

Splošni pogoji poslovanja družbe Smart AD d.o.o.

Oseba, ki se naroči na e-novice podjetja Smart ad d.o.o. (v nadaljevanju upravljavec) oz. pošlje povpraševanje, dovoljuje uporabo osebnih podatkov, posredovanih upravljavcu za potrebe obveščanja (kot npr. podatki o izvršitvi naročila, obveščanje o novostih, obveščanje o morebitnih nadgradnjah produktov itd.). Oseba, ki odda svoje osebne podatke v kontaktnem obrazcu ali se naroči na e-novice, družbi Smart ad d.o.o. kot upravljavcu osebnih podatkov dovoljuje, da vodi, vzdržuje in nadzoruje zbirko zbranih osebnih podatkov posameznikov v skladu z zakonodajo. Upravljavec zbirke lahko obdeluje zbrane osebne podatke za namene vzorčenja, anketiranja in statistične obdelave podatkov, za ugotavljanje uporabe storitev, prilagajanje ponudbe in segmentacije, za raziskave trga, obveščanje o ponudbi, novostih, dogodkih in ugodnostih, ter za pošiljanje drugega oglasnega gradiva. Za namene kontaktiranja posameznik dovoljuje uporabo različnih komunikacijskih kanalov, kot so npr.: telefon, sms, osebna pošta, elektronska pošta. Navedene podatke lahko upravljavec obdeluje za lastne potrebe do časa, ko podatki več ne bodo služili svojemu namenu. V primeru naročila po e-pošti ali telefonu šteje, da je naročnik prebral pričujoče pogoje poslovanja ter da se z njimi v celoti strinja.

Upravljavec podatkov ne bo posredoval tretjim osebam, razen v kolikor je to dolžan v skladu z veljavno zakonodajo. V času upravljanja z osebnimi podatki ima posameznik možnost vpogleda, prepisa, kopiranja, dopolnitve, popravkov, blokiranja in izbrisa osebnih podatkov v zbirki podatkov, skladno z veljavno zakonodajo.

S pričetkom uporabe produktov in storitev družbe Smart ad d.o.o. se uporabnik strinja s pogoji poslovanja družbe Smart ad d.o.o., da produkte in storitve družbe Smart ad d.o.o. uporablja na lastno odgovornost. Družba Smart ad d.o.o. ne garantira za popolnoma brezhibno delovanje svojih produktov in storitev. Morebitne napake bo družba Smart ad d.o.o. poskušala odpraviti v čim krajšem času. Družba Smart ad d.o.o. ne odgovarja za morebitno izgubo podatkov uporabnika, zaradi napačne uporabe produkta ali storitve (op. uporablja produktov in storitev družbe Smart ad d.o.o. v nasprotju z navodili oz. priporočili upravljavca). Družba Smart ad d.o.o. ne odgovarja za prodajni uspeh spletne strani pri uporabi le te. Družba Smart ad d.o.o. ne odgovarja za morebitne spremembe Facebook platforme s strani podjetja Facebooka inc. Pri koriščenju Googlovih bonov za nove stranke, naročnik oglaševanja na Googlu pri izvajalcu Smart ad prevzema polno odgovornost glede morebitnih zapletov pri koriščenju Googlovih vrednostnih bonov (op. tu je mišljena predvsem uporaba Googlovih bonov z iste domene v preteklosti) ter drugih nevšečnosti, ki bi nastale zaradi odstopanja od Googlovih pogojev poslovanja ter navodil izvajalca.

Družba Smart ad d.o.o. v ničemer ne prevzema nikakršne odgovornosti za:

- nedelovanje interneta,
- nedelovanje storitve, ki je posledica napačne uporabe ali neznanja uporabe storitev,
- nedelovanje storitve, ki je posledica izpada omrežja pogodbenih partnerjev, izpada električne energije ali drugih tehničnih motenj, ki bi lahko začasno motile uporabo storitve,
- uporabo spletne strani v nasprotju s pravili, ki so vsesplošno znana o varni uporabi interneta,

- kakršnekoli neželene posledice, ki bi jo uporabnik utrpel zaradi nepravilne uporabe spletne strani,
- nepooblaščen dostop do uporabnikovih prenosov ali podatkov,
- morebitno nastalo škodo zaradi uporabe spletne strani,
- morebitno škodo zaradi spletnega oglaševanja.

Družba Smart ad d.o.o. in uporabnik njegovih storitev se strinjata, da ta sporazum predstavlja izjavo o medsebojnem razumevanju in sprejemanju pogojev in ukinja kakršenkoli drugačen pisni ali ustni dogovor.

Vse spore v zvezi s temi splošnimi pogoji poslovanja rešuje pristojno sodišče v Ljubljani.

Ljubljana; avgust 2010

Smart ad d.o.o.

