



# REGULAMIN EMISJI REKLAM W SERWISACH INTERNETOWYCH

## SPIS TREŚCI

- Rozdział I. Definicje
- Rozdział II. Warunki ogólne
- Rozdział III. Warunki zamieszczania reklam
- Rozdział IV. Warunki płatności
- Rozdział V. Realizacja zamówienia
- Rozdział VI. Reklamacje
- Rozdział VII. Treść reklamy
- Rozdział VIII. Zamieszczanie serwisów lub sekcji specjalnych
- Rozdział IX. Odpowiedzialność Wydawcy
- Rozdział X. Dane osobowe
- Rozdział XI. Postanowienia końcowe

## I. DEFINICJE

Ilekroć w niniejszym dokumencie występują poniżej zdefiniowane pojęcia należy je rozumieć w sposób następujący:

**Regulamin** – niniejszy Regulamin określający warunki zamieszczania reklam w serwisach internetowych Polska Press Sp. z o.o. **Wydawca** – Polska Press Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000002408, NIP 522-01-03-609, REGON 012047699, kapitał zakładowy 42.000.000,00 PLN, telefon: 22 201 41 00, mail: [reklama.warszawa@polskapress.pl](mailto:reklama.warszawa@polskapress.pl)

**Serwis Internetowy** – (inaczej Serwis) jeden z portali lub serwisów internetowych znajdujących się w ofercie Biura Reklamy Wydawcy, przeznaczony do zamieszczania Reklam.

**Serwis Okazjonalny** - 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)

**Reklama** – środki reklamy internetowej przeznaczone do zamieszczenia w Serwisie Internetowym w formie plików gotowych do zamieszczenia w Serwisie Wydawcy o formatach: txt, jpg, gif, gif animowany, flash, html, html5 lub rich media lub innych formach uzgodnionych z Wydawcą.

**Reklamodawca** – osoba fizyczna działająca w ramach prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej zlecająca Wydawcy publikację Reklamy. Reklamodawcą jest również agencja lub inny pośrednik reklamowy działający w imieniu własnym i na rzecz swoich klientów, jeżeli jest osobą fizyczną działającą w ramach prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej, osobą prawną lub jednostką organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej.

**Zamówienie** – pisemne zlecenie zamieszczenia Reklamy w Serwisie Wydawcy, składane przez Reklamodawcę na specjalnym formularzu przygotowanym przez Wydawcę i dostępnym w Biurze Reklamy Wydawcy. Złożenie Zamówienia po złożeniu na nim

również podpisu przez przedstawiciela Wydawcy, jest równoznaczne z zawarciem umowy o zamieszczenie Reklamy przez Wydawcę. Zamówienie zawiera przedmiot zamówienia (rodzaj Reklamy), okres jej emisji, datę rozpoczęcia emisji, wynagrodzenie Wydawcy. **Regulamin Serwisu** – oznacza regulamin odpowiedniego Serwisu Internetowego, zawierający ogólne warunki, na jakich świadczone są usługi publikacji Reklam w tym Serwisie Internetowym.

**Odśłona** – Oznacza zapisanie w statystykach Adserwera Wydawcy informacji o wysłaniu do Użytkownika Reklamy, celem wyświetlenia danej formy reklamowej w Serwisie.

**Specyfikacja techniczna** – informacja o warunkach technicznych, jakie powinny spełniać Reklamy, aby mogły zostać zamieszczone na danym Serwisie Internetowym, dostępna w Internecie na stronie <https://polskapress.pl/pl/reklama/cenniki/internet/specyfikacje/techniczna-internet>

**Cennik** – informacja o cenie Reklamy w Serwisach Internetowych, a także o zasadach kalkulacji wartości zamieszczanych Reklam.

**Adserwer** – system emisji reklam serwisów internetowych lub inny system Wydawcy przeznaczony do obliczania ruchu w sieci Internet;

**Użytkownik** – użytkownik Serwisu internauta odwiedzający Serwis;

**Kampania** – emisja Reklamy zgodnie z Zamówieniem.

## II. WARUNKI OGÓLNE

1. Zamieszczanie Reklam w Serwisach Internetowych Wydawcy jest dokonywane w oparciu o Regulamin, Specyfikację techniczną oraz odpowiednie Regulaminy Serwisów.
2. Dostarczenie przez Reklamodawcę podpisanego Zamówienia jest równoznaczne z akceptacją postanowień Regulaminu, Specyfikacji technicznej oraz Regulaminu Serwisu.
3. Wydawca ani jego personel nie ponoszą odpowiedzialności za treść zamieszczanych Reklam oraz skutki ich publikacji dla Reklamodawcy.
4. W przypadku gdyby w wyniku publikacji Reklamy Wydawca poniósł jakiegokolwiek koszty z tytułu roszczeń osób, których prawa (w tym w szczególności dobra osobiste, prawa autorskie, prawa pokrewne, prawa własności przemysłowej, prawa związane z ochroną danych osobowych lub inne) zostały naruszone wskutek publikacji Reklamy z przyczyn innych niż zawinione przez Wydawcę lub przez siłę wyższą, Reklamodawca jest zobowiązany pokryć te koszty w całości łącznie z kosztami postępowań spornych, kosztów zastępstwa procesowego, kosztów finansowych kar administracyjnych i innych wydatków Wydawcy poniesionych w związku z roszczeniami osób trzecich oraz finansowymi karami administracyjnymi nałożonymi przez uprawnione organy. Dotyczy to także przypadków, w których stroną postępowania związanego z treścią lub formą Reklamy będzie pracownik Wydawcy.
5. Reklamodawca jest wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie, że przysługują mu wyłączne i niczym nie obciążone prawa do posługiwania się użytymi w zleconych do publikacji Reklamach informacjami, danymi, w tym danymi osobowymi, utworami,



