

# REGULAMIN PLATFORMY LOYALZ

## DLA MAREK

### § 1.

#### Postanowienia ogólne

1. Niniejszy Regulamin (dalej: "**Regulamin**") określa zasady i warunki korzystania przez marki z platformy "Loyalz", działającej pod adresem internetowym <https://loyalz.io> (dalej: "**Platforma**") oraz usług cyfrowych świadczonych przez Dostawcę.
2. Platforma jest rozwiązaniem służącym do tworzenia zaawansowanych Programów Lojalnościowych i jest skierowana wyłącznie do Przedsiębiorców.
3. Regulamin stanowi regulamin, o którym mowa w art. 8 Ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (dalej: "**Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną**").
4. Właścicielem Platformy jest **ZEST spółka z ograniczoną odpowiedzialnością** z siedzibą w Aleksandrowie Łódzkim (adres siedziby: ul. Szatonia 28A, 95-070 Aleksandrów Łódzki), wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Łodzi-Śródmieścia w Łodzi, XX Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000945420, NIP: 7322206426, REGON: 52092903500000, o kapitale zakładowym: 5 000,00 PLN (dalej: "**Dostawca**").
5. Z Dostawcą można skontaktować się poprzez:
  - o e-mail – pod adresem: [contact@loyalz.io](mailto:contact@loyalz.io);
  - o pocztą tradycyjną – pod adresem: ul. Szatonia 28A, 95-070 Aleksandrów Łódzki.
6. Platforma, jak również wszelkie usługi cyfrowe dedykowane Markom będącym Przedsiębiorcami, są świadczone na zasadzie "tak jak jest" (as is), a Marka nie jest uprawniona do modyfikowania, zmieniania ani poprawiania jakichkolwiek elementów strony internetowej lub kodu źródłowego wyświetlanego przez przeglądarkę internetową zainstalowaną na urządzeniu należącym do Marki.
7. Przed skorzystaniem z Platformy Marka zobowiązana jest do zapoznania się z Regulaminem oraz Polityką Prywatności.

### § 2.

#### Definicje

Użyte w Regulaminie pojęcia pisane wielką literą mają następujące znaczenie:

1. **Kodeks Cywilny** – ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny;
2. **Konto Marki** – panel utworzony w systemie teleinformatycznym Platformy, umożliwiający Marce korzystanie z jej funkcjonalności;
3. **Marka** – Przedsiębiorca, który zawarł Umowę z Dostawcą lub podjął kroki w celu jej zawarcia;
4. **Moneta** – Nagroda w formie wirtualnego punktu lojalnościowego oferowana przez Markę, uprawniająca do zakupu produktów Marki po obniżonej cenie;
5. **Nagroda** – korzyść oferowana Uczestnikowi przez Markę w ramach Programu Lojalnościowego;
6. **Pakiet** – ogół praw i obowiązków Marki związanych z korzystaniem z Usługi;

7. **Polityka Prywatności** – dokument zawierający informacje na temat przetwarzania danych osobowych Marki przez Dostawcę;
8. **Poziom Doświadczenia** – status Uczestnika w ramach Programu Lojalnościowego, wynikający z Zadań wykonanych przez Uczestnika;
9. **Program Lojalnościowy** – program lojalnościowy Marki skierowany do Uczestników, stworzony i prowadzony przez Markę z wykorzystaniem funkcjonalności Platformy;
10. **Przedsiębiorca** – oznacza osobę fizyczną, osobę prawną lub jednostkę organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, której przepisy szczególne przyznają zdolność prawną, prowadzącą we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową;
11. **Ranking** – klasyfikacja Uczestników stworzona przez Markę na podstawie wyników osiągniętych przez Uczestników w ramach wykonywania Zadań;
12. **Subskrypcja** – prawo Marki do odpłatnego dostępu do Platformy w celu korzystania z jej Usług;
13. **Uczestnik** – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, korzystająca z Platformy i biorąca udział w Programach Lojalnościowych;
14. **Umowa Powierzenia Przetwarzania Danych** – umowa o powierzenie przetwarzania danych osobowych, na podstawie której Marka powierza Dostawcy (działającemu jako podmiot przetwarzający) przetwarzanie danych osobowych dotyczących Uczestników;
15. **Umowa, Umowa o Świadczenie Usług** – stosunek prawny pomiędzy Dostawcą a Marką, na mocy którego Dostawca świadczy Usługi na rzecz Marki;
16. **Usługi** – wszelkie usługi świadczone przez Dostawcę na rzecz Marki na warunkach określonych w Regulaminie. Zakres Usług obejmuje udostępnione Platformy, jak również wszelkie funkcjonalności związane z Platformą, a dostęp do niektórych Usług może być uzależniony od zakupu określonego Pakietu (w tym uiszczenia odpowiedniej opłaty);
17. **Zadanie** – czynność, za której wykonanie Uczestnik może otrzymać Nagrodę.
18. **Ambasador** – Uczestnik udostępniający Markę powierzchnię reklamową.
19. **Czynsz MGM** – zmienne wynagrodzenie pieniężne należne Ambasadorowi za najem powierzchni reklamowej, płatne przez Markę za pośrednictwem Dostawcy.
20. **Skuteczna Sprzedaż** – transakcja opłacona i niezwrócona w Okresie Weryfikacji (14 dni po miesiącu rozliczeniowym). Transakcja nie stanowi Skutecznej Sprzedaży również wówczas, gdy po upływie Okresu Weryfikacji okaże się, że płatność została cofnięta, zakwestionowana (chargeback), uznana za nieautoryzowaną albo dokonana z naruszeniem Regulaminu.
21. **Miesiąc Rozliczeniowy** – miesiąc kalendarzowy, w którym dokonano transakcji z użyciem kodu lub linku Ambasadora.
22. **Okres Weryfikacji** – okres 14 dni kalendarzowych liczonych od ostatniego dnia Miesiąca Rozliczeniowego, służący potwierdzeniu przez Markę braku zwrotów towaru.
23. **Powierzchnia Reklamowa** – wyodrębniona przestrzeń cyfrowa pozostająca w faktycznej dyspozycji Ambasadora, w szczególności prowadzone przez niego profile lub konta w serwisach społecznościowych, strony internetowe, kanały komunikacji oraz inne miejsca, w których Ambasador zamieszcza lub udostępnia Materiały Reklamowe, Link Polecający lub Kod Rabatowy, oddawana Marce do odpłatnego używania w celu ekspozycji Materiałów Reklamowych.

