



Zasady ogólne zamieszczania
reklam w portalu Gazeta.pl

Zasady ogólne zamieszczania reklam w portalu Gazeta.pl**I. DEKLARACJA WYDAWCY**

Gazeta.pl sp. z o.o. właściciel portalu internetowego Gazeta.pl oraz serwisów wchodzących w skład Grupy Gazeta.pl. Naszym klientom zapewniamy najwyższą jakość świadczonych usług, rzetelność, profesjonalną obsługę i fachowe doradztwo. Konsekwentnie poszerzamy zakres naszych usług i poprawiamy ich standard, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów. Niniejsze Zasady ogólne, podobnie jak zamówienie lub umowa, są niezbędnymi elementami kształtującymi nasze wzajemne relacje. Ich formalizm prawny został ograniczony do minimum po to, aby podkreślić, że istotą naszych relacji jest przede wszystkim najwyższa jakość realizowanych dla Państwa usług. Zapewniamy, że najważniejsza dla nas jest Państwa satysfakcja, oczekiwania i potrzeby. W zgodzie z powyższą deklaracją będą interpretowane wszelkie postanowienia i zasady dotyczące świadczonych Państwu usług zamieszczania reklam.

II. OKREŚLENIA

Określenia użyte w Zasadach ogólnych należy rozumieć w następujący sposób:

Zasady Ogólne – niniejsze „Zasady ogólne zamieszczania reklam w portalu Gazeta.pl”;

Gazeta.pl - Gazeta.pl sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0001052932, NIP: 5214032201, numer BDO: 000642686, kapitał zakładowy 2 000 000 zł;

Reklamodawca – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, zamawiająca zamieszczenie Reklamy; Reklamodawcą w myśl niniejszych Zasad Ogólnych nie jest konsument, tj. osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową – niniejsze Zasady Ogólne nie mają zastosowania do konsumentów;

Reklama – środek reklamy internetowej przeznaczony do zamieszczenia w Portalu, szczegółowo opisany w „Specyfikacji technicznej reklam w portalu Gazeta.pl” udostępnianej na stronach Portalu oraz inne – w formie uzgodnionej pomiędzy Gazeta.pl a Reklamodawcą;

Portal – portal internetowy Gazeta.pl, prowadzony przez Gazeta.pl, dostępny pod aktualnym adresem URL: www.gazeta.pl oraz pod adresem będącym jego uzupełnieniem lub kontynuacją, a także każdym, który go zastąpi, oraz inne należące do Gazeta.pl serwisy internetowe oraz aplikacje z Grupy Gazeta.pl; niniejsze Zasady Ogólne nie mają zastosowania do zamieszczania reklam w serwisach internetowych i aplikacjach z Grupy Wyborcza.pl;

RODO – Rozporządzenie nr 679/2016 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych

osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE.

III. WARUNKI REALIZACJI

§ 1.

1. Reklamę zamieścimy na podstawie złożonego przez Państwa zamówienia. Realizacja usługi dokonywana jest na podstawie Zasad Ogólnych i obowiązujących przepisów prawa. Zamówienie określa w szczególności liczbę zamawianych emisji, czas trwania kampanii, lokalizację i ewentualne dodatkowe warunki.

2. Złożenie przez Reklamodawcę zamówienia na zamieszczenie Reklam zgodnie z warunkami uzgodnionymi z Gazeta.pl jest równoznaczne z zawarciem umowy o jej realizację przez Gazeta.pl, z tym że emisja może zostać odwołana przez Państwa w całości lub części na następujących warunkach:

a) wpłynięcie rezygnacji z zamówienia nie powoduje konsekwencji finansowych wobec Państwa, jeżeli nastąpi nie później niż w terminie 14 dni przed uzgodnioną datą zamieszczenia Reklamy,

