

Warunki umieszczania reklam na portalu Facebook

Niniejsze warunki umieszczania reklam na portalu Facebook (zwane odtąd „Warunkami” wraz ze Zleceniem Kampanii Reklamowej, podpisane przez obie strony zwane są odtąd „Umową”) są zawierane przez Facebook Inc., spółkę założoną zgodnie z przepisami prawa stanu Delaware (zwaną odtąd „Facebook”) i podpisanym niżej podmiotem (zwanym odtąd „Klientem”).

Artykuł 1 Zlecenia Kampanii Reklamowej

1.1 Zlecenia Kampanii Reklamowej.

Strony mogą okresowo porozumieć się w sprawie przeprowadzenia kampanii reklamowej (zwanej odtąd „Zleceniem Kampanii Reklamowej” lub w skrócie „ZKR”), w ramach której Facebook umieści materiały reklamowe lub inne dostarczone przez Klienta (zwane odtąd „Reklamami Klienta”) na stronach internetowych lub innych elementach mienia (włączając domenę internetową www.facebook.com) zarządzanych przez lub w imieniu spółki Facebook lub podmiotów z nią stowarzyszonych, w tym między innymi wszelkie środki przekazu, urządzenia lub sieci wykorzystywane obecnie lub w przyszłości (zwane odtąd „Usługą”).

Każde ZKR zawierać będzie:

1. pozycję Reklamy Klienta na Usłudze,
2. ilość i rodzaj materiałów reklamowych nabywanych na Usłudze (np. odsłony, kliknięcia, czas trwania lub inne pożądane działania lub metryki, w odniesieniu do Reklam Klienta) (zwane odtąd „Produktami”),
3. opłaty należne za Produkty,
4. maksymalną kwotę pieniężną możliwą do wydatkowania zgodnie z zapisami ZKR (odpowiednio),
5. datę początkową i końcową rzeczony kampanii reklamowej klienta oraz odpowiednio
6. dane identyfikacyjne i informacje kontaktowe jakiegokolwiek mechanizmu tropiącego (zwanego odtąd „Serwerem reklamowym Klienta należącym do osoby trzeciej”). Klient nie będzie mógł korzystać z Serwera reklamowego należącego do osoby trzeciej, jeśli nie zapisał tego w ZKR. Jeśli poczynił stosowny zapis korzystanie takie będzie możliwe tylko zgodnie z obowiązującymi wówczas w spółce Facebook regulacjami dotyczącymi Serwerów reklamowych Klienta należących do osób trzecich. Spółka Facebook podejmie wszelkie uzasadnione ekonomicznie wysiłki w celu zastosowania się do ograniczeń ilości wyświetlania reklam zapisanych w ZKR.

Jeśli w niniejszym punkcie nie zapisano inaczej, spółka Facebook nie będzie związana warunkami lub instrukcjami, zarówno wydrukowanymi jak i zawartymi w formularzach ZKR złożonych w imieniu Klienta, a w przypadku sprzeczności zapisów któregokolwiek



ZKR i niniejszych Warunków, pierwszeństwo będą miały zapisy niniejszych Warunków, z wyłączeniem przypadków, w których ZKR wyraźnie zawiesza, lub zmienia konkretny przepis niniejszych Warunków.

1.2 Data wejścia w życie ZKR i zmiany.

Data wejścia w życie ZKR będzie wcześniejsza spośród następujących dat:

1. podpisanie niniejszych Warunków zarówno przez spółkę Facebook, jak i Klienta, lub
2. wyświetlenie pierwszej Reklamy Klienta, zgodnej z zapisami ZKR złożonych przez Klienta. Z zastrzeżeniem punktu 3.2 zmiany wszelkich złożonych ZKR nie będą miały charakteru wiążącego, chyba że zostaną złożone na piśmie i podpisane przez obie strony.

Artykuł 2 Agencje Reklamowe

W przypadku jeśli Klient jest agencją reklamową lub innym podmiotem reprezentującym Reklamodawcę (zdefiniowanego w punkcie 2.1), wówczas do przeprowadzania ZKR lub umieszczania reklam na portalu Facebook w imieniu Reklamodawcy stosowane będą przepisy niniejszego artykułu.

2.1 Definicja Reklamodawcy.

W zakresie używanym w niniejszej Umowie termin „Reklamodawca” oznacza osobę fizyczną lub prawną, która w imieniu klienta umieszcza Reklamy Klienta na Usłudze i która zawarła Umowę Reklamodawcy (zdefiniowaną w punkcie 2.2 (b)).

2.2 Dodatkowe oświadczenia i gwarancje.

Klient oświadcza gwarantując i zobowiązuje się do:

1. jest upoważnionym przedstawicielem Reklamodawcy i ma prawnie wiążącą legitymację do zawarcia niniejszej Umowy oraz wszelkich ZKR w imieniu Reklamodawcy, podejmowania wszelkich decyzji oraz działań dotyczących rachunków Reklamodawcy (prawa te zwane są odtąd „Prawami Przedstawiciela”).
2. zawarła lub zawarze z Reklamodawcą pisemną umowę (i) w celu uzyskania Praw Przedstawiciela, (ii) wiążącą Reklamodawcę na tak samo korzystnych warunkach dla spółki Facebook jak niniejsza Umowa oraz (iii) w której spółka Facebook będzie osobą trzecią odnoszącą korzyść z umieszczania Reklam Klienta dostarczanych na Usłudze (pisemna Umowa pomiędzy Reklamodawcą i Klientem zawierająca wymogi niniejszego punktu będzie dalej zwana „Umową Reklamodawcy”).
3. bez uprzedniej pisemnej zgody spółki Facebook nie będzie:
 - a. wydawał żadnych oświadczeń, gwarancji, warunków lub rękojmi w odniesieniu do Usługi, lub stwierdzających, iż Klient jest spółką stowarzyszoną z lub zależną od spółki Facebook,
 - b. podejmował jakichkolwiek zobowiązań (na przykład gwarancji umieszczenia