# REGULAMIN EMISJI REKLAM W SERWISACH INTERNETOWYCH

- wizerunkami, znakami towarowymi, wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej. Złożenie Zamówienia na zamieszczenie danej Reklamy jest równoznaczne z oświadczeniem, że powyższy obowiązek jest spełniony, zaś zlecona Reklama nie jest sprzeczna z prawem, zwyczajami ani zasadami współżycia społecznego.
6. Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia lub odmowy zamieszczenia albo też wstrzymania emisji Reklamy gdy:
    - a. treść lub forma Reklamy jest niezgodna z prawem, zasadami współżycia społecznego lub linią programową Serwisu Internetowego,
    - b. w przypadku zgłoszenia zastrzeżeń przez osobę trzecią lub właściwy organ lub instytucję powołaną do czuwania nad przestrzeganiem zasad etyki mediów lub etyki reklamy,
    - c. wynika to z siły wyższej,
    - d. w przypadku braku zapłaty w terminie wynagrodzenia za zamieszczoną wcześniej Reklamę lub opóźnienia w zapłacie wynagrodzenia.
  7. Lista umieszczona w poprzednim ust. 6 powyżej nie jest zamknięta i stanowi jedynie przykładowe sytuacje, a Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia lub odmowy zamieszczenia albo też wstrzymania emisji Reklamy w każdej sytuacji, bez podania przyczyny i bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu przy czym jeśli przyczyna emisji Reklamy nie leży po stronie Reklamodawcy, Reklamodawcy przysługuje roszczenie o zwrot części ceny za usługę proporcjonalnie do niezrealizowanego okresu emisji.
  8. W przypadku Reklam dotyczących działalności, do której prowadzenia wymagana jest koncesja, zezwolenie, licencja itp. Reklamodawca zobowiązany jest przedstawić, na żądanie Wydawcy, posiadaną przez siebie koncesję, zezwolenie, licencję itp. W przypadku nieprzedłożenia stosownych dokumentów Wydawca odmówi zamieszczenia Reklamy.
  9. Niedostarczenie materiałów reklamowych w terminach określonych w Regulaminie upoważnia Wydawcę do odmowy zamieszczenia Reklamy w terminie ustalonym w Zamówieniu.
- ### III. WARUNKI ZAMIESZCZANIA REKLAM
1. Zamieszczanie Reklam w Serwisie Internetowym dokonywane jest na podstawie Zamówienia opatrzonego czytelnym podpisem i pieczętką Reklamodawcy i podpisanego przez przedstawiciela Wydawcy.
  2. Wydawca będzie zamieszczał gotowe do emisji Reklamy, dostarczone przez Reklamodawcę. Wydawca jest uprawniony do samodzielnego przygotowania Reklam, na zasadach uzgodnionych i zaakceptowanych przez Reklamodawcę.
  3. Wydawca ma prawo odmówić publikacji Reklamy w Serwisie Internetowym lub naliczyć dodatkową opłatę określoną w Cenniku w sytuacji, gdy Reklama nie będzie spełniać warunków określonych w Regulaminie, Specyfikacji Technicznej lub Regulaminie Serwisu lub też Reklamodawca nie dotrzyma terminu doręczenia.
  4. Zamieszczenie Reklamy w Serwisie Internetowym nie oznacza, że Wydawca stwierdził zgodność Reklamy z Regulaminem, Specyfikacją techniczną lub Regulaminem Serwisu.
  5. Przekazując Reklamy Reklamodawca upoważnia Wydawcę do dokonania ewentualnych drobnych modyfikacji Reklamy przed jej zamieszczeniem w Serwisie Internetowym, koniecznych do prawidłowego wyświetlenia Reklamy.
  6. Przeniesienie przez Reklamodawcę uprawnień wynikających z Zamówienia może nastąpić wyłącznie po uprzednim powiadomieniu Wydawcy i uzyskaniu jego zgody, wyrażonej w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
  7. Rezygnacja z całości lub części Zamówienia, skutkująca odstąpieniem od umowy na realizację Kampanii w odnośnej części, może być dokonana w formie pisemnej, pod rygorem nieważności według następujących zasad:
    - a. w okresie do 30 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Kampanii - bez ponoszenia opłat z tytułu odstępnego;
    - b. w okresie od 29 do 15 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Kampanii - po uiszczeniu odstępnego w wysokości 20% opłaty brutto należnej za niezrealizowaną część Zamówienia;
    - c. w okresie od 14 do 4 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Kampanii - po uiszczeniu odstępnego w wysokości 40% opłaty brutto należnej za niezrealizowaną część Zamówienia;
    - d. w okresie od 3 do 1 dnia poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Kampanii - po uiszczeniu kary umownej w wysokości 60% opłaty brutto należnej za niezrealizowaną część Zamówienia;
    - e. w trakcie emisji Kampanii - po uiszczeniu odstępnego w wysokości 80% opłaty brutto należnej za niezrealizowaną część Zamówienia;
    - f. w przypadku Zamówień dotyczących Serwisów lub innych usług tworzonych specjalnie na potrzeby Reklamodawcy - po uiszczeniu odstępnego w wysokości stanowiącej równowartość wszelkich faktycznych kosztów brutto poniesionych przez Wydawcę w związku z realizacją Zlecenia do momentu złożenia oświadczenia o odstąpieniu;
    - g. w przypadku Zamówień dotyczących obecności reklamowej na Serwisach okazjonalnych:
      - w okresie do 90 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Kampanii bez ponoszenia opłat z tytułu odstępnego;
      - w okresie od 89 do 1 dnia poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Kampanii po uiszczeniu odstępnego w wysokości 80% opłaty brutto należnej za niezrealizowaną część Zamówienia.
  8. Za datę rozpoczęcia realizacji Zamówienia uważa się wyemitowanie pierwszej Reklamy spośród wszystkich Reklam objętych danym Zamówieniem, niezależnie od tego, ile etapów emisji Reklam przewidziano w Zamówieniu.
  9. W przypadku produktów obejmujących emisje stałe (FF) Wydawca zastrzega sobie prawo do wyłączenia z miejsc emisji