b) w przypadku gdy rezygnacja z zamówienia wpłynie do Gazeta.pl po terminie określonym w ust. 2a) niniejszego paragrafu, ale nie później niż na 4 dni przed uzgodnioną datą zamieszczenia Reklamy, Gazeta.pl jest uprawniona do obciążenia Państwa wynagrodzeniem w wysokości 25% wartości zamówienia,

c) w przypadku gdy rezygnacja z zamówienia wpłynie do Gazeta.pl później niż na 4 dni przed uzgodnioną datą zamieszczenia Reklamy, ale przed rozpoczęciem realizacji zamówienia, Gazeta.pl jest uprawniona do obciążenia Państwa wynagrodzeniem w wysokości 50% wartości zamówienia,

d) w przypadku gdy rezygnacja z zamówienia wpłynie do Gazeta.pl po rozpoczęciu realizacji zamówienia, Gazeta.pl jest uprawniona do obciążenia Państwa wynagrodzeniem w wysokości 80% wartości zamówienia, z zastrzeżeniem, że jeżeli rezygnacja wpłynie do Gazeta.pl po zrealizowaniu 80% usługi, Gazeta.pl uprawniona będzie do obciążenia Państwa wynagrodzeniem w pełnej wysokości.

Rezygnacja z całości lub części zamówienia musi być dokonana na piśmie lub pocztą elektroniczną w terminach podanych powyżej, pod rygorem bezskuteczności. W razie bezskuteczności oświadczenia o rezygnacji, Reklamodawca zobowiązany jest do zapłaty Gazeta.pl całości uzgodnionego wynagrodzenia.

3. Realizacja zamówienia:

a) w trakcie realizacji kampanii i przez 60 dni po jej zakończeniu możemy na Państwa życzenie udostępnić statystyki dotyczące liczby zrealizowanych emisji i liczby kliknięć (jeśli Reklama jest klikalna),

b) jeżeli z przyczyn obiektywnych kampania nie została w pełni zrealizowana w zamówionym okresie czasu, odpowiednio wydłużany jest czas jej realizacji lub mogą Państwo wykorzystać pozostałą liczbę emisji w kolejnym zamówieniu.

4. Jeżeli będą chcieli Państwo dokonać zmian w zamówieniu bądź materiale, prosimy o ich dostarczenie na piśmie (mailem lub faksem) z dokładnym określeniem, na czym one

mają polegać. Zmiany wprowadzimy w najbliższym możliwym terminie, nie później niż w ciągu 48 godzin w dni robocze. Gdyby okazało się to niemożliwe, natychmiast poinformujemy o tym, wskazując jednocześnie ostateczny termin udzielenia odpowiedzi.

5. Minimalna wartość zamówienia (po uwzględnieniu rabatu) wynosi 1 000 zł netto oraz podatek VAT według obowiązującej stawki. W szczególnych przypadkach, możemy wyrazić zgodę na realizację zamówienia o wartości niższej niż wskazana wyżej.

6. Przygotowując Reklamę na Państwa rzecz, Gazeta.pl może wykorzystywać sztuczną inteligencję, chyba że co innego wynika z poczynionych obustronnie ustaleń.

§ 2.

Zamówienie musi być dostarczone Gazeta.pl nie później niż na 3 dni robocze przed planowanym rozpoczęciem emisji Reklamy.

§ 3.

1. Materiał reklamowy w formie gotowej do zamieszczenia powinni Państwo dostarczyć do Gazeta.pl najpóźniej na 2 dni robocze przed planowanym rozpoczęciem emisji Reklamy.

2. Materiały niezbędne do przygotowania przez Gazeta.pl Reklamy powinni Państwo dostarczyć na 5 dni przed planowaną datą rozpoczęcia emisji Reklamy.

§ 4.

Parametry techniczne materiału gotowego do zamieszczenia znajdują Państwo w Załączniku nr 1 do Zasad Ogólnych – „Specyfikacji technicznej reklam w portalu Gazeta.pl”.

§ 5.

1. Niedotrzymanie terminu dostarczenia zamówienia oraz wszelkie inne uchybienia formalne zamówienia zwalniają Gazeta.pl z obowiązku jego realizacji oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.