- reklam) na rzecz Reklamodawcy lub potencjalnego Reklamodawcy, przekraczających zobowiązania spółki Facebook zawarte w niniejszej Umowie,
- c. negocjował żadnych warunków związanych z Usługą, które nie będą zgodne z zapisami niniejszej Umowy, lub
 - d. angażował się w sprzedaż telefoniczną lub telemarketing w odniesieniu do Usługi oraz
 - e. będzie wypełniał swoje zobowiązania wynikające z niniejszej Umowy w profesjonalny sposób, zgodnie z wymogami ustalonymi przez spółkę Facebook.

2.3 Umowa Przedstawicielstwa i zakończenie stosunku.

Na wniosek spółki Facebook Klient niezwłocznie przedstawi spółce Facebook każdą właściwą Umowę Reklamodawcy. W przypadku zakończenia stosunku Klienta z Reklamodawcą, Klient wyraża zgodę na zawarcie przez spółkę Facebook umowy bezpośrednio z tym Reklamodawcą, aby umożliwić Reklamodawcy umieszczanie Reklam Klienta na Usłudze i uzyskiwania informacji dotyczących Reklam Klienta umieszczanych w jego imieniu, włączając historię konta i popularności. Klient nie będzie miał już również dostępu do konta Reklamodawcy.

2.4 Dodatkowa Odpowiedzialność.

Bez ograniczania jakichkolwiek pozostałych zapisów niniejszej Umowy, wszelkie działania lub zaniechania Reklamodawcy, naruszające zapisy niniejszej Umowy, będą traktowane jako naruszenia niniejszej Umowy przez Klienta. Klient wynagrodzi, zabezpieczy i zwolni spółkę Facebook od odpowiedzialności od wszelkich roszczeń odszkodowawczych, zobowiązań, kosztów i wydatków, które spółka Facebook może ponieść w wyniku takiego naruszenia. Jednakże Klient przyjmuje do wiadomości, iż spółka Facebook może, ale w żadnym wypadku nie będzie zobowiązana do bezpośredniego kontaktu z jakimkolwiek Reklamodawcą i bezpośredniego egzekwowania zapisów takiej Umowy Reklamodawcy, włączając przypadki, w których spółka Facebook nie otrzymała płatności za konto takiego Reklamodawcy w ciągu 30 dni od daty wymagalności danej płatności.

Artykuł 3 Reklamy Klienta i Produkty

3.1 Umieszczanie Reklam Klienta.

Zgodnie z zapisami niniejszej Umowy spółka Facebook dostarczy Reklamy Klienta zgodnie z zapisami stosownego ZKR. W zakresie w jakim rozmiar, umieszczenie, pozycjonowanie lub jakiegokolwiek inne aspekty prezentacji Reklam Klienta, nie są sprecyzowane w ZKR, spółka Facebook może podejmować decyzje dotyczące powyższych parametrów wedle własnego uznania. W przypadku Reklam Klienta, których Produkt polega na umieszczeniu przez określony przedział czasu, spółka Facebook może dostarczyć te Rezultaty jako ciągłe umieszczenie przez wskazany okres, lub równoważne połączenie trwania i rotacji (np. 1 tydzień ciągłego wyświetlenia = 2 tygodnie rotacyjnego wyświetlenia o współczynniku 50%). Ustalenie harmonogramu wyświetlania wszelkich Reklam Klienta zależne jest od dostępności i może nie



mieć charakteru ciągłego. Spółka Facebook podejmie uzasadnione ekonomicznie wysiłki w celu zawiadomienia Klienta z wyprzedzeniem o wszelkiej niemożności wyświetlenia Reklam Klienta zgodnie z warunkami właściwego ZKR.

3.2 Zmiany w ZKR.

Jak zapisano w punkcie 1.2, ZKR może zostać zmienione tylko poprzez podpisaną przez obie strony pisemną umowę. Jednakże spółka Facebook może wedle własnego uznania, przyjmując pisemną prośbę wystosowaną przez Klienta w celu zmiany następujących zapisów ZKR bez dokonywania w nim formalnej poprawki:

1. ponowną alokację ilości umieszczeń pomiędzy typami Produktów reklamowych,
2. zmianę daty dostarczenia konkretnych linii Produktów zapisanych w ZKR oraz
3. zmianę wiekowej grupy docelowej (każda z powyższych zmian będzie odąd zwana „Ograniczoną Zmianą”).

Klient będzie składał prośby o wprowadzenie Ograniczonych Zmian za pomocą drogi elektronicznej. Jeśli spółka Facebook wyrazi zgodę na taką Ograniczoną Zmianę, wówczas spółka Facebook może wskazać taką umowę wprowadzając w życie takie Ograniczone Zmiany bez konieczności potwierdzenia. Spółka Facebook może również zaproponować wprowadzenie Ograniczonej Zmiany w celu zwiększenia efektywności konkretnej kampanii Reklam Klienta, jednak nie wprowadzi takich Ograniczonych Zmian bez potwierdzenia Klienta przesłanego drogą elektroniczną. Niezależnie od jakichkolwiek zapisów przeczących postanowieniom niniejszego punktu, zmiana daty początku lub końca kampanii Reklam Klienta w żadnym wypadku nie będzie traktowana jako Ograniczona Zmiana. Zmiana wspomnianych powyżej parametrów będzie dokonana tylko za pośrednictwem podpisanej przez Klienta i spółkę Facebook pisemnej zmiany ZKR.