# REGULAMIN EMISJI REKLAM W SERWISACH INTERNETOWYCH

wybranych, nieistotnych zasięgowo, obszarów serwisów. W tym, w szczególności, niektórych subdomen lokalnych z domeny Naszemiasto.pl, fragmentów serwisów przypisanych do danej kategorii i innych stron o łącznej powierzchni nie przekraczającej 5% zasięgu danej emisji. Emisje stałe w standardzie nie obejmują także swoim zasięgiem miejsc wykluczonych reklamowo czyli bez zapiętej siatki reklamowej np. artykułów sponsorowanych czy stron z plebiscytami.

10. Wydawca informuje, iż publikacja reklamy na stronie w oknie przeglądarki internetowej użytkownika lub w aplikacji użytkownika może nie być zrealizowana z uwagi na czynniki leżące po stronie użytkownika takie jak np. stosowanie programów ograniczających publikację reklam (adblock itp.) bądź przeglądarek internetowych ograniczających wyświetlanie reklam.

## IV. WARUNKI PŁATNOŚCI

1. Za zamieszczenie Reklamy Reklamodawca zobowiązany jest zapłacić Wydawcy wynagrodzenie na podstawie wystawionej przez Wydawcę faktury VAT.
2. Podstawą do obliczenia wynagrodzenia jest Cennik obowiązujący w dniu złożenia Zamówienia.
3. Wszystkie ceny podane w Cenniku są cenami netto. Wartość wynagrodzenia należnego Wydawcy będzie odpowiednio powiększona o należny podatek VAT zgodnie z obowiązującymi przepisami.
4. W przypadku Zamówienia dotyczącego Reklamy efektywnościowej (Reklamy zamieszczanej w oparciu o wybrane modele CPA) podstawą do obliczania wysokości należnego Wydawcy wynagrodzenia będą także statystyki dostarczane z Adserwer. Statystyki będą udostępniane przez Wydawcę na życzenie Reklamodawcy.
5. Reklamodawca dokona zapłaty wynagrodzenia przysługującego Wydawcy przed zamieszczeniem Reklamy, przelewem na rachunek bankowy wskazany w Zamówieniu. W uzasadnionych wypadkach Wydawca może wyrazić zgodę na inny termin i formę płatności
6. W przypadku niezapłacenia faktury VAT w terminie w niej wskazanym, Wydawca może naliczać odsetki ustawowe za opóźnienie. Jednocześnie w przypadku opóźnienia płatności, Wydawca zastrzega sobie prawo wstrzymania publikacji Reklamy oraz prawo do zaniechania publikacji Reklamy w całości lub w części.
7. Agencje reklamowe i inni pośrednicy reklamowi działający w imieniu i na rzecz swoich klientów są solidarnie odpowiedzialni z osobami które reprezentują, wobec Wydawcy za regulowanie należności wynikających z przyjętego Zamówienia.