24. **Materiały Reklamowe** – treści promocyjne Marki (w szczególności Link Polecający, Kod Rabatowy, grafiki, opisy produktów lub usług), które Ambasador zamieszcza na Powierzchni Reklamowej.
25. **Agencja** – podmiot działający na rzecz i w imieniu Marki, któremu Marka nadała dostęp do Konta Marki lub do jej Kont Zewnętrznych;
26. **Akt o AI** – rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1689 z dnia 13 czerwca 2024 r. ustanawiające zharmonizowane przepisy dotyczące sztucznej inteligencji;
27. **Biblioteka Wizerunków** – zbiór materiałów przedstawiających wizerunki osób fizycznych, wprowadzony do Platformy przez Markę i wykorzystywany jako materiał odniesienia przy wytwarzaniu Materiałów Wygenerowanych;
28. **Blok Przestrzeni** – jednostka dodatkowej Przestrzeni Dyskowej udostępniana odpłatnie i rozliczana z Salda Kredytów w okresach miesięcznych, na zasadach § 9b ust. 3;
29. **Dane Reklamowe** – dane pobierane przez Dostawcę z Kont Zewnętrznych Marki oraz dane wytworzone na ich podstawie na Platformie, w szczególności dane o wydatkach, wyświetleniach, kliknięciach, konwersjach i ich wartości, struktura kampanii, zestawów reklam i reklam wraz ze statusami i budżetami, słowa kluczowe, adresy stron docelowych, treść i podglądy kreacji reklamowych oraz dane o zamówieniach pochodzące ze sklepu Marki;
30. **Dostawca Modelu** – podmiot trzeci udostępniający Model AI albo pośredniczący w dostępie do niego, w tym operator interfejsu programistycznego, za pośrednictwem którego Dostawca kieruje Prompt do Modelu AI; wykaz Dostawców Modeli zawiera Załącznik nr 4 do Regulaminu;
31. **Katalog Modeli** – prowadzony przez Dostawcę wykaz Modeli AI dostępnych w Studiu Kreatywnym wraz z ich parametrami i ceną wyrażoną w Kredytach, stanowiący Załącznik nr 2 do Regulaminu;
32. **Konto Zewnętrzne** – prowadzone przez Markę lub na jej rzecz konto albo inny zasób w serwisie osoby trzeciej, do którego Marka udzieliła Dostawcy dostępu w celu korzystania z Usług, w szczególności konto reklamowe Meta, Google Ads, TikTok Ads lub LinkedIn Ads, usługa Google Analytics 4, sklep internetowy Marki, system CRM oraz arkusz danych; aktualny wykaz obsługiwanych rodzajów Kont Zewnętrznych zawiera Wykaz Integracji;
33. **Kredyt** – jednostka rozliczeniowa służąca do rozliczania zadań wykonywanych w Studiu Kreatywnym; Kredyt nie jest środkiem pieniężnym, nie podlega wymianie na środki pieniężne ani przeniesieniu na inny podmiot;
34. **Link Udostępniania** – wygenerowany przez Markę adres internetowy umożliwiający dostęp do wskazanego widoku danych Marki bez konieczności logowania do Konta Marki;
35. **Materiał Marki** – materiały i dane wprowadzone do Platformy przez Markę lub pobrane z jej Kont Zewnętrznych na jej polecenie i wykorzystywane przy wytwarzaniu Materiałów Wygenerowanych, w szczególności logotypy, zdjęcia produktów, materiały odniesienia, Biblioteka Wizerunków, opisy produktów, dane o marce oraz treść Promptów sformułowanych przez Markę;
36. **Materiał Wygenerowany** – obraz, nagranie wideo, tekst reklamowy lub inny materiał wytworzony przy użyciu Modelu AI w Studiu Kreatywnym na zlecenie Marki;
37. **Materiał Zatwierdzony** – Materiał Wygenerowany, któremu Uprawniony Użytkownik nadał w Koncie Marki status zatwierdzonego, oraz Materiał Wygenerowany opublikowany w Koncie Zewnętrznym;
38. **Model AI** – model sztucznej inteligencji udostępniany przez Dostawcę Modelu, wykorzystywany do wytwarzania Materiałów Wygenerowanych albo do analizy materiałów;
39. **Moduł Analityczny** – funkcjonalność Platformy służąca do pobierania, przetwarzania i prezentowania Danych Reklamowych oraz danych sprzedażowych Marki;
40. **Operacja Zapisu** – dokonywana przez Dostawcę w Koncie Zewnętrznym Marki zmiana wywołująca skutek w tym koncie, wymieniona w zamkniętym katalogu zawartym w § 7c ust. 2;

41. **Oznaczenie AI** – informacja umieszczana w Materiale Wygenerowanym lub przy nim, wskazująca, że materiał został wytworzony lub zmodyfikowany przy użyciu sztucznej inteligencji;
42. **Platforma Zewnętrzna** – podmiot prowadzący serwis, w którym Marka posiada Konto Zewnętrzne, w szczególności Meta, Google, TikTok i LinkedIn, a także każdy inny podmiot wskazany w Wykazie Integracji;
43. **Prompt** – polecenie tekstowe kierowane do Modelu AI, wraz z załączonymi materiałami odniesienia, na podstawie którego powstaje Materiał Wygenerowany;
44. **Przestrzeń Dyskowa** – przypisany do Konta Marki limit pojemności przeznaczony na przechowywanie plików wprowadzonych przez Markę oraz Materiałów Wygenerowanych, w wielkości wskazanej w cenniku dla danego Pakietu;
45. **Regulminy Platform Zewnętrznych** – regulaminy, polityki, standardy i wytyczne Platform Zewnętrznych wiążące Markę jako posiadacza Konta Zewnętrznego oraz Dostawcę jako dostawcę technologii lub klienta interfejsu programistycznego, w brzmieniu aktualnym na dzień korzystania z Usług; wykaz wraz z adresami internetowymi zawiera Załącznik nr 5 część A do Regulaminu;
46. **Reguła Autopauzy** – ustanowiony na zlecenie Marki zestaw warunków, po których spełnieniu Platforma automatycznie wstrzymuje emisję pojedynczej reklamy w Koncie Zewnętrznym Marki, bez odrębnego potwierdzenia przez człowieka;
47. **Saldo Kredytów** – liczba Kredytów pozostających do wykorzystania przez Markę, prezentowana w Koncie Marki;
48. **Studio Kreatywne** – funkcjonalność Platformy umożliwiająca wytwarzanie Materiałów Wygenerowanych przy użyciu Modeli AI oraz ich przygotowanie do publikacji w Kontach Zewnętrznych;
49. **Uprawniony Użytkownik** – osoba fizyczna, której Marka nadała dostęp do Konta Marki, w tym pracownik lub współpracownik Marki oraz pracownik lub współpracownik Agencji.
50. **Wykaz Integracji** – publikowany przez Dostawcę na stronie internetowej Platformy wykaz Platform Zewnętrznych oraz obsługiwanych rodzajów Kont Zewnętrznych, wraz ze wskazaniem, czy integracja z daną Platformą Zewnętrzną ma charakter wyłącznie odczytowy, czy obejmuje Operacje Zapisu, oraz zakresu tych Operacji Zapisu;

Pojęcia pisane wielką literą użyte w Regulaminie, które nie zostały zdefiniowane powyżej, mają znaczenie nadane im w treści Regulaminu.

### § 3.

#### Wymagania techniczne

1. Aby Marki mogły prawidłowo korzystać z Platformy i świadczonych za jej pośrednictwem Usług, wymagane jest łączne spełnienie następujących warunków:
  - połączenie z Internetem;
  - urządzenie(a) umożliwiające korzystanie z zasobów Internetu;
  - przeglądarka internetowa umożliwiająca wyświetlanie dokumentów hipertekstowych na ekranie urządzenia, połączona z Internetem za pośrednictwem usługi WWW, obsługująca język programowania JavaScript, a także akceptująca pliki cookies;
  - aktywne konto e-mail.
2. Na Platformie zabronione jest używanie wirusów, botów, robaków lub innych kodów komputerowych, plików lub programów (w szczególności skryptów i aplikacji do automatyzacji procesów lub innych kodów, plików czy narzędzi).
3. Dostawca informuje, że pomimo stosowanych środków bezpieczeństwa, korzystanie z Internetu i usług elektronicznych wiąże się z ryzykiem zainfekowania systemu komputerowego i urządzenia Marki złośliwym oprogramowaniem lub uzyskania dostępu do danych przechowywanych na tym urządzeniu przez osoby trzecie.

4. W celu zminimalizowania ryzyka, Dostawca zaleca stosowanie oprogramowania antywirusowego lub środków ochrony tożsamości w Internecie.