Splošni pogoji poslovanja za gostovanje na strežnikih Smart AD

1. člen (uvodna določba)

(1) Splošni pogoji poslovanja za gostovanje na strežniku predstavljajo pravno zavezujoč dogovor med končnim uporabnikom (vsakokratno fizično ali pravno osebo) in gospodarsko družbo SMART AD d.o.o., s katerim so podrobneje določene obveznosti in razmerja za izvajanje storitve gostovanja na strežnikih Smart AD, ki jo skleneta naročnik storitve gostovanja (v nadaljevanju »naročnik«) in SMART AD d.o.o. (v nadaljevanju »ponudnik«).

(2) Naročnik in ponudnik soglašata, da je njuno razmerje urejajo:

- veljavna zakonodaja,
- pogodba ali drug pravno zavezujoč dogovoru, ki sta ga sklenila in
- splošni pogoji poslovanja, ki jih naročnik in ponudnik sprejemata v celoti in so javno objavljeni na spletnih straneh ponudnika na: www.smart-ad.si.

2. člen (uporabljeni pojmi)

Naslednji pojmi, izrazi ali kratice imajo naslednji pomen:

- *prostor spletnega gostovanja* je prostor, na katerem se hranijo naročnikovi podatki in vsebine njegove spletne strani ,
- *SysCP* je uporabniški umesnik za upravljanje z osnovnimi nastavitvami gostovanja (email računi, ftp računi, podatkovne baze in osnovna statistika),
- *kontaktni podatki* so podatki, ki jih naročnik vpiše v SysCP in vključujejo telefon, telefaks ter elektronsko pošto kontaktne osebe,
- *uporabniško ime* je enolično določeno uporabniško ime, ki ga za naročnika določi uporabnik in ki se uporablja za identifikacijo naročnika pri uporabi ponudnikovih storitev v okviru
- *domena* je enolično določeno ime (npr. smart-ad.si), vezano na numerični omrežni naslov računalnika (npr. 192.168.1.101)
- *IP* je numerični naslov računalnika v omrežju (npr. 192.168.1.101).

3. člen (sklenitev naročniškega razmerja)

(1) Naročnik s podpisom pogodbe s ponudnikom ali s sklenitvijo drugega pravno zavezujočega dogovora med njim in ponudnikom, kjer je kot storitev vključeno tudi gostovanje na strežnikih SMART AD, izjavlja, da se je seznanil s temi splošnimi pogoji poslovanja, da jih je v celoti prebral, da jih razume in jih v celoti sprejema ter se z njimi strinja.

4. člen (obveznosti naročnika)

(1) Naročnik se zavezuje, da bo ponudnika nemudoma obvestil, če se bodo spremenili njegovi kontaktni podatki in da bo redno spremljal predal elektronske pošte, ki je naveden v kontaktnih podatkih, prav tako bo periodično spremljal objavljena obvestila na spletnih straneh ponudnika.

(1) Naročnik se strinja, da na prostor spletnega gostovanja ne bo prenašal vsebine:

- ki je protizakonita, nasilna, obrekljiva, opolzka, neetična, nemoralna ali kakorkoli sporna oziroma v nasprotju z veljavno zakonodajo,
- ki vsebuje viruse, črve ali drugo škodljivo programsko kodo ali kakršnekoli nezakonito programsko opremo,
- ki je namenjena ali spodbuja kazniva oziroma kriminalna dejanja ali kriminalne združbe,
- za katere nima ustrezne avtorske pravice ali drugih pravic intelektualne lastnine, kot so patent, model, blagovna znamka ali geografsko poreklo ali drugih vsebin, za katere ne razpolaga z ustreznimi pravicami za njihovo obdelavo ali objavo.

(2) V kolikor s pogodbo ali drugim pravno zavezujočim dogovorom med naročnikom in ponudnikom ni drugače določeno, se naročnik zavezuje, da:

- v celoti sam skrbi za lastne varnostne kopije podatkov,
- v celoti odgovarja za redno posodabljanje vsebin na zakupljenem prostoru,
- v celoti skrbi za programsko opremo na zakupljenem prostoru,
- bo pravočasno podaljšal domene, s katerimi gostuje na ponudnikovih strežnikih,
- bo za vsakršno povzročeno škodo in posledične dodatne stroške, ki bi nastali zaradi njegove namerne ali nenamerne aktivnosti ali neaktivnosti, v celoti samostojno poravnal v roku 14 dni od nastanka,
- v celoti prevzema odgovornost za redno sprejemanje, obdelavo in hrambo naročil svojih strank in za vodenje povpraševanj strank ali pritožb, ki bi iz tega izhajale,
- v celoti prevzema odgovornost za programsko in strojno opremo, ki jo uporablja za dostop do strežnikov ponudnika,
- v celoti prevzema odgovornost za varovanje informacij o kreditnih karticah in finančnih transakcijah ter s tem povezanih informacijah o strankah, do katerih ima naročnik dostop zaradi opravljanja transakcij elektronskega poslovanja preko programov spletnega strežnika.