3.3 Techniczna specyfikacja spółki Facebook.

W ciągu pięciu dni od wejścia w życie ZKR spółka Facebook przedstawi stosowne dla takich Reklam Klienta specyfikacje techniczne spółki Facebook (zwane dalej „Specyfikacjami Technicznymi spółki Facebook”). Klient złoży wszystkie właściwe Reklamy Klienta zgodnie z odpowiednimi Specyfikacjami Technicznymi spółki Facebook. Spółka Facebook może okresowo zmieniać Specyfikacje Techniczne spółki Facebook, o czym powiadomi Klienta. Jeśli Klient nie będzie w stanie spełnić warunków zapisanych w zmienionych Specyfikacjach Technicznych spółki Facebook, wówczas w ramach wyłącznego środka naprawczego może albo:

1. zawiesić dostarczanie Reklam Klienta dotkniętych zmianą, na czas uzasadniony przygotowaniem Reklam Klienta zgodnych ze specyfikacją techniczną (w takim wypadku końcowa data kampanii zawierającej zawieszono Reklamy Klienta zostanie przesunięta o okres równy czasowi zawieszenia) lub
2. zaakceptować porównywalną wymianą Reklam Klienta, jak uzgodniono pomiędzy Stronami.



3.4 Treść Reklam Klienta.

Wszelka treść Reklam Klienta musi być zgodna z obowiązującą w danym czasie wersją Wytycznych spółki Facebook dotyczących Reklam (znajdujących się na witrynie www.facebook.com/ad_guidelines.php), Specyfikacją Techniczną spółki Facebook oraz wszelkimi innymi obowiązującymi w spółce Facebook regulacjami, wśród nich dotyczącymi redagowania tekstów, reklamowania, prywatności, doświadczenia użytkowników, rozpowszechniania oraz logo spółki (zwane odąd wspólnie „Wytycznymi spółki Facebook”). Niniejszym każda z Wytycznych spółki Facebook zawiera się w zakresie tego pojęcia. Każda treść Reklam Klienta musi być otrzymana przynajmniej pięć dni przed datą pierwszego nadania, dla każdego Produktu z danego ZKR. Zmiany w treści tekstowych lub standardowych graficznych Reklamach Klienta muszą zostać dostarczone do spółki Facebook przynajmniej na trzy dni przed proponowaną datą zmiany. Zmiany w treści wszelkiego innego typu Reklam Klienta muszą zostać dostarczone do spółki Facebook przynajmniej na pięć dni przed proponowaną datą zmiany. Spółka Facebook nie będzie miała obowiązku przyjmować zmian w treści Reklam Klienta więcej niż raz w ciągu siedmiodniowego okresu. Klient nie zostanie zwolniony ze zobowiązania do zapłaty, wynikającego z ZKR, za Reklamy Klienta niedostarczone z powodu leżących po stronie Klienta opóźnień w dostarczeniu Reklam Klienta do spółki Facebook. Klient będzie wyłącznie odpowiedzialny za poniesienie wszelkich opłat związanych z prezentacją multimedialnych Reklam Klienta.

3.5 Promocje.

Klient (lub osoba trzecia związana z Klientem umową, z którą to osobą Klient będzie wyłącznie odpowiedzialny) przeprowadzi i będzie ponosił wyłączną odpowiedzialność za wszelkie konkursy, zakłady pieniężne, kupony lub inne promocje (zwane odąd „Promocjami”) oferowane, lub promowane przez Klienta na Usłudze, włączając zarządzanie Promocją, zapewnienie iż Promocja spełnia wszelkie wymogi stawiane przez przepisy prawa, ustalanie i zapewnianie przestrzegania oficjalnych regulacji oraz udostępnianie warunków, zbieranie zapisów, przydzielanie nagród, losowanie i informowanie zwycięzców, oraz zgodne z harmonogramem przekazywanie nagród, premii, zniżek, które mogą być oferowane w związku z Promocją (te i inne podobne zobowiązania będą odąd nazywane „Zobowiązaniami wynikającymi z Promocją”). Żadna związana z Promocją zgoda lub pomoc ze strony spółki Facebook (włączając zapisy ZKR lub innego dokumentu) nie ograniczy ani nie wypełni Zobowiązań wynikających z Promocją, a Klient pozostanie wyłącznie odpowiedzialny za Zobowiązania wynikające z Promocji. Bez uszczerbku dla powyższego, przegląd lub zatwierdzenie przez spółkę Facebook oficjalnego regulaminu, warunków oferty, lub przepisów dotyczących jakiegokolwiek Promocji nie będzie stanowił opinii prawnej w materii zgodności z prawem, precyzji i adekwatności tych reguł, lub sposobu ich wykorzystywania, ani zrzeczenia się praw przysługujących spółce Facebook na mocy zapisów niniejszej Umowy.



