

Retail Media Nanovo sp. z o.o.

Ogólne Warunki Zawierania i Wykonywania Umów o Emisję Reklam

Obowiązują od dnia: 1 września 2026 r.

Spis treści

§1. Postanowienia ogólne	1
§2. Definicje	1
§3. Zawarcie Umowy	2
§4. Realizacja Kampanii	3
§5. Delivery i rozliczenie	4
§6. Wynagrodzenie i płatności	4
§7. Zmiany, anulacje i przesunięcia Kampanii	5
§8. Materiały reklamowe i prawa autorskie	6
§9. Odpowiedzialność	7
§10. Reklamacje	8
§11. Dane i ochrona prywatności	8
§12. Poufność i referencje	9
§13. Zmiana OWU	9
§14. Klauzula antykorupcyjna; Compliance	9
§15. Postanowienia końcowe	9

§1. Postanowienia ogólne

1. Niniejsze Ogólne Warunki Zawierania i Wykonywania Umów o Emisję Reklam („OWU”) określają zasady świadczenia usług emisji reklam przez Retail Media Nanovo sp. z o.o. („RMN”).
2. RMN świadczy usługi emisji reklam: (a) na cyfrowych nośnikach reklamowych zlokalizowanych w placówkach handlowych („In-Store Digital / DOOH”); (b) w środowisku mobilnym („Mobile”).
3. OWU mają zastosowanie wyłącznie do umów zawieranych z podmiotami niebędącymi konsumentami w rozumieniu art. 22¹ Kodeksu cywilnego. Osoby będące konsumentami proszone są o kontakt z RMN w celu zawarcia indywidualnej umowy.
4. OWU stanowią integralną część każdej Umowy lub Insertion Order („IO”) zawieranej przez RMN. Zawierając Umowę lub akceptując IO, Zleceniodawca oświadcza, że zapoznał się z treścią OWU, przyjął je do wiadomości, wyraża zgodę na ich włączenie do treści umowy i zobowiązuje się do ich przestrzegania.
5. W przypadku sprzeczności postanowień pierwszeństwo mają: (a) Umowa lub IO; (b) niniejsze OWU; (c) załączniki techniczne.

§2. Definicje

1. „IO” (Insertion Order) – oznacza zlecenie realizacji Kampanii składane przez Zleceniodawcę i zaakceptowane przez RMN, w formie pisemnej, dokumentowej lub elektronicznej (w tym za pośrednictwem poczty elektronicznej), określające w szczególności warunki realizacji Kampanii, w tym jej przedmiot, okres emisji,

liczbę lub planowany poziom Delivery (Impressions), budżet, wynagrodzenie RMN, wykorzystywane nośniki lub sieci Retailerów, harmonogram emisji, Materiały Reklamowe oraz inne uzgodnione parametry Kampanii. Z chwilą zaakceptowania przez RMN IO dochodzi do zawarcia Umowy pomiędzy Zleceniodawcą, a RMN.

2. „Kampania” – emisja Reklamy realizowana w określonym okresie (Flight), budżecie i modelu rozliczenia wskazanym w IO.
3. „Flight” – okres emisji Kampanii określony w IO.
4. „Zleceniodawca” – każda osoba fizyczna (z wyłączeniem konsumenta), osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, zawierająca Umowę z RMN w zakresie dotyczącym prowadzonej działalności gospodarczej lub zawodowej; Zleceniodawcą jest również agencja reklamowa lub dom mediowy działający w imieniu własnym lub na rzecz klientów.
5. „Agencja” – podmiot działający w imieniu Klienta na podstawie pisemnego pełnomocnictwa.
6. „Klient” – podmiot, którego towary lub usługi są przedmiotem Reklamy.
7. „Reklama” / „Materiał Reklamowy” / – materiał reklamowy dostarczony przez Zleceniodawcę w celu emisji, w tym spoty wideo, statyczne plansze graficzne lub inne formaty zgodne ze Specyfikacją Techniczną.
8. „Impression” – pojedyncze wyświetlenie Reklamy zarejestrowane przez systemy pomiarowe właściwe dla danego Retailera lub Partnera Technologicznego. Dane z systemów pomiarowych RMN lub Retailera mają charakter rozstrzygający dla celów rozliczenia, chyba że Strony ustalą inaczej w IO.
9. „Delivery” – faktyczna liczba dostarczonych Impression w ramach Kampanii.
10. „CPM” – wynagrodzenie należne RMN za 1000 Impression.
11. „Emisja Uzupełniająca” – dodatkowa emisja Reklamy realizowana przez RMN w celu wyrównania niedostarczenia zamówionej liczby Impression, realizowana w terminie do 30 dni od zakończenia Kampanii.
12. „Retailer” – właściciel lub operator placówki handlowej lub aplikacji mobilnej, na terenie lub w ramach której zlokalizowane są nośniki reklamowe lub przestrzeń reklamowa udostępniane przez RMN.
13. „Partnerzy Technologiczni” – podmioty trzecie, z których infrastruktury korzysta RMN w celu realizacji Kampanii, w tym operatorzy platform DSP/SSP.
14. „In-Store Digital / DOOH” – cyfrowe nośniki reklamowe zlokalizowane w placówkach handlowych Retailerów.
15. „Specyfikacja Techniczna” – opis wymagań technicznych dotyczących Materiałów Reklamowych właściwy dla danego Retailera, przekazywany Zleceniodawcy po zawarciu Umowy, dostępna na żądanie Zleceniodawcy lub dostępna na stronie www RMN. Aktualna Specyfikacja Techniczna obowiązuje od dnia jej udostępnienia Zleceniodawcy w sposób wskazany powyżej.
16. „Siła Wyższa” – zdarzenie zewnętrzne, pozostające poza rozsądną kontrolą RMN, którego nie można było przewidzieć ani mu zapobiec przy zachowaniu należytej staranności, uniemożliwiające lub istotnie utrudniające wykonanie Umowy, w szczególności: klęski żywiołowe, pożary, powodzie, epidemie i pandemie, działania wojenne, akty terroryzmu, zamieszki, strajki o charakterze powszechnym, decyzje organów administracji publicznej, stany nadzwyczajne, przerwy lub ograniczenia w dostawie energii elektrycznej lub usług telekomunikacyjnych, awarie infrastruktury internetowej, centrów danych, usług chmurowych, systemów CMS, DSP, SSP, adserwerów lub innych systemów wykorzystywanych do realizacji Kampanii, a także awarie lub niedostępność infrastruktury Retailerów lub Partnerów Technologicznych, o ile okoliczności te pozostają poza rozsądną kontrolą RMN.
17. „Dni Robocze” – dni od poniedziałku do piątku z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy,
18. „KSeF” - Krajowy System e-Faktur.