## V. REALIZACJA ZAMÓWIENIA

1. Reklamodawca zobowiązuje się przesłać Wydawcy materiały niezbędne do zamieszczenia Reklamy nie później niż na 3 dni robocze przed planowanym dniem rozpoczęcia emisji, a w

przypadku materiałów formacie w html, rich media lub innym niestandardowym formacie, nie później niż na 5 dni roboczych przed planowanym dniem rozpoczęcia emisji, pod rygorem braku odpowiedzialności Wydawcy za brak realizacji Zamówienia w terminie.

2. Jeżeli Reklama, a w szczególności artykuły sponsorowane wymagają autoryzacji przez Reklamodawcę, Reklamodawca zobowiązuje się przesłać pisemne jej potwierdzenie, nie później niż na 1 dzień roboczy przed planowaną datą publikacji Reklamy, pod rygorem braku odpowiedzialności Wydawcy za brak realizacji Zamówienia w terminie.
3. W przypadku, gdy Reklamodawca nie dostarczy materiałów reklamowych niezbędnych do zamieszczenia Reklamy w terminie określonym w Regulaminie, Wydawca jest uprawniony do niezrealizowania części lub całości Zamówienia bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu. Wydawca nie jest zobowiązany do zwrotu wynagrodzenia za niezrealizowaną część lub całość Zamówienia.
4. Jeżeli z powodu nie dostarczenia przez Reklamodawcę materiałów niezbędnych do zamieszczenia Reklamy w terminie określonym w Regulaminie, Zamówienie nie zostało zrealizowane w całości lub części, za zgodą Wydawcy, może zostać odpowiednio wydłużony czas realizacji Zamówienia lub Reklamodawca może wykorzystać pozostałą liczbę emisji Reklamy w kolejnym Zamówieniu.
5. W trakcie realizacji Zamówienia i po jego zakończeniu, Wydawca może udostępnić na życzenie Reklamodawcy dane ze statystykami dotyczącymi liczby zrealizowanych Odslon.
6. Ocena realizacji kampanii reklamowej, w tym w szczególności ilość emisji poszczególnych form reklamowych dokonywana będzie w oparciu o dane generowane przez Adserwer Wydawcy, chyba że istnieją odrębne zapisy umowne pomiędzy Wydawcą, a Reklamodawcą stanowiące inaczej. W przypadku kiedy ocena realizacji kampanii reklamowej odbywa się na podstawie danych generowanych przez system pomiarowy po stronie Reklamodawcy, Reklamodawca zobowiązuje się do dostarczenia Wydawcy dostępu do tych danych w formie umożliwiającej bieżący monitoring realizacji kampanii (dostęp on-line lub raporty generowane automatycznie przesyłane pocztą e-mail).

## VI. REKLAMACJE

1. Wszelkie reklamacje dotyczące nienależytego zrealizowania Zamówienia należy składać Wydawcy w formie pisemnej w terminie do 14 dni od dnia zamieszczenia Reklamy, z zastrzeżeniem ust. 2 poniżej, przy czym decydujące znaczenie ma data wpływu reklamacji do Wydawcy. Reklamacja powinna zawierać informację na temat rodzaju uchybienia oraz jego opis wraz z uzasadnieniem.
2. Reklamacje nie złożone w formie pisemnej lub złożone po wyznaczonym terminie nie będą rozpatrywane, na co Reklamodawca wyraża zgodę. Niezłożenie reklamacji w terminie określonym w Regulaminie jest jednoznaczne z uznaniem, że Reklama została zamieszczona prawidłowo i zgodnie ze



# REGULAMIN EMISJI REKLAM W SERWISACH INTERNETOWYCH

złożonym Zamówieniem. Postanowienia niniejszego ustępu nie dotyczą Reklamodawców będących konsumentami.

3. W przypadku uwzględnienia przez Wydawcę reklamacji, Wydawca podejmie niezbędne działania celem usunięcia uchybień w zamieszczonej Reklamie.
4. Wycofanie Reklamy lub jej poprawne zamieszczenie nastąpi w pierwszym możliwym terminie, uzależnionym od możliwości technicznych Wydawcy i w terminie ustalonym z Reklamodawcą.
5. Wydawca dokłada starań, aby reklamy emitowane przez Wydawcę były dostępne dla użytkowników popularnych przeglądarek internetowych, systemów operacyjnych, typów komputerów oraz typów połączeń internetowych. Jednakże Wydawca nie gwarantuje i nie odpowiada za to, że każda kombinacja tych czynników umożliwi dostęp i zapoznanie się z reklamą lub jej poszczególnymi elementami. Brak wyświetleń Reklamy wynikający ze wskazanych wcześniej czynników nie może być podstawą do reklamacji dla Reklamodawcy.

## VII. TREŚĆ REKLAMY

1. Reklamy nie mogą naśladować ani symulować elementów stron internetowych, na których będą emitowane i powinny być łatwo rozpoznawalne jako reklamy. Wszelkie odstępstwa od tej zasady wymagają każdorazowo zgody Wydawcy.- Wydawca jest uprawniony do oznaczania Reklam w sposób zapewniający ich jednoznaczną identyfikację i rozpoznawalność jako materiał reklamowy. W szczególności Wydawca jest uprawniony do dodatkowego oznaczania Reklam słowami: "reklama", "ogłoszenie płatne", "link sponsorowany" lub innymi równoznacznymi słowami, jak również do zamieszczania danych umożliwiających identyfikację Reklamodawcy poprzez użycie określeń typu: "sponsor (...)", "sponsor serwisu/konkursu (...)", "partner serwisu (...)", "artykuł powstał przy współpracy z (...)", itp.
2. Reklama nie może zawierać badania statystycznego ani ankiet, nie może też w żaden sposób zachęcać do wzięcia udziału w badaniu. Wszelkie odstępstwa od tej zasady wymagają każdorazowo zgody Wydawcy, wyrażonej przed zamieszczeniem Reklamy.
3. 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. Reklamy muszą być przygotowane zgodnie ze Specyfikacją Techniczną.

## VIII. ZAMIESZCZANIE SERWISU LUB SEKCJI SPECJALNEJ.

1. W przypadku gdy Reklamodawca zleci Wydawcy zamieszczenie serwisu lub sekcji specjalnej zawierającej materiały reklamowe, strony te pozostają własnością Wydawcy. Serwis lub sekcja specjalna może być zamieszczona, jeżeli spełnia następujące warunki:
  - a. powinna zostać zaprojektowana zgodnie z zasadami „User experience”,

- b. nie może wpływać na funkcjonowanie Serwisu Internetowego i jego architekturę,
  - c. musi zachować ogólny kształt i ideę plastyczną Serwisu Internetowego,
  - d. powinna zawierać dane umożliwiające identyfikację Reklamodawcy,
  - e. znaki wodne oraz tapety dopuszczalne mogą zostać zamieszczone tylko poza obszarem treściowym strony internetowej,
2. Wydawca jest uprawniony do dokonywania ewentualnych zmian w serwisach lub sekcjach specjalnych bez zgody Reklamodawcy jeżeli dotyczą one infrastruktury i w przypadku kiedy nie mają one wpływu na treści i materiały zakupione przez Reklamodawcę.

## IX. ODPOWIEDZIALNOŚĆ WYDAWCY

1. Wydawca nie odpowiada za przerwy w wyświetlaniu Reklam, bądź przerwy w działaniu Serwisów Internetowych, wynikłe z niezależnych od Wydawcy przyczyn. W takich przypadkach Reklamodawca otrzyma dodatkowy czas emisji Reklamy równy okresowi, w którym jego Reklama nie była wyświetlana. Z tego tytułu Reklamodawcy nie przysługują żadne roszczenia względem Wydawcy.
2. Odszkodowanie z tytułu szkody wyrządzonej Reklamodawcy przez Wydawcę nie może przekroczyć wartości wynagrodzenia za emisję Reklamy zgodnie z Zamówieniem. Wydawca nie odpowiada z tytułu utraconych korzyści.

## X. DANE OSOBOWE

1. Informacje na temat przetwarzania danych osobowych Reklamodawcy w wykonaniu przepisów Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych), znajdują się w załączniku nr 1 do niniejszego Regulaminu.
2. Informacje na temat przetwarzania danych osobowych Reklamodawców, których Reklama zamieszczana jest w konkretnym Serwisie Internetowym znajdują się również w odpowiednim regulaminie tego serwisu lub w odnośnej polityce prywatności.

## XI. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Reklamodawca z wyjątkami opisanymi w Regulaminie odpowiada za wykonanie Zlecenia zgodnie z jego treścią, nie świadczy usług posprzedażnych ani nie udziela gwarancji.
2. Regulamin obowiązuje od dnia 13.03.2017 r.
3. Zmiany treści Regulaminu wchodzi w życie z dniem powiadomienia Reklamodawców o zmianach przez publikację na





# REGULAMIN EMISJI REKLAM W SERWISACH INTERNETOWYCH

stronie Internetowej [www.polskapress.pl](http://www.polskapress.pl). Zmiany regulaminu nie dotyczą realizacji Zamówień złożonych przed zmianą.

4. Spory związane z realizacją Zamówień będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla adresu siedziby wydawcy, aktualny w chwili wniesienia pozwu.

## Załącznik nr 1 do Regulaminu Emisji Reklam Pionu Internet

### KLAUZULA INFORMACYJNA W ZAKRESIE PRZETWARZANIA DANYCH OSOBOWYCH

**Realizując obowiązek wynikający z Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/45/WE (dalej: „RODO”), informujemy, że:**

1. Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest spółka **Polska Press sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie** (02-672 Warszawa), ul. Domaniewska 45 (dalej: „my” lub „Polska Press”), wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000002408.

2. W trosce o bezpieczeństwo danych, szanując prywatność i zapewniając dostęp do szczegółowych informacji, o tym jak przetwarzamy dane osobowe, powołałmy Inspektora Ochrony Danych, z którym można się skontaktować pod adresem e-mail: [iod@polskapress.pl](mailto:iod@polskapress.pl). Z Inspektorem Ochrony Danych można skontaktować się także pisemnie na adres siedziby Polska Press, wskazany w ust. 1, z dopiskiem „Inspektor Ochrony Danych”.