2. Niedostarczenie gotowych materiałów reklamowych do emisji w terminie oznaczonym w pkt. III § 3 traktowane jest jako rezygnacja z zamówienia z konsekwencjami określonymi w pkt. III § 1 ust. 2. Jeśli w wyniku okoliczności opisanych w powyższych ustępach niniejszego paragrafu (nieterminowe dostarczenie materiałów reklamowych) termin rozpoczęcia kampanii zostanie za zgodą Gazeta.pl przesunięty, po stronie Gazeta.pl nie powstają obowiązki odszkodowawcze z tytułu niezrealizowania zamówienia ani obowiązek zwrotu należności za niezrealizowaną część zamówienia.

IV. PŁATNOŚCI

1. Zamówioną emisję Reklamy mogą Państwo opłacić:

a) po emisji, na podstawie wystawionej Państwu faktury – płatność z dołu w ciągu 14 dni od wystawienia faktury,

b) w innym terminie uzgodnionym z Gazeta.pl.

2. W przypadku, gdy zamówienie obejmuje przygotowanie Reklamy przez Gazeta.pl,

Gazeta.pl zastrzega sobie, po uprzednim uzgodnieniu z Reklamodawcą, możliwość odrębnego rozliczenia i wystawienia faktury w odniesieniu do częściowej realizacji usługi reklamowej obejmującej przygotowanie materiałów reklamowych do emisji.

V. POSTANOWIENIA OGÓLNE

§ 1.

1. Reklamodawca ponosi odpowiedzialność za treść zleconych do zamieszczenia Reklam.

2. Po stronie Reklamodawcy pozostaje zapewnienie, że ma on prawo posługiwać się użytymi w Reklamach informacjami, danymi, znakami towarowymi oraz wszelkimi pozostałymi elementami chronionymi prawem. Złożenie przez Państwa zamówienia jest równoznaczne z Państwa oświadczeniem, że powyższy obowiązek został spełniony, zaś zamawiana Reklama nie jest sprzeczna z prawem (m.in. z zakazami reklamy, dotyczącymi np. gier hazardowych, napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych, nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji ani nieuczciwej praktyki rynkowej) lub dobrymi obyczajami, jak też, że złożenie zamówienia nie narusza przepisów o zamówieniach publicznych oraz że Reklama zawiera wszelkie informacje i oznaczenia wymagane przepisami prawa.

3. Konieczność naprawienia wszelkich szkód wyrządzonych Gazeta.pl w związku z treścią lub formą Państwa Reklamy (włącznie z kosztami procesu lub innego postępowania prawnego oraz innymi uzasadnionymi wydatkami poniesionymi w związku z roszczeniami osób trzecich) leży po Państwa stronie.

4. Przekazanie Reklamy do zamieszczenia na stronach Portalu jest równoznaczne z wyrażeniem przez Państwa zgody na przekazywanie przez Gazeta.pl firmie badawczej danych dotyczących zleconej kampanii reklamowej w celach statystycznych związanych z badaniem wielkości rynku reklamy internetowej oraz na korzystanie przez firmę badawczą z tych danych w celach, o których mowa powyżej, a także jest równoznaczne z Państwa oświadczeniem, że są Państwo wystarczająco uprawnieni do udzielenia zgody, o której mowa w niniejszym ustępie. Postanowienia niniejszego ustępu nie mają zastosowania do danych o wysokości należnego od Państwa wynagrodzenia.