§3. Zawarcie Umowy

1. Umowa może zostać zawarta w formie pisemnej, elektronicznej (z użyciem kwalifikowanego podpisu elektronicznego) lub dokumentowej, w tym poprzez wymianę wiadomości e-mail potwierdzających akceptację IO przez obie Strony. RMN może zobowiązać Zleceniodawcę do podpisania IO w sposób wskazany powyżej.
2. Jeżeli Zleceniodawca działa przez Agencję, Zleceniodawca i Agencja ponoszą solidarną odpowiedzialność za zobowiązania wynikające z Umowy. Agencja zobowiązana jest do przekazania RMN dokumentu pełnomocnictwa określającego zakres jej umocowania.
3. RMN może odmówić realizacji Kampanii, jeżeli jej treść lub forma pozostaje w sprzeczności z interesem Retailerów lub obowiązującymi przepisami prawa.

4. RMN zastrzega sobie prawo do weryfikacji Zleceniodawcy i Klienta, w tym żądania aktualnych dokumentów rejestrowych, pełnomocnictw oraz dokumentów potwierdzających prawo do prowadzenia działalności reklamowej w danej kategorii produktowej.
5. RMN jest uprawniona do odmowy przyjęcia IO bez podawania przyczyn, w szczególności w przypadku braku dostępności inventory, braku akceptacji Retailera, ryzyka naruszenia przepisów prawa, zasad brand safety lub wewnętrznych polityk RMN albo Retailera. Odmowa przyjęcia IO nie rodzi po stronie Zleceniodawcy żadnych roszczeń wobec RMN.

§4. Realizacja Kampanii

1. RMN doloży należytej staranności, aby Kampania została zrealizowana zgodnie z parametrami określonymi w IO.
2. Kampanie realizowane są w modelach i zgodnie z parametrami określonymi w IO, w szczególności w modelu CPM. Jeśli Strony w IO nie postanowią inaczej Kampania realizowana jest w modelu CPM.
3. Emisja odbywa się w ramach dostępnego inventory RMN oraz Partnerów Technologicznych. Wybór nośników, częstotliwość i pora emisji uzależnione są od dostępności inventory i dobierane tak, aby zrealizować liczbę Impression określoną w IO.
4. RMN jest uprawniona w przypadku wystąpienia czynników niezależnych od RMN, w szczególności w przypadku decyzji Retailera, awarii, remontów, do zmiany sposobu realizacji Kampanii, w szczególności zmianie mogą ulec liczba ekranów, nośników, lokalizacji lub placówek Retailera, godziny funkcjonowania placówek i godziny emisji, harmonogram emisji, sposób dystrybucji Reklamy, układu ekspozycji, które mają charakter planowany, jeżeli zmiana taka nie powoduje istotnego pogorszenia parametrów Kampanii określonych w IO lub istotnego zmniejszenia zamówionego Delivery. Zmiany takie nie stanowią nienależytego wykonania Umowy przez RMN.
5. Planowane prace konserwacyjne, aktualizacje oprogramowania, wymiana urządzeń, migracja systemów CMS, SSP, DSP lub innych systemów wykorzystywanych do realizacji Kampanii nie stanowią niewykonania ani nienależytego wykonania Umowy przez RMN.
6. RMN nie gwarantuje wyłączności emisji ani określonej kolejności wyświetlania Reklam, o ile IO nie stanowi inaczej.
7. RMN nie gwarantuje osiągnięcia określonych wyników sprzedażowych ani efektywności biznesowej Kampanii.
8. Emisja w kanale In-Store Digital / DOOH odbywa się w godzinach funkcjonowania placówek handlowych Retailerów.
9. RMN oświadcza, że Materiały Reklamowe (w tym logotypy, znaki towarowe, nazwa) Zleceniodawcy mogą być umieszczane lub wyświetlane na nośnikach obok Materiałów Reklamowych innych podmiotów, w tym podmiotów prowadzących działalność konkurencyjną wobec Zleceniodawcy.
10. Dla oceny prawidłowości wykonania Kampanii istotna jest łączna liczba Impression wygenerowanych na wszystkich nośnikach objętych Kampanią. Liczba emisji na poszczególnych nośnikach może być różna, co nie wpływa na wynagrodzenie należne RMN pod warunkiem, że dostarczona liczba Impression nie jest niższa niż określona w IO z uwzględnieniem postanowień OWU.
11. Liczba emisji Kampanii w poszczególnych dniach może ulegać zmianom wynikającym z godzin funkcjonowania placówek Retailera, w szczególności w dniach ustawowo wolnych od pracy, dniach ze skróconym czasem pracy lub z przyczyn organizacyjnych leżących po stronie Retailera. Okoliczności te nie stanowią niewykonania ani nienależytego wykonania Umowy przez RMN.
12. Zmiana infrastruktury technicznej Retailera, Partnera Technologicznego lub systemów emisyjnych nie stanowi niewykonania Umowy przez RMN.
13. RMN może zastąpić inventory objęte Kampanią innym inventory o porównywalnym charakterze marketingowym.
14. RMN nie gwarantuje realizacji Kampanii w konkretnych placówkach handlowych, chyba że zostały one wyraźnie wskazane w IO jako element istotny Kampanii.
15. Metodologia pomiaru Impression właściwa dla danego Retailera określona jest w IO lub załączniku technicznym do IO. RMN nie gwarantuje jednolitości metodologii pomiaru pomiędzy różnymi Retailerami.

16. Realizacja Kampanii w placówkach handlowych danego Retailera uzależniona jest od jego uprzedniej akceptacji treści i formy Reklamy. Retailer ma prawo odmówić emisji lub wstrzymać realizację Kampanii zgodnie ze swoją polityką handlową, bezpieczeństwa marki lub obowiązującymi przepisami. Odmowa Retailera nie stanowi niewykonania Umowy przez RMN.
17. RMN może korzystać z podwykonawców oraz Partnerów Technologicznych przy realizacji Kampanii, pozostając stroną odpowiedzialną za wykonanie Umowy w zakresie wynikającym z niniejszych OWU.
18. Zleceniodawca zobowiązuje się do terminowego przekazywania wszelkich informacji, materiałów, zgód oraz decyzji niezbędnych do realizacji Kampanii. RMN nie ponosi odpowiedzialności za opóźnienia lub ograniczenia realizacji Kampanii wynikające z niewykonania lub nienależytego wykonania tego obowiązku przez Zleceniodawcę.
19. Przy realizacji Kampanii RMN uprawniony jest do udostępnienia Retailerom, Partnerom Technologicznym oraz w zakresie niezbędnym do realizacji Umowy innym podmiotom, raportów, statystyk emisji, danych technicznych oraz warunków handlowych współpracy.
20. W przypadku trwałej lub czasowej niedostępności określonego Retailera, Partnera Technologicznego lub infrastruktury wykorzystywanej do realizacji Kampanii RMN może zastąpić ich innym Retailerem, Partnerem Technologicznym lub rozwiązaniem technicznym zapewniającym realizację Kampanii w możliwie najbardziej zbliżonym zakresie.

§5. Delivery i rozliczenie

1. Podstawą rozliczenia jest raport końcowy sporządzony przez RMN na podstawie danych systemów pomiarowych właściwych dla danego Retailera lub Partnerów Technologicznych. Dane z systemów RMN lub Retailera oraz Partnerów Technologicznych stanowią wyłączną podstawę ustalenia liczby Impression, Delivery oraz przebiegu Kampanii i korzystają z domniemania prawidłowości, chyba że Zleceniodawca wykaże oczywisty błąd pomiarowy.
2. Zleceniodawca zobowiązany jest do zapłaty wynagrodzenia wyłącznie za faktycznie dostarczone Impression, nie więcej jednak niż liczba Impression zamówiona w IO.
3. Jeżeli Delivery osiągnie co najmniej 95% liczby Impression określonej w IO, Kampanię uważa się za wykonaną prawidłowo, a RMN zachowuje prawo do pełnego wynagrodzenia określonego w IO.
4. W przypadku dostarczenia liczby Impression poniżej 95% liczby Impression określonej w IO RMN może zaproponować Emisję Uzupełniającą, realizowaną w terminie do 30 dni od zakończenia Kampanii. W przypadku braku akceptacji Emisji Uzupełniającej przez Zleceniodawcę w terminie 2 Dni Roboczych od propozycji rozliczenie następuje proporcjonalnie do faktycznego Delivery, a wynagrodzenie RMN ulega odpowiedniemu zmniejszeniu.
5. Dostarczenie większej liczby Impression niż określona w IO nie powoduje obowiązku zapłaty dodatkowego wynagrodzenia.
6. Raport końcowy przekazywany jest Zleceniodawcy w terminie do 10 Dni Roboczych od zakończenia Kampanii. Raport uważa się za zaakceptowany, jeżeli Zleceniodawca nie zgłosi pisemnych należycie uzasadnionych zastrzeżeń w terminie 7 dni od jego doręczenia.
7. Raportowanie dodatkowych wskaźników efektywności (w tym Sales Uplift, ROAS, New To Product, Online Analytics) realizowane jest wyłącznie wtedy, gdy zostało wyraźnie przewidziane w IO i jest uzależnione od możliwości technicznych danego Retailera.

§6. Wynagrodzenie i płatności

1. Wynagrodzenie ustalane jest w modelu CPM zgodnie z IO.
2. RMN wystawia faktury w formie ustrukturyzowanej za pośrednictwem KSeF, zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa. Faktury wystawiane są po zakończeniu Kampanii albo – w przypadku Kampanii trwających

dłużej niż jeden miesiąc lub realizowanych etapowo – za zrealizowaną część usług, zgodnie z IO. Wystawienie faktury w KSeF oraz nadanie jej numeru identyfikującego jest równoznaczne z jej doręczeniem Zleceniodawcy, chyba że obowiązujące przepisy prawa stanowią inaczej.

3. Jeżeli zgodnie z IO Zleceniodawca zobowiązany jest do dokonania przedpłaty, RMN wystawi fakturę pro forma. Zapłata pełnej kwoty wynikającej z faktury pro forma stanowi warunek rozpoczęcia realizacji Kampanii, chyba że RMN postanowi inaczej. Po wykonaniu Kampanii RMN wystawi fakturę ustrukturyzowaną dokumentującą wykonanie usługi oraz rozliczenie otrzymanej przedpłaty.
4. Termin płatności wynosi 14 dni od daty doręczenia faktury, o ile IO nie stanowi inaczej.
5. W przypadku opóźnienia w płatności RMN przysługują odsetki ustawowe za opóźnienie w transakcjach handlowych w maksymalnej przewidzianej prawem wysokości, naliczane za każdy dzień opóźnienia.
6. Za dzień zapłaty przyjmuje się dzień uznania rachunku bankowego RMN pełną kwotą należnego wynagrodzenia.
7. W przypadku opóźnienia w zapłacie RMN ma prawo: (a) wstrzymać realizację bieżących i kolejnych Kampanii do czasu uregulowania zaległości; (b) po bezskutecznym upływie dodatkowego 5-dniowego terminu wyznaczonego w wezwaniu do zapłaty odstąpić od Umowy ze skutkiem natychmiastowym.
8. Zleceniodawca nie jest uprawniony do dokonywania potrąceń swoich wierzytelności z wierzytelnościami RMN bez uprzedniej pisemnej zgody RMN.
9. Zgłoszenie reklamacji lub zgłoszenie jakichkolwiek zastrzeżeń dotyczących Kampanii nie uprawnia Zleceniodawcy do wstrzymania płatności ani dokonania potrącenia
10. Wszelkie płatności dokonywane są przelewem na rachunek bankowy RMN wskazany na fakturze.
11. RMN może uzależnić rozpoczęcie lub kontynuowanie realizacji Kampanii od dokonania przedpłaty, wniesienia zaliczki lub ustanowienia odpowiedniego zabezpieczenia płatności, jeżeli uzasadnia to ocena ryzyka płatniczego Zleceniodawcy, w szczególności w przypadku nowych Zleceniodawców lub Zleceniodawców zalegających z płatnościami.

§7. Zmiany, anulacje i przesunięcia Kampanii

1. Zleceniodawca może anulować Kampanię przed jej rozpoczęciem. Opłata anulacyjna obliczana jest w następujący sposób:
 - anulacja zgłoszona co najmniej 7 Dni Roboczych przed planowanym dniem pierwszej emisji – brak opłaty anulacyjnej; Zleceniodawca pokrywa wyłącznie udokumentowane koszty już poniesione przez RMN (np. koszty produkcji materiałów);
 - anulacja zgłoszona w terminie od 3 do 6 Dni Roboczych przed planowanym dniem pierwszej emisji – opłata anulacyjna w wysokości 50% wartości netto Kampanii;
 - anulacja zgłoszona na mniej niż 3 Dni Robocze przed planowanym dniem pierwszej emisji – opłata anulacyjna w wysokości 100% wartości netto Kampanii.
2. Zleceniodawca może wstrzymać trwającą Kampanię; rozliczenie następuje proporcjonalnie do faktycznego Delivery do dnia wstrzymania. Niezależnie od treści powyższego, jeżeli wstrzymanie Kampanii nastąpiło po wykonaniu przez RMN usług związanych z przygotowaniem emisji, Zleceniodawca zobowiązany jest zapłacić należne wynagrodzenie z tego tytułu.
3. Jeżeli Kampania została już przygotowana technicznie lub zostały poniesione koszty rezerwacji inventory, Zleceniodawca zobowiązany jest zwrócić RMN wszystkie poniesione koszty niezależnie od opłaty anulacyjnej. Zmiana parametrów Kampanii po przyjęciu IO może skutkować ponowną kalkulacją wynagrodzenia.
4. Przesunięcie terminu Kampanii jest możliwe bez dodatkowych opłat, jeżeli zgłoszenie nastąpi co najmniej 7 Dni Roboczych przed planowanym rozpoczęciem i z zastrzeżeniem dostępności inventory w nowym terminie.
5. Zmiana kreacji w trakcie Kampanii jest możliwa bez dodatkowych opłat, pod warunkiem że nowa kreacja jest zgodna ze Specyfikacją Techniczną właściwą dla danego Retailera. Termin dostarczenia nowego Materiału Reklamowego oraz tryb jego akceptacji określone są w IO lub Specyfikacji Technicznej właściwej dla danego Retailera. Wszelkie zmiany parametrów Kampanii dokonane po zaakceptowaniu IO, w szczególności dotyczące okresu emisji, liczby Impression, Retailera, grupy docelowej, kreacji lub budżetu, mogą skutkować zmianą wynagrodzenia RMN oraz wymagają ponownego potwierdzenia dostępności inventory.

6. Wszelkie zmiany i anulacje wymagają formy dokumentowej (e-mail lub pisemnej). Opłata anulacyjna płatna jest na podstawie noty księgowej wystawionej przez RMN w terminie 14 dni od jej otrzymania.

§8. Materiały reklamowe i prawa autorskie

1. Materiały reklamowe należy dostarczyć do RMN nie później niż 3 Dni Robocze przed planowanym rozpoczęciem Kampanii, zgodnie z obowiązującą Specyfikacją Techniczną właściwą dla danego Retailera.
2. Dostarczenie Materiału Reklamowego jest równoznaczne ze złożeniem przez Zleceniodawcę następujących oświadczeń i gwarancji:
 - Zleceniodawca posiada wszelkie autorskie prawa majątkowe i prawa pokrewne do Materiału Reklamowego w zakresie niezbędnym do emisji na nośnikach DOOH, przechowywania w systemach CMS oraz dostosowania formatu do Specyfikacji Technicznej nośnika;
 - emisja Materiału Reklamowego nie narusza jakichkolwiek przepisów prawa ani praw osób trzecich (w tym dóbr osobistych, praw autorskich, praw do znaków towarowych) i nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji;
 - RMN ani Retailerzy nie będą zobowiązani do uiszczenia jakichkolwiek wynagrodzeń ani tantiem na rzecz twórców lub organizacji zbiorowego zarządzania (OZZ) z tytułu emisji Materiału Reklamowego,
 - Materiał Reklamowy zawiera wszystkie wymagane przepisami prawa oznaczenia, ostrzeżenia, informacje, disclaimery oraz inne elementy obowiązkowe, w szczególności wymagane dla reklam produktów lub usług regulowanych (w tym produktów leczniczych, wyrobów medycznych, suplementów diety, napojów alkoholowych, usług finansowych, gier hazardowych lub innych kategorii objętych szczególnymi regulacjami), a także wszelkie oznaczenia wymagane w związku z wykorzystaniem narzędzi sztucznej inteligencji (AI), jeżeli obowiązek ich stosowania wynika z przepisów prawa lub wiążących wytycznych.
3. Zleceniodawca niniejszym udziela na terytorium Polski z uwzględnieniem eksterytorialnego charakteru Internetu RMN nieodpłatnej niewyłącznej licencji, wraz z prawem sublicencji na rzecz Retailerów oraz Partnerów Technologicznych i podmioty z nimi powiązane, na korzystanie z Materiału Reklamowego wyłącznie w zakresie niezbędnym do realizacji Kampanii, na następujących polach eksploatacji:
 - utrwalanie i zwielokrotnianie Materiału Reklamowego – wytwarzanie egzemplarzy określoną techniką, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego, cyfrową, zapis na serwerach i nośnikach CMS;
 - wyświetlanie na cyfrowych nośnikach reklamowych (DOOH / In-Store Digital);
 - emisja w kanałach mobilnych (Mobile) zgodnie z parametrami określonymi w IO;
 - publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w szczególności poprzez zamieszczenie i udostępnianie Materiałów Reklamowych na wszelkich nośnikach RMN i Retailerów, w tym w aplikacjach, na stronach internetowej, w social mediach, a także wszelkich materiałach promocyjnych i reklamowych i prezentacjach RMN i Retailerów,
 - dokonanie technicznych zmian Materiałów Reklamowych, obejmujących w szczególności zmianę wielkości, formatu, rozdzielczości, kompresję plików, dostosowanie proporcji obrazu, zmianę kodeków oraz inne czynności niezbędne do prawidłowej emisji i dostosowania do wymagań technicznych poszczególnych nośników,
 - przechowywanie Materiałów Reklamowych oraz danych dotyczących Kampanii przez okres 24 miesięcy od dnia zakończenia Kampanii dla celów dowodowych, rozliczeniowych oraz związanych z obsługą reklamacji.
4. RMN może odmówić przyjęcia Materiału Reklamowego do emisji, odmówić rozpoczęcia Kampanii, wstrzymać trwającą emisję lub zażądać zastąpienia Materiału Reklamowego innym Materiałem Reklamowym bez ponoszenia z tego tytułu odpowiedzialności wobec Zleceniodawcy, jeżeli: (a) Materiał Reklamowy narusza lub istnieje uzasadnione przypuszczenie, że może naruszać obowiązujące przepisy prawa, prawa osób trzecich, w tym praw własności intelektualnej, dóbr osobistych lub prawa do wizerunku, lub dobre obyczaje (w tym w szczególności zakazy reklamy dotyczące np. alkoholu, wyrobów tytoniowych, gier hazardowych); (b) Materiał Reklamowy stanowi lub może stanowić reklamę niedopuszczalną, w szczególności reklamę porównawczą sprzeczną z przepisami prawa, reklamę wprowadzającą w błąd albo reklamę naruszającą przepisy dotyczące produktów lub usług reglamentowanych; (c) Materiał Reklamowy jest sprzeczny z politykami reklamowymi, standardami brand safety, polityką programową lub innymi wymaganiami Retailera, Partnera Technologicznego albo dostawcy systemu wykorzystywanego do emisji Kampanii; (d) Retailer, Partner

Technologiczny, właściwy organ administracji publicznej sąd lub inny uprawniony podmiot (w tym instytucja ds. etyki reklamy, w szczególności Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy) zgłosi zastrzeżenia dotyczące Materiału Reklamowego lub zażąda jego usunięcia; (e) Materiał Reklamowy zawiera treści obraźliwe, dyskryminujące, nawołujące do przemocy, nienawiści lub propagujące ideologie totalitarne albo naruszające uczucia religijne lub powszechnie przyjęte normy społeczne (f) istnieje uzasadnione ryzyko, że emisja Materiału Reklamowego może narazić RMN, Retailera lub Partnera Technologicznego na odpowiedzialność prawną, szkodę majątkową, utratę dobrego imienia lub naruszenie obowiązujących procedur wewnętrznych.

5. Odmowa przyjęcia Materiału Reklamowego do emisji, odmowa rozpoczęcia Kampanii, wstrzymanie emisji lub zażądanie zastąpienia Materiału Reklamowego innym Materiałem Reklamowym z przyczyn wskazanych w ust. 4 nie stanowi niewykonania ani nienależytego wykonania Umowy przez RMN i nie rodzi po stronie Zleceniodawcy prawa do odszkodowania, kar umownych ani innych roszczeń. RMN wezwie Zleceniodawcę do dostarczenia poprawionego lub nowego Materiału Reklamowego w terminie umożliwiającym realizację Kampanii. Opóźnienie wynikające z niedostarczenia poprawionego lub nowego Materiału Reklamowego obciąża wyłącznie Zleceniodawcę. RMN zachowuje prawo do wynagrodzenia za gotowość do realizacji Kampanii zgodnie z IO.
6. RMN nie jest zobowiązana do dokonywania merytorycznej, prawnej ani technicznej weryfikacji Materiałów Reklamowych. Akceptacja Materiału Reklamowego, jego zapisanie w systemach RMN lub rozpoczęcie emisji nie oznacza potwierdzenia jego zgodności z przepisami prawa ani przejęcia przez RMN odpowiedzialności za jego treść.
7. RMN nie jest zobowiązana do weryfikowania, czy Materiał Reklamowy zawiera wszystkie oznaczenia, ostrzeżenia, disclaimery lub informacje wymagane przepisami prawa ani do ustalania, czy Materiał Reklamowy został w całości lub części wygenerowany z wykorzystaniem narzędzi sztucznej inteligencji (AI).
8. Jeżeli konieczność odmowy przyjęcia Materiału Reklamowego do emisji, odmowy rozpoczęcia Kampanii, wstrzymanie emisji lub zażądanie zastąpienia Materiału Reklamowego innym Materiałem Reklamowym wynika z okoliczności leżących po stronie Zleceniodawcy, wszelkie koszty ponownego przygotowania Kampanii, ponownego wdrożenia Materiałów Reklamowych, zmiany harmonogramu emisji lub innych dodatkowych czynności technicznych obciążają Zleceniodawcę, o ile zostałyby rzeczywiście poniesione przez RMN lub Retailera.

§9. Odpowiedzialność

1. Zleceniodawca ponosi wyłączną odpowiedzialność za treść, formę, zgodność z przepisami prawa oraz kompletność Materiału Reklamowego, w tym za umieszczenie wszelkich wymaganych prawem oznaczeń, ostrzeżeń, informacji, disclaimerów oraz innych obowiązkowych elementów Reklamy.
2. Zleceniodawca zobowiązuje się zwolnić RMN, Retailerów Partnerów Technologicznych oraz osoby działające na ich rzecz z wszelkiej odpowiedzialności wobec osób trzecich wynikającej z treści, formy lub sposobu wykorzystania Reklamy, w tym pokryć wszelkie szkody, kary, roszczenia i koszty (w tym koszty pomocy prawnej, zastępstwa procesowego i opłaty sądowe) w związku z takimi roszczeniami. RMN zobowiązana jest do niezwłocznego poinformowania Zleceniodawcy o wszelkich zgłoszonych roszczeniach lub wszczęciu postępowania.
3. Łączna odpowiedzialność RMN wobec Zleceniodawcy z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy, niezależnie od podstawy prawnej dochodzonych roszczeń, ograniczona jest do wysokości wynagrodzenia netto faktycznie zapłaconego RMN z tytułu Kampanii, której dotyczy dane roszczenie. RMN nie ponosi odpowiedzialności za utracone korzyści, utratę przychodów, utratę danych, utratę klientów, utratę renomy ani szkody pośrednie, następne lub wynikowe. Ograniczenie odpowiedzialności nie dotyczy szkód wyrządzonych umyślnie, jeżeli wyłączenie takiej odpowiedzialności jest niedopuszczalne na podstawie obowiązujących przepisów prawa.
4. RMN nie ponosi odpowiedzialności za działania i decyzje, zaniechania, awarie lub ograniczenia funkcjonowania Partnerów Technologicznych, Retailerów, operatorów telekomunikacyjnych oraz centrów danych, dostawców energii elektrycznej, dostawców usług hostingowych, systemów CMS, platform programmatic DSP, SSP, adserwerów ani innych systemów informatycznych wykorzystywanych do zakupu lub emisji Kampanii Programmatic, ani innych podmiotów trzecich, z których usług RMN korzysta przy realizacji Kampanii, jeżeli okoliczności te pozostają poza rozsądną kontrolą RMN.
5. RMN nie ponosi odpowiedzialności za ograniczenia lub przerwy w realizacji Kampanii wynikające z awarii sieci teleinformatycznych, cyberataków, ataków DDoS, awarii centrów danych, usług chmurowych, usług

telekomunikacyjnych, systemów Retailerów ani Partnerów Technologicznych, jeżeli pozostają one poza rozsądną kontrolą RMN.

6. RMN nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie Kampanii wynikające z nieprawidłowych, niekompletnych lub nieterminowo dostarczonych przez Zleceniodawcę informacji, Materiałów Reklamowych, instrukcji lub innych danych niezbędnych do realizacji Kampanii.
7. RMN nie gwarantuje osiągnięcia przez Kampanię określonych rezultatów marketingowych, sprzedażowych, biznesowych ani wizerunkowych, chyba że Strony wyraźnie postanowią inaczej w IO. Dane dotyczące liczby emisji, wyświetleń oraz pozostałych parametrów Kampanii mają charakter rozliczeniowy i nie stanowią gwarancji osiągnięcia określonych efektów reklamowych.
8. RMN nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie Umowy spowodowane wystąpieniem Siły Wyższej. W okresie trwania Siły Wyższej obowiązki RMN ulegają zawieszeniu w zakresie, w jakim ich wykonanie jest niemożliwe lub nadmiernie utrudnione. RMN poinformuje Zleceniodawcę o wystąpieniu Siły Wyższej bez zbędnej zwłoki oraz, o ile będzie to możliwe, zaproponuje alternatywny sposób realizacji Kampanii lub odpowiednie rozliczenie Stron.
9. Zleceniodawca zobowiązany jest do podejmowania wszelkich uzasadnionych działań zmierzających do ograniczenia wysokości szkody. RMN nie odpowiada za szkodę w zakresie, w jakim mogła ona zostać ograniczona przy zachowaniu należytej staranności przez Zleceniodawcę.
10. RMN nie ponosi odpowiedzialności za pojawienie się Materiałów Reklamowych w sieci Internet po zakończeniu Kampanii.

§10. Reklamacje

1. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji Kampanii należy zgłaszać do RMN w formie dokumentowej (e-mail) w terminie 7 dni od daty otrzymania raportu końcowego lub – w przypadku braku raportu – od ustalonej daty zakończenia Kampanii. Reklamacja powinna wskazywać przypadek nienależytego wykonania Kampanii oraz konkretne nośniki lub parametry, których dotyczy, a także dowody potwierdzające zastrzeżenia.
2. Brak zgłoszenia reklamacji w terminie, o którym mowa w ust. 1, oznacza akceptację realizacji Kampanii bez zastrzeżeń.
3. Złożenie reklamacji nie wstrzymuje obowiązku zapłaty wynagrodzenia należnego RMN.
4. RMN udzieli odpowiedzi na reklamację w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania.
5. Jeżeli reklamacja jest uzasadniona, RMN po konsultacjach ze Zleceniodawcą zobowiązana jest wykonać Emisję Uzupełniającą lub dokonać korekty rozliczenia, chyba że Strony uzgodnią inną formę rekompensaty.
6. RMN może pozostawić bez rozpoznania reklamację nie zawierającą informacji umożliwiających jej merytoryczną ocenę.
7. Reklamacje dotyczące metodologii pomiaru Retailera albo Partnerów Technologicznych nie będą rozpatrywane przez RMN.
8. Reklamacje oparte wyłącznie na danych pochodzących z systemów analitycznych Zleceniodawcy lub innych podmiotów trzecich niewykorzystywanych do realizacji Kampanii nie stanowią podstawy do kwestionowania raportów RMN.