3.6 Program do reklamowania poprzez rozsyłanie próbek.

W przypadku jeśli Klient zakupi lub będzie korzystał z programu do reklamowania poprzez rozsyłanie próbek stosowanego przez spółkę Facebook (zwanego odtąd „Programem Próbek”) w celu oferowania próbek produktów, darmowych egzemplarzy, lub innych promocyjnych ofert (zwanych odtąd „Ofertą” lub „Ofertami”), będzie on ponosił wyłączną odpowiedzialność za honorowanie i wypełnianie warunków Ofert zaakceptowanych przez użytkowników, aż do maksymalnej ilości określonej we właściwym ZKR, lub jeśli maksymalna ilość nie została określona w ZKR, wszystkich Ofert zaakceptowanych przez użytkowników. Spółka Facebook dostarczy Klientowi dane kontaktowe (zwane odtąd „Danymi Kontaktowymi”) każdego użytkownika, który zaakceptuje Ofertę. Klient, bez żadnych kosztów dla spółki Facebook lub dla użytkownika prześle każdemu użytkownikowi, który zaakceptuje Ofertę dany reklamowany produkt, rzecz, lub usługę, (zwane odtąd „Wyrobem” lub „Wyrobami”) w ciągu 60 dni od dnia, w którym Klient otrzyma Dane Kontaktowe od spółki Facebook. Dane Kontaktowe są własnością spółki Facebook i spółka Facebook posiada wszelkie prawa, tytuły, udziały i interesy w Danych Kontaktowych. Klient może wykorzystywać Dane Kontaktowe tylko dla celów wypełnienia właściwej Oferty, zgodnie z zapisami niniejszego punktu. Bez uszczerbku dla powyższego Klient:

1. zachowa poufny charakter Danych kontaktowych,
2. nie wykorzysta Danych Kontaktowych do kontaktowania się lub komunikowania się z którymkolwiek z użytkowników (z wyjątkiem wypełnienia właściwej Oferty, zgodnie z zapisami niniejszego punktu),
3. nie będzie sprzedawał, wypożyczał, lub w jakikolwiek sposób ujawniał Danych Kontaktowych jakimkolwiek osobom trzecim,
4. usunie Dane Kontaktowe ze swojego systemu i zniszczy wszystkie kopie Danych Kontaktowych, po wypełnieniu właściwej oferty. Spółka Facebook nie będzie ponosić odpowiedzialności za jakiegokolwiek niedokładne, bądź niepełne Dane Kontaktowe. Wszelkie Oferty podlegają uprzedniemu pisemnemu zatwierdzeniu przez spółkę Facebook i tylko te produkty, które zostały zatwierdzone pisemnie wstępnie zatwierdzone przez spółkę Facebook mogą być oferowane użytkownikom. Nie można zamieniać oferowanych produktów na inne. Otrzymanie Wyrobów przez użytkowników nie będzie się wiązało z koniecznością uiszczenia jakichkolwiek opłat, lub podatków, nie będzie się również wiązało o z koniecznością spełnienia jakichkolwiek wymogów (z wyjątkiem dostarczenia Danych Kontaktowych przez spółkę Facebook). Klient wyraźnie i jednoznacznie przedstawi użytkownikom wszystkie warunki i ograniczenia dotyczące korzystania z Wyrobów. Korzystanie przez użytkowników z Wyrobów w żadnym wypadku nie będzie równoznaczne z powtarzalną lub automatyczną subskrypcją, ani uiszczaniem jakichkolwiek podatków bądź opłat. Klient może kierować Program Próbek tylko do tych użytkowników, którzy mogą skorzystać z Oferty. Spółka Facebook nie



składa żadnych gwarancji lub zobowiązań w odniesieniu do ilości zaakceptowanych Ofert. Klient będzie wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie zgodności Oferty z wszelkimi stosownymi przepisami prawa. Żadna zgoda lub pomoc udzielana przez spółkę Facebook w związku z Ofertą (włączając tę wyszczególnioną w ZKR lub innym dokumencie) nie zmniejszy ani nie wypełni zobowiązań Klienta dotyczących Oferty. Bez uszczerbku dla powyższego, przegląd lub zatwierdzenie przez spółkę Facebook Wyrobów, Oferty, lub regulaminu Oferty, warunków, lub ograniczeń nie stanowi opinii prawnej w materii zgodności z prawem, precyzji i adekwatności tych Wyrobów, Oferty, lub regulaminu Oferty, warunków, lub ograniczeń, lub sposobu ich wykorzystywania, ani zrzeczenia się praw przysługujących spółce Facebook na mocy zapisów niniejszej Umowy.

3.7 Statystyki Dostarczenia.

Wszystkie dane dotyczące wszystkich Produktów, które są określane przez spółkę Facebook zgodnie ze standardową metodologią śledzenia, będą miały pierwszeństwo. Z zastrzeżeniem, iż jeśli Klient korzysta z Serwera reklamowego Klienta należącego do osoby trzeciej, wówczas dane dotyczące Produktów, którymi są elementy reklamowe witryny internetowej wykorzystywane do zliczania liczby odwiedzin, dostarczane przez Klienta z Serwera reklamowego Klienta należącego do osoby trzeciej będą miały pierwszeństwo, chyba że dane te są o ponad 10 % (słownie dziesięć procent) niższe od danych wykazywanych przez spółkę Facebook za ten sam okres. W takim wypadku spółka Facebook i Klient będą współpracować w dobrej wierze w celu wyjaśnienia przyczyn rozbieżności. Jeśli Klient korzysta z Serwera reklamowego Klienta należącego do osoby trzeciej, wówczas Klient dostarczy wszystkich danych, o które poprosi spółka Facebook w związku z Produktami, z Serwera reklamowego Klienta należącego do osoby trzeciej poprzez:

1. umożliwienie spółce Facebook dostępu do portalu online, dostarczającego takie dane, lub
2. składanie co tygodniowych informacji dotyczących tych danych. Jeśli Klient nie przedstawi danych we wskazany wyżej sposób, spółka Facebook może obliczyć należność i inne wartości dotyczące Produktów, korzystając z własnych danych. Spółka Facebook będzie monitorować każdą Reklamę Klienta i możliwie szybko (nie później niż dwa tygodnie przed końcową datą każdego ZKR, chyba że kampania trwała krócej niż dwa tygodnie) powiadomi Klienta drogą elektroniczną lub pocztową o tym, czy spółka Facebook podejrzewa możliwość nie pełnego dostarczenia Produktów określonych w ZKR.