5. Po Państwa stronie pozostaje ocena i oświadczenie, czy Reklama stanowi „polityczny materiał reklamowy” w rozumieniu rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/900 z dnia 13 marca 2024 r. w sprawie przejrzystości i targetowania reklamy politycznej („Rozporządzenie”). W przypadku gdy Reklama stanowi polityczny materiał reklamowy w rozumieniu Rozporządzenia są Państwo obowiązani przekazać Gazeta.pl:

a) informacje wymagane przez Rozporządzenie, w szczególności uzupełnić przekazane przez Gazeta.pl dokumenty;

b) Reklamę spełniającą wymogi Rozporządzenia oraz Rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) 2025/1410 z dnia 09 lipca 2025 r. w sprawie formatu, wzoru i specyfikacji technicznych oznakowania oraz ogłoszeń o przejrzystości politycznych materiałów reklamowych.

Ponoszą Państwo odpowiedzialność za prawidłowość i zgodność z prawdą oświadczenia, czy Reklama jest politycznym materiałem reklamowym oraz przekazanych informacji, jak również za zgodność z przepisami przekazanej Reklamy.

6. W przypadku gdy do wytworzenia Reklamy wykorzystano system AI w rozumieniu Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1689 z dnia 13 czerwca 2024 r. ustanawiającego zharmonizowane przepisy dotyczące sztucznej inteligencji („AI Act”), Reklamodawca ponosi odpowiedzialność za ocenę, czy Reklama zawiera treści stanowiące deepfake w rozumieniu AI Act oraz za zapewnienie oznaczenia zgodnie z wymogami art. 50 AI Act.

§ 2.

1. Gazeta.pl może bez ponoszenia jakiejkolwiek odpowiedzialności z tego tytułu:

a) odmówić zamieszczenia lub wstrzymać zamieszczenie Reklamy, albo żądać dokonania zmian, jeżeli:

- treść lub forma Reklamy są sprzeczne z prawem, dobrymi obyczajami, linią programową Portalu lub charakterem publikacji lub innymi normami wiążącymi Gazeta.pl, lub
- osoba trzecia, właściwy organ lub instytucja powołana do czuwania nad przestrzeganiem przepisów prawa lub innych norm zgłosiły zastrzeżenia dotyczące Państwa Reklamy,
- zachodzi uzasadnione przypuszczenie, że Reklama stanowi „polityczny materiał reklamowy” w rozumieniu Rozporządzenia, a Reklamodawca zaprzecza tej okoliczności i/lub nie dostarcza Gazeta.pl informacji potrzebnych do spełnienia obowiązków wynikających z Rozporządzenia;

b) odmówić zamieszczenia lub wstrzymać zamieszczenie Reklamy, jeżeli nie otrzymamy lub otrzymamy z opóźnieniem płatności za zamieszczane wcześniej Reklamy.

2. Rozmowy telefoniczne dotyczące złożenia bądź realizacji zamówień są utrwalane.

§ 3.

1. Z zastrzeżeniem ust. 2 poniżej, zabronione jest stosowanie przez Reklamodawcę lub podmioty działające na jego zlecenie lub podmioty, na których zlecenie działa Reklamodawca, jakichkolwiek systemów, skryptów lub kodów pozyskujących informacje o użytkownikach Portalu, ich zachowaniach względem Reklam lub względem treści rozpowszechnianych na stronach Portalu, a także informacji o stronach internetowych odwiedzanych przez użytkowników (w tym informacji o zawartości stron internetowych lub informacji umożliwiających ich klasyfikację) W szczególności zabronione jest stosowanie skryptów śledzących interakcje użytkownika. Ponadto Reklamy nie mogą zawierać rozwiązań zmieniających lub odczytujących pliki cookie. Zabronione jest także wykorzystywanie informacji, o których mowa w zdaniach poprzedzających w sposób i w celach wykraczających poza potrzeby wynikające z realizacji zamówienia dotyczącego danej kampanii reklamowej, w ramach której informacje zostały pozyskane.

2. Reklamodawca może wystąpić do Gazeta.pl o udzielenie przez Gazeta.pl zgody na stosowanie w trakcie realizacji danej kampanii reklamowej skryptów lub kodów, o których mowa w ust. 1 niniejszego paragrafu. Reklamodawca zobowiązany jest zapewnić, że dane uzyskane w związku z realizacją kampanii reklamowej na stronach Portalu będą

wykorzystywane jedynie w zakresie udzielonej zgody, a w szczególności nie będą wykorzystywane do innych celów, niż te do których zostały pozyskane, w zwłaszcza do celów sprzecznych z prawem.

