Regulamin Sprzedaży i Emisji Reklam

z 27 lipca 2026 r.

ARTYKUŁ 1. DEFINICJE:

Postanowienia Regulaminu stosuje się odpowiednio. Terminy pisane wielką literą niezdefiniowane poniżej mają znaczenie przypisane im w Regulaminie.

1. **Reklama** – komunikat zamieszczony na Allegro przez Spółkę zgodnie z zamówieniem Klienta, mający na celu zachęcenie użytkowników do zakupu towarów lub usług, wspierania określonych spraw lub idei lub przyczyniania się do jakiegokolwiek innego pożądanego przez Klienta rezultatu, zgodnie z Regulaminem, niniejszym Regulaminem Sprzedaży i Emisji Reklam, wszelkimi innymi stosowanymi lokalnie regulaminami lub umowami pomiędzy Klientem a Spółką oraz obowiązującymi przepisami prawa.
2. **Format Reklamowy** – medium umożliwiające Emisję Reklam na danym Rynku oraz w witrynach internetowych podmiotów trzecich współpracujących ze Spółką w zakresie sprzedaży Reklam,
3. **Materiały Reklamowe** – materiały Klienta przesłane do Spółki w następujących formatach: jpg, jpeg, svg, gif, png, zip, MPEG, AVI, MOV, QT, MP4 (np. materiały skompresowane w technologii HTML5), psd lub gotowe do użycia przez Spółkę jako Reklamy, w szczególności w postaci informacji, danych, fragmentów utworów, obrazów osób trzecich, znaków towarowych lub innych elementów podlegających ochronie prawnej na mocy praw autorskich i praw pokrewnych, praw własności przemysłowej, praw do znaków towarowych lub innych niezbędnych praw lub zezwoleń, które są wymagane do Emisji Reklam i innych działań reklamowych w ramach Zamówienia,
4. **Obowiązujące Przepisy Prawa** – przepisy (w szczególności, m.in. ustawodawstwo, decyzje organów, wyroki sądowe i wytyczne organów regulacyjnych dotyczące egzekwowania przepisów) regulujące reklamę, handel i dystrybucję towarów i usług do kraju Rynku, które mają obowiązkowe zastosowanie do Rynku.
5. **Klient** – każda osoba fizyczna niebędąca konsumentem w rozumieniu Kodeksu Cywilnego, osoba prawna lub jakikolwiek inny podmiot prowadzący działalność gospodarczą, która zamawia lub rezerwuje Emisję Reklam na Allegro na podstawie Zamówienia.
6. **Emisja** – pojedyncze wyświetlenie Reklamy na Allegro na zasadach i warunkach określonych w Zamówieniu,
7. **Zamówienie** – umowa pomiędzy Spółką a Klientem zawarta w drodze akceptacji przez Klienta oferty Spółki dotyczącej Emisji Reklam lub innych usług reklamowych, sporządzona na podstawie niniejszego Regulaminu Emisji Reklam, na podstawie wzoru zawartego w **Załączniku nr 2**
8. **Zmiana Zamówienia** – zmiana treści Zamówienia, dopuszczalna przez Regulamin Sprzedaży i Emisji Reklam, sporządzona na życzenie Klienta i zatwierdzona przez obie Strony po przyjęciu Zamówienia przez Spółkę lub po rozpoczęciu Emisji,
9. **Strony** – Klient i Spółka łącznie,
10. **Cennik** – wykaz cen poszczególnych rodzajów Formatów Reklamowych dostępnych na danym Rynku, załączony do niniejszego dokumentu jako **Załącznik nr 1**,

11. **Formaty Premium** – Formaty Reklamowe, takie jak Baner Strefy Marek na Stronie Głównej, Sklep Marki na Stronie Głównej, Karuzela Produktów na Stronie Głównej i Prezentacja Kategorii na stronie głównej kategorii, wymienione w Cenniku zawartym w **Załączniku nr 1**,
12. **Projekty Specjalne** – niestandardowe działania reklamowe realizowane przez Spółkę na podstawie odrębnych Zamówień.
13. **Regulamin Sprzedaży i Emisji Reklam** – niniejszy Regulamin Sprzedaży i Emisji Reklam,
14. **Kody Śledzące (piksele, tagi kliknięć)** – kody stron trzecich, które umożliwiają Klientowi śledzenie wyników kampanii. Tag Kliknięcia – kod używany do mierzenia kliknięć reklamy; Piksel – kod używany do śledzenia liczby wyświetleń konkretnej reklamy,
15. **Dzień Roboczy** – dowolny dzień tygodnia, z wyjątkiem sobót, niedziel i dni ustawowo wolnych od pracy w Polsce.

ARTYKUŁ 2. POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Niniejszy Regulamin Sprzedaży i Emisji Reklam określa zasady realizacji Zamówień oraz prawa i obowiązki Spółki i Klientów. Usługi świadczone przez Spółkę na rzecz Klientów w ramach Regulaminu Sprzedaży i Emisji Reklam oraz Zamówienia ograniczają się do publikacji reklam. O ile Strony nie uzgodnią inaczej w odrębnej umowie, Spółka nie bierze udziału w produkcji lub tworzeniu reklam dla Klientów.
2. Klient oświadcza, że informacje zawarte w Zamówieniu są zgodne z prawdą. W przypadku gdy oświadczenia złożone przez Klienta w Zamówieniu okażą się sprzeczne, fałszywe, wprowadzające w błąd lub mogą zostać uznane za nieuczciwą praktykę handlową, Spółka ma prawo do odstąpienia od takiego Zamówienia po powzięciu informacji o takich okolicznościach, ze skutkiem natychmiastowym.
3. W przypadku gdy obowiązujące przepisy prawa wymagają, aby Klient posiadał zezwolenie właściwego organu na rozpowszechnianie reklamy, Klient jest zobowiązany do dostarczenia Spółce takiego zezwolenia w trakcie przedkładania Zamówienia lub reklamy.
4. W przypadku gdy reklama dotyczy produktu podlegającego uprzedniej kontroli jakości, ocenie zgodności, udzieleniu zezwolenia przez organ lub rejestracji na rynku zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, Klient jest zobowiązany do dostarczenia Spółce oświadczenia, że produkt został poddany kontroli lub certyfikowany i uznany za odpowiedni do wprowadzenia na rynek. Jeśli produkt nie podlega wcześniejszej kontroli jakości lub ocenie zgodności, Klient wydaje stosowne oświadczenie. W przypadku braku takiego oświadczenia Klient nie może Zamówić reklamy.