#### § 4.

##### Ogólne zasady korzystania z Platformy

1. Jeśli Marka jest osobą fizyczną, jest uprawniona do korzystania z Platformy, jeśli jest osobą pełnoletnią.
2. Marka zobowiązana jest do korzystania z Platformy w sposób zgodny z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, niniejszym Regulaminem oraz dobrymi obyczajami.
3. Marka może spersonalizować swój profil na Platformie, zamieszczając nazwę Marki, logo lub znak towarowy ("Znaki").
4. Marka niniejszym udziela Dostawcy nieodpłatnej, niewyłącznej licencji na wykorzystywanie jej Znaków w tych celach.
5. Licencja, o której mowa w zdaniu poprzednim, udzielana jest na czas trwania Umowy.
6. Marka oświadcza, że korzystanie z Platformy ma dla niej charakter zawodowy i jest ściśle związane z charakterem prowadzonej przez nią działalności gospodarczej.
7. Zabronione jest dostarczanie treści o charakterze bezprawnym. Zabronione jest również używanie jakichkolwiek grafik, zdjęć, meta tagów, terminów, słów kluczowych lub podobnych znaczników zawierających nazwę Dostawcy lub znaki towarowe osób trzecich albo prawa autorskie osób trzecich, a także wykorzystywanie Platformy do promowania mowy nienawiści, obsceniczności lub jakichkolwiek treści naruszających normy obyczajowe lub prawa jakiejkolwiek osoby (fizycznej lub prawnej) lub grupy osób.
8. Marka zobowiązuje się nie:
  - tworzyć, wyświetlać, kupować ani sprzedawać nielegalnych treści, takich jak treści mogące wiązać się z wykorzystywaniem seksualnym (np. wykorzystywanie dzieci);
  - tworzyć, wyświetlać, kupować ani sprzedawać treści o charakterze seksualnym, pornograficznym, hazardowym lub promocyjnym, losów na loterię, treści związanych z produkcją, sprzedażą lub promocją alkoholu, leków, narkotyków, suplementów diety, wyrobów tytoniowych;
  - tworzyć ani wyświetlać przedmiotów promujących samobójstwo lub samookaleczenie, nawołujących do nienawiści lub przemocy wobec innych, lub nękających inną osobę;
  - korzystać z Usługi w jakimkolwiek nielegalnym lub zabronionym celu, w tym tworzyć lub wyświetlać treści niezgodne z prawem bądź zachęcać do jakiejkolwiek aktywności naruszającej Regulamin.
9. Marka nie może angażować się w żadne transakcje z jakąkolwiek osobą, podmiotem lub krajem objętym zakazami wynikającymi z obowiązujących przepisów i regulacji Unii Europejskiej dotyczących kontroli eksportu i sankcji oraz innych właściwych organów rządowych.
10. Marka korzystająca z Platformy zobowiązana jest do podawania wyłącznie danych (w tym danych osobowych) zgodnych ze stanem faktycznym.
11. Dostawca nie ponosi odpowiedzialności za skutki podania przez Markę nieprawdziwych lub niepełnych danych.

12. Wszelkie oświadczenia, zawiadomienia i informacje, o których mowa w Regulaminie, mogą być przekazywane drogą elektroniczną (e-mail), chyba że odrębne postanowienie Regulaminu stanowi inaczej.
13. Marka przyjmuje do wiadomości, że Dostawca nie jest stroną umów zawieranych przez Markę z Uczestnikami.
14. Dostawca nie ponosi odpowiedzialności wobec Marki za wykonanie, niewykonanie lub nienależyte wykonanie wyżej wymienionych umów przez Uczestników.
15. Prawidłowe korzystanie z Usług przez Markę polega na odpowiednim przetworzeniu, uzupełnieniu i dostosowaniu danego elementu Usługi do indywidualnych potrzeb Marki, charakteru, okoliczności i warunków konkretnej czynności faktycznej lub prawnej, którą zamierza wykonać lub wykonuje, a także celów i efektów, jakie oczekuje osiągnąć w wyniku podjętego lub zamierzonego działania.
16. Dostawca jest uprawniony do żądania od osoby działającej w imieniu Marki przedstawienia dowodu potwierdzającego jej umocowanie do reprezentowania Marki, w szczególności dokumentu pełnomocnictwa lub odpisu z właściwego rejestru.
17. Jeżeli dana czynność zostanie dokonana w imieniu Marki pomimo braku umocowania do reprezentowania Marki, osoba dokonująca tej czynności ponosi odpowiedzialność zgodnie z przepisami Kodeksu Cywilnego.
18. Marka może w każdej chwili usunąć z Platformy wszelkie dane wprowadzone za pośrednictwem formularzy udostępnionych przez Dostawcę.

#### § 4a.

##### Zgodność z Regulaminami Platform Zewnętrznych

1. Dostawca działa wobec Platform Zewnętrznych jako dostawca technologii oraz klient interfejsu programistycznego, świadcząc Usługi na rzecz Marki. Właścicielem Kont Zewnętrznych oraz podmiotem wydającym polecenia dotyczące ich wykorzystania pozostaje Marka.
2. Dostawca przetwarza dane pochodzące z Kont Zewnętrznych wyłącznie w celu świadczenia Usług na rzecz Marki, na jej polecenie i w jej własnym celu reklamowym oraz analitycznym. Dostawca nie przetwarza tych danych we własnym celu ani na rzecz innej Marki.
3. Marka oświadcza, że zapoznała się z Regulaminami Platform Zewnętrznych, zaakceptowała je i pozostaje nimi związana, oraz zobowiązuje się nie korzystać z Platformy w sposób z nimi sprzeczny.
4. Jeżeli wymaga tego Platforma Zewnętrzna, Dostawca może żądać od Marki złożenia dodatkowych oświadczeń lub akceptacji, a w razie ich niezłożenia — zawiesić działanie integracji z tą Platformą Zewnętrzną.
5. Zabronione jest wykorzystywanie danych uzyskanych za pośrednictwem Platformy do: sprzedaży, licencjonowania lub udostępniania osobom trzecim; kierowania reklam poza Platformą Zewnętrzną, z której dane pochodzą; oceny zdolności kredytowej lub kwalifikowalności do świadczeń; nadzoru nad osobami fizycznymi; ponownej identyfikacji osób, których dane zostały pozbawione identyfikatorów, oraz budowania profili bez podstawy prawnej.
6. Dostawca zapewnia logiczne oddzielenie danych każdej Marki. Dostawca nie łączy danych różnych Marek w celu tworzenia analiz porównawczych bez odrębnej,

odwoływalnej zgody Marki, a danych pochodzących z Google Ads nie udostępnia innym Markom również w postaci zagregowanej.

7. Każda Marka korzysta z własnego Konta Zewnętrznego. Dostawca nie prowadzi działalności reklamowej wielu Marek w ramach jednego konta reklamowego.
8. Marka przyjmuje do wiadomości, że Platformy Zewnętrzne są uprawnione do prowadzenia audytu i monitorowania sposobu korzystania z ich interfejsów, a Dostawca może być zobowiązany do ujawnienia im tożsamości Marki oraz konfiguracji jej Kont Zewnętrznych. Marka zobowiązuje się do współdziałania w takim postępowaniu w terminie 7 dni od otrzymania żądania.
9. Dostawca może zawiesić Marce dostęp do funkcjonalności powiązanej z daną Platformą Zewnętrzną, jeżeli wymaga tego działanie egzekucyjne tej Platformy Zewnętrznej albo jeżeli dalsze świadczenie Usługi naruszałoby Regulaminy Platform Zewnętrznych. Zawieszenie z tych przyczyn nie stanowi nienależytego wykonania Umowy.
10. Ograniczenie, zawieszenie albo utrata przez Dostawcę dostępu do interfejsu Platformy Zewnętrznej, jak również zmiana zakresu danych udostępnianych przez Platformę Zewnętrzną, nie stanowi nienależytego wykonania Umowy przez Dostawcę.

## § 5.

### Prezentacja Platformy

1. Przed zawarciem Umowy Dostawca przeprowadza dla Marki prezentację Platformy podczas spotkania online. Prezentacja jest bezpłatna i nie stanowi udostępnienia Platformy do korzystania. Dane prezentowane w jej trakcie mogą być danymi przykładowymi, niepochodzącymi z rzeczywistej działalności Marki.
2. W celu umówienia prezentacji Platformy Marka powinna wykonać następujące czynności:
  - wejść na stronę internetową Platformy, a następnie kliknąć zakładkę "Book a Demo" (Umów Demo);
  - wypełnić formularz i podać następujące dane: imię i nazwisko, nazwa firmy, służbowy adres e-mail, strona internetowa firmy ;
  - zaznaczyć pole wyboru (checkbox) potwierdzające zapoznanie się i akceptację Regulaminu oraz Polityki Prywatności;
  - kliknąć przycisk "Book a demo".
3. Po przesłaniu formularza zgodnie z ust. 2 powyżej Dostawca skontaktuje się z Marką w celu umówienia terminu prezentacji Platformy.