3. Niezależnie od uzyskania zgody Gazeta.pl, o której mowa w ust. 2 niniejszego paragrafu, Reklamodawca, jako odrębny od Gazeta.pl administrator pozyskiwanych danych osobowych, we własnym zakresie obowiązany jest zapewnić, aby pozyskiwanie informacji, o których mowa w ust. 1 niniejszego paragrafu oraz ich wykorzystywanie, odbywało się zgodnie z obowiązującym prawem. W szczególności Reklamodawca we własnym zakresie i na własną odpowiedzialność zapewnia, aby pozyskiwanie informacji i ich wykorzystywanie było zgodne z regulacjami z zakresu ochrony danych osobowych, w szczególności z RODO oraz z przepisami dotyczącymi ochrony prywatności. Reklamodawca może wystąpić do Gazeta.pl o informację, czy Gazeta.pl dysponuje rozwiązaniami, mogącymi pomóc Reklamodawcy w wypełnieniu niektórych, wymaganych przez przepisy prawa obowiązków. W przypadku, gdy Gazeta.pl takimi rozwiązaniami dysponuje, Gazeta.pl i Reklamodawca mogą ustalić zasady wykorzystania tych rozwiązań na potrzeby Reklamodawcy.

4. Naruszenie ograniczeń lub obowiązków określonych w niniejszym paragrafie stanowi rażące naruszenie przez Reklamodawcę umowy (w tym umowy zawartej w drodze zamówienia) wiążącej Gazeta.pl i Reklamodawcę.

§ 4.

Zawierając umowę (w tym poprzez złożenie i przyjęcie zamówienia) Reklamodawca wyraża zgodę na nieodpłatne wykorzystywanie przez Gazeta.pl materiałów reklamowych objętych umową (w tym znaków towarowych i nazwy) do celów archiwalnych, a także dla promocji serwisów internetowych Gazeta.pl lub usług reklamowych Gazeta.pl, w szczególności poprzez ich zwielokrotnienie drukiem lub cyfrowo, wprowadzenie do obrotu, publiczne wystawienie, wyświetlenie, nadawanie, a także publiczne udostępnianie w taki sposób, aby każdy mógł mieć dostęp do materiałów w miejscu i czasie przez siebie wybranym.

VI. REKLAMACJE

1. Jeżeli będą mieli Państwo jakiekolwiek zastrzeżenia co do jakości realizacji zamówienia, prosimy o niezwłoczny kontakt (mailem, telefonicznie lub faksem) z handlowcem, który przyjmował Państwa zamówienie. Reklamację rozpatrzymy i udzielimy Państwu odpowiedzi, nie później niż w ciągu 24 godzin w dniach roboczych. Gdyby okazało się to niemożliwe, natychmiast poinformujemy o tym, wskazując jednocześnie ostateczny termin udzielenia odpowiedzi.

2. Reklamację prosimy zgłosić w dniu pierwszej kwestionowanej emisji, co pozwoli na uwzględnienie zmian w kolejnych emisjach Reklamy.

3. Reklamacje dotyczące ilości emitowanych form reklamowych i sposobu ich emisji prosimy zgłosić w nieprzekraczalnym terminie 7 dni od daty planowanego zakończenia emisji danej kampanii lub jej części, określonej w danym zamówieniu. Po upływie tego terminu reklamacji nie uwzględnimy oraz uznamy, że kampania w danym zakresie została zrealizowana prawidłowo i zgodnie ze złożonym zamówieniem lub zawartą umową.

4. Odszkodowanie z tytułu wyrządzonej przez Gazeta.pl szkody nie może przekroczyć wartości wynagrodzenia za wyemitowanie kampanii reklamowej zgodnie z zamówieniem.