3. W zależności od charakteru prowadzonej współpracy Pani/Pana dane osobowe pozyskujemy bezpośrednio od Pani/Pana, bądź za pośrednictwem innego podmiotu/osoby. Państwa dane możemy również pozyskać ze źródeł powszechnie dostępnych, takich jak: KRS, CEIDG, baza GUS, Panorama Firm, książki telefoniczne. W przypadku, gdy jest Pan/Pani członkiem organu, pełnomocnikiem lub osobą kontaktową (pracownikiem, współpracownikiem) podmiotu współpracującego lub zamierzającego współpracować z Polska Press, to Pani/Pana dane osobowe zostały nam przekazane przez ten podmiot i stanowią, w zależności od rodzaju współpracy, dane niezbędne do reprezentacji przedsiębiorcy, dane kontaktowe, dane zawarte w posiadanych przez Panią/Pana dokumentach potwierdzających umocowanie do reprezentacji, uprawnienia lub doświadczenie. W przypadku, gdy jesteście Państwo współnikami spółki cywilnej albo osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą, to co do zasady Państwa dane osobowe pozyskujemy bezpośrednio od Państwa w ramach nawiązania oraz prowadzenia współpracy. Państwa dane osobowe mogą zostać również przekazane Administratorowi przez osobę nabywającą nasze usługi na Państwa rzecz (np. w ramach wykupienia ogłoszenia czy reklamy), bądź mogą zostać udostępnione Administratorowi w materiałach przekazywanych nam przez zamawiającego do publikacji.

4. Pani/Pana dane osobowe mogą być przetwarzane przez Polska Press, w zależności od rodzaju współpracy, w następujących celach:

a. podjęcia działań zmierzających do zawarcia umowy z Polska Press oraz jej realizacji (w przypadku, gdy to Pani/Pan jesteście lub będziecie stroną umowy, jako osoba fizyczna nieprowadząca działalności gospodarczej, osoba prowadząca

jednoosobową działalność gospodarczą lub jako współnik spółki cywilnej);

b. podjęcia działań zmierzających do zawarcia umowy, zawarcia umowy oraz realizacji umowy z Polska Press, której stroną jest lub będzie podmiot, który Pan/Pani reprezentuje (jako reprezentant, przedstawiciel, pełnomocnik lub osoba wyznaczona do kontaktu i realizacji umowy);

c. realizacji umowy pomiędzy Polska Press a osobą/podmiotem, który przekazał nam Pani/Pana dane osobowe w ramach udostępnionych do publikacji materiałów (np. jeśli Pani/Pana dane osobowe zawarte są w ogłoszeniu, którego opublikowanie w naszych mediach zleciła nam osoba trzecia);

d. wypełnienia obowiązków prawnych ciążących na Polska Press, wynikających z obowiązujących przepisów prawa - w szczególności przepisów podatkowych i rachunkowych oraz obowiązków wynikających ze specyfiki realizowanej umowy, w tym w celu zarchiwizowania dokumentacji finansowej;

e. weryfikacji poprawności i aktualności Pani/Pana danych, wiarygodności kontrahentów Polska Press lub osób powiązanych z kontrahentem, w tym badania historii biznesowej, sytuacji prawnej, finansowej kontrahenta w celu ochrony interesów ekonomicznych i prawnych Polska Press; weryfikacji oświadczeń złożonych przez Panią/Pana bądź reprezentowany przez Panią/Pana podmiot, w tym potwierdzenia posiadanych uprawnień do reprezentacji oraz kwalifikacji osób wskazanych do realizacji umowy; wydania pełnomocnictw; kontroli należytego wykonania i rozliczenia umowy oraz zachowania zasad poufności i BHP;

e. obsługi, dochodzenia i obrony w razie zaistnienia roszczeń, w tym roszczeń pomiędzy Polska Press a Panią/Panem lub pomiędzy Polska Press a reprezentowanym przez Panią/Pana podmiotem oraz realizacji pozasądowych procesów rozwiązywania sporów;

f. dbałości o bezpieczeństwo Polska Press przed nadużyciami i nieprawidłowościami, w tym wykrywania nadużyć oraz zapobiegania nadużyciom, zapobiegania konfliktom interesów w procesach biznesowych;

g. nawiązywania lub utrzymywania relacji biznesowych, w tym prowadzenia bieżącej korespondencji lub kontaktów telefonicznych;

h. rozpatrywania reklamacji i zgłoszeń dotyczących naszej współpracy;

i. marketingu bezpośredniego produktów lub usług własnych Polska Press lub podmiotów trzecich, polegającego m.in. na informowaniu o różnych wydarzeniach (eventach), wysłaniu spersonalizowanych ofert i treści w zakresie dotyczącym działalności i oferowanych przez nas lub naszych partnerów produktów i usług;

j. badaniu satysfakcji i opinii klientów;

k. poprawiania jakości świadczonych przez Polska Press usług oraz podejmowania działań naprawczych;

l. realizacji wewnętrznych procesów biznesowo-administracyjnych w ramach GK ORLEN;

m. zapewnienia realizacji procesów archiwizacyjnych;

n. przesyłania informacji handlowych drogą elektroniczną (e-mail), telefonicznie oraz za pośrednictwem wiadomości SMS, MMS, jak również przy pomocy komunikatorów internetowych (w przypadku uzyskania stosownej zgody).

5. Podstawą prawną przetwarzania przez Polska Press Pani/Pana danych osobowych, w zależności od rodzaju współpracy, w celach wskazanych w ust. 4 powyżej jest:

a. niezbędność przetwarzania danych do realizacji umowy lub podjęcia działań na żądanie osoby, której dane dotyczą przed zawarciem umowy (art. 6 ust. 1 lit. b RODO) (w zakresie celów przetwarzania określonych w ust. 4 lit. a) powyżej), w przypadku, gdy to Pani/Pan jest stroną umowy);

b. prawnie uzasadniony interes Polska Press (zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. f RODO) polegający na umożliwieniu prawidłowego i efektywnego wykonywania umowy pomiędzy Polska Press a



# REGULAMIN EMISJI REKLAM W SERWISACH INTERNETOWYCH

Państwem lub reprezentowanym przez Państwa podmiotem (w zakresie celów przetwarzania określonych w ust. 4 lit. b)-c) oraz lit. e)-m) powyżej);

c. wypełnianie obowiązków prawnych (zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. c RODO) ciężących na Polska Press (w zakresie celów przetwarzania określonych w ust. 4 lit. d) powyżej);

d. udzielona na przez Panią/Pana zgoda dla celu wskazanego w pkt. 4 lit. n) na przedstawianie informacji handlowych i marketingowych na temat naszych towarów lub usług bądź towarów i usług naszych partnerów, za pomocą telekomunikacyjnych urządzeń końcowych lub automatycznych systemów wywołujących lub za pośrednictwem środków komunikacji elektronicznej (zgodnie z art. 6 ust 1 lit a) RODO).

6. Jeśli przetwarzamy Pani/Pana dane osobowe w celu zawarcia umowy, to podanie przez Pana/Panią danych osobowych jest dobrowolne, lecz niezbędne do nawiązania współpracy, zawarcia i wykonania umowy oraz realizacji celów określonych w pkt. 3 powyżej. W przypadku braku podania danych osobowych wskazanych w umowie (z wyjątkiem adresu e-mail i numeru telefonu) nie będzie możliwe jej zawarcie i realizacja. W przypadku niepodania adresu e-mail oraz numeru telefonu nie będzie możliwy kontakt z Państwem w celu bieżącej obsługi umowy. Podanie danych w celach wynikających z przepisów prawa jest obligatoryjne. Jeśli przetwarzamy Państwa dane osobowe na podstawie art. 6 ust. 1 lit. f RODO (zgodnie z informacjami wskazanymi w ust. 4 powyżej), to podanie Pani/Pana danych osobowych jest nieobowiązkowe – odmowa ich podania albo żądanie usunięcia przetwarzanych przez nas danych (czy też zgłoszenie sprzeciwu wobec ich przetwarzania), będzie skutkowało brakiem możliwości realizacji przez Polska Press celów przetwarzania danych na zasadzie jej prawnie uzasadnionego interesu.

7. Pani/Pana dane osobowe mogą być ujawniane przez Polska Press:

a. podmiotom współpracującym z Polska Press przy realizacji Umowy,

b. Spółkom z GK ORLEN - w przypadku, gdy jest to niezbędne do realizacji celów przetwarzania, o których mowa w ust. 4;

c. podmiotom, którym zlecamy wykonywanie usług związanych z przetwarzaniem danych osobowych, np. naszym podwykonawcom, firmom świadczącym usługi doręczenia korespondencji i przesyłek, rozliczania należności, archiwizacji i niszczenia dokumentacji, usługi ochrony osób i mienia, firmom windykacyjnym, agencjom reklamowym, dostawcom usług IT i narzędzi informatycznych;

d. innym odbiorcom danych – w szczególności naszym doradcom prawnym i podatkowym, audytorom i operatorom pocztowym.

8. Pani/Pana dane osobowe przetwarzane w związku z zawarciem, realizacją i rozliczeniem Umowy będą przetwarzane przez okres jej obowiązywania (w tym także przez okres ważności zobowiązań do zachowania poufności, jeżeli takie zostało zawarte w trakcie naszej współpracy) lub realizacji przysługującego nam na mocy umowy prawa (np. w zakresie licencji). Po upływie tego okresu Polska Press będzie przechowywała Pani/Pana dane osobowe, jeżeli zobowiązana będzie do tego na mocy przepisów prawa, przez okres przewidziany w tych przepisach (np. w związku z obowiązkami podatkowymi/księgowymi) lub w celu realizacji uzasadnionych interesów, w tym do czasu wygaśnięcia wzajemnych roszczeń wynikających z umowy (w przypadku prowadzenia postępowań sądowych okresy te mogą się przedłużyć o czas trwania tych postępowań oraz ich rozliczenia). W przypadku przetwarzania danych na podstawie uzasadnionego interesu, dane przetwarzane są przez okres umożliwiający realizację tego interesu lub do zgłoszenia skutecznego sprzeciwu względem przetwarzania danych. W zakresie działań marketingowych będziemy przetwarzać Państwa dane przez okres w jakim cele wynikające ze zgody lub z

naszego prawnie uzasadnionego interesu pozostają ważne, ale nie dłużej niż do chwili złożenia przez Państwa sprzeciwu albo cofnięcia zgody. Po wskazanym okresie przetwarzania, dane osobowe zostaną usunięte lub poddane anonimizacji.