3.8 Zamówienia na Reklamy oparte na wynikach i licytacji.

Dla wszystkich ZKR których wartość jest wyceniana na podstawie kosztu za kliknięcie (w skrócie „KZK”) lub innej opierającej się na wynikach podstawie, lub jeśli wartość jest licytowana lub klasyfikowana (wspólnie zwane dalej „Licytowane”), zastosowanie będą miały następujące dodatkowe warunki:



1. ZKR zawierać będzie uzgodniony współczynnik KZK, lub inny współczynnik oparty na wynikach, albo ofertę, która będzie miała zastosowanie do tego ZKR oraz
2. ZKR nie będzie gwarantowało dokonania żadnej ilości kliknięć lub elementów reklamowych witryn internetowej wykorzystywanych do zliczania odsłon. Dane zebrane przez spółkę Facebook dotyczące kliknięć będą regulowały wszystkie Produkty oparte na KZK, w inny sposób opierające się na wynikach i Licytowane.

3.9 Niewykonanie i środki naprawcze/ponowienie reklamy ze względu na błąd w wydaniu oryginalnym.

Jeśli spółka Facebook nie dostarczy Produktów zgodnie z warunkami zapisanymi w ZKR, jedne i wyłączone środki naprawcze, przysługujące klientowi będą się ograniczały do następujących, spośród których spółka Facebook będzie mogła dokonać wyboru wedle własnego uznania:

1. zwrot opłat stanowiących wartość Reklam Klienta, które nie zostały dostarczone, lub zostały dostarczone w złe miejsce,
2. umieszczenie Reklam Klienta w późniejszym czasie na porównywalnej pozycji, określonej przez spółkę Facebook, lub
3. przedłużenie okresu obowiązywania ZKR wraz ze zwrotem pieniędzy równym kwocie stanowiącej równowartość wszystkich niedostarczonych Reklam Klienta na koniec przedłużonego w ten sposób okresu. Spółka Facebook nie będzie zobowiązana do dalszego dostarczania jakichkolwiek Reklam Klienta, po upływie okresu ZKR, jeśli ZKR zostało wypowiedziane z powodu naruszenia zapisów niniejszej Umowy przez Klienta, zgodnie z postanowieniami artykułu 5. Spółka Facebook nie będzie zobowiązane do zadośćuczynienia za niedostarczenie Produktów wynikające z opóźnień spowodowanych przez Klienta. Klient przyjmuje do wiadomości, iż wszelkie zniżki oparte są na zobowiązaniu Klienta do wypełnienia wszelkich kryteriów udzielania zniżki zapisanych w ZKR. Jeśli z jakiegokolwiek powodu kryteria te nie zostaną spełnione przy wygaśnięciu lub wypowiedzeniu ZKR, Klient uiszcza opłatę dodatkową nałożoną na wszystkie Reklamy Klienta, równą różnicy pomiędzy stawką zapisaną w ZKR a stawką uzyskaną na podstawie właściwej karty stawek, bez uwzględniania jakichkolwiek zniżek.

Artykuł 4 Płatności i Raportowanie

4.1 Płatności.

Wszelkie zaliczki przewidziane w jakimkolwiek ZKR będą wymagalne z dniem wejścia w życie takiego ZKR. Jeśli w ZKR nie zapisano inaczej, spółka Facebook wystawi i prześle je na adres Klienta wskazany w ZKR faktury za następne płatności przewidziane w ZKR, w oparciu o aktywność zarejestrowaną w miesiącu kalendarzowym. Termin płatności faktur będzie wynosił 30 (słownie: trzydzieści) dni, licząc od dostarczenia danej faktury przez spółkę Facebook. Kwoty zafakturowane i inne należne spółce Facebook od Klienta nie zawierają jakichkolwiek należnych podatków, ceł, obciążeń, lub innych danin publicznych, włączając między innymi podatki od sprzedaży, korzystania, wartości dodanej, oraz podatki zatrzymane (zwane odciążeniami).



dalej wspólnie „Podatkami”). Klient ponosi

odpowiedzialność za zapłacenie wszelkich Podatków właściwym urzędem skarbowym. Odsetki od wszelkich przeterminowanych płatności będą naliczane w mniejszej spośród tych dwóch wysokości, 1 % miesięcznie lub maksymalnej stawki dopuszczanej przez prawo. Jeśli Klient nie uiszczy terminowo należnych kwot lub posiada przeterminowane zobowiązania, wówczas spółka Facebook może odebrać należne kwoty wykorzystując inne mechanizmy odbioru, a klient wyraża zgodę na pokrycie wydatków związanych z takim odbiorem, włączając uzasadnione koszty prawników. Jeśli Klient uiszczy jakiegokolwiek kwoty za pomocą karty kredytowej a wystawca karty kredytowej będzie starał się odzyskać od spółki Facebook jakiegokolwiek kwoty otrzymane przez spółkę Facebook od tegoż wystawcy, wówczas Klient niezwłocznie zwróci spółce Facebook wszelkie kwoty niezbędne do zaspokojenia roszczeń wystawcy oraz wszelkie koszty i wydatki poniesione przez spółkę Facebook w związku z tym.