VII. DANE OSOBOWE

1. Szczegółowe informacje dotyczące przetwarzania danych osobowych w związku z oferowaniem i świadczeniem przez Gazeta.pl usług reklamowych, w tym danych osobowych podanych przez Reklamodawcę w związku z zawarciem umowy, także poprzez złożenie zamówienia na zamieszczenie Reklamy w Portalu (w tym w serwisach internetowych i aplikacjach z Grupy Gazeta.pl) znajdują się pod adresem URL: <https://reklama.gazeta.pl/dopobrania> w dokumencie dotyczącym przetwarzania danych osobowych przez Gazeta.pl.

2. Dane osobowe Reklamodawcy lub osób kontaktowych działających w imieniu lub na rzecz Reklamodawcy (pracowników, współpracowników, osób uprawnionych do reprezentacji, przedstawicieli, osób wskazanych jako osoby kontaktowe) pozyskane w związku ze złożeniem i realizacją zamówienia są przetwarzane przez Gazeta.pl:

a) w zakresie, w jakim wyłącznym kontrahentem Reklamodawcy jest Gazeta.pl, jest ona wyłącznym administratorem danych osobowych, w następujących celach: przedstawianie ofert, zawarcie i realizacja umowy, obowiązki prawne, marketing bezpośredni, analityka i statystyka, wewnętrzne cele administracyjne, zgodność z procedurami i bezpieczeństwo, prowadzenie komunikacji, raportowanie do Agora S.A., ewentualne dochodzenie lub obrona przed roszczeniami. Więcej informacji znajduje się pod adresem URL: <https://reklama.gazeta.pl/dopobrania> w dokumencie dotyczącym przetwarzania danych osobowych przez Gazeta.pl;

b) w przypadku korzystania ze wspólnej oferty Gazeta.pl oraz Wyborcza sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, są one również współadministratorami danych, w następujących celach: przedstawianie ofert, analityka i statystyka, marketing bezpośredni, ewentualne dochodzenie lub obrona przed roszczeniami, prowadzenie komunikacji. Więcej informacji znajduje się pod adresem URL: <https://reklama.gazeta.pl/dopobrania> w dokumencie dotyczącym przetwarzania danych osobowych przez współadministratorów.

3. Osobie, której dane dotyczą przysługuje prawo: dostępu do treści danych, w tym ich kopii, ich sprostowania, wniesienia skargi do organu nadzorczego, a w niektórych przypadkach również prawo do żądania ich usunięcia, ograniczenia przetwarzania, przenoszenia oraz wniesienia sprzeciwu wobec ich przetwarzania i wycofania udzielonych zgód na ich przetwarzanie.

4. Dodatkowo Gazeta.pl potwierdza, że dane osobowe podwykonawców Reklamodawcy oraz osób ich reprezentujących (jeśli Reklamodawca udostępni Gazeta.pl takie dane) są przetwarzane na zasadach wskazanych w klauzulach informacyjnych, o których mowa w ust. 2 a) i b) powyżej. Reklamodawca oświadcza, że wszystkie osoby, których dane udostępnił w związku z realizacją umowy, zapoznały się lub najpóźniej w terminie miesiąca od dnia ich przekazania zapoznają się z treścią ww. klauzul informacyjnych.

VIII. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Zasady Ogólne nie mają zastosowania do zawierania umów z konsumentami, tj. osobami fizycznymi dokonującymi czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z ich działalnością gospodarczą lub zawodową. Osoby będące konsumentami proszone są o kontakt z Działem Sprzedaży Portalu Gazeta.pl w celu zawarcia indywidualnej umowy na świadczenie usług reklamowych.

2. Zasady Ogólne wraz ze wszystkimi załącznikami obowiązują od 3 września 2026 roku.
3. Załącznik nr 1 „Specyfikacja techniczna produktów reklamowych portalu Gazeta.pl” dostępna pod adresem: <https://reklama.gazeta.pl/specyfikacje>