ARTYKUŁ 3. ZAMAWIANIE EMISJA REKLAMY

1. Klient oświadcza, że jest upoważniony do złożenia Zamówienia i że Reklama, której ono dotyczy, nie będzie niezgodna z prawem, w tym m.in. względem obowiązujących przepisów prawa, dobrych praktyk społecznych lub zasad moralności, a w szczególności Reklama będzie wolna od treści obscenicznych lub pornograficznych lub takich, które podżegają do nienawiści, rasizmu, ksenofobii lub konfliktów między narodami. Klient gwarantuje, że Reklama w ramach każdego Zamówienia nie będzie wprowadzała w błąd co do najniższej ceny reklamowanego towaru w ciągu ostatnich 30 dni ani wielkości obniżki ceny przy reklamowaniu grupy towarów.
2. Emisja reklam wymaga złożenia Zamówienia, którego wzór jest zawarty w **Załączniku nr 2**. W przypadku gdy Obowiązujące Przepisy Prawa przewidują jakiekolwiek wymogi formalne dotyczące Zamówienia, Klient dostarczy Spółce Zamówienie zgodnie z tymi wymogami.

3. Aby Reklama mogła być Emitowana, Klient musi dostarczyć Spółce Zamówienie podpisane przez upoważnioną osobę w następujący sposób:
    a. przez DocuSign – system, który umożliwia podpisanie Zamówienia cyfrowo i odesłanie na wskazany adres Spółki, lub
    b. pocztą na adres: ul. Żelazna 51/53, 00-841 Warszawa, Polska, lub
    c. e-mailem na adres reklama@allegro.com,
4. Zamówienie musi zostać podpisane w następujących terminach:
    a. nie później niż 7 dni przed planowaną datą Emisji Reklamy, z zastrzeżeniem punktów b) i c) poniżej;
    b. nie później niż 14 dni przed planowaną datą Emisji Reklamy w przypadku Formatów Premium i nie później niż 30 dni przed planowaną datą Wyświetlenia Reklamy w czwartym kwartale danego roku kalendarzowego w przypadku Formatów Premium;
    c. nie później niż na 30 dni przed planowaną datą Emisji Reklamy w przypadku Projektów Specjalnych.
5. Spółka powiadomi Klienta o decyzji dotyczącej przyjęcia lub odrzucenia Zamówienia w terminie 1 Dnia Roboczego od wykonania przez Klienta czynności opisanych w ust. 2 i 3 powyżej.
6. Przed przystąpieniem do realizacji Zamówienia Spółka ma prawo zażądać, aby Klient przedstawił dokument potwierdzający upoważnienie osoby, która podpisała pisemne Zamówienie, do reprezentowania Klienta lub jego klienta lub uzupełnienia danego Zamówienia zgodnie z poleceniem Spółki.
7. Wysyłając Zamówienie, Klient potwierdza, że osoby podpisujące:
    a. są upoważnione do składania oświadczeń woli w imieniu Klienta, a jeśli ich upoważnienia nie wynikają z wyciągu z odpowiedniego rejestru handlowego (np. odpisu z polskiego Krajowego Rejestru Sądowego), są one należycie upoważnione do złożenia i podpisania Zamówienia na podstawie ważnego pełnomocnictwa,
    b. są upoważnione do obsługi Materiałów Reklamowych,
    c. upoważniają Spółkę do wystawienia faktury bez podpisu Klienta, zapoznały się z Regulaminem oraz Regulaminem Sprzedaży i Emisji Reklam, obowiązującymi w dniu wysłania Zamówienia do Spółki.
8. Klient ma prawo do zmiany Zamówienia przed i w trakcie emisji Reklamy. W takim przypadku, w zależności od zakresu wprowadzanych zmian, Spółka zastrzega sobie prawo do zmiany kwoty brutto opłaty określonej w Zamówieniu. Spółka dołoży wszelkich starań, aby Zmiana Zamówienia została dokonana w Dniu Roboczym, nie później niż 24 (słownie: dwadzieścia cztery) godziny od otrzymania przez Spółkę nowych, prawidłowo przygotowanych Materiałów Reklamowych dostarczonych przez Klienta.
9. Każda Zmiana Zamówienia wymagana przez Klienta musi być zatwierdzona przez Spółkę indywidualnie w odniesieniu do każdego przypadku.
10. Klient ma prawo do wycofania Zamówienia, w całości lub w części, bez podania przyczyny. W każdym przypadku wycofania Klient zobowiązany jest do zapłaty kosztów odpowiadających wartości prac wykonanych przez Spółkę w ramach danego Zamówienia do dnia wycofania. Wycofanie staje się skuteczne w dniu dostarczenia pisemnego oświadczenia złożonego przez Klienta, wskazującego datę, numer i wartość Zamówienia zgodnie z zasadami określonymi poniżej:
    a. w przypadku Emisji Reklam w Formatach Premium:
        i. do 15 dni przed planowaną datą Emisji Reklamy – bez opłaty wyrównawczej,

ii. od 14 do 4 dni przed planowanym terminem Emisji Reklamy – z zastrzeżeniem opłaty wyrównawczej w wysokości 30% opłaty należnej Spółce wskazanej w Zamówieniu,
iii. od 3 do 1 dni przed planowanym terminem Emisji Reklamy – z zastrzeżeniem opłaty wyrównawczej w wysokości 60% opłaty należnej Spółce wskazanej w Zamówieniu,
iv. po zaplanowanym terminie Emisji Reklamy – z zastrzeżeniem opłaty wyrównawczej w wysokości 80% opłaty należnej Spółce wskazanej w Zamówieniu,

b. w przypadku Emisji Reklam innych niż wymienione w ust. 10 lit. a) powyżej oraz ust. 9 lit. c) poniżej – mniej niż 6 dni przed planowaną datą emisji Reklamy – z zastrzeżeniem opłaty wyrównawczej w wysokości 80% opłaty należnej Spółce wskazanej w Zamówieniu
c. w przypadku Emisji Reklam w ramach Projektów Specjalnych:
i. do 30 dni przed planowaną datą Emisji Reklamy w ramach Projektów Specjalnych – bez opłaty wyrównawczej,
ii. 29 dni przed planowanym terminem Emisji Reklamy aż do tego terminu – z zastrzeżeniem opłaty wyrównawczej w wysokości 60% opłaty należnej Spółce wskazanej w Zamówieniu.

ARTYKUŁ 4. REALIZACJA I WYMAGANIA TECHNICZNE DOTYCZĄCE EMISJI REKLAM

1. Spółka ma prawo odmówić wykonania Zamówienia lub wstrzymać emisję Reklamy na Allegro, jeśli jej treść:
a) Emisji Reklamy narusza lub istnieją uzasadnione podstawy, aby podejrzewać, że naruszy ono Obowiązujące Przepisy Prawa lub prawa osób trzecich; w celu uniknięcia wątpliwości, otrzymanie wezwania od jakiegokolwiek organu lub sądu do zaprzestania emisji reklamy zostanie uznane za „uzasadnione podstawy”,
b) może mieć negatywny wpływ na wizerunek lub reputację Allegro lub Spółki,
c) może być uznana za uciążliwą dla użytkowników Allegro,
d) może wprowadzać w błąd lub jest sprzeczna z Obowiązującymi Przepisami Prawa, w tym między innymi w sytuacjach, gdy treść Reklamy bezpodstawnie sugeruje obniżenie ceny lub gdy treść Reklamy sugeruje wyższe obniżki cen niż faktycznie oferowane przez Klienta,
e) może wprowadzać w błąd, w tym między innymi w sytuacjach, gdy treść Reklamy gwarantuje lub sugeruje całkowitą lub niemal całkowitą skuteczność reklamowanego produktu, co nie zostało udowodnione, np. Reklama narusza wymogi prawne określone w Obowiązujących Przepisach Prawa, w tym między innymi wymogi dotyczące reklamy, marketingu lub dystrybucji alkoholu, tytoniu i e-papierosów, gier losowych, broni i amunicji (w tym do airsoftu, paintballa itp.), żywności i żywności dla dzieci, produktów leczniczych dla ludzi (leków) i wyrobów medycznych, weterynaryjnych produktów leczniczych oraz środków ochrony roślin.
2. Spółka ma prawo do ograniczenia emisji Reklam na stronie głównej Allegro oraz w formie masowych kampanii mailingowych i push, w przypadku gdy ich treść dotyczy:
a) parabanków i innych instytucji niefinansowych,
b) broni,
c) aptek lub punktów aptecznych,
d) materiałów erotycznych i innych produktów z kategorii Erotyka,

e) reklamy hazardu, przy czym:
   i. Reklama hazardu nie może zawierać komunikatu, który sprawia wrażenie, że udział w grze hazardowej może być źródłem środków podobnym do pracy, tj. zarobków z działalności zależnej, samozatrudnienia lub innej podobnej działalności;
   ii. zabrania się reklamowania powyższych produktów na Allegro obok wszelkich formatów reklamujących produkty dla dzieci i zabrania się przedstawiania w takich reklamach osób poniżej 18 roku życia;

f) alkoholu, przy czym Reklama nie może:
   i. zachęcać do nieumiarkowanego spożywania napojów alkoholowych lub oceniania abstynencji negatywnie lub ironicznie;
   ii. być skierowana do osób poniżej 18. roku życia, w szczególności do osób, które są lub wyglądają na osoby poniżej 18 roku życia, przedstawiać spożywania napojów alkoholowych ani wykorzystywać elementów, środków lub działań, które przemawiają do osób poniżej 18. roku życia;
   iii. kojarzyć spożycia alkoholu ze zwiększoną wydajnością ani łączyć go z prowadzeniem pojazdu;
   iv. sprawiać wrażenia, że spożywanie alkoholu przyczynia się do sukcesów społecznych lub seksualnych;
   v. twierdzić, że alkohol zawarty w napoju ma właściwości lecznicze lub działanie pobudzające lub uspokajające lub że jest środkiem do rozwiązywania problemów osobistych;
   vi. podkreślać zawartości alkoholu jako pozytywnej cechy napoju,

g) prezerwatyw, materiałów erotycznych i innych produktów z kategorii Erotyka, przy czym:
   i. forma graficzna Reklamy powyższych produktów na Allegro powinna mieć formę zdjęcia produktu i/lub logo marki;
   ii. wszelkie erotyczne slogany lub hasła reklamowe mogą być umieszczane na Allegro tylko w nocy lub tylko w kategorii Erotyka,
   iii. zabrania się reklamowania powyższych produktów na Allegro obok wszelkich formatów reklamujących produkty dla dzieci;
   iv. inne produkty z kategorii Erotyka (w tym między innymi zabawki erotyczne) mogą być promowane na Allegro w ramach reklam skierowanych wyłącznie do użytkowników w wieku powyżej 18 lat i wyłącznie w kategorii Erotyka;

3. Spółka zastrzega sobie prawo do ograniczenia emisji Reklamy w ramach regularnych kampanii marketingowych prowadzonych przez Spółkę na Allegro związanych ze Smart Week, Black Week, Cyber Monday oraz okresem przedświątecznym. Spółka w ramach kontaktów roboczych związanych z Zamówieniem informuje Klienta o szczegółowych zasadach dotyczących ograniczeń w ramach kampanii marketingowych, o których mowa w zdaniu poprzednim.
4. Reklamy nie mogą imitować ani symulować żadnych elementów Allegro i powinny być łatwo rozpoznawalne jako reklamy. Spółka zastrzega sobie prawo do oznakowania reklam jako takich bez konieczności uzyskania dodatkowej zgody Klienta, używając słów: „Reklama”, „Ogłoszenie reklamowe”, „Ogłoszenie płatne”, „Materiały sponsorowane” lub innych równoważnych sformułowań.
5. Reklamy przygotowane przez Spółkę w oparciu o Materiały Reklamowe Klienta opracowane na podstawie otrzymanych szablonów i instrukcji dostarczonych przez Spółkę stanowią przedmiot praw autorskich Spółki, a ich wykorzystanie jest dozwolone wyłącznie w ramach

prowadzonej przez Spółkę kampanii marketingowej. Zabronione jest wykorzystywanie, kopiowanie i udostępnianie tych kreacji przez Klienta lub jego podwykonawców poza zakresem współpracy ze Spółką.

6. Aby umożliwić realizację Zamówienia przez Spółkę, Materiały Reklamowe Klienta muszą być zgodne z aktualną specyfikacją techniczną Spółki dotyczącą reklam.
7. Wszystkie gotowe do użycia Materiały Reklamowe niezbędne do uruchomienia odpowiednio przygotowanego i zgodnego ze specyfikacją techniczną Emisji Reklam muszą być dostarczone nie później niż na 3 (trzy) Dni Robocze przed planowaną datą Emisji. Termin, o którym mowa w zdaniu poprzednim, rozpoczyna bieg z chwilą, gdy Spółka zweryfikuje Materiały Reklamowe zgodnie z ust. 11 poniżej, i nie ma zastosowania do Materiałów Reklamowych niezbędnych do realizacji Projektów Specjalnych, w odniesieniu do których odpowiednie terminy są określone indywidualnie w treści odrębnych Zamówień.
8. Materiały Reklamowe będą przesyłane pocztą elektroniczną na adres Spółki podany w Zamówieniu.
9. Klient oświadcza, że:
    a. jest w pełni uprawniony do korzystania z Materiałów Reklamowych i rozporządzania nimi w zakresie, w jakim umożliwiają one Spółce prawidłowe i skuteczne udzielanie licencji i zezwoleń na ich używanie i rozporządzanie nimi w ramach Zamówienia;
    b. korzystanie przez Spółkę z materiałów reklamowych nie będzie naruszać praw osób trzecich, w tym w szczególności praw własności intelektualnej autora, w tym praw majątkowych i osobistych, praw pokrewnych, praw wizerunkowych oraz dóbr osobistych, a także nie ma podstaw do zgłaszania przez osoby trzecie roszczeń lub zarzutów związanych z naruszeniem jakichkolwiek praw do Materiałów Reklamowych;
    c. dodatkowo do powyższej lit. b), Materiały Reklamowe nie mają żadnych innych wad prawnych, w tym żadnych związanych z nimi zobowiązań, które mogłyby uniemożliwić Spółce korzystanie z nich w sposób określony w Zamówieniu.
10. Z chwilą przekazania materiałów reklamowych Spółce Klient udziela Spółce niewyłącznej licencji nieograniczonej terytorialnie i czasowo, nieodpłatnie, z prawem udzielania sublicencji podwykonawcom Spółki, na korzystanie z tych Materiałów Reklamowych na wszystkich polach eksploatacji znanych w momencie przekazania Materiałów Reklamowych Spółce, w szczególności na następujących polach eksploatacji:
    a. utrwalanie lub powielanie tych Materiałów Reklamowych w całości lub w części za pomocą jakichkolwiek środków, w jakikolwiek sposób i w jakiejkolwiek formie, w tym wytwarzanie dowolną techniką egzemplarzy i kopii tych utworów (w szczególności techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego i techniką cyfrową);
    b. rozpowszechnianie tych Materiałów Reklamowych i ich egzemplarzy lub kopii, w całości lub w części, za pomocą jakichkolwiek środków, w jakikolwiek sposób i w jakiejkolwiek formie, w tym wprowadzanie do obrotu;
    c. wystawianie, wyświetlanie, odtwarzanie i nadawanie każdego z tych Materiałów Reklamowych, a także ich egzemplarzy i kopii oraz publiczne udostępnianie w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym (w tym przez Internet);
    d. wprowadzenie Materiałów Reklamowych oraz ich egzemplarzy i kopii do pamięci komputerowej i sieci komputerowych lub sieci teleinformatycznych (w tym Internetu);

e. wykonywanie i udzielanie zgody na wykonywanie praw zależnych do Materiałów Reklamowych (tworzenie utworów zależnych), w szczególności poprzez modyfikowanie, adaptację, skracanie, łączenie ich z innymi utworami i ich przetwarzanie, w tym za pomocą narzędzi sztucznej inteligencji (AI), a także wykorzystywanie takich utworzonych utworów zależnych na wszystkich wymienionych powyżej polach eksploatacji. Powyższe prawo jest udzielane wyłącznie w celu wykonywania usług objętych Zamówieniem, w tym w szczególności w celu przeprowadzenia przez Spółkę testów, analiz i działań rozwojowych opisanych w ust. 25 poniżej.

11. Wraz z udzieleniem licencji, Klient udziela Spółce zezwolenia, z prawem do udzielania dalszych zezwoleń podwykonawcom Spółki, na wykonywanie praw zależnych do Materiałów Reklamowych (w szczególności na dokonywanie modyfikacji, zmian, przekształceń, w tym tworzenie kompilacji) oraz na wykorzystywanie i rozporządzanie powstałymi w ten sposób materiałami, na warunkach określonych w ust. 10 powyżej, w szczególności na wskazanych w nim polach eksploatacji.
12. Wraz z udzieleniem licencji Klient udziela Spółce zgody na używanie i rozporządzanie znakami towarowymi, logo i innymi oznaczeniami Klienta umieszczonymi w Materiałach Reklamowych oraz dostarczonych utworach, w tym sloganach reklamowych, na warunkach określonych w ust. 10 powyżej, w szczególności na wskazanych w nim polach eksploatacji, a także w zakresie wskazanym w ust. 27 poniżej.
13. Klient zapewnia, że osoby uprawnione na podstawie osobistych praw autorskich do Materiałów Reklamowych nie będą wykonywać tych praw przeciwko Spółce i jej następcom przez czas nieokreślony, oraz upoważnia Spółkę do wykonywania osobistych praw w ich imieniu. Na pierwsze żądanie Spółki Klient przedstawi Spółce zobowiązania osób uprawnionych do Materiałów Reklamowych na podstawie osobistych praw do niewykonywania takich praw na warunkach opisanych w zdaniu poprzedzającym.
14. Jeżeli w Materiałach Reklamowych znajdują się wizerunki osób fizycznych, Klient zapewnia, że uzyskał wszelkie zgody i prawa dotyczące wykorzystania wizerunku i danych osobowych osób, których wizerunek lub dane osobowe zostały zawarte w Materiałach Reklamowych, w zakresie niezbędnym do wykorzystania ich przez Spółkę do realizacji Zamówienia. Klient udziela Spółce zgód, zezwoleń i praw dotyczących wizerunku i danych osobowych powyższych osób w zakresie, w jakim Klient sam je pozyskał. W przypadku naruszenia złożonego oświadczenia Klient zwolni Spółkę z wszelkiej odpowiedzialności oraz zabezpieczy ją przed roszczeniami wynikającymi z naruszenia praw osób trzecich.
15. Niezależnie od odpowiedzialności Klienta na zasadach ogólnych, w przypadku wystąpienia przez osobę trzecią z roszczeniami przeciwko Spółce z tytułu naruszenia jakichkolwiek praw wynikających z korzystania przez Spółkę z Materiałów Reklamowych, w tym w związku z korzystaniem przez Spółkę ze znaków towarowych, logo lub innych prawnie chronionych znaków, Klient będzie zobowiązany do naprawienia poniesionej przez Spółkę szkody w pełnej wysokości, co obejmuje w szczególności zwrot kosztów zastępstwa procesowego i obsługi prawnej, kosztów sądowych oraz zapłatę zasądzonego odszkodowania lub zadośćuczynienia, a także innych należności lub kosztów postępowania polubownego oraz wszelkich innych opłat lub kosztów postępowania pojednawczego w przypadku zawarcia ugody.
16. W przypadku wystąpienia przeciwko Spółce z roszczeniami określonymi w Regulaminie Sprzedaży i Emisji Reklam, w tym między innymi w ramach ust. 15 powyżej, Klient będzie

zobowiązany do niezwłocznego zwolnienia Spółki z odpowiedzialności – o ile jest to dopuszczalne w świetle Obowiązujących Przepisów Prawa – oraz aktywnego udziału w toczących się negocjacjach, rozmowach ugodowych, a także mediacjach, postępowaniach pojednawczych i sądowych.

17. Klient ponosi solidarną odpowiedzialność wraz ze Spółką w przypadku gdy Spółka będzie miała długi lub wymagalne roszczenia niepieniężne powstałe w wyniku naruszeń, o których mowa w Regulaminie Sprzedaży i Emisji Reklam, w tym między innymi w ramach ust. 15 powyżej, przy czym Klient zobowiązuje się zaspokoić takie roszczenia i nie dochodzić żadnych roszczeń regresowych wobec Spółki, które mogą z nich wynikać.
18. Spółka jest zobowiązana do weryfikacji poprawności otrzymanych Materiałów Reklamowych pod kątem technicznym w ciągu nie więcej niż 48 (czterdziestu ośmiu) godzin od ich otrzymania w Dniu Roboczym oraz do poinformowania Klienta o ewentualnych błędach stwierdzonych w Materiałach Reklamowych. W przypadku otrzymania Materiałów Reklamowych od Klienta w dniu innym niż Dzień Roboczy, czas weryfikacji liczony jest od następnego Dnia Roboczego. Spółka nie jest zobowiązana do sprawdzania i weryfikowania zgodności Materiałów Reklamowych z Obowiązującymi Przepisami Prawa. Prawo do odmowy wykonania lub zaprzestania emisji Materiału Reklamowego z jednego z powodów wskazanych w niniejszym Regulaminie Sprzedaży i Emisji Reklam nie oznacza udziału Spółki w produkcji lub tworzeniu Materiałów Reklamowych ani odpowiedzialności Spółki za treść Materiałów Reklamowych. Spółka ma prawo do przekazywania Klientowi sugestii dotyczących treści Materiałów Reklamowych. Prawo do przedstawiania sugestii dotyczących treści Materiałów Reklamowych nie oznacza udziału Spółki w produkcji lub tworzeniu Materiałów Reklamowych ani odpowiedzialności Spółki za treść Materiałów Reklamowych.
19. Nieprzesłanie prawidłowo przygotowanych Materiałów Reklamowych w wyznaczonym terminie, oznacza, że Klient akceptuje opóźnienie Emisji Reklamy w stosunku do daty określonej w Zamówieniu. Spółka dołoży jednak wszelkich starań, aby Emisji Reklam rozpoczęło się zgodnie z harmonogramem zawartym w Zamówieniu.
20. Spółka może odmówić realizacji Zamówienia lub wstrzymać Emisji Reklamy na Allegro, jeżeli na Klienta będącego Użytkownikiem w rozumieniu Regulaminu zostały nałożone sankcje za naruszenie zasad dotyczących sprzedaży nielegalnych produktów zgodnie z art. 8 ust. 8.4 Regulaminu; Emisji Reklamy zostanie automatycznie wznowione po zdjęciu takich sankcji.
21. W przypadku gdy oferty dostępne na Allegro są prezentowane w Reklamie, Spółka może wykluczyć niektóre oferty z Reklamy, jeśli na Sprzedawcę wystawiającego dane oferty zostały nałożone sankcje za naruszenie zasad dotyczących sprzedaży nielegalnych produktów zgodnie z art. 8 ust. 8.4 Regulaminu.
22. Klient nie jest uprawniony do wnoszenia jakichkolwiek roszczeń wobec Spółki z tytułu opóźnionego Emisji Reklam, jeżeli opóźnienie to jest spowodowane opóźnieniem w dostarczeniu Materiałów Reklamowych lub przesłaniem nieprawidłowych Materiałów Reklamowych.
23. Klient nie jest uprawniony do żądania od Spółki przedłużenia okresu Emisji z powodu opóźnienia w dostarczeniu Materiałów Reklamowych.
24. Ocena prawidłowego wykonania Zamówienia opiera się na danych statystycznych Spółki zawartych w raportach, które są dostarczane na wyraźne życzenie Klienta. W uzasadnionych przypadkach ocena prawidłowego wykonania Zamówienia może być przeprowadzona na podstawie statystyk dostarczonych przez Klienta.

25. Spółka zastrzega sobie prawo do przeprowadzania, bez uprzedniego powiadomienia Klienta, testów nowych usług, procesów lub funkcjonalności, a także testów dotyczących zmian w bieżących usługach, w ramach realizowanych Zleceń. Testy przeprowadzane są wyłącznie w celu rozwijania świadczonych przez Spółkę usług, ich optymalizacji oraz dostosowania do zmian rynkowych lub prawnych. W ramach testów, o których mowa w zdaniu poprzedzającym, Spółka ma prawo w szczególności przeprowadzać testy polegające na zastąpieniu zamówionej kampanii (Wersja A) jej zmodyfikowaną wersją (Wersja B), skierowaną do części odbiorców objętych Zamówieniem. Grupa testowa, do której będzie kierowana Wersja B, będzie stanowić od 5% do 10% ogólnej bazy użytkowników w kampaniach mailingowych lub całkowitej ilości wyświetleń zakupionych przez Klienta w ramach danej kampanii. Wykonanie testu (emisja Wersji B) nie wpływa na zobowiązanie Spółki do zapewnienia innych gwarantowanych minimalnych parametrów kampanii, a łączna liczba odbiorców lub wyświetleń (będąca sumą wersji A i wersji B) pozostanie zgodna z Zamówieniem. Jednocześnie:
    a. w celu stworzenia Wersji B Spółka jest uprawniona do korzystania z licencji, o której mowa w ust. 10 lit. e), w tym tworzenia utworów pochodnych (zależnych) z Materiałów Reklamowych, również z wykorzystaniem narzędzi sztucznej inteligencji (AI);
    b. Spółka zapewnia, że modyfikacje wprowadzone w Wersji B nie będą zawierały stałych elementów identyfikacji wizualnej Klienta, w szczególności jego logo. Spółka zobowiązuje się do przeprowadzania testów z należytą starannością, dbając o to, aby zmodyfikowane Materiały Reklamowe nie naruszały reputacji Klienta ani innych dóbr osobistych;
    c. przeprowadzanie testów opisanych w niniejszym punkcie (w tym emisja Wersji B) służy celom analitycznym i rozwojowym Spółki, nie wymaga dodatkowej akceptacji przez Klienta i nie wiąże się z dodatkowymi opłatami z jego strony.
26. W ramach działań reklamowych Spółki na Allegro Klient nie może używać zewnętrznych kodów systemów:
    a. do pomiaru widoczności/bezpieczeństwa marki, np. Moat, Double Verify, IAS, Meetrics
    b. do pomiaru docelowej grupy odbiorców, np. Nielsen DAR.
    Jedynymi kodami obsługiwanymi w ramach kampanii są tagi kliknięć i piksele do śledzenia liczby wyświetleń Reklamy.
27. Klient wyraża zgodę na publikację przez Spółkę nazwy/logo reklamowanych towarów/usług, adresu platform internetowych Klienta, odniesień do kampanii reklamowych wraz z wykorzystaniem przez Spółkę kreacji Reklamy w ramach zrealizowanych kampanii reklamowych Klienta, na potrzeby oferty handlowej Spółki, w tym w reklamach, ofertach, witrynach internetowych, platformach internetowych oraz innych materiałach promocyjnych i listach referencyjnych wykorzystywanych przez Spółkę. Jeśli Klient zamawia Reklamę od Spółki na rzecz osoby trzeciej, powyższe prawo dotyczy również takiej osoby trzeciej, a Klient oświadcza, że posiada odpowiednie upoważnienie w wyżej wymienionym zakresie od takiej osoby trzeciej, na rzecz której prowadzona jest kampania reklamowa.
28. Stosując rabat cenowy do Ofert, Klienci są zobowiązani do korzystania z narzędzi dostarczonych przez Spółkę. Reklamując rabat w Reklamie (słownie lub graficznie), Klient musi dokładnie ujawnić warunki promocji zgodnie z Obowiązującymi Przepisami Prawa, w szczególności m.in. podać prawidłową „Najniższą Cenę Oferty z 30 dni przed obniżką”,

oferując produkt dokładnie po reklamowanej cenie, oraz precyzyjnie używając haseł reklamowych takich jak „rabaty do -40%”.

ARTYKUŁ 5. CENNIK I WARUNKI PŁATNOŚCI

1. Wszystkie ceny wymienione w Cenniku stanowiącym Załącznik nr 1 do Regulaminu Sprzedaży i Emisji Reklam są cenami netto. Wartość opłaty dla Spółki za usługi świadczone w ramach Zamówień zostanie powiększona o podatek VAT należny zgodnie z Obowiązującymi Przepisami Prawa.
2. Opłata za Emisji Reklamy jest ustalana w Zamówieniu, w oparciu o następujące modele sprzedaży:
    a. CPM – jednostka rozliczeniowa Emisji oparta na liczbie wyświetleń zamówionego Formatu Reklamowego. 1 CPM to koszt 1000 wyświetleń,
    b. CPC – jednostka rozliczeniowa Emisji oparta na liczbie kliknięć użytkowników w zamówionym Formacie Reklamowym. 1 CPC to koszt jednego kliknięcia,
    c. FF (flat fee) – opłata za określony czas Emisji Reklamy oparta na ustalonym czasie wyświetlania Reklamy niezależnie od liczby kliknięć lub wyświetleń,
    d. GRP (Gross Rating Point) – opłata za sumę ocen wszystkich wyświetleń reklam w Telewizji lub Radiu. GRP pokazuje, ile razy przeciętny przedstawiciel grupy docelowej miał kontakt z reklamą,
    e. Inne, zgodnie z odrębnymi ustaleniami.
3. Spółka zapewnia Klientom (zarówno klientom indywidualnym, jak i agencjom reklamowym, mediom oraz brokerom internetowym) indywidualne rabaty ustalane na podstawie określonych progów rabatowych, które w szczególności zależą od zadeklarowanej przez Klienta kwoty wydatków reklamowych na Allegro lub za pośrednictwem Allegro w danym roku kalendarzowym. Progi rabatowe są następujące: zadeklarowane roczne wydatki reklamowe na Allegro lub za pośrednictwem Allegro w danym roku kalendarzowym

    a) do 70% rabatu – gdy zadeklarowane roczne wydatki reklamowe na Allegro lub za pośrednictwem Allegro w danym roku kalendarzowym są do kwoty określonej w poniższej tabeli,

    b) powyżej 70% rabatu – gdy zadeklarowane roczne wydatki reklamowe na wszystkich platformach Allegro lub za pośrednictwem Allegro w danym roku kalendarzowym przekraczają kwotę określoną w poniższej tabeli,

    c) powyżej 70% rabatu – na życzenie Klienta, gdy rzeczywiste wydatki reklamowe Klienta w całości na wszystkich rynkach Allegro lub za pośrednictwem Allegro w roku kalendarzowym poprzedzającym datę złożenia Zamówienia przekraczają kwotę określoną w poniższej tabeli.

próg rabatowy	zadeklarowane roczne wydatki reklamowe na Allegro lub za pośrednictwem Allegro w danym roku kalendarzowym			
rynek	Allegro.pl	Allegro.cz	Allegro.sk	Allegro.hu

do 70% rabatu	do 100 000,00 PLN	do 500 000,00 CZK	do 23 000,00 EUR	do 9 000 000,00 HUF
powyżej 70% rabatu	powyżej 100 000,00 PLN	powyżej 500 000,00 PLN	powyżej 23 000,00 EUR	powyżej 9 000 000,00 HUF

4. W przypadku gdy Klient otrzyma rabat, pod warunkiem że zadeklarował określony poziom wydatków, o którym mowa w ust. 2 powyżej, oraz że podpisał stosowną umowę, na mocy której jest zobowiązany do osiągnięcia wybranego progu wydatków na reklamę na Allegro w określonym okresie, ale nie spełni powyższego wymogu, Spółka ma prawo do odzyskania nienależnie przyznanego rabatu poprzez wystawienie Klientowi faktury korygującej.
5. Minimalna wartość pojedynczego Zlecenia odpowiada obowiązującej kwocie wskazanej w poniższej tabeli:

	Minimalna wartość pojedynczego zamówienia			
rynek	Allegro.pl	Allegro.cz	Allegro.sk	Allegro.hu
dla masowych mailingowych kampanii reklamowych	nie mniej niż 1 500,00 PLN	nie mniej niż 7 500,00 CZK	nie mniej niż 300,00 EUR	nie mniej niż 150 000,00 HUF
dla kampanii z innymi Formatami Reklamowymi	nie mniej niż 5 000,00 PLN	nie mniej niż 15 000,00 PLN	nie mniej niż 600,00 EUR	nie mniej niż 250 000,00 HUF

6. Faktura zostanie wystawiona Klientowi na podstawie Zamówienia. W przypadku Reklam wyświetlanych dłużej niż przez jeden miesiąc Spółka ma prawo wystawić Klientowi fakturę za poszczególne jednostki kosztów wskazane w Zamówieniu.
7. Opłata dla Spółki za realizację Zamówienia zostanie uiszczona zgodnie z harmonogramem określonym w Zamówieniu. Za datę płatności uważa się dzień, w którym przelew zostanie zaksięgowany na rachunku bankowym Spółki. W przypadku opóźnień w płatnościach Spółka ma prawo naliczać odsetki ustawowe za okres opóźnienia.

8. Akceptując Regulamin Sprzedaży i Emisji Reklam, Klient wyraża zgodę na akceptację faktur Spółki w formie elektronicznej, zgodnie z Obowiązującymi Przepisami Prawa.
9. Spółka ma prawo odmówić dalszej realizacji Zamówienia i wszelkich innych Zamówień złożonych przez Klienta, który nie opłacił faktury w terminie. Odmowa wykonania Zamówienia oraz wszelkich innych Zamówień złożonych przez Klienta, o których mowa w zdaniu poprzedzającym, nie stanowi podstawy do jakichkolwiek roszczeń wobec Spółki w związku z niewykonaniem jakiegokolwiek Zamówienia lub jego części.

ARTYKUŁ 6. ODPOWIEDZIALNOŚĆ

1. Klient ponosi pełną odpowiedzialność wobec Spółki, osób trzecich lub właściwych organów za treść Materiałów Reklamowych dostarczanych Spółce i wszelkich zamieszczanych Reklam. Usługi Spółki ograniczają się do publikowania reklam i świadczenia usług hostingowych. Spółka w żadnym wypadku nie ponosi odpowiedzialności za treść jakichkolwiek Materiałów Reklamowych i Reklam.
2. Klient zwalnia Spółkę i/lub osoby trzecie, w imieniu których Klient kupuje przestrzeń reklamową oferowaną przez Spółkę na Allegro, z odpowiedzialności w przypadku wszelkich uzasadnionych roszczeń zgłoszonych przez osoby trzecie lub roszczeń wynikających z naruszenia ich praw poprzez Emisję Reklamy i/lub z odszkodowania za szkody, w tym koszty prawne, koszty obsługi prawnej i wszelkie inne uzasadnione wydatki poniesione przez Spółkę w celu zaspokojenia roszczeń osób trzecich i/lub w przypadku wszelkich roszczeń, strat, szkód, wydatków lub zobowiązań wynikających z naruszenia Obowiązujących Przepisów Prawa przez Reklamę. Ponadto Klient zobowiązuje się do naprawienia szkody, jeśli taka szkoda powstałaby po stronie Spółki w wyniku podania przez Klienta nieprawdziwych informacji w Zamówieniu.
3. Spółka ponosi odpowiedzialność wyłącznie za szkody wynikające z niewykonania lub nienależytego wykonania Zamówienia z powodu umyślnego niewłaściwego postępowania lub rażącego niedbalstwa, z wyjątkiem przestrzegania przez Spółkę orzeczeń, decyzji lub zarządzeń jakiegokolwiek sądu, organu, organizacji konsumenckiej lub podobnych odnoszących się do rzekomo bezprawnych reklam, przy czym całkowita odpowiedzialność za jakiekolwiek szkody nie przekroczy kwoty brutto opłaty określonej w Zamówieniu. Spółka nie ponosi odpowiedzialności za jakąkolwiek utratę zysku przez Klienta.

ARTYKUŁ 7. SIŁA WYŻSZA

1. Spółka nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie swoich zobowiązań wynikających z Zamówienia Emisji Reklamy, jeżeli takie niewykonanie lub nienależyte wykonanie jest wynikiem nieprzewidzianych zdarzeń pozostających poza kontrolą Spółki, w tym (między innymi) wybuchu wojny, zagrożeń militarnych, ataków terrorystycznych, powodzi, pożarów, wybuchów, awarii sieci internetowej lub jej części, przerw w dostawie prądu, monitoringu cyfrowego i awarii systemów dystrybucji lub innych przypadków siły wyższej.
2. W przypadku wystąpienia któregokolwiek z powyższych zdarzeń, Spółka niezwłocznie powiadomi o tym fakcie Klienta i, jeśli to możliwe, zaproponuje inne odpowiednie daty Emisji.

ARTYKUŁ 8. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Postanowienia Regulaminu stosuje się odpowiednio.

2. Terminy pisane wielką literą, które nie zostały zdefiniowane w Regulaminie Sprzedaży i Emisji Reklam, mają znaczenie nadane im w Regulaminie.
3. Regulamin Sprzedaży i Emisji Reklam został sporządzony w pięciu wersjach językowych: w języku polskim, angielskim, czeskim, słowackim i węgierskim. W przypadku jakichkolwiek rozbieżności lub wątpliwości co do ich interpretacji, wersja polska ma pierwszeństwo.
4. W przypadku rozbieżności między Zamówieniem a postanowieniami niniejszego Regulaminu Sprzedaży i Emisji Reklam, pierwszeństwo ma Regulamin Sprzedaży i Emisji Reklam.
5. Spółka zastrzega sobie prawo do zmiany Regulaminu Sprzedaży i Emisji Reklam za uprzednim powiadomieniem w terminie nie krótszym niż 15 dni. Cennik może jednak być zmieniany za uprzednim powiadomieniem, którego okres nie może być krótszy niż 7 dni.
6. Wszelkie reklamacje dotyczące spraw, o których mowa w Regulaminie Sprzedaży i Emisji Reklam, należy składać w terminie 14 dni od wystąpienia zdarzenia stanowiącego podstawę reklamacji w formie pisemnej na adres Spółki lub za pośrednictwem formularza kontaktowego.

Załączniki:

1. Cennik,
2. Szablon Zamówienia.

Załącznik nr 2 - Szablon Zamówienia

Formularz zlecenia emisji reklam w Allegro

Wypełniony formularz oraz materiały reklamowe prosimy przesłać do osoby obsługującej Państwa po stronie Biura Reklamy Allegro

ID kampanii	
Nazwa kampanii	
Termin kampanii	
Firma zlecająca	
Ulica	
Kod, miasto	
NIP	

Imię i nazwisko	
E-mail	
Telefon	

Produkt reklamowy	Marka	Parametry reklamy	Model	Start emisji	Koniec emisji	Cena za jednostkę	Cena po dopłatach	Rabat	Jednostka	Ilość	Wartość netto

Wartość usługi bez podatku: PLN
Podatek VAT (23%): 0.0 PLN
Razem do zapłaty: 0.0 PLN

Na wyżej wymienioną kwotę faktury VAT zostaną wystawione w następujący sposób:

Należność wymienioną powyżej ZLECENIODAWCA ureguluje w terminie 30 dni od daty wystawienia faktury.

Niniejszym oświadczam, że firma, którą reprezentuję jest płatnikiem podatku VAT i upoważniam Biuro Reklamy Allegro do wystawiania faktur VAT bez podpisu odbiorcy. Oświadczam, że zapoznałem się i akceptuję regulamin Zlecenia Emisji Reklam, Cennik oraz specyfikację techniczną Biura Reklamy Allegro. W przypadku zmiany cennika reklamy Biura Reklamy Allegro skoryguje powyższe lub wystawi dodatkowe zlecenie na kwotę będącą różnicą między starą i nowa ceną zleconej reklamy. Zmiana będzie dotyczyła jedynie emisji, które nastąpią miesiąc po ogłoszeniu nowego cennika. Nowe lub skorygowane zlecenie powinno być przesłane do Allegro najpóźniej na cztery tygodnie przed emisja, której dotyczy. Nienadesłanie takiego zlecenia będzie rozumiane jako rezygnacja z dalszej realizacji kampanii.

* Niniejszym oświadczam, że firma, którą reprezentuję zatwierdza, w rozumieniu art. 56 ust. 2 Polskiej ustawy z dnia 7 kwietnia 2022 r. o wyrobach medycznych, wszystkie materiały reklamowe, jak również działania reklamowe będące przedmiotem niniejszego zlecenia. Jednocześnie w imieniu Firmy, którą reprezentuję, oświadczam, że w razie zakwestionowania ww materiałów i działań reklamowych będących przedmiotem niniejszego zlecenia, Zleceniodawca zobowiązuje się do naprawienia wszelkiej szkody, która wynikałaby z tego tytułu dla Allegro Sp. z o.o.

*Oświadczenie dotyczy wyłącznie kampanii reklamowych oraz materiałów w rozumieniu art. 56 ust. 2 Polskiej ustawy z dnia 7 kwietnia 2022 r. o wyrobach medycznych

* Niniejszym oświadczam, że Firma zlecająca, którą reprezentuję stanowi podmiot odpowiedzialny w rozumieniu art 60 ust 1 ustawy z dnia z dnia 6 września 2001 r .Prawo farmaceutyczne i ponoszę pełną odpowiedzialność za treść wszystkich materiałów reklamowych, będących przedmiotem niniejszego zlecenia, jak również oświadczam , że działania reklamowe (emisja reklam) będące przedmiotem niniejszego zlecenia zostały zlecone Allegro Sp. z o.o. przez Firmę zlecającą zgodnie z art 60 ust 1 ww ustawy . Jednocześnie w imieniu Firmy zlecającej, którą reprezentuję, oświadczam, że w razie zakwestionowania ww materiałów i działań reklamowych będących przedmiotem niniejszego zlecenia, Firma Zlecająca zobowiązuje się do naprawienia wszelkiej szkody, która wynikałaby z tego tytułu dla Allegro Sp. z o.o.

_____
Pieczątka, data i podpis ZLECENIODAWCY

_____
Potwierdzenie przyjęcia zlecenia.

Parametry zleconych do emisji produktów reklamowych

Każdy produkt emitowany na stronach Allegro musi spełniać określone wymagania techniczne zawarte w Specyfikacji technicznej. Główne wytyczne zawiera poniższa tabela.

Produkt reklamowy	Szerokość	Wysokość	Waga	Dostępne formaty	Link do szablonu	Dodatkowe informacje