§11. Dane i ochrona prywatności

1. Kampanie mogą wykorzystywać dane zagregowane lub segmenty odbiorców zgodnie z IO i obowiązującymi przepisami o ochronie danych osobowych (RODO). Szczegółowy zakres danych i targetowania ustalany jest indywidualnie w IO.
2. RMN działa jako pośrednik w zakresie udostępniania przestrzeni reklamowej Retailerów. Odpowiedzialność za przetwarzanie danych osobowych konsumentów w placówkach handlowych spoczywa na Retailerach jako

administratorach danych. RMN nie przetwarza danych osobowych konsumentów w rozumieniu RODO w zakresie wynikającym z emisji Reklam.

3. Zleceniodawca nie jest uprawniony do podejmowania prób identyfikacji osób fizycznych na podstawie danych udostępnionych przez RMN.
4. W przypadku konieczności powierzenia przetwarzania danych osobowych pomiędzy Stronami, Strony zawrą odrębną umowę powierzenia przetwarzania danych (DPA).

§12. Poufność i referencje

1. Zleceniodawca zobowiązuje się do zachowania w poufności wszelkich informacji technicznych, handlowych, finansowych i organizacyjnych uzyskanych w związku z zawarciem lub wykonywaniem Umowy, niezależnie od formy ich przekazania, oraz do niewykorzystywania ich w innym celu niż wykonanie Umowy. W szczególności informacje dotyczące parametrów Kampanii, raportów, statystyk emisji, danych technicznych oraz warunków handlowych współpracy, w tym wysokość uzgodnionego wynagrodzenia i wysokość uzgodnionych rabatów, stanowią informacje poufne i nie mogą być przez Zleceniodawcę udostępniane osobom trzecim bez uprzedniej zgody RMN, z wyjątkiem przypadków przewidzianych przepisami prawa.
2. Obowiązek poufności obowiązuje przez okres trwania Umowy oraz 3 lata po jej rozwiązaniu lub wygaśnięciu.
3. Obowiązek zachowania poufności nie dotyczy przypadków, gdy ujawnienie informacji jest wymagane przez przepisy powszechnie obowiązującego prawa lub prawomocne orzeczenie sądu bądź organu administracji. O ile jest to prawnie dopuszczalne, Zleceniodawca poinformuje o tym RMN przed ujawnieniem informacji.
4. RMN może powoływać się na fakt realizacji Kampanii oraz umieszczać nazwę i logo Klienta w materiałach referencyjnych, ofertowych, listach klientów i materiałach marketingowych RMN. Zleceniodawca może wyrazić sprzeciw w formie pisemnej najpóźniej przed rozpoczęciem Kampanii.
5. Przeniesienie praw i obowiązków Zleceniodawcy wynikających z Umowy wymaga uprzedniej pisemnej zgody RMN.

§13. Zmiana OWU

1. RMN jest uprawniona do zmiany niniejszych OWU, w szczególności w przypadku: (a) zmiany przepisów prawa; (b) zmiany modelu biznesowego RMN; (c) zmiany zakresu świadczonych usług; (d) konieczności doprecyzowania postanowień OWU.
2. Zmienione OWU są publikowane przez RMN (na stronie www RMN) oraz udostępniane Zleceniodawcy przed zawarciem kolejnej Umowy lub akceptacją kolejnego IO poprzez przesłanie informacji na adres e-mail wskazany w IO lub Umowie.
3. Do Umów oraz IO zawartych przed wejściem w życie zmienionych OWU stosuje się OWU obowiązujące w dniu zawarcia danej Umowy lub akceptacji danego IO, chyba że Strony postanowią inaczej.

§14. Klauzula antykorupcyjna; Compliance

1. Strony oświadczają, że w związku z realizacją Umowy nie będą oferować ani przyjmować nienależnych korzyści majątkowych lub osobistych. Naruszenie niniejszego postanowienia uprawnia drugą Stronę do rozwiązania Umowy ze skutkiem natychmiastowym
2. Zleceniodawca oświadcza, że prowadzona przez niego działalność pozostaje zgodna z obowiązującymi przepisami prawa, regulacjami dotyczącymi przeciwdziałania praniu pieniędzy, finansowaniu terroryzmu, przepisami sankcyjnymi oraz zasadami uczciwej konkurencji, a podane przez Zleceniodawcę informacje są prawdziwe. RMN może odmówić realizacji Kampanii albo rozwiązać Umowę ze skutkiem natychmiastowym, jeżeli powyższe uzasadnione informacje wskazujące na naruszenie powyższych obowiązków.

§15. Postanowienia końcowe

1. Prawem właściwym dla wszystkich stosunków prawnych wynikających z niniejszych OWU i Umów zawieranych na ich podstawie jest prawo polskie.

2. Wszelkie spory wynikające z Umów będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy miejscowo dla siedziby RMN.
3. W przypadku nieważności któregośkolwiek postanowienia OWU pozostałe postanowienia pozostają w mocy.
4. W sprawach nieuregulowanych OWU i Umową zastosowanie mają przepisy Kodeksu cywilnego oraz inne przepisy polskiego prawa powszechnie obowiązującego.
5. OWU wchodzi w życie z dniem 1 września 2026 r.