4.2 Raportowanie.

Spółka Facebook zawiadomi (drogą elektroniczną lub pisemną) Klienta w ciągu dwóch dni roboczych od daty wejścia w życie każdego ZKR o tym, czy Reklamy Klienta wyszczególnione w ZKR są już wyświetlane. Następnie, spółka Facebook:

1. udostępni Klientowi, na jego pisemny wniosek, tygodniowe raporty częściowe (zwane odtąd „Raportami Częściowymi”), przedstawiające aktualne wyliczenia dotyczące Produktów dostarczonych w okresie, za który sporządzono raport i przewidywane płatności wynikające z niego oraz
2. do każdej faktury przesyłanej na podstawie punktu 4.1 dołączy raport (zwany dalej „Raportem Miesięcznym”), przedstawiający ostateczne wyliczenie sporządzone przez spółkę Facebook, a dotyczące Produktów dostarczonych w okresie, za który sporządzono raport i płatności wynikające z niego. Jeśli Klient korzysta z Serwera reklamowego Klienta należącego do osoby trzeciej, spółka Facebook, przy przygotowywaniu Miesięcznych Raportów, będzie korzystać z danych uzyskanych od Klienta, lub w inny sposób, uzgodniony przez Strony zgodnie z zapisem punktu 3.6. Klient przyjmuje do wiadomości i wyraża zgodę na to, iż Raporty Częściowe są przygotowywane tylko i wyłącznie dla wygody Klienta i nie mają żadnego innego celu, a spółka Facebook nie składa żadnych oświadczeń ani gwarancji co do dokładności informacji zawartych w Raportach Częściowych i nie będzie nimi związana. Odpowiednio wszelkie płatności wynikające z zapisów niniejszej Umowy będą się opierać tylko i wyłącznie na informacjach zawartych w Raportach Miesięcznych i tylko Raporty Miesięczne będą miały wobec spółki Facebook moc wiążącą.

4.3 Odwołanie ZKR.

Jeśli Klient odwoła jakiegokolwiek część ZKR, zgodnie z zapisami artykułu 5, wówczas, poza przypadkami przewidzianymi w tym ZKR, Klient nie będzie ponosił kosztów za jakiegokolwiek



Reklamy Klienta dostarczane na podstawie tegoż ZKR, po dacie jego wypowiedzenia.

Artykuł 5 Wypowiedzenie.

Każda ze Stron może wypowiedzieć niniejszą Umowę w dowolnym czasie z dziesięciodniowym terminem wypowiedzenia, które to wypowiedzenie musi zostać dostarczone drugiej Stronie w formie pisemnej, jeśli druga Strona dopuściła się poważnego naruszenia niniejszej Umowy. Dodatkowo spółka Facebook może zwiesić dostarczanie Reklam Klienta, wynikających ze wszystkich ZKR niezwłocznie, za pisemnym powiadomieniem Klienta w przypadku jeśli Klient nie uiszczy terminowo jakiegokolwiek płatności należnej na podstawie zapisów niniejszej Umowy (jeśli spółka Facebook zdecyduje się na zawieszenie dostarczania Reklam klienta, data końcowa określona w danym ZKR zostanie przesunięta o liczbę dni równą okresowi zawieszenia). Punkty 2.4 (Dodatkowa Odpowiedzialność), 3.4 (Treść Reklam Klienta), 3.5 (Promocje), 3.9 (Niewykonanie i środki

naprawcze/ponowienie reklamy ze względu na błąd w wydaniu oryginalnym), 4 (Płatności i Raportowanie), 5 (Wypowiedzenie), 7.4 (Utrzymanie), 9 (Poufność), 10 (Oświadczenia i Odszkodowanie), 11 (Ograniczenie Odpowiedzialności), 13 (Spory) oraz 14 (Przepisy Ogólne) niniejszych Warunków wraz z należnymi a nieodebranymi zobowiązaniami do zapłaty każdej ze stron, przetrwają wygaśnięcie lub wypowiedzenie niniejszej Umowy.

Artykuł 6 Kontrola Usługi przez spółkę Facebook.

6.1 Projekt Usługi.

Klient przyjmuje do wiadomości i wyraża zgodę na to, iż spółka Facebook jest i zawsze będzie „producentem wykonawczym” Usługi i będzie odpowiedzialna za projekt, wygląd i sposób działania oraz konserwację wszelkich aspektów Usługi, włączając te dotyczące wyświetlania i działania Reklam Klienta. Spółka Facebook może, wedle własnego uznania, zmieniać projekt, usuwać lub zastępować wszelkie strony, grupy lub inne obszary na których mają być wyświetlane Reklamy Klienta, nawet jeśli taka zmiana projektu, usunięcie lub zastąpienie skutkować będzie usunięciem Reklamy Klienta, pod warunkiem, że jeśli dojdzie do usunięcia Reklam Klienta, lub nie będą one mogły być wyświetlane w związku z takimi zmianami w Usłudze, jedynym środkiem naprawczym przysługującym Klientowi będzie zapewnienie mu przez spółkę Facebook Reklam Klienta o porównywalnej widoczności do Reklam Klienta dotkniętych przez zmiany.

6.2 Odrzucenie/Odmowa publikacji Reklam Klienta.

Spółka Facebook składając wyjaśnienie lub nie, może w dowolnym czasie, wedle własnego uznania, odrzucić lub odmówić publikacji Reklam Klienta, które

1. naruszają zapisy niniejszej Umowy, ograniczenia co do treści, lub inne przepisy Wytycznych spółki Facebook, lub Specyfikację Techniczną spółki Facebook, lub
2. które spółka Facebook z innych przyczyn określi jako niestosowne z jakiegokolwiek powodu, niezależnie od tego czy taka Reklama Klienta została już wcześniej



zaakceptowana. W takim przypadku spółka Facebook powiadomi Klienta o powodach takiego odrzucenia lub usunięcia, a Klient niezwłocznie ponownie przedłoży Reklamę Klienta, która wprowadza zmiany zasugerowane przez spółkę Facebook.

Artykuł 7 Licencje.

7.1 Licencja na materiały Klienta.

Klient niniejszym udziela spółce Facebook (i spółkom z nią stowarzyszonym) ogólnowiatowej, niewyłącznej, wolnej od opłat, w pełni opłaconej licencji na

1. wykorzystywanie, reprodukcję, wykonywanie, wyświetlanie i dystrybuowanie Reklam Klienta i wszelkich informacji z nimi powiązanych, dostarczanych przez Klienta w związku i za pośrednictwem Usługi (zwane odtąd „Materiałami Klienta”) i
2. zmianę, modyfikację, zmianę przeznaczenia, lub tworzenie dzieł pochodnych wobec Materiałów Klienta w zakresie koniecznym lub pożądanym w celu obsługi jednostek reklamowych i dostarczania informacji i innej zawartości do Usługi. Reklamy Klienta zawierają materiały chronione prawem autorskim, znakami handlowymi, usługowymi, logotypami innymi źródłami identyfikacji podmiotu gospodarczego zawartymi w nich (zwane odtąd „Znakami Handlowymi”). Jeśli w niniejszej Umowie nie zapisano inaczej, licencje udzielane na podstawie niniejszego punktu obowiązują przez okres równy okresowi ZKR.

7.2 Reklama.

W trakcie obowiązywania i po wygaśnięciu niniejszej Umowy, spółka Facebook może wykorzystywać Reklamy Klienta, nazwę oraz logotyp, oraz może odnosić się do typu reklamy i przepływu danych podczas kampanii reklamowej, przeprowadzanej w imieniu Klienta, w sposób niedyskredytujący, w celach promocyjnych lub marketingowych.

Spółka Facebook może również wykorzystywać wszelkie publicznie dostępne informacje o Kliencie w lub poza Usługą.

7.3 Zastrzeżenie Praw.

W stosunkach pomiędzy spółką Facebook a Klientem, Klient zawsze wszelkie prawa do Reklam Klienta (włączając wszelkie Znaki Handlowe Klienta oraz wszelkie inne prawa własności intelektualnej w nich zawarte), a po wygaśnięciu niniejszej Umowy, wszelkie prawa przeniesione na mocy niniejszej Umowy na spółkę Facebook, a dotyczące Reklam Klienta, przestaną istnieć i jako takie wrócą do Klienta, z wyjątkiem sytuacji wyraźnie opisanych w niniejszej Umowie. Klient bez uprzedniej pisemnej zgody spółki Facebook nie będzie w żaden sposób wykorzystywał, reprodukował, lub wyświetlał jakichkolwiek Znaków Towarowych spółki Facebook.

7.4 Utrzymanie.

Niezależnie od wszelkich zapisów niniejszej Umowy stwierdzających inaczej, Klient przyjmuje



do wiadomości i wyraża zgodę na to, iż Reklamy Klienta oraz inne Znaki Towarowe, które mają zostać wykorzystane i wyświetlone na Usłudze, nawet po zakończeniu przez Klienta kampanii lub wypowiedzeniu przez niego niniejszej Umowy, lud właściwego ZKR, Reklamy Klienta i Znaki Handlowe jako takie mogły zostać włączone do profili użytkowników, podajników wiadomości z list dyskusyjnych, lub innych usług i wówczas takie korzystanie może trwać przez czas nieokreślony.

Artykuł 8 Wykorzystanie Stron i Pływających Ramek iFrame.

Zapisy niniejszego artykułu mają zastosowanie tylko do korzystania przez Klienta w związku z Usługą ze Stron oraz Pływających Ramek iFrame (każde z pojęć zdefiniowano w punkcie 8.1):

8.1 Dozwolone używanie Stron i Pływających Ramek iFrame.

Klient może tworzyć Strony i wykorzystywać Pływające Ramki iFrame na usłudze, pod warunkiem przestrzegania zapisów niniejszego artykułu oraz wszystkich właściwych wytycznych spółki Facebook dotyczących Stron i Pływających Ramek iFrame (w tym tych przedstawionych pod adresem <http://www.facebook.com/terms.php>). Niezależnie od powyższego korzystanie ze Stron i Pływających Ramek iFrame podlega przeglądowi i każdorazowemu zatwierdzeniu przez spółkę Facebook, a Klient zapewnia, iż na pisemny wniosek spółki Facebook niezwłocznie usunie jakąkolwiek Pływającą Ramkę iFrame lub Stronę, jeśli spółka Facebook wedle własnego uznania stwierdzi, iż takie korzystanie narusza jakikolwiek zapis wytycznej lub regulacji spółki Facebook. „Strona” oznacza profil dostosowany do potrzeb Klienta (lub marki Klienta) znajdujący się na Usłudze. „Pływająca Ramka iFrame” oznacza ramkę strony internetowej, która pozwala na osadzenie w niej strony osoby trzeciej.

8.2 Promocje/Zawartość Komercyjna.

Klient wyraża zgodę na to, aby wszelki konkursy, zakłady pieniężne bądź kupony lub inne promocje pojawiające się na lub promowane poprzez Stronę lub Pływającą Ramkę iFrame Klienta były dla celów niniejszej Umowy określane terminem „Promocja”. Klient wyraża również zgodę na to, iż jakakolwiek Strona zawarta w Pływającej Ramce iFrame była zgodna z właściwymi regulacjami dotyczącymi zawartości Reklam Klienta i nie stanowiła materiału łamiącego prawo, fałszywego, nieuczciwego, lu w jakikolwiek sposób wprowadzającego w błąd.

8.3 Zakaz Reklamowania Osób Trzecich.

Klient nie będzie dołączał lub wyświetlał jakichkolwiek reklam, materiałów sponsorowanych, promocyjnych lub innych przekazów komercyjnych na rzecz lub w imieniu jakichkolwiek osób trzecich (włączając odpowiednio jakiekolwiek produkty bądź usługi osób trzecich) na jakiegokolwiek Stronie lub Pływającej Ramce iFrame.

8.4 Wprowadzanie w błąd.

Klient nie będzie prezentował swoich Pływających Ramek iFrame, Stron lub zawartości takich



Stron w sposób, który mógłby wprowadzić użytkownika w błąd i wzbudzić w nim przekonanie iż kontaktuje się ze spółką Facebook. Klient nie może

1. wykorzystywać nazw użytkowników, lub adresów e-mail w sposób, który mógłby wzbudzić u użytkownika przekonanie, iż to spółka Facebook lub Usługa wysyłają takie wiadomości,
2. odnosić się w jakikolwiek sposób do spółki Facebook, jej witryny, lub marki,
3. wykorzystywać jakichkolwiek logotypów, znaków handlowych spółki Facebook, lub terminologii Usługi,
4. emulować jakiegokolwiek cechy Usługi, lub
5. powodować u użytkownika mylne przekonanie, iż treści prezentowane przez Klienta zostały zamieszczone przez spółkę Facebook.

8.5 Bezpieczeństwo Pływających Ramek iFrame.

Klient zapewni, iż każda Pływająca Ramka iFrame i jej zawartość nie będą stwarzały jakiegokolwiek ryzyka dla Strony, któregokolwiek z użytkowników portalu Facebook lub Usługi. Co więcej Klient za pomocą Pływającej Ramki iFrame będzie pobierał treść tylko ze swojej witryny internetowej, jeśli treści zawarte na tej stronie są przechowywane w stabilnym środowisku i spełniają wymogi wszystkich wytycznych.

Artykuł 9 Poufność

9.1 Informacje Poufne

1. „Informacje Poufne” oznaczają informacje ujawniane przez jedną ze stron (zwaną odtąd „Stroną Ujawniającą”) (zarówno w formie ustnej, pisemnej lub innej, natury biznesowej, technicznej lub innej) drugiej stronie (zwanej odtąd „Odbiorcą”), która została oznaczona jako poufna, lub biorąc pod uwagę naturę informacji lub okoliczności towarzyszące jej ujawnieniu, powinna być z uzasadnionych przyczyn traktowana jako poufna. Bez uszczerbku dla powyższego, do Informacji Poufnych spółki Facebook będą zaliczać się wszystkie specyfikacje techniczne spółki Facebook, Dane Kontaktowe, informacje dotyczące produktów oraz wszelkie informacje dotyczące wyrobów spółki Facebook. Odbiorca zachowa Informacje Poufne w tajemnicy i nie ujawni Informacji Poufnych żadnej osobie trzeciej (poza swoimi pracownikami, przedstawicielami, lub kontrahentami, którzy muszą je poznać i którzy wyrazili pisemną zgodę na ochronę Informacji Poufnych w zakresie zapisanym w niniejszej Umowie), lub wykorzystują, lub gromadzą tego typu Informacje Poufne dla jakiegokolwiek innego celu poza wykonaniem niniejszej Umowy, bez uprzedniej pisemnej zgody Strony Ujawniającej. W celu uniknięcia wątpliwości, zapisy niniejszej Umowy stanowią Informacje Poufne obu stron. Niezależnie od powyższego:
 - a. powyższe restrykcje nie dotyczą jakichkolwiek informacji znajdujących się w posiadaniu Odbiorcy przed ujawnieniem ich przez Stronę Ujawniającą,



które są lub stały się publicznie znane w sposób inny niż naruszenie zapisów niniejszej Umowy przez Odbiorcę, lub która została wytworzona przez Odbiorcę niezależnie, bez odnoszenia się do Informacji Poufnych oraz

- b. Odbiorca będzie mógł ujawnić Informacje Poufne w zakresie wymaganym przepisami prawa i procedur, pod warunkiem niezwłocznego dostarczenia Stronie Ujawniającej pisemnego powiadomienia o tego typu ujawnieniu i udzieli Stronie Ujawniającej wszelkiej uzasadnionej pomocy w celu zakwestionowania lub ograniczenia zakresu takiego ujawnienia.

2. Odbiorca wyraża zgodę i przyjmuje do wiadomości to, iż jakiegokolwiek naruszenie zapisów niniejszego artykułu spowoduje niedającą się naprawić szkodę u Strony Ujawniającej, której nie będzie można naprawić odszkodowaniem pieniężnym. Zgodnie z tym pokrzywdzona Strona Ujawniająca będzie uprawniona do dochodzenia i w razie przyznania, uzyskania i