

Splošni pogoji poslovanja družbe SMART AD d.o.o. z založniki

1. Definicije

Storitve družbe Smart AD d.o.o. obsegajo zlasti zakup digitalnega spletnega oglasnega prostora (op. tako desktop kot mobile), kot tudi vse druge storitve, ki so predstavljene in ponujene na spletni strani www.smart-ad.si.

Ponudnik je: Smart AD d.o.o., Parmova ulica 14, Ljubljana, ID za DDV SI27359425.

Založnik je oseba oziroma poslovni subjekt, ki je lastnik in upravljaavec spletnega mesta, ki ima nadzor nad njegovo vsebino in ima pristojnost skleniti dogovor s ponudnikom za vključitev v ta sistem ponudnika.

Oglaševalec je oseba oziroma poslovni subjekt, ki prodaja produkte ali storitve in želi povečati število obiskov na svojem spletnem mestu oziroma graditi na prepoznavnosti svoje blagovne znamke, kar poskuša uresničiti tudi s pomočjo nakupa digitalnega medijskega prostora pri ponudniku.

Spletno mesto je skupek vseh spletnih strani in mobilnih spletnih strani na posameznem spletnem naslovu (domeni) ter mobilnih aplikacij.

Spletna stran je posamezna stran (na določenem spletnem naslovu) v okviru spletnega mesta in je predstavljena v enem oknu brskalnika. Navigacija po njej je možna z uporabo drsnika na desni strani ali miške oziroma dotika oziroma druge ustrezne naprave.

Oglas je obvestilo, namenjeno javnosti, katerega objavo naroči pravna ali fizična oseba z namenom, da bi s tem pospeševala promet blaga, storitev, pravic ali obveznosti, pridobivala poslovne partnerje ali si v javnosti ustvarjala ugled in dobro ime. Oglas se objavi za plačilo ali drugo podobno nadomestilo ali z namenom samooglaševanja. Oglas definirajo lokacija objave (pozicija v okviru spletnega mesta ter pozicija v okviru posamezne spletne strani), pogoji poslovanja (na doseg ali na ključne besede), vsebina (grafični ali tekstovni oglas) ter URL naslov.

Oglaševalska akcija je najmanjša enota naročila oglaševanja. Vodi se kot nedeljiva celota, ima svoje ime in svojo statistiko. Sestavlja jo praviloma prikazovanje enega ali več oglasov na enem oglasnem mestu, pri čemer pa so vsi oglasi namenjeni promociji enega spletnega mesta. Kreative posameznih oglasov znotraj ene oglaševalske akcije so lahko različne.

Kreativa pri grafičnem oglasu zajema besedilo in grafično vsebino oglasa, pri tekstovnem oglasu pa samo besedilo oglasa.

Obiskovalec je vsaka oseba, ki obiše katerokoli spletno stran v okviru spletnega mesta. Kot obiskovalec se šteje vsak odjemalec (client), ki ima omogočene piškotke in, ki na strežnik upravljalca spletnega mesta pošlje zahtevo za prikaz katerekoli vsebine.

Ključna beseda je beseda ali besedna zveza, ki jo zakupi oglaševalec za kontekstualno ciljano oglaševanje na ključne besede v okviru sistema.

Klik je dejanje interakcije obiskovalca s prikazanim oglasom. Klik je opravljen, kadar obiskovalec postavi kazalko na oglas in nanj klikne oziroma, da se na napravi občutljivi na dotik, dotakne področja oglasa in tako sproži postopek preusmeritve k oglaševalčevi spletni predstavitvi. Za klik je torej dovolj, da je obiskovalec napoten k oglaševalcu in ni potrebno, da na ciljno lokacijo tudi prispe. Klik se kot opravljen zabeleži na oglasnem strežniku ponudnika oglaševanja, ko le-ta prejme zahtevo obiskovalčevega brskalnika za preusmeritev in nanj pošlje odgovor.