(3) Naročnik se zavezuje, da bo primerno zavaroval svoje uporabniško ime in geslo pred nepooblaščenno uporabo. V nobenem primeru ponudnik ne bo odgovoren za posledice nepooblaščenne uporabe ali zlorabe naročnikovega uporabniškega imena ali gesla.

5. člen (odgovornost ponudnika)

(1) Ponudnik naročniku omogoča uporabo strežnika. Ponudnik se obvezuje, da bo po svojih najboljših močeh skrbel za delovanje strežnika in storitev, da bo strežnik vzdrževal in smotrno po potrebi nadgrajeval strojno oziroma programsko opremo. Zaradi same narave storitve in narave interneta, ponudnik ne more zagotavljati, da bo storitev vedno dostopna.

Ponudnik bo naročnika redno obveščal o pomembnih posodobitvah z novico na lastnih spletnih straneh oziroma preko e-pošte, v najkrajšem možnem času odpravil nastale napake in za varnost podatkov.

Naročnik se strinja, da bo ponudnik periodično ročno ali programsko brez predhodnega obvestila pregledoval delno ali celotno naročnikovo vsebino, ki jo naročnik prenese na zakupljen strežniški prostor. S tem ponudnik dodatno pripomore k varnosti strežniških sistemov, kot je iskanje neprimerne programske opreme, virusov, ali druge škodljive programske kode. V kolikor

ponudnikov program zazna neprimerno PHP kodo, se naročnik strinja, da jo lahko ponudnik nemudoma odstrani brez predhodnega obvestila naročnika.

(2) Ponudnik in njegovi partnerji ne bodo odgovorni za kakršnokoli posredno, neposredno ali posledično škodo, povzročeno z uporabo ali nezmožnosti uporabe katerekoli storitve.

Naročnik se strinja, da lahko ponudnik določenemu IP naslovu začasno in brez obvestila onemogoči dostop do strežniških sistemov, v kolikor le-ti prekomerno izkoriščajo strežniške kapacitete.

(4) Ponudnik ne prevzema in ne odgovarja za škodo, ki bi nastala:

- zaradi zakasnitev dostopov in prenosov ali njihovih prekinitev ali zaradi povečanja odzivnega časa,
- zaradi napačnega prenosa podatkov,
- zaradi izpada delovanja storitev strežniških sistemov,
- zaradi izgube ali poškodovanja podatkov na strežniku
- zaradi nepooblaščen uporabe ali zlorabe naročnikovega uporabniškega imena ali gesla ali zaradi nepooblaščenega posega,
- zaradi nesprejete in/ali neodposlane elektronske pošte ali napake e-poštnega strežnika,
- zaradi razvijanja sistema in prekinitve obratovanja naročnikovih spletnih strani ali elektronske pošte,
- zaradi kakršnegakoli sovražnega (hekerskega) napada,
- zaradi naravnih dejavnikov ali višje sile.

Ponudnik storitev ne bo odgovoren za izgubo podatkov, prekinitve v delovanju storitev ter kakršenkoli izpad ali izgubo podatkov, do katere je prišlo po krivdi tretje osebe, ponudnika storitev, njegovih strank ali zaposlenih.

6. člen (cenik in plačilni pogoji)

(1) Storitve gostovanja se obračunajo v skladu s pogodbo ali drugim pravno zavezujočim dogovorom, ki ga skleneta ponudnik in naročnik oziroma so določene z veljavnim cenikom, ki ga ponudnik objavlja na spletni strani www.smart-ad.si. Ponudnik ima pravico spreminjati cene storitev in način obračunavanja, vendar se zavezuje, da bo tako spremembo objavil na svoji spletni strani vsaj 15 dni pred začetkom njene veljavnosti in bo o tem obvestil naročnika tudi po elektronski pošti.

(2) Ponudnik bo za naročene storitve izstavljal račun kot je dogovorjeno v pogodbo ali drugim pravno zavezujočim dogovorom, oziroma najkasneje do 15. dne v mesecu za storitve opravljene v tekočem mesecu, razen če se ponudnik in naročnik ne dogovorita drugače.

(4) V primeru zamude plačila ponudnik naročniku zaračuna stroške opominjanja po ceniku in zakonsko predpisane zamudne obresti.

7. člen (podpora)

(1) Ponudnik omogoča naročniku podporo po telefonu (05/906 93 38) in po elektronski pošti info@smart-ad.si od ponedeljka do petka med 8. in 18. uro. Ponudnik nudi naročniku pomoč

izključno za vprašanja in težave, ki se tičejo delovanja strežnika. Pod pomoč, ki jo ponudnik nudi naročniku v okviru plačila storitve spletnega gostovanja brez doplačila, ne štejejo nasveti za izdelavo in vsebino strani, nadgradnjo programske opreme, optimizacijo delovanja naročnikovih spletnih strani, ki se obračunajo po veljavnih cenikih ponudnika, oziroma so določeni s pogodbo ali drugim pravno zavezujočim dogovorom, ki sta ga predhodno sklenila.

(2) Ponudnik za vso komunikacijo z naročnikom uporablja kontaktne podatke, ki so določeni v pogodbi ali v drugem pravno zavezujočem dogovoru med naročnikom in ponudnikom oziroma vpisani v SysCP.

(4) Naročnik lahko komunicira s ponudnikom po telefonu ali elektronski pošti, pri čemer vedno navede svoje uporabniško ime. Ponudnik svoje ažurne kontaktne podatke objavlja na svoji spletni strani.

8. člen (Omejitve uporabe)

Naročnik se strinja in soglaša, da se naslednje aktivnosti štejejo kot prepovedane, razen če s pogodbo ali drugim pravno zavezujočim dogovorom med naročnikom in ponudnikom ni drugače določeno:

- Nepooblaščen ali nedovoljena uporaba strežnika (branje, pisanje in izvajanje operacij izven domačega (home) direktorija).
- Prekomerno izkoriščanje zmogljivosti strežniškega sistema (strežniških procesorjev, pomnilnika, pasovne širine in/ali diskovnega polja).
- Uporaba neodobrenih aplikacij (npr. aplikacija za klepet - chat). Skripte morajo biti odobrene s strani ponudnika.
- Uporaba ponudnikovih strežniških sistemov za testiranje.
- Pri delu s časovnimi opravili (cronjobs), ki omogočajo avtomatsko izvajanje funkcij ob specifičnem času, je prepovedano izvajanje funkcij več kot enkrat na 4 ure.
- Največja dovoljena velikost posamezne datoteke, ki jo naročnik prenese na ali iz strežnika je 200 MB.
- Zapisi v eni (1) MySQL podatkovni bazi ne smejo presegati velikosti 1.000 MB.
- V kolikor naročnik sam izdeluje varnostne kopije svojih podatkov, na strežniku teh varnostnih kopij ni dovoljeno hraniti. Varnostne kopije mora naročnik hraniti na lastnem lokalnem disku ali drugih zapisljivih medijih.
- Na paketih spletnega gostovanja je dovoljeno shranjevati le datoteke, ki so neposredno dostopne s spletne strani. To pomeni, da paketi spletnega gostovanja niso mišljeno za arhiviranje večjih količin podatkov ampak za gostovanje spletnih strani.

9. člen (vzdrževalna dela)

Ponudnik bo občasno, najpogosteje v nočnem času oz. po lastni presoji opravljal nujne postopke za nemoteno delovanje paketov gostovanja in bo v skladu s tem opravljal razumno nujna vzdrževalna dela. Ponudnik bo glede vzdrževalnih del poskusil predhodno obvestiti naročnika po elektronski pošti, prekinitve pa bodo objavljene tudi na spletni strani ponudnika, razen v primeru okoliščin, na katere ponudnik nima vpliva.

10. člen (zloraba strežnika)

(1) Vsaka nepooblaščen uporaba storitev strežnika se šteje kot zloraba.

(2) Kot zloraba štejejo poleg drugih načinov nepooblaščen uporabe storitev strežnika tudi naslednja dejanja:

- nedogovorjeno prekomerno izkoriščanje zmogljivosti strežnika: strežniških procesorjev, pomnilnika ali pasovne širine,
- nedogovorjeno množično pošiljanje pošte z uporabo lastnih skript in/ali preko vdora/lukenj v naročnikovi programski opremi in nameščanje ter zaganjanje programov, ki ostanejo prisotni v delovnem spominu strežnika,
- če naročnik ne uporablja ponudnikove storitve v skladu z veljavnimi zakoni ter predpisi,
- če vsebina naročnikovih spletnih strani krši avtorske pravice, blagovne ali storitvene znamke, patente, lastniške ali druge pravice tretjih ali veljavne predpise,
- če je vsebina naročnikovih spletnih strani nezakonita ali etično sporna, pod kar šteje, vendar ni omejeno na: pornografijo, kršitev zasebnosti, računalniške viruse ter črve.

(3) V primeru zlorabe strežnika si ponudnik pridružuje pravico, da takoj, brez predhodnega opozorila, naročniku onemogoči ali omeji dostop do strežnika in storitev, lahko pa tudi prekine pogodbo brez odpovednega roka. Že vplačanih zneskov za gostovanje ponudnik v tem primeru ne vrača.

(4) Naročnik je odgovoren za škodo, ki ponudniku nastane zaradi zlorabe. Prav tako je naročnik dolžan namesto ponudnika vstopiti v kakršen koli postopek, ki bi ga državni organi ali tretje osebe zaradi zlorabe naročnika sprožile proti ponudniku, oziroma mu povrniti kakršno koli škodo, ki bi mu zaradi takih postopkov nastala, vključno s stroški pravnega svetovanja.

(5) Če naročnik namerno ali nenamerno škoduje ponudniku, ima ponudnik pravico, da stroške za nastalo škodo zaračuna naročniku.

11. člen (prekinitev storitev)

(1) Katera koli pogodbeni stranka lahko odpove naročniško razmerje s 3 mesečnim odpovednim rokom, razen če s pogodbo ali drugim pravno zavezujočim dogovorom med naročnikom in ponudnikom ni drugače določeno. Odpoved, ki mora biti poslana po elektronski ali navadni pošti, začne veljati naslednje obračunsko obdobje. Če je naročnik plačal svoje obveznosti s predplačilom in nato odpovedal naročniško razmerje pred potekom obdobja, za katerega je plačal storitev, se naročniku zaračunajo stroški predčasne odpovedi naročniškega razmerja v vrednosti ene mesečne naročnine. Preostanek predplačila se naročniku vrne v obliki dobropisa.

(2) Če naročnik ne poravnava svojih obveznosti iz naročniškega razmerja v roku, ga ponudnik o tem obvesti. Če naročnik v 7 dneh od obvestila ne poravnava zapadlih obveznosti, oziroma s ponudnikom ne sklene drugačnega dogovora, mu lahko ponudnik omeji ali onemogoči uporabo uporabniškega računa. Če v roku 14 dni od obvestila ni odziva naročnika, si ponudnik pridržuje pravico, da ukine naročnikovo spletno stran oziroma na naročnikovo spletno stran vključi obvestilo, da je uporabniško ime poteklo. To ne vpliva na naročnikovo obveznost, da ponudniku poravnava vse zapadle terjatve.

(3) Naročnik se strinja, da lahko ponudnik kadarkoli izbriše uporabniški račun in onemogoči uporabo storitev, če je naročnik navajal napačne ali zavajajoče informacije ali kakorkoli kršil

splošne pogoje poslovanja gostovanja na strežnikih SMART AD ali kršil pogodbo ali drug pravno zavezujoč dogovor med naročnikom in ponudnikom. Ponudnik v tem primeru ne povrne vplačanih zneskov.

(4) Naročnik se strinja, da lahko ponudnik po lastni presoji prekine dobavo storitev, vendar mora o tem predhodno obvestiti naročnika, uporabo storitev pa lahko prekine mesec dni po tem, ko je poslal obvestilo.

(5) Ponudnikovi IP naslovi, ki jih v času veljavnosti pogodbe uporablja naročnik, ostanejo v ponudnikovi lasti tudi po prekinitvi naročniškega razmerja.

(6) Naročnik se strinja, da ponudnik ni dolžan hraniti podatkov na strežniku več kot en mesec po izteku odpovednega roka. Po tem roku lahko naročnik pisno ali preko elektronske pošte zaprosi za pridobitev podatkov, storitev se zaračuna po veljavnem ceniku, ki je objavljen na spletni strani ponudnika.

12. člen (prenos pravic in obveznosti)

(1) Pravice in obveznosti naročnika, ki izhajajo pogodbenega razmerja med naročnikom in ponudnikom, kamor je vezano tudi gostovanje na strežnikih SMART AD, niso prenosljive brez ponudnikove pisne odobritve. Prošnje za odobritev prenosa ponudnik ne bo zavrnil brez razloga. Prenos pravic in obveznosti se izvede po podpisu obrazca za prenos pravic in obveznosti s strani vseh treh pogodbenih strank (ponudnik, naročnik in novi naročnik).

(2) Ponudnik lahko prosto prenese svoje pravice in obveznosti iz pogodbe o spletnem gostovanju, če naročnika o tem obvesti po elektronski ali navadni pošti vsaj en mesec pred dejanskim prenosom pogodbe na tretjo osebo.

13. člen (zaupnost podatkov)

(1) Ponudnik in naročnik bosta obravnavala kot zaupne podatke vse informacije o drugi stranki, oziroma vse informacije, ki izhajajo iz pogodbe ali drugega pravno zavezujočega dogovora med naročnikom in ponudnikom. Ponudnik in naročnik soglašata, da brez pisnega soglasja ne smeta razkriti teh informacij oz. sta dolžni učinkovito poskrbeti, da se te informacije ne zlorabijo.

(2) Obveznost iz prejšnjega odstavka velja tudi še dve leti po poteku naročniškega razmerja med strankama.

14. člen (osebni podatki)

(1) Naročnik se strinja, da ponudnik za namene svojega poslovanja zbira in obdeluje njegove osebne podatke, v kolikor je naročnik fizična. Ponudnik lahko osebne podatke oziroma podatke pravne osebe obdeluje za namene vzorčenja, anketiranja in statistične obdelave podatkov, za ugotavljanje uporabe storitev, prilagajanje ponudbe in segmentacije, za raziskave trga, obveščanje o ponudbi, novostih, dogodkih in ugodnostih, ter za pošiljanje drugega oglasnega gradiva o izdelkih z njim povezanih oseb (neposredno trženje). Za namene komuniciranja naročnik dovoljuje uporabo različnih komunikacijskih kanalov kot npr.: telefon, osebna pošta, elektronska pošta.

(2) Ponudnik osebnih podatkov naročnika – fizične osebe ne bo posredoval tretjim osebam, razen, v kolikor je to dolžan v skladu z veljavno zakonodajo. V času upravljanja z osebnimi podatki ima naročnik – fizična možnost vpogleda, prepisa, kopiranja, dopolnitve, popravka, blokiranja in izbrisa osebnih podatkov v zbirki podatkov, skladno z veljavno zakonodajo.

15. člen (reševanje sporov)

(1) Ponudnik in naročnik se zavezujeta, da bosta vse morebitne spore poskušala rešiti sporazumno.

(2) Za morebitne spore, ki jih stranki ne bi mogli rešiti sporazumno, je pristojno stvarno pristojno sodišče v Ljubljani.

16. člen (sprememba splošnih pogojev)

Ponudnik lahko spreminja te splošne pogoje poslovanja. Vsaka sprememba postane veljavna 15 dni po tem, ko je objavljena na spletnih straneh ponudnika. Naročnik se strinja, da bo periodično obiskoval spletne strani ponudnika in bo tako seznanjen z morebitnimi spremembami. Naročnik bo o spremembah obveščen tudi preko elektronske pošte. Če se naročnik s spremembo ne bo strinjal, lahko odpove to naročniško razmerje in sicer tako, da v roku 15 dni po začetku veljavnosti te spremembe ponudniku pošlje odpoved po elektronski ali po navadni pošti. Prekinitev naročniškega razmerja postane veljavna, ko ponudnik potrdi, da je prejel sporočilo naročnika. Naročnik se strinja, da z uporabo storitev po poteku tega roka upošteva in se strinja z vsemi spremembami splošnih pogojev spletnega gostovanja.

Splošni pogoji poslovanja gostovanja na strežnikih SMART AD veljajo od 01. 06. 2012

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

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 družba Smart AD d.o.o., Parmova ulica 14, Ljubljana, davčna št. SI27359425.

Založnik je lastnik in upravljalca spletnega mesta, ki ima kontrolo nad njegovo vsebino in ima pristojnost skleniti dogovor s ponudnikom za vključitev v ta sistem.

Oglaševalec je oseba, ki prodaja produkte ali storitve, in oseba, ki želi povečati število obiskov na svojem spletnem mestu ter graditi prepoznavnost svoje blagovne znamke.

Spletno mesto je skupek vseh spletnih strani na posameznem spletnem naslovu (domeni), mobilnih spletnih strani in 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 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, ID številko 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. Kreativne 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 obiskovalce 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 ciljno oglaševanje na ključne besede v okviru sistema.

Klik je dejanje interakcije uporabnika s prikazanim oglasom. Klik je opravljen, kadar uporabnik pozicionira kurzor na oglas in nanj klikne tako, da sproži postopek preusmeritve k oglaševalčevi spletni predstavitvi. Za klik je torej dovolj, da je uporabnik 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 uporabnikovega brskalnika za preusmeritev in nanj pošlje odgovor.

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

CTR (click-through-rate) je razmerje med številom klikov na posamezni oglas in številom prikazov tega oglasa ter pove, kolikšen odstotek uporabnikov, 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.

Zaračunavanje na prikaz (pay-per-view) pomeni, da ponudnik spletnega mesta oglaševalcu zaračuna opravljeno oglaševanje na podlagi števila opravljenih potrjenih prikazov posameznega oglasa.

Zaračunavanje na klik (pay-per-click) pomeni, da ponudnik spletnega mesta oglaševalcu zaračuna opravljeno oglaševanje na podlagi števila potrjenih klikov na prikazan oglas.

2. Uporaba in veljavnost splošnih pogojev

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

V primeru, da ponudnik in oglaševalec 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, pa neposredno veljajo pogodbeno določila in imajo prednost pred splošnimi pogoji.

Ponudnik sme posamezna določila teh splošnih pogojev kadarkoli spremeniti.

Oglaševalci so dolžni tedensko spremljati spletno stran ponudnika glede morebitnih sprememb splošnih pogojev, saj v roku 15 dni od objave na spletni stranki ponudnika le-te začnejo neposredno učinkovati in se poslovno razmerje nadaljuje pod spremenjenimi splošnimi pogoji.

Oglaševalec, 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 stranki ponudnika. Odpoved mora biti podana pisno na elektronski naslov info@smart-ad.si ali pa poslana priporočeno po pošti, sicer odpoved ni veljavna in nima nikakršnih pravnih učinkov.

3. Sklenitev, pogoji in trajanje poslovnega sodelovanja

Pred sklenitvijo poslovnega razmerja je dolžan ponudnik oglaševalcu po navadni ali elektronski pošti poslati ponudbo za oglaševanje (Media Plan), ki vsebuje vse bistvene sestavine pogodbe, zlasti načrt oglaševanja, pogoje ter časovno komponentno in ceno oglaševanja, ponudbi za oglaševanje pa priložiti vsakokrat veljavne splošne pogoje.

Ponudnik in oglaševalec stopita v poslovno razmerje v trenutku, ko oglaševalec s strani ponudnika poslano ponudbo za oglaševanje (Media Plan) pisno potrdi, s sprejemom ponudbe pa oglaševalec potrjuje, da je v celoti seznanjen z vsebino teh splošnih pogojev ter da jih razume in v celoti sprejema.

V primeru, da ponudnik oceni, da s strani oglaševalca vloženi sredstev v predvidenem roku iz potrjene ponudbe za oglaševanje (Media Plan) ne bi bilo mogoče porabiti, je ponudnik upravičen preostanek sredstev prerazporediti na druge ustrezne in primerljive medije, kot tudi na partnerske mreže (Ron mreže).

Poslovno razmerje se ob odsotnosti drugačnega pisnega dogovora sklepa za trajanje poslovnega razmerja v okviru oglaševalske akcije, kot je določeno v vsaki posamezni ponudbi za oglaševanje (Media Plan).

4. Pogoji glede oglasov

Oglasi morajo biti podani izključno v eni izmed dimenzij oglasov v skladu z IAB standardi, 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 si lahko preberete na:
<http://www.iab.net/guidelines/508676/508767/displayguidelines>

Oglaševalec lahko preko ponudnika oglašuje le tiste oglaševane vsebine, za katera ima pridobljena vsa ustrezna in potrebna dovoljenja in soglasja.

Oglasi ne smejo 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 moralno oz. splošno sprejetimi in znanimi etičnimi načeli.

Oglasi 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 oglaševalec ne razpolaga z avtorskimi pravicami.

V primeru kršitev zgoraj navedenih določil je ponudnik upravičen posamezni oglas zavrniti, v primeru hujših ali ponavljajočih se kršitev pa lahko v celoti prekine poslovno sodelovanje z oglaševalcem in odstopi od izvajanja potrjene ponudbe za oglaševanje (Media Plan) brez kakršnekoli odškodninske odogovornosti nasproti oglaševalcu.

V primeru, da zaradi kršitev določb 2.-4. odstavka te točke, ponudniku nastane premoženjska ali nepremoženjska škoda, je oglaševalec 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 zgoraj navedenih določb tretje oškodovane osebe na ponudnika naslovile odškodninske zahtevke, jih je oglaševalec v celoti dolžan prevzeti nase in se v primeru sodnega spora spustiti v spor namesto ponudnika.

5. Ključne besede za prikaz kontekstualnih oglasov

Pogoji za prikaz kontekstualnih oglasov: Kontekstualni oglas se prikaže na spletni strani, ki je vključena v sistem, pri kateri vsebina ustreza ključnim besedam, ki jih je, kot pogoj za prikaz oglasa, definirala oglaševalec.

Izbira ključnih besed za prikaz kontekstualnih oglasov: Kontekstualni oglas se lahko prikazuje samo na tiste ključne besede, ki so povezane z vsebino oglaševane spletne strani. Ta povezava mora biti vsaj posredna in ponudnik sistema - Smart AD, si pridržuje pravico, da presodi ustreznost ključnih besed z vidika celotnega oglasa in uporabniške izkušnje, hkrati pa ima oglaševalec pravico, da predstavi svoje argumente glede spornih ključnih besed. Temeljni kriterij za presojanje je pravilo, da mora oglas kot celota izboljšati kakovost uporabniške izkušnje oz. jo mora ohraniti vsaj na nekem nivoju. Načeloma so za oglaševanje na voljo vse ključne besede, vključno z imeni podjetij, blagovnih in storitvenih znamk, izdelkov itd.; če oglas kot celota, skupaj s ključnimi besedami, ustreza splošnim pogojem za vsa oglasna mesta v sistemu Smart AD. Ponudnik sistema, si pridržuje pravico, da lahko s seznama zakupljenih ključnih besed naknadno

izvzame posamezno besedo, če meni, da je to potrebno zaradi spoštovanja teh splošnih pogojev poslovanja oz. upoštevanja veljavne zakonodaje.