## § 6.

### Zawarcie Umowy

1. Aby utworzyć Konto Marki i uzyskać dostęp do Usług, Marka powinna:
  - wejść na stronę internetową Platformy, a następnie kliknąć zakładkę "Get Started" (Rozpocznij);
  - wypełnić formularz i podać następujące dane: nazwa Marki, opis Marki, strona internetowa sklepu Marki, waluta używana w sklepie Marki, adres e-mail osoby zarządzającej Kontem Marki, hasło (utworzone przez markę) <sup>66</sup>;
  - zaznaczyć pole wyboru potwierdzające zapoznanie się i akceptację Regulaminu oraz Polityki Prywatności;

- uiścić opłatę za Pakiet wybrany przez Markę;
  - potwierdzić przesłanie formularza.
- 2. Marka uzyskuje dostęp do Konta Marki niezwłocznie po potwierdzeniu przesłania formularza.
- 3. Uzyskanie dostępu do Konta Marki jest równoznaczne z zawarciem przez Markę Umowy na czas trwania wybranego Pakietu.
- 4. Za pomocą Konta Marki, Marka może korzystać z funkcjonalności Platformy (w tym tworzyć i prowadzić Program Lojalnościowy).
- 5. W przypadku korzystania z Usług w sposób naruszający powszechnie obowiązujące przepisy prawa, Regulamin lub dobre obyczaje, lub w przypadku dostarczania przez Markę treści bezprawnych, Dostawca może wypowiedzieć Umowę z zachowaniem 7 (siedmio) dniowego okresu wypowiedzenia, składając Marce oświadczenie o wypowiedzeniu drogą mailową.
- 6. Po upływie okresu wypowiedzenia wskazanego w zdaniu poprzednim, Konto Marki zostanie trwale usunięte.
- 7. W przypadku rozwiązania, wypowiedzenia lub wygaśnięcia Umowy z Marką:
  - Marka zobowiązana jest umożliwić Uczestnikom wykorzystanie Monet danej Marki przez okres nie krótszy niż 30 dni od dnia ustania Umowy;
  - po upływie tego okresu Monety danej Marki tracą ważność;
  - Marka rozlicza z Dostawcą całkowitą wartość Monet danej Marki wymienionych przez Uczestników na Monety innych Marek do dnia utraty ich ważności.
- 8. W okresie wypowiedzenia Dostawca może zablokować Marce dostęp do Konta Marki, jeżeli jest to konieczne w celu zapobieżenia dalszym naruszeniom.
- 9. Na żądanie Marki zgłoszone w terminie 14 dni od ustania Umowy Dostawca udostępni Marce wprowadzone przez nią dane oraz dane dotyczące jej Programu Lojalnościowego w powszechnie używanym formacie nadającym się do odczytu maszynowego, w zakresie technicznie możliwym. Postanowienie nie uchybia Umowie Powierzenia
- 10. Dostęp do Studia Kreatywnego oraz do funkcji zarządzania kampaniami reklamowymi wymaga odrębnej aktywacji przez Dostawcę dla Konta Marki i może być uzależniony od wybranego Pakietu. Dostawca może cofnąć aktywację w przypadkach określonych w § 7e ust. 12.
- 11. Na żądanie Marki Dostawca odłączy jej Konto Zewnętrzne od Platformy oraz zaprzestanie korzystania z udzielonych mu uprawnień, nie później niż w terminie 3 (trzech) Dni Roboczych od otrzymania żądania. Marka może odłączyć każde Konto Zewnętrzne samodzielnie w ustawieniach Konta Marki, ze skutkiem natychmiastowym.
- 12. Uprawnienie, o którym mowa w zdaniu poprzednim, obejmuje także Dane Reklamowe oraz Materiały Wygenerowane, w zakresie technicznie możliwym.

## § 7.

### Regulamin Programu Lojalnościowego

1. Marka ponosi wyłączną i pełną odpowiedzialność za wszelkie naruszenia prawa przez Markę w toku prowadzenia Programu Lojalnościowego, w szczególności wszelkich praw własności intelektualnej lub praw autorskich osób trzecich.
2. Szczegółowe zasady i warunki uczestnictwa w Programie Lojalnościowym określa Marka.
3. Dostawca nie ponosi odpowiedzialności za zgodność z prawem zasad i warunków uczestnictwa w Programie Lojalnościowym ustalonych przez Markę.
4. Zasady i warunki uczestnictwa w Programie Lojalnościowym mogą określać w szczególności: Nagrody, Zadania, Rankingi, Poziomy doświadczenia .
5. Nagrody mogą obejmować w szczególności:
  - zniżki na zakup produktów i usług Marki;
  - vouchery na zakup produktów i usług Marki;
  - dostęp do zakupu określonych produktów lub usług Marki;
  - Monety (przyznawane w związku z zakupem produktów lub usług Marki na zasadzie cashbacku);
  - punkty doświadczenia, które wpływają na Poziom Doświadczenia Uczestnika (jeśli Marka zdefiniowała Poziomy Doświadczenia) oraz pozycję Uczestnika w Rankingach (jeśli Marka zdefiniowała Rankingi).
6. Nagrody mogą być przyznawane w szczególności za:
  - zakup określonego produktu lub usługi Marki w określonym czasie;
  - zakup produktu lub usługi Marki o określonej wartości w określonym czasie;
  - dodanie komentarza do posta w sieci społecznościowej wskazanej przez Markę w określonym czasie;
  - osiągnięcie określonej pozycji w Rankingu;
  - osiągnięcie określonego Poziomu Doświadczenia.
7. Marka jest uprawniona do określenia parametrów poszczególnych Nagród, w tym:
  - okresu ważności Nagród;
  - możliwości jednorazowego lub wielokrotnego wykorzystania Nagród;
  - możliwości sprzedaży Nagrody lub wymiany jej na Monety Marki.
8. Podczas jednego zakupu produktu lub usługi Marki, Uczestnik może wykorzystać tylko jedną z Nagród lub otrzymać Monety w ramach cashbacku.
9. W przypadku zakupu dokonanego z wykorzystaniem Nagrody, Uczestnik nie otrzymuje Monet jako cashbacku za ten zakup.
10. Uczestnik jest uprawniony do otrzymania Nagrody tylko wtedy, gdy płatność za produkt lub usługę Marki zostanie dokonana:
  - przy użyciu systemu Blik;
  - kartą płatniczą;
  - przelewem internetowym.
11. Jeżeli Uczestnik dokona płatności za produkt lub usługę Marki w sposób inny niż metody określone w ust. 10 powyżej, Uczestnik nie otrzymuje Nagrody.
12. Nagroda za wykonanie Zadania związanego z zakupem produktu lub usługi Marki jest przyznawana Uczestnikowi po upływie 14-dniowego okresu uprawniającego do odstąpienia od umowy zawartej z Marką (zwrotu towaru), pod warunkiem nieodstąpienia od tej umowy. Nagroda za wykonanie Zadania niezwiązanego z zakupem produktu lub usługi Marki jest przyznawana w terminie określonym przez Markę, nie dłuższym niż 24 godziny od wykonania Zadania.
13. Jeśli Nagroda może zostać wystawiona na sprzedaż, Uczestnik nie może wystawić jej na sprzedaż przed upływem 14-dniowego okresu na odstąpienie przez Uczestnika od umowy zakupu produktu lub usługi zawartej z Marką.

14. W przypadku odstąpienia przez Uczestnika od umowy zawartej z Marką, Uczestnik traci Nagrodę przyznaną mu w związku z zawarciem tej umowy.
15. Uczestnik zobowiązany jest do udziału w Programie Lojalnościowym zgodnie z zasadami i warunkami ustalonymi przez Markę.
16. W przypadku stwierdzenia naruszenia przez Uczestnika Regulaminu lub zasad uczestnictwa w Programie Lojalnościowym, Marka jest uprawniona do zawieszenia Uczestnika w Programie Lojalnościowym i odmowy wykorzystania Nagrody przez Uczestnika.
17. Zawieszenie udziału w Programie Lojalnościowym następuje na czas niezbędny do wyjaśnienia zaistniałych wątpliwości, który jednak nie może być dłuższy niż 30 dni.
18. Po wyjaśnieniu zaistniałych wątpliwości, Marka – w zależności od ustaleń dokonanych w wyniku postępowania wyjaśniającego – może:
  - odblokować udział Uczestnika w Programie Lojalnościowym i, jeśli podejrzenie nadużycia ze strony Uczestnika okaże się bezpodstawne, przyznać Uczestnikowi odpowiednią rekompensatę;
  - odblokować udział Uczestnika w Programie Lojalnościowym z informacją, że dalsze nadużycia mogą skutkować natychmiastowym wykluczeniem Uczestnika z Programu Lojalnościowego. Niezależnie od tego, jeśli postępowanie wyjaśniające wykaże, że Uczestnik uzyskał nienależne Nagrody w wyniku nadużycia, Uczestnik traci prawo do takich Nagród;
  - wykluczyć Uczestnika z Programu Lojalnościowego ze skutkiem natychmiastowym.
19. Uczestnik może zrezygnować z udziału w Programie Lojalnościowym w dowolnym momencie, bez konieczności podawania przyczyny.
20. Procedurę rezygnacji z udziału w Programie Lojalnościowym i jej skutki określa Marka.
21. Marka oświadcza, że prowadzony przez nią Program Lojalnościowy oraz zasady przyznawania Nagród nie stanowią gry losowej, loterii promocyjnej ani innej gry hazardowej w rozumieniu ustawy z dnia 19 listopada 2009 r. o grach hazardowych, oraz zobowiązuje się nie wprowadzać mechanizmów, w których przyznanie lub wartość Nagrody zależy od przypadku, bez uprzedniej zgody Dostawcy i uzyskania wymaganych prawem zezwoleń.
22. W przypadku skierowania przeciwko Dostawcy roszczeń przez Uczestników, organy publiczne lub osoby trzecie, wynikających z prowadzonego przez Markę Programu Lojalnościowego, Programu Poleceń (MGM) lub treści dostarczonych przez Markę - w szczególności z ich niezgodności z prawem - Marka zobowiązuje się zwolnić Dostawcę z odpowiedzialności oraz pokryć uzasadnione koszty poniesione przez Dostawcę w związku z takimi roszczeniami, w tym koszty obsługi prawnej.

## § 7a

### Program Poleceń (MGM) – Zasady Współpracy

1. Marka może uruchomić Program Poleceń, w ramach którego Ambasadorzy promują jej produkty w zamian za Czynsz MGM.
2. Przedmiotem najmu jest Powierzchnia Reklamowa Ambasadora oddana Marce do używania w celu ekspozycji Materiałów Reklamowych. Strony postanawiają, że czynsz najmu (Czynsz MGM) ma charakter czynszu obrotowego i jest oznaczony

jako procent od wartości Skutecznej Sprzedaży zrealizowanej za pośrednictwem Powierzchni Reklamowej.

3. Marka zobowiązuje się do dostarczania Dostawcy (poprzez integrację API lub raporty) rzetelnych informacji o statusie transakcji w celu ustalenia liczby Skutecznych Sprzedaży.
4. Marka przyjmuje do wiadomości, że ostateczne rozliczenie Czynsz MGM za dany Miesiąc Rozliczeniowy następuje po upływie Okresu Weryfikacji.
5. Marka ma prawo wyznaczyć zasady promocji (tzw. Policy), w tym zakazać Ambasadorom używania nazw własnych Marki w kampaniach płatnych (np. Google Ads). W przypadku naruszenia tych zasad przez Ambasadora, Marka ma prawo (za pośrednictwem Dostawcy) do anulowania naliczonego Czynszu MGM.
6. Dostawca pełni rolę operatora technicznego i finansowego, który na podstawie danych od Marki zarządza wypłatami dla Ambasadorów.
7. Czynsz MGM nie stanowi Nagrody w rozumieniu Regulaminu. Do Czynszu MGM oraz do zasad współpracy w ramach Programu Poleceń (MGM) stosuje się wyłącznie postanowienia niniejszego § 7a, a postanowienia Regulaminu dotyczące Nagród nie znajdują do niego zastosowania.
8. Stawka Czynszu MGM określana przez Markę nie może być niższa niż minimalna stawka określona przez Dostawcę dla Platformy. Zmiana stawki przez Markę nie wywołuje skutku w odniesieniu do Skutecznych Sprzedaży zrealizowanych przed dniem jej wejścia w życie.
9. Jeżeli po wypłacie Czynszu MGM Dostawca lub Marka stwierdzi, że został on naliczony lub wypłacony nienależnie - w szczególności wskutek naruszenia zakazów określonych w sekcji „Ograniczenia i Zakazy (Policy)”, oszustwa lub błędu - Ambasador zobowiązany jest do zwrotu nienależnie otrzymanej kwoty w terminie 14 dni od wezwania. Dostawca jest uprawniony do potrącenia tej kwoty z bieżącego lub przyszłego salda Czynszu MGM Ambasadora.

#### § 7b.

#### Moduł Analityczny, Konta Zewnętrzne i Linki Udostępniania

1. W ramach Modułu Analitycznego Dostawca pobiera z Kont Zewnętrznych Marki Dane Reklamowe oraz dane sprzedażowe i prezentuje je w Koncie Marki. Zakres danych pobieranych z poszczególnych Kont Zewnętrznych oraz zakres uprawnień udzielanych w procesie autoryzacji określa Załącznik nr 3 do Regulaminu.
2. Podłączenie Konta Zewnętrznego następuje wyłącznie w wyniku autoryzacji dokonanej przez Markę w serwisie danej Platformy Zewnętrznej. Marka może odłączyć każde Konto Zewnętrzne samodzielnie w ustawieniach Konta Marki, ze skutkiem natychmiastowym.
3. Podłączenie Konta Zewnętrznego powoduje automatyczne pobranie danych historycznych za okres do około 180 dni wstecz. Na żądanie Marki Dostawca może pobrać dane za okres głębszy, w granicach udostępnianych przez daną Platformę Zewnętrzną.
4. Dostawca pobiera i przechowuje treść oraz podglądy kreacji reklamowych emitowanych w Kontach Zewnętrznych Marki i przekazuje je Dostawcy Modelu w celu ich automatycznej analizy i opisanie. Marka oświadcza, że jest uprawniona do takiego wykorzystania tych materiałów, w tym że dysponuje zgodami na rozpowszechnianie wizerunku osób w nich przedstawionych.

5. Dane w Module Analitycznym są odświeżane cyklicznie. Opóźnienie prezentacji danych pochodzących z Kont Zewnętrznych może przekraczać 24 godziny, a dane prezentowane na Platformie mogą różnić się od danych prezentowanych w panelu Platformy Zewnętrznej, w szczególności wskutek późniejszego przypisania konwersji przez Platformę Zewnętrzną. Dane prezentowane w panelu Platformy Zewnętrznej mają pierwszeństwo.
6. Marka może utworzyć Link Udostępniania do wskazanego widoku danych. Utworzenie Linku Udostępniania stanowi udokumentowane polecenie Marki oraz jej decyzję o udostępnieniu objętych nim danych.
7. Link Udostępniania umożliwia dostęp wyłącznie w trybie odczytu i nie umożliwia dokonywania Operacji Zapisu. Dostęp za jego pośrednictwem nie wymaga logowania — każda osoba, która zna adres Linku Udostępniania, może zapoznać się z objętymi nim danymi.
8. Link Udostępniania pozostaje aktywny do czasu jego odwołania przez Markę i nie wygasa samoczynnie. Marka zobowiązuje się odwołać Linki Udostępniania najpóźniej z chwilą ustania Umowy, a także niezwłocznie po zakończeniu współpracy z osobą, której Link Udostępniania przekazano.
9. Zabronione jest udostępnianie w ten sposób widoków zawierających dane pozwalające na identyfikację osób fizycznych.
10. Dostawca nie ponosi odpowiedzialności za skutki zapoznania się z danymi przez osoby, którym Marka lub Uprawniony Użytkownik przekazali Link Udostępniania, ani za dalsze rozpowszechnienie tego adresu.

#### § 7c.

#### Działania Dostawcy w Kontach Zewnętrznych Marki

1. Marka upoważnia Dostawcę do dokonywania w jej Kontach Zewnętrznych wyłącznie Operacji Zapisu wymienionych w ust. 2, w granicach uprawnień udzielonych w procesie autoryzacji. Upoważnienie jest odwoływalne w każdym czasie przez odłączenie Konta Zewnętrznego.
2. Operacjami Zapisu są wyłącznie: 1) zmiana statusu istniejącej reklamy w koncie reklamowym Meta na „wstrzymana” albo „aktywna”; 2) przesłanie pliku graficznego lub wideo, utworzenie kreacji reklamowej oraz utworzenie reklamy w koncie reklamowym Meta — wyłącznie w stanie wstrzymanym; 3) w koncie Google Ads — wyłączenie produktu z kampanii poprzez zmianę struktury grupy list produktowych albo filtrów grupy zasobów, a także wstrzymanie słowa kluczowego wraz z dodaniem go jako wykluczającego słowa kluczowego w dopasowaniu ścisłym na poziomie kampanii.
3. Dostawca nie dokonuje w Kontach Zewnętrznych żadnych innych zmian. W szczególności Dostawca nie tworzy ani nie modyfikuje kampanii i zestawów reklam, nie ustala, nie podwyższa, nie obniża ani nie przenosi budżetów i stawek, nie zmienia targetowania, harmonogramów ani celów kampanii, nie usuwa ani nie archiwizuje reklam, zestawów reklam i kampanii, a także nie uruchamia emisji reklamy.
4. Reklamy utworzone przez Dostawcę powstają zawsze w stanie wstrzymanym. Wyłącznie Marka decyduje o ich uruchomieniu, dokonując tego samodzielnie w panelu Platformy Zewnętrznej.
5. Integracje z TikTok Ads oraz LinkedIn Ads mają charakter wyłącznie odczytowy. Dostawca nie dokonuje w nich Operacji Zapisu.
6. Uprawnienie udzielane Dostawcy w procesie autoryzacji Google Ads ma charakter odczytu i zapisu i technicznie umożliwia dokonywanie zmian szerszych niż

- wskazane w ust. 2. Strony potwierdzają, że umowne granice działania Dostawcy wyznacza wyłącznie ust. 2.
7. Przygotowanie reklamy do publikacji wymaga zatwierdzenia przez Uprawnionego Użytkownika każdej kreacji oraz co najmniej jednego wariantu tekstu reklamowego. Publikacja jest inicjowana wyłącznie przez Uprawnionego Użytkownika.
  8. Funkcja asystenta opartego na sztucznej inteligencji ma wyłącznie dostęp odczytowy i nie dokonuje Operacji Zapisu.
  9. Każda Operacja Zapisu jest rejestrowana wraz z identyfikatorem obiektu, przyczyną, wynikiem oraz znacznikiem czasu. Na żądanie Marki Dostawca udostępni rejestr Operacji Zapisu dotyczących jej Kont Zewnętrznych.
  10. Każda Operacja Zapisu jest odwracalna przez Markę w panelu Platformy Zewnętrznej.
  11. Decyzje Platform Zewnętrznych dotyczące zatwierdzenia, odrzucenia, ograniczenia lub usunięcia reklamy pozostają poza wpływem Dostawcy; skutki tych decyzji reguluje § 13.
  12. Dostawca może rozszerzyć Usługi o kolejne Platformy Zewnętrzne oraz o Operacje Zapisu w Kontach Zewnętrznych kolejnych Platform Zewnętrznych, pod warunkiem że operacje te odpowiadają rodzajowo operacjom wskazanym w ust. 2 i mieszczą się w granicach ust. 3 i 4. Aktualny zakres integracji z każdą Platformą Zewnętrzną określa Wykaz Integracji. Zmiana Wykazu Integracji jest ogłaszana na stronie internetowej Platformy oraz przesyłana Marce drogą mailową co najmniej 14 dni przed jej wejściem w życie i nie stanowi zmiany Regulaminu.
  13. Postanowienia dotyczące danej Platformy Zewnętrznej stosuje się do Marki wyłącznie od chwili podłączenia przez nią odpowiedniego Konta Zewnętrznego i udzielenia uprawnień w procesie autoryzacji w serwisie tej Platformy Zewnętrznej. Do czasu podłączenia rozszerzenie, o którym mowa w ust. 12, nie zmienia zakresu Usług świadczonych na rzecz Marki.
  14. Rozszerzenie Usług o Operację Zapisu rodzajowo odmienną od wskazanych w ust. 2, w szczególności obejmującą ustalanie lub zmianę budżetów, stawek, targetowania lub harmonogramów, uruchamianie emisji reklamy albo usuwanie obiektów w Koncie Zewnętrznym, wymaga zmiany Regulaminu w trybie § 15.
- § 7d.

#### Reguły Automatycznego Wstrzymywania Reklam

1. Ustanowienie Reguły Autopauzy wymaga uprzedniego, wyraźnego upoważnienia Marki złożonego w formie dokumentowej. Upoważnienie jest odwoływalne w każdym czasie ze skutkiem natychmiastowym; odwołanie powoduje dezaktywację wszystkich Reguł Autopauzy Marki.
2. Reguła Autopauzy działa wyłącznie na poziomie pojedynczej reklamy. Reguła Autopauzy nie obejmuje kampanii ani zestawów reklam i nie zmienia budżetów.
3. Reklama zostaje wstrzymana wyłącznie wtedy, gdy w wybranym oknie oceny wydatek na tę reklamę osiągnął co najmniej próg ustalony przez Markę oraz naruszony został co najmniej jeden z ustalonych przez Markę warunków skuteczności, to jest zwrot z wydatków na reklamę poniżej wartości progowej albo koszt pozyskania kontaktu powyżej wartości progowej.
4. Marka przyjmuje do wiadomości, że reklama, do której w oknie oceny nie przypisano żadnej transakcji, jest traktowana jako niespełniająca warunku zwrotu z wydatków na reklamę, a reklama, do której nie przypisano żadnego kontaktu — jako niespełniająca warunku kosztu pozyskania kontaktu. W konsekwencji Reguła

Autopauzy może wstrzymać reklamę, której konwersje nie zostały jeszcze przypisane przez Platformę Zewnętrzną.

5. Okno oceny wybiera Marka spośród okresów udostępnionych na Platformie, od bieżącego dnia do ostatnich 90 dni. Częstotliwość oceny wybiera Marka spośród: co godzinę, dwa razy dziennie, raz dziennie albo raz w tygodniu.
6. Marka przyjmuje do wiadomości, że poszczególne wstrzymania dokonywane na podstawie Reguły Autopauzy nie wymagają odrębnego potwierdzenia przez człowieka. Zapisanie Reguły Autopauzy nie powoduje wstrzymania żadnej reklamy — powoduje wyłącznie wyświetlenie liczby reklam, które w danym momencie spełniałyby jej warunki.
7. Każda dokonana i każda nieudana próba wstrzymania reklamy jest rejestrowana wraz z identyfikatorem i nazwą reklamy, wysokością wydatku, wartościami wskaźników, uzasadnieniem, wynikiem oraz znacznikiem czasu. Marka ma prawo wglądu do tego rejestru.
8. Wstrzymanie emisji reklamy zgodnie z Regułą Autopauzy nie stanowi nienależytego wykonania Usług. Marka może w każdej chwili wznowić emisję wstrzymanej reklamy w panelu Platformy Zewnętrznej.
9. Ryzyko przychodów nieosiągniętych wskutek wstrzymania emisji reklamy zgodnie z Regułą Autopauzy obciąża Markę; postanowienia § 13 stosuje się.

#### § 7e.

### Studio Kreatywne

1. Studio Kreatywne jest uruchamiane dla Konta Marki odrębną decyzją Dostawcy i może być uzależnione od wybranego Pakietu. Studio Kreatywne stanowi usługę rozwijaną; Dostawca może zmieniać, rozszerzać i ograniczać jej zakres funkcjonalny, w tym Katalog Modeli.
2. Marka oświadcza i gwarantuje, że przysługują jej wszelkie prawa do Materiału Marki, a w szczególności: 1) autorskie prawa majątkowe lub licencje obejmujące prawo do tworzenia opracowań i przetwarzania materiału przy użyciu sztucznej inteligencji; 2) prawa do znaków towarowych i pozostałych oznaczeń widocznych w materiale; 3) zgody na rozpowszechnianie wizerunku osób przedstawionych w Materiale Marki, w tym w Bibliotece Wizerunków, obejmujące wyraźnie przetwarzanie wizerunku przy użyciu sztucznej inteligencji oraz tworzenie na jego podstawie nowych obrazów i nagrań; 4) podstawę prawną przetwarzania danych osobowych zawartych w Materiale Marki.
3. Materiał Marki oraz Prompty są przekazywane Dostawcom Modeli w celu wytworzenia Materiałów Wygenerowanych oraz w celu analizy materiałów. Wykaz Dostawców Modeli zawiera Załącznik nr 4 do Regulaminu. Materiały odniesienia są udostępniane Dostawcom Modeli pod adresami internetowymi hostowanymi przez Dostawcę.
4. Dostawca nie prowadzi moderacji, filtrowania ani oceny prawnej Materiału Marki, Promptów ani Materiałów Wygenerowanych. Odpowiedzialność za treść Materiałów Wygenerowanych, ich zgodność z prawem, w tym z przepisami o reklamie, oraz z Regulaminami Platform Zewnętrznych ponosi wyłącznie Marka.
5. Marka może sformułować Prompt samodzielnie albo zmienić Prompt zaproponowany przez Platformę. W takim przypadku treść polecenia kierowanego do Modelu AI pochodzi od Marki.
6. Działanie Modeli AI ma charakter niedeterministyczny. Materiały Wygenerowane są dostarczane w postaci, w jakiej powstały. Dostawca nie gwarantuje ich jakości, przydatności do określonego celu, dokładności, oryginalności, nienaruszania praw

osób trzecich ani powtarzalności wyniku przy ponownym wykonaniu tego samego zadania.

7. Odmowa wytworzenia materiału przez Dostawcę Modelu, w tym odmowa wynikająca z jego polityki treści, a także niedostępność, wycofanie albo zmiana parametrów Modelu AI, nie stanowią nienależytego wykonania Usług. Wyłącznym środkiem naprawczym przysługującym Marce z tego tytułu jest zwrot Kredytów na zasadach określonych w § 9a.
8. Przygotowanie Materiału Wygenerowanego do publikacji w Koncie Zewnętrznym wymaga indywidualnego zatwierdzenia kreacji przez Uprawnionego Użytkownika oraz zatwierdzenia co najmniej jednego wariantu tekstu reklamowego. Reklama powstaje w stanie wstrzymanym, zgodnie z § 7c ust. 4.
9. Materiały Wygenerowane oraz materiały wprowadzone przez Markę są przechowywane u podwykonawcy Dostawcy i udostępniane pod adresami internetowymi, do których dostęp nie wymaga uwierzytelnienia. Marka przyjmuje do wiadomości, że każda osoba znająca taki adres może pobrać materiał, i nie traktuje tych materiałów jako objętych kontrolą dostępu.
10. Materiały Wygenerowane nie są usuwane automatycznie. Usunięcie następuje na żądanie Marki i stanowi zobowiązanie starannego działania; zapisy rozliczeniowe dotyczące Kredytów oraz zapisy o dokonanych publikacjach są zachowywane przez okres wymagany przepisami prawa.
11. Limity techniczne Studia Kreatywnego, w szczególności dopuszczalne formaty i rozmiary plików, liczbę materiałów odniesienia oraz maksymalny czas trwania materiałów wideo, określa Załącznik nr 2 do Regulaminu.
12. Dostawca może zawiesić albo wyłączyć Studio Kreatywne dla Konta Marki w razie naruszenia przez Markę Regulaminu, Regulaminów Platform Zewnętrznych albo warunków korzystania określonych przez Dostawcę Modelu, a także na żądanie Dostawcy Modelu.

#### § 7f.

Zgodność treści reklamowych, oznaczanie treści wytworzonych przy użyciu sztucznej inteligencji oraz wizerunek

1. Marka jest podmiotem publikującym reklamę i podmiotem stosującym system sztucznej inteligencji w rozumieniu Aktu o AI w zakresie, w jakim posługuje się Materiałami Wygenerowanymi we własnej działalności reklamowej.
2. Dostawca udostępnia Marce narzędzie umożliwiające naniesienie Oznaczenia AI na wygenerowany obraz. Naniesienie Oznaczenia AI wymaga działania Marki i nie następuje automatycznie; funkcja ta nie obejmuje materiałów wideo.
3. Obowiązek oznaczenia treści wytworzonych lub zmodyfikowanych przy użyciu sztucznej inteligencji oraz poinformowania odbiorców, w tym obowiązki wynikające z art. 50 Aktu o AI, a także obowiązek dokonania odpowiednich oznaczeń w panelu Platformy Zewnętrznej, spoczywa na Marce.
4. Dostawca wskazuje w Koncie Marki, czy dany Materiał Wygenerowany powstał w całości przy użyciu Modelu AI, czy przy jego wsparciu. Marka obowiązana jest ustalić, czy materiał przedstawia realistyczny wizerunek istniejącej osoby, miejsca albo zdarzenia, i odpowiednio oznaczyć taki materiał.
5. Marka nie będzie usuwać, modyfikować ani ukrywać Oznaczeń AI, znaków wodnych, metadanych o pochodzeniu treści ani innych identyfikatorów treści wytworzonej przy użyciu sztucznej inteligencji, ani przedstawiać Materiału Wygenerowanego jako fotografii albo nagrania rzeczywistego zdarzenia.

6. Dostawca może odmówić wytworzenia Materiału Wygenerowanego przedstawiającego wizerunek konkretnej osoby, jeżeli poweźmie wątpliwość co do posiadania przez Markę zgody, o której mowa w § 7e ust. 2 pkt 3.
7. Marka ponosi wyłączną odpowiedzialność za zgodność oświadczeń zawartych w materiałach reklamowych z przepisami prawa, w szczególności dotyczącymi reklamy suplementów diety, kosmetyków, wyrobów medycznych i produktów leczniczych oraz zwalczania nieuczciwych praktyk rynkowych. Dostawca nie weryfikuje dopuszczalności ani udokumentowania tych oświadczeń.
8. Katalog treści i obrazów niedozwolonych w Materiałach Wygenerowanych zawiera Załącznik nr 5 część B do Regulaminu. Marka zobowiązuje się nie zlecać wytworzenia takich materiałów i nie publikować ich przy użyciu Platformy.
9. W razie zmiany przepisów prawa albo Regulaminów Platform Zewnętrznych, wskutek której dostarczone wcześniej Materiały Wygenerowane wymagają przerobienia albo wycofania, koszt tych czynności obciąża Markę, chyba że konieczność ich dokonania wynika z okoliczności, za które odpowiada Dostawca.
10. Strony zobowiązują się do wzajemnego powiadamiania oraz współdziałania w postępowaniach prowadzonych przez organy nadzoru, w szczególności przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Głównego Inspektora Sanitarnego, Prezesa Urzędu Rejestracji Produktów Leczniczych, Wyrobów Medycznych i Produktów Biobójczych oraz organ nadzoru rynku w zakresie sztucznej inteligencji, w sprawach dotyczących materiałów przygotowanych przy użyciu Platformy.

## § 8.

### Wymiana Monet

1. Uczestnik może dokonać wymiany posiadanych Monet na Monety innej Marki dostępnej na Platformie, o ile warunki uczestnictwa w Programie Lojalnościowym określone przez Markę na to pozwalają.
2. Wymiana Monet pomiędzy Markami odbywa się po **stałym kursie wynoszącym 1:1**.
3. Oznacza to, że za jedną Monetę danej Marki Uczestnik otrzymuje jedną Monetę innej Marki.
4. Dla celów rozliczeniowych pomiędzy Dostawcą a Marką, wartość Monet pozostaje stała i wynosi:
  - 0,01 EUR za 1 Monetę;
  - 0,04 PLN za 1 Monetę.
5. Platforma pośredniczy w procesie wymiany, o którym mowa w ust. 1 powyżej, zapewniając techniczną obsługę transakcji według kursu określonego w ust. 2.
6. Rozliczenie pomiędzy Dostawcą a Marką obejmuje całkowitą wartość Monet, które zostały wymienione przez Uczestników danej Marki na Monety innych Marek w danym okresie rozliczeniowym.
7. Płatność za wymienione Monety, o których mowa w ust. 6 powyżej, następuje po zakończeniu miesiąca, na podstawie faktury VAT wystawionej przez Dostawcę, w terminie płatności wskazanym na fakturze.

## § 9.

## Płatności

1. Usługi są świadczone odpłatnie.
2. Marka zobowiązuje się do opłacania opłaty subskrypcyjnej miesięcznie lub rocznie, w zależności od wybranego Pakietu, do momentu anulowania Subskrypcji.
- 3.
4. Ceny Pakietów wyrażone są w PLN, EUR lub USD i są cenami netto; do cen dolicza się podatek od towarów i usług według stawki obowiązującej w dniu wystawienia faktury.
- 5.
6. Zmiany cen wskazanych w cenniku będą ogłaszane na stronie internetowej Platformy i nie stanowią zmiany Regulaminu. Postanowienie zdania poprzedniego stosuje się odpowiednio do zmian Katalogu Modeli, w tym do dodania Modelu AI, jego wycofania oraz zmiany ceny zadania wyrażonej w Kredytach.
7. Za datę płatności uznaje się dzień uznania rachunku bankowego Dostawcy kwotą opłaty subskrypcyjnej.
8. Dostawca wystawi Marce fakturę w terminie 14 dni.
9. Dostawca może oferować rabaty na Usługi i Pakiety Usług.
10. Przed końcem bieżącego okresu Subskrypcji, Dostawca poinformuje Markę drogą mailową o upływie okresu Subskrypcji oraz o wysokości opłat za przedłużenie okresu świadczenia Usług na kolejny okres Subskrypcji.
11. Przedłużenie okresu Subskrypcji jest równoznaczne z zawarciem kolejnej Umowy na warunkach określonych w Regulaminie.
12. Marka przedłuża okres Subskrypcji poprzez dokonanie wpłaty za korzystanie z Usług w kolejnym okresie Subskrypcji na rachunek bankowy wskazany przez Dostawcę.
13. Jeżeli opłata za Subskrypcję została wniesiona przed upływem poprzedniego okresu Subskrypcji, kolejny okres Subskrypcji liczony będzie od dnia następującego po zakończeniu danego okresu Subskrypcji.
14. Jeżeli opłata została wniesiona po zakończeniu poprzedniego okresu Subskrypcji, kolejny okres Subskrypcji liczony będzie od dnia wpłaty opłaty subskrypcyjnej na początek kolejnego okresu Subskrypcji.
15. Brak wpłaty na rachunek bankowy Dostawcy za korzystanie z Usług w kolejnym okresie Subskrypcji skutkować będzie zablokowaniem dostępu do Usług.
16. W takim przypadku dane Marki będą przechowywane przez Dostawcę przez okres 3 miesięcy, licząc od dnia następującego po dniu, w którym upłynął okres Subskrypcji.
17. W tym czasie Marka może w każdej chwili wznowić korzystanie z Usług poprzez opłacenie subskrypcji lub usunąć Konto Marki z Platformy.
18. Marka zobowiązuje się pokryć koszty Czynszu MGM należnego Ambasadorom.
19. Dostawca wystawia Marce fakturę zbiorczą za Czynsz MGM po zakończeniu Okresu Weryfikacji.
20. **VAT:** Rozliczenia między Marką a Dostawcą są powiększane o podatek VAT i realizowane przez KSeF.
21. **Brak PIT-11:** Marka przyjmuje do wiadomości, że z tytułu najmu powierzchni od osób fizycznych nie spoczywają na niej obowiązki płatnika ani obowiązek wystawiania PIT-11.
22. Środki pieniężne otrzymane przez Dostawcę od Marki tytułem Czynszu MGM, przeznaczone do wypłaty Ambasadorom, do chwili ich wypłaty są ewidencjonowane

odrębnie i nie stanowią przychodu Dostawcy. Dostawca przechowuje te środki w sposób umożliwiający ich wyodrębnienie od środków własnych.

23. Dostawca jest uprawniony do stosowania środków bezpieczeństwa finansowego, w tym weryfikacji tożsamości Ambasadora oraz źródła wypłacanych środków, w zakresie wymaganym przepisami o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy. Dostawca może wstrzymać lub odmówić wypłaty w razie uzasadnionych wątpliwości lub niedostarczenia wymaganych informacji

#### § 9a.

#### Kredyty i rozliczenie Studia Kreatywnego

1. Zadania wykonywane w Studiu Kreatywnym są rozliczane w Kredytach. Kredyt nie stanowi środka pieniężnego, nie podlega wymianie na środki pieniężne, nie może zostać przeniesiony na inny podmiot ani wypłacony.
2. Kredyty są przyznawane w ramach Pakietu, w liczbie wskazanej w cenniku, w cyklu miesięcznym, pod warunkiem posiadania przez Markę opłaconej i aktywnej Subskrypcji. Dostawca może przyznać Marce Kredyty dodatkowe.
3. Dostawca może udostępnić Marce odpłatne doładowanie Salda Kredytów. Zasady doładowania, wielkość pakietów Kredytów, ich ceny oraz sposób płatności określa cennik. Do Kredytów nabytych w drodze doładowania stosuje się pozostałe postanowienia niniejszego paragrafu, w szczególności ust. 3 oraz ust. 13.
4. Kredyty przyznane Marce nie wygasają i sumują się z Kredytami przyznanymi w kolejnych okresach rozliczeniowych, chyba że cennik stanowi inaczej.
5. Ceny zadań wyrażone w Kredytach określa Katalog Modeli. Ceny te są ustalane w odniesieniu do kosztów ponoszonych przez Dostawcę na rzecz Dostawców Modeli i mogą ulegać zmianie; do zmian Katalogu Modeli stosuje się § 9 ust. 4.
6. Opłata za etap koncepcyjny w wysokości wskazanej w Katalogu Modeli jest pobierana z chwilą uruchomienia zlecenia, także wówczas, gdy Marka nie zleci następnie wytworzenia żadnego obrazu ani nagrania. Opłata ta nie podlega zwrotowi, chyba że etap koncepcyjny zakończył się niepowodzeniem.
7. Opłata za pakiet tekstów reklamowych jest pobierana przed wykonaniem zadania.
8. Przy wytwarzaniu obrazów Kredyty są rezerwowane z chwilą uruchomienia zadania, a rozliczane po jego zakończeniu, według faktycznie wykonanych czynności. Rezerwacja niewykorzystana przez 24 godziny od uruchomienia zadania jest automatycznie zwalniana.
9. Wytwarzanie materiałów wideo jest rozliczane etapami — odrębnie za przygotowanie scenorysu i odrębnie za każde wygenerowanie materiału, według liczby sekund. Ponowne wykonanie etapu jest odrębnie płatne.
10. W przypadku wykorzystania przesłanego przez Markę referencyjnego materiału wideo opłata obejmuje zarówno sekundy materiału referencyjnego, jak i sekundy materiału wynikowego.
11. Przesyłanie własnych plików do biblioteki Konta Marki nie jest odpłatne.
12. W razie niepowodzenia wykonania zadania, w tym odmowy wytworzenