFarm.
4. Zleceniodawca odpowiada za wszelkie szkody mogące powstać na skutek realizacji Kampanii Reklamowej. Zleceniodawca odpowiada za wszelkie naruszenia praw osób trzecich powstałe również w inny sposób, aniżeli poprzez samą realizację Kampanii Reklamowej, w szczególności poprzez naruszenie praw do dóbr niematerialnych tych osób, a w przypadkach zgłaszania roszczeń przez osoby trzecie bezpośrednio do MediaFarm, Zleceniodawca jest zobowiązany zwolnić MediaFarm od odpowiedzialności i zaspokoić te roszczenia oraz zrekompensować MediaFarm w całości ewentualną szkodę z tego tytułu. Zleceniodawca naprawi wszelkie szkody wyrządzone MediaFarm w związku z realizacją Kampanii Reklamowej (włącznie z kosztami procesu lub innego postępowania prawnego oraz z innymi uzasadnionymi wydatkami poniesionymi w związku z roszczeniami osób trzecich).
5. MediaFarm nie ponosi jakiegokolwiek odpowiedzialności za ewentualne szkody spowodowane odmową realizacji Kampanii Reklamowej, czy też odmową świadczenia usług reklamowych. Powyższe dotyczy także odmowy wykonania usług reklamowych bez podania przyczyn.
6. Wszelkie opóźnienia Zleceniodawcy w wykonaniu ciężących na nim obowiązków, w szczególności opóźnienia płatności lub w dostarczeniu odpowiednich Materiałów Reklamowych koniecznych dla realizacji Kampanii Reklamowej, a także inne przypadki postępowania w sposób niezgodny z postanowieniami Zlecenia i niniejszego Regulaminu, zwalniają MediaFarm od odpowiedzialności za szkody wynikłe z tego tytułu.
7. MediaFarm nie ponosi odpowiedzialności za przerwy w realizacji Kampanii Reklamowej wynikające z przyczyn technicznych, w szczególności dotyczących Serwisów, na których jest emitowana Kampania Reklamowa, dotyczących AdServera lub serwisów hostingowych, z których korzysta Mediafarm. Niezwłocznie po ustaniu przyczyn powodujących przerwę, realizacja Kampanii Reklamowej zostanie wznowiona. Mediafarm dołoży

wszelkich starań, aby przerwy w realizacji Kampanii Reklamowej oraz w świadczeniu innych usług reklamowych występowały możliwie rzadko.

- MediaFarm odpowiada za szkody wynikłe w związku z realizacją Kampanii Reklamowej wyłącznie w przypadku, gdy są one następstwem winy umyślnej MediaFarm i wyłącznie wobec Zleceniodawcy. Odszkodowanie z tytułu szkody wyrządzonej przez Mediafarm nie może przekroczyć wartości wynagrodzenia za wyemitowanie Kampanii Reklamowej zgodnie ze Zleceniem.
- W przypadku zaistnienia przesłanek występujących w pkt IV Regulaminu, Zleceniodawca zapłaci MediaFarm karę umowną na podstawie pisemnego wezwania do zapłaty ze wskazaniem podstawy i przyczyny żądania, przelewem na rachunek bankowy MediaFarm wskazany w wezwaniu w terminie 7 dni od dnia jego doręczenia Zleceniodawcy. W przypadku zapłaty wynagrodzenia za Kampanię Reklamową z góry, kary umowne mogą zostać potrącone przez MediaFarm z zapłaconego wynagrodzenia, na co Zleceniodawca wyraża zgodę. Zapłata przez Zleceniodawcę kar umownych przewidzianych w niniejszym Regulaminie nie wyłącza możliwości żądania przez MediaFarm odszkodowania na zasadach ogólnych.

IX. SIŁA WYŻSZA

- Uznaje się, że MediaFarm nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających ze Zlecenia, jeżeli są one następstwem zdarzeń pozostających poza kontrolą MediaFarm, w tym w szczególności: wybuchu lub groźby wybuchu wojny, strajków lub innych działań protestacyjnych, klęski żywiołowej, pożarów, eksplozji, awarii sieci internetowej lub jej części, sieci energetycznej, awarii systemów komputerowych, awarii dotyczących Serwisów lub innych przejawów, na które MediaFarm nie ma bezpośredniego wpływu.
- W przypadku wystąpienia wyżej wymienionych zdarzeń, MediaFarm zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić o tym Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne dogodnie dla Zleceniodawcy terminy emisji Kampanii Reklamowych.

X. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

- Regulamin wchodzi w życie z dniem 12 kwietnia 2019 roku. Niniejszy Regulamin dostępny jest na stronie internetowej www.mediafarm.pl oraz w siedzibie MediaFarm.
- Wszelkie zmiany niniejszego Regulaminu wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności. Regulamin może zostać zmieniony poprzez opublikowanie nowego Regulaminu oraz informacji o terminie, od którego nowy Regulamin będzie obowiązywał.
- MediaFarm nie ma obowiązku uzgadniania treści i zakresu zmian ze Zleceniodawcą. Zlecenie przez Zleceniodawcę Kampanii Reklamowych po dokonaniu zmian w Regulaminie oznacza akceptację przez Zleceniodawcę nowej treści Regulaminu oraz wprowadzonych w nim zmian. W przypadku, jeżeli istnieją sprzeczne z niniejszym regulaminem wcześniejsze uzgodnienia ze Zleceniodawcą lub jeżeli Zleceniodawca posiada własne regulaminy, w momencie podpisania Zlecenia zostają one zastąpione postanowieniami niniejszego Regulaminu.
- Wszystkie Zlecenia, do których zastosowanie ma niniejszy Regulamin, podlegają prawu polskiemu. W sprawach nieuregulowanych w Regulaminie zastosowanie mają przepisy obowiązującego prawa polskiego.
- Sądem właściwym do rozstrzygania sporów pomiędzy Zleceniodawcą a MediaFarm jest sąd w Warszawie właściwy według siedziby MediaFarm.



Regulamin świadczenia usług reklamowych MediaFarm

6. Zlecenia dotyczące świadczenia przez MediaFarm usług reklamowych zawarte począwszy od tego dnia podlegają postanowieniom Regulaminu (Regulamin stanowi integralną część Zlecenia).

Zapraszamy do kontaktu!



„Mediafarm” spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa
ul. Grzybowskiej 80/82, 00-844 Warszawa

tel. +48 22 661 53 50

www.mediafarm.pl | mediafarm@mediafarm.pl