9. Możemy przetwarzać Pani/Pana dane osobowe w zakresie niezbędnym do zawarcia, realizacji, rozliczenia i kontroli umowy, tj. w szczególności w zakresie: imienia, nazwiska, służbowego adresu e-mail, służbowego numeru telefonu, stanowiska, organizacji, którą Państwo reprezentujecie i jej siedziby, jak również Państwa miejsca pracy, informacje o sposobie realizacji płatności. W przypadku osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą oraz wspólników spółek cywilnych przetwarzamy także NIP oraz informacje o stałym miejscu prowadzenia działalności gospodarczej. Możemy także przetwarzać dodatkowe dane osobowe, obejmujące w szczególności dane osobowe ujawnione na przedstawionym pełnomocnictwie (np. nr PESEL), bądź pozyskane z ogólnodostępnych źródeł, takich jak rejestry publiczne (np. KRS, CEiDG), baza GUS, Panorama Firm, książki telefoniczne. W przypadku, gdy w ramach finalizacji transakcji korzystacie Państwo z serwisu internetowego Administratora, w zakresie posiadanego w nim konta (jako zalogowany użytkownik), to przetwarzamy dodatkowo Państwa dane osobowe powiązane z tym kontem.

10. Przysługują Pani/Pan prawa związane z przetwarzaniem danych osobowych:

a. prawo dostępu do treści swoich danych - w granicach art. 15 RODO,

b. prawo do sprostowania danych osobowych – w granicach art. 16 RODO,

c. prawo do usunięcia danych osobowych – w granicach art. 17 RODO,

d. prawo do ograniczenia przetwarzania – w granicach art. 18 RODO,

e. prawo do przenoszenia danych – w granicach art. 20 RODO,

f. prawo wniesienia sprzeciwu - w przypadku przetwarzania danych osobowych przez Polska Press w celu realizacji prawnie uzasadnionych interesów (tj. w oparciu o art. 6 ust. 1 lit. f) RODO), osoba której dane dotyczą, ma prawo w dowolnym momencie wnieść sprzeciw – z przyczyn związanych z jej szczególną sytuacją. Jeśli podstawą przetwarzania przez nas danych osobowych jest Państwa zgoda, wówczas posiadają Państwo prawo do cofnięcia tej zgody w dowolnym momencie. Cofnięcie zgody nie wpływa jednak na zgodność z prawem przetwarzania przez nas danych osobowych, którego dokonaliśmy na podstawie zgody przed jej cofnięciem.

Żądanie dotyczące realizacji ww. praw może Pani/Pan wysłać na adres poczty elektronicznej: [rodo.zgloszenia@polskapress.pl](mailto:rodo.zgloszenia@polskapress.pl) lub adres siedziby Polska Press wskazany w ust. 1 z dopiskiem „Inspektor Ochrony Danych”.

11. Przysługuje Pani/Panu prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych.

12. W przypadku konieczności przekazania danych poza EOG (co może mieć miejsce w szczególności w ramach korzystania przez Administratora z niezbędnych narzędzi w zakresie IT), zagwarantujemy zastosowanie adekwatnych środków ochrony danych osobowych, w tym m.in.: a) art. 45 ust. 1 RODO – na podstawie decyzji Komisji Europejskiej stwierdzającej odpowiedni poziom ochrony (w przypadku krajów, wobec których została wydana taka decyzja), b) art. 46 ust. 2 lit. c) RODO - na podstawie zawartej umowy o transfer danych, opartej na Standardowych Klauzulach Umownych przyjętych w drodze decyzji przez Komisję Europejską, c) art. 47 RODO - w ramach przyjętych wiążących reguł korporacyjnych. W przypadku przekazania danych poza obszar EOG, przysługuje Państwu prawo do informacji o sposobach uzyskania kopii zabezpieczeń lub o miejscu ich udostępnienia.

13. Pani/Pana dane osobowe nie będą podlegały profilowaniu. Polska Press nie będzie także dokonywać operacji przetwarzania danych w sposób całkowicie zautomatyzowany, które jednocześnie



# REGULAMIN EMISJI REKLAM W SERWISACH INTERNETOWYCH

---

mogłyby prowadzić do wydawania decyzji, wywołujących wobec konkretnej osoby skutki prawne lub w podobny sposób istotnie na nią wpływających.

v.23-08-2022