6. Prepovedana ravnanja

Oglaševalec v nobenem primeru ne sme niti neposredno niti posredno ustvarjati avtomatizirane, sleparske in drugačne neveljavne klike in spreminjati kodo brez predhodne odobritve s strani lastnika ali upravljalca.

V primeru kršitev zgoraj navedenih določb je založnik dolžan prevzeti 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 zgoraj navedenih določb tretje oškodovane osebe na ponudnika naslovile odškodninske zahteve, jih je založnik v celoti dolžan prevzeti nase in se v primeru sodnega spora spustiti v spora namesto ponudnika.

7. Merjenje oglaševanja, vodenje statistike in plačilni pogoji

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

V okviru zgornje določbe se shranjujejo naslednji podatki:

- IP naslov
- Podatki o piškotku
- Podatki o programski opremi uporabnika
- Podatki o potrjenem geslu
- Čas obiska / čas klika
- Klik na oglas
- URL

Po izteku oglaševalske kampanije oz. po izteku roka iz potrjene ponudbe za oglaševanje (Media Plan) je dolžan ponudnik oglaševalcu poslati poročilo o izvedenih aktivnostih, ki dokazuje namensko porabo s strani oglaševalca vloženi sredstev. Poročilo mora vsebovati tudi statistiko, ki vsebuje podatke o številu klikov, številu iskanj in CTR.

Skupaj s poročilom je ponudnik upravičen poslati tudi račun za opravljene storitve v skladu s potrjeno ponudbo za oglaševanje (Media Plan).

V primeru nestrinjanja z višino računa in zapadlostjo je dolžan oglaševalec račun zavrnil v roku 8 dni od izstavitve računa, saj se v nasprotnem primeru šteje, da je račun v celoti potrjen in se kasnejših reklamacij ne sprejema, pravočasna zavrnitev računa pa ne zadrži plačila nespornega dela računa.

Ponudnik je dolžan statistiko oglaševanja voditi pošteno in poslati poročilo, ki v celoti ustreza dejanskemu stanju, katerega je ugotovil na podlagi analitičnih tehnologij in orodij, ki jih uporablja za merjenje oglaševalske kampanije.

V primeru, da tudi oglaševalec uporablja svoje tehnologije za spremljanje rezultatov oglaševanja in se posamezne meritve med ponudnikom in oglaševalcem medsebojno ne ujemajo, sta dolžna ponudnik in oglaševalec nastalo situacijo s posebnim pisnim dogovorom urediti v roku 15 dni od prejema obvestila oglaševalca o razhajanjih, pri čemer je dokazno breme na strani oglaševalca.

8. Intelektualna lastnina

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

9. Varstvo osebnih podatkov

Oglaševalec 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 oglaševalca, sprejem teh splošnih pogojev šteje za sklenitev pisne pogodbe o pogodbeni obdelavi osebnih podatkov oz. kot oglaševalčeva privolitve v zbiranje in obdelovanje osebnih podatkov, vse v skladu z zahtevami zakonodaje s področja varstva osebnih podatkov.

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.

Založnik je dolžan, v kolikor gre za zbiranje in obdelavo osebnih podatkov njegovih uporabnikov, fizičnih oseb, pridobiti njihove osebne privolitve 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 uporabnikov, fizičnih oseb.

10. Reševanje sporov

Ponudnik sistema je izključno pristojen za reševanje vseh reklamacij, pritožb in pripomb glede delovanja in vsebine sistema, vključno glede prikazovanja in vsebine oglasov. V primeru vprašanj in reklamacij glede sistema se lahko oglaševalec obrne na Center za podporo uporabnikom sistema Smart AD sistem, kontaktni naslov info@smart-ad.si. Neposredno kontaktiranje založnika ali katere koli tretje osebe s strani oglaševalca glede pripomb na delovanje sistema ni dovoljeno. Morebitne reklamacije glede opravljenega oglaševanja v sistemu je oglaševalec dolžan pisno posredovati Centru za podporo uporabnikom sistema Smart Ad najkasneje v 8 dneh od prejema računa za opravljeno oglaševanje. po tem roku se reklamacije glede opravljanja oglaševanja ne upoštevajo in s pretekom tega roka se oglaševalec izrecno odpoveduje vsem terjatvam iz tega naslova.

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 po vsakokratnem sedežu ponudnika.

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

Ljubljana: 1.1.2015

Smart ad d.o.o.

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 upravljavec 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. Kreativne 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 stranki 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 korišćene 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 ohraniti 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;
- Popravlјati, 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 katerikoli 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 zahteve, 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. Intelektualna 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 dosego 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.