Prikaz je posredovanje vsebine oglasa kot reakcija na zahtevek, da se oglas prikaže v oknu obiskovalčevega brskalnika. Prikaz se zabeleži na oglasnem strežniku ponudnika oglaševanja.

Remarketing je oblika prikazovanja oglasa, pri kateri se posameznemu obiskovalcu spletne strani ponovno prikaže oglas na osnovi njegovih osebnih preferenc.

Koda (tracking code) je del programske kode, ki jo oglaševalec implementira v svoje spletne strani, preko katere se prikazujejo oglasi na določeni in dogovorjeni spletni strani.

CTR (click-through-rate) je razmerje med številom klikov na posamezni oglas in številom prikazov tega oglasa ter pove, kolikšen odstotek obiskovalcev, ki jim je bil oglas prikazan, je na ta oglas tudi kliknil. Predstavlja prikaz učinkovitosti oglasa in je odvisen od številnih faktorjev, kot so cilji oglaševalske akcije, privlačnost vsebine oglasa, usklajenost vsebine oglasa s ciljno publiko, frekvenca prikazovanja ipd.

CPC (cost-per-click) oziroma PPC (pay-per-click) je zaračunavanje na klik, kar pomeni, da ponudnik spletnega mesta oglaševalcu zaračuna opravljeno oglaševanje na podlagi števila potrjenih klikov na prikazan oglas.

CPM (cost-per-mille) je zaračunavanje na 1000 ogledov, kar pomeni, da ponudnik spletnega mesta oglaševalcu zaračuna opravljeno oglaševanje za vsakih 1000 obiskovalcev, ki so si oglas ogledali.

2. Uporaba in veljavnost splošnih pogojev

Ti splošni pogoji so v celoti zavezujoči za vse založnike, ki poslujejo s ponudnikom, in imajo naravo pogodbe oz. pravnega dogovora med ponudnikom in založnikom.

V primeru, da ponudnik in založnik glede posameznega poslovnega sodelovanja skleneta pogodbo v pisni obliki, se šteje, da ti splošni pogoji dopolnjujejo pogodbeno določila. V primeru neskladja med splošnimi pogoji in posameznimi pogodbenimi določili neposredno veljajo pogodbeno določila in imajo prednost pred splošnimi pogoji.

Ponudnik sme posamezna določila teh splošnih pogojev kadarkoli spremeniti.

Založnik je dolžan mesečno spremljati spletno stran ponudnika glede morebitnih sprememb splošnih pogojev, saj v roku 30 dni od objave na spletni strani ponudnika le-te začnejo

neposredno učinkovati in se poslovno razmerje nadaljuje pod spremenjenimi splošnimi pogoji.

Založnik, ki se s spremenjenimi splošnimi pogoji ne strinja, lahko poslovno sodelovanje s ponudnikom, brez odpovednega roka odpove v roku 15 dni od objave spremenjenih splošnih pogojev na spletni strani ponudnika. Odpoved mora biti podana na elektronski naslov info@smart-ad.si ali pa poslana priporočeno po pošti, sicer odpoved ni veljavna in nima nikakršnih pravnih učinkov.

3. Sklenitev in trajanje poslovnega sodelovanja

Pred sklenitvijo poslovnega razmerja je ponudnik dolžan založniku po elektronski pošti poslati kodo (tracking kodo).

Ponudnik in založnik stopita v poslovno razmerje v trenutku, ko založnik s strani ponudnika poslano kodo vstavi v svoje spletno mesto, kar omogoča ponudniku, da je od tega trenutka dalje na založnikovo spletno mesto upravičen lansirati oglase.

Glede cen in plačilnih pogojev sta se ponudnik in založnik dolžna dogovoriti s posebnim pisnim dogovorom preko elektronske pošte najkasneje v roku 6 mesecev od nastopa poslovnega razmerja.

Z izvedbo implementacije ponudnikove kode založnik potrjuje, da je v celoti seznanjen z vsebino teh splošnih pogojev ter da jih razume in v celoti sprejema.

Z izvedbo implementacije kode je založnik dolžan preveriti, katere vse piškotke naloži obiskovalcem njegova spletna stran. Vse navedene piškotke mora založnik vključiti v lastna pravna obvestila na spletni strani (npr. v dokumentih Pogoji uporabe in Varstvo zasebnosti).

V primeru, da se ponudnik in založnik v roku 6 mesecev od nastopa poslovnega razmerja ne bi uskladila glede cen založnikovih storitev ali glede plačilnih pogojev in načina obračunavanja glede na enoto oglaševanja (prikaz, klik, idr.), lahko ponudnik poslovno sodelovanje z založnikom pisno odpove brez odpovednega roka, do tedaj koriščene storitve pa je dolžan plačati po primerni ceni primerljivih založnikov.

Ponudnik je v okviru poslovnega razmerja z založnikom in v okviru zakupljenih količin upravičen po svoji izbiri oglase lansirati kadarkoli in jih tudi kadarkoli spreminjati.

Poslovno razmerje se ob odsotnosti drugačnega pisnega dogovora sklepa za nedoločen čas, pri čemer ga lahko bodisi ponudnik bodisi založnik pisno odpove z odpovednim rokom 60 dni.

4. Pogoji glede spletnih mest založnika

Spletno mesto založnika mora vsebovati izključno dimenzije oglasov v skladu z IAB standardi (merska enota so piksli), zlasti:

a) navadni mobile oglasi za pametne telefone: 300x250, 320x50, Full-screen video, In-page video (any size), 102x768, 102x1024, 768x1024, 768x90, 728x90, drugo

b) oglasi za tablične računalnike: 300x250, 728x90, Full-screen video, In-page video (any size), 1024x1024, 768x90, 320x50, 1024x768, 768x1024, drugo

c) oglasi za desktope: 300x250, 336x200, 728x90, 160x600, 640x360, 970x250, 300x600, 970x90, 300x1050, 550x480, drugo

d) video mobile oglaševanje (za tablične računalnike in pametne telefone);

e) video oglasi za desktope.

Več o dimenzijah video mobile oglasov ter video desktop oglasov so dostopne informacije na:

<http://www.iab.net/guidelines/508676/508767/displayguidelines>

Založnik in ponudnik se lahko pisno v komunikaciji preko e-pošte dogovorita individualno tudi za drugačen format oglasov.

5. Prikazovanje kontekstualnih oglasov

Kontekstualni oglas se prikaže na spletni strani, ki je vključena v sistem ponudniku, pri kateri vsebina posredno ali neposredno ustreza opisu, ki ga definira oglaševalec.

Ponudnik si pridržuje pravico, da presodi ustreznost vsebine spletne strani z vidika celotnega oglasa in uporabniške izkušnje. Temeljni kriterij za presojanje je pravilo, da prikazani oglas kot celota izboljša kakovost uporabniške izkušnje oz. jo ohrani vsaj na nekem nivoju. Ponudnik si pri izbiri spletne strani za prikaz kontekstualnih oglasov pridržuje pravico, da izbere točno določene spletne strani za kontekstualno oglaševanje, če meni, da je to potrebno zaradi spoštovanja teh splošnih pogojev poslovanja oz. upoštevanja veljavne zakonodaje.

6. Prepovedana ravnanja

Spletno mesto založnika ne sme vsebovati vsebin, ki so na kakršenkoli način v nasprotju z določbami Ustave Republike Slovenije, v nasprotju z veljavnimi predpisi na področju Republike Slovenije in ki so na kakršenkoli način v nasprotju z moralo oz. splošno sprejetimi in znanimi etičnimi načeli.

Založnikova spletna mesta primeroma ne smejo prikazovati kakršnegakoli nasilja, nestrpnosti, diskriminacije, groženj, žalitev, pornografije, mamil, drog, alkohola, tobaka, orožja, terorizma, skratka ničesar, kar bi bilo v nasprotju z zgornjo določbo in kar bi na kakršenkoli način nasprotovalo veljavnim predpisom, javnemu redu in moralnim načelom, poleg tega pa ne smejo vsebovati osebnih podatkov posameznikov brez njihovega soglasja, ne smejo vsebovati virusov oz. škodljivih programov in ne smejo prikazovati vsebin, glede katerih založnik ne razpolaga z avtorskimi pravicami.

Založnik se zavezuje, da so vsebine na spletnih straneh, ki jih ponuja in kjer je nameščena koda, družini prijazne (family-safe).

Založnik v nobenem primeru ne sme niti neposredno niti posredno:

- Ustvarjati prometa na katerikoli oglas preko kakršnihkoli avtomatičnih, prikritih, sleparskih ali drugih nepravilnih sredstev, kar brez izjeme vključuje ponavljajoče osebne klike, uporabo robotov ali druge programske opreme, ki avtomatizira promet;
- Popravljati, filtrirati ali spreminjati vrstnega reda informacij, ki so prikazane v kateremkoli oglasu ali izbrisati, zakriti, popačiti katerikoli oglas v kakršnemkoli smislu;
- Uokviriti, minimizirati, odstraniti ali drugače preprečiti celoten in popoln prikaz katerekoli oglaševane strani, ki je dostopna končnemu obiskovalcu preko klika na katerikoli del oglasa.
- Preusmeriti končnega obiskovalca stran od katerekoli oglaševane strani ali ga preusmeriti preko neke druge strani na oglaševano stran; vsi kliki, opravljeni na oglas, morajo končnega obiskovalca neposredno, brez kakršnihkoli vmesnih postankov, pripeljati na oglaševano stran.
- Prikazovati kakršnihkoli oglasov na straneh z napako, kar brez izjeme vključuje "404 Document not found". Prav tako ni dovoljeno prikazovanje oglasov na kakršnikoli strani z registracijo ali na strani, kjer se zahvaljujete obiskovalcu za registracijo, v katerikoli elektronski pošti, pogovorni strani ali na strani, ki vsebuje pornografske, rasno nestrpne, nasilne, žaljive ali nelegalne vsebine;
- Dostopati, zaganjati, in/ali aktivirati oglasov, ali kako drugače vključevati oglase v kakršnokoli aplikacijo ali spletno stran, ki ni v lasti založnika, razen v obsegu, ki je dovoljen s tem dogovorom;
- V kakršnikoli obliki pridobivati ali shranjevati informacije, pridobljene s katerimkoli oglasom;
- Delovati na kakršenkoli način, ki ni v skladu s poslovnimi običaji ali sodelovati v katerikoli akciji ali praksi, ki bi metala slabo luč na ponudnika, oglaševalca, lastnika ali upravljavca sistema ali ki bi kakor koli omalovaževala, razvrednotila ali škodovala ponudnikovemu, oglaševalčevemu, lastnikovemu ali upravljavčevemu ugledu.

7. Kršitev splošnih pogojev poslovanja

Založnik se popolnoma zaveda, da kakršnokoli kršenje teh pravil vodi do pravnega pregona proti njemu, vključujoč tudi takojšnjo izključitev iz sistema ponudnika.

V primeru kršitev navedenih določb Splošnih pogojev poslovanja je založnik dolžan prevzeti nase vse škodljive posledice svojega ravnanja in je dolžan ponudniku povrniti vso premoženjsko in nepremoženjsko škodo, ki bi mu s tem v zvezi nastala.

V primeru, da bi zaradi kršitve določb Splošnih pogojev tretje oškodovane osebe na ponudnika naslovile odškodninske zahtevke, jih je založnik v celoti dolžan prevzeti nase in se v primeru sodnega spora spustiti v spor namesto ponudnika.

8. Merjenje oglaševanja

Ponudnik je glede lansiranih oglasov na spletno mesto založnika upravičen spremljati in meriti količino oglaševanja oz. meriti zahteve za prikaz oglasa oz. klikov na oglas s strani obiskovalcev.

V okviru zgornje določbe se shranjujejo naslednji podatki:

- Klik na oglas,
- Čas obiska / čas klika,
- URL,
- Podatki o piškotku,
- IP naslov,
- Podatki o programski opremi obiskovalca.

9. Intelktualna lastnina in poslovna skrivnost

Vse vsebine sistema ponudnika so avtorsko pravno zaščitene kot individualne avtorske stvaritve oziroma kot podatkovne zbirke. Varstvo zajema zlasti podatke, besedila, multimedijske vsebine, programsko opremo in izvorno kodo. Avtorsko pravno zaščitene vsebine je dovoljeno uporabljati zgolj na način in namen, določen s temi splošnimi pogoji poslovanja in veljavno zakonodajo.

Založnik se zavezuje, da bo poslovno sodelovanje s ponudnikom obravnaval kot poslovno skrivnost in v nobenem primeru neposredno ali posredno informacije, da sodeluje s ponudnikom ne bo izdal tretjim osebam. Kršitev omenjene določbe predstavlja razlog za takojšnjo odpoved pogodbe ter ukrepi v smislu 7. točke teh splošnih pogojev.

10. Varstvo osebnih podatkov in piškotki

Založnik je dolžan, v kolikor gre za zbiranje in obdelavo osebnih podatkov njegovih obiskovalcev, fizičnih oseb, pridobiti njihovo osebno privolitev za obdelavo osebnih podatkov, vse v skladu z zahtevami zakonodaje s področja varstva osebnih podatkov.

Ponudnik v nobenem primeru ne more in ne prevzema odgovornosti v primeru nezakonite obdelave osebnih podatkov založnikovih obiskovalcev, fizičnih oseb.

Založnik izrecno dovoli, da ponudnik, v okviru medsebojnega sodelovanja in za namene svojega poslovanja, zbira in obdeluje vse podatke, ki so za ta namen potrebni.

V skladu z zgornjo določbo se v primeru, da ponudnik obdeluje osebne podatke založnika, sprejem teh splošnih pogojev šteje za sklenitev pisne pogodbe o pogodbeni obdelavi osebnih podatkov oz. kot založnikova privolitev v zbiranje in obdelovanje osebnih podatkov, vse v skladu z zahtevami zakonodaje s področja varstva osebnih podatkov.

Založnik je dolžan med trajanjem poslovnega sodelovanja s ponudnikom najmanj enkrat mesečno preveriti, katere piškotke zapiše ponudnikov sistem oglasov in jih posledično založnikova spletna stran naloži obiskovalcu. Piškotke mora ustrezno v skladu z zakonodajo zabeležiti v pravnih obvestilih svojih spletnih strani.

Založnik se obveže prevzeti vso odgovornost glede obveščanja obiskovalcev spletnih strani v zvezi z nameščenimi piškotki in v zvezi z drugimi zahtevami varstva zasebnosti obiskovalcev svojih spletnih strani.

Založnik se obveže, da bo v pravnih obvestilih svojih spletnih strani ustrezno opredelil možnost, da v kolikor se obiskovalec njegove spletne strani strinja s piškotki, se mu lahko oglas v okviru oglaševalske akcije določenega predhodno obiskanega ponudnika ponovno prikaže (remarketing).

Ponudnik je pri zbiranju in obdelovanju osebnih podatkov dolžan upoštevati vse določbe predpisov s področja varstva osebnih podatkov in jih hraniti le toliko časa, dokler je to potrebno za doseg namena, za katerega so se zbirali in obdelovali.

11. Reševanje sporov

Ponudnik in založnik se zavezujeta morebitne spore reševati po mirni poti, v kolikor to ne bo mogoče, pa bo o sporih odločalo stvarno pristojno sodišče Ljubljani.

Razmerje med ponudnikom in založnikom se presoja po slovenskem pravu, brez uporabe pravil o mednarodnem zasebnem pravu in postopku.

Ljubljana: 30. 5. 2017

Smart ad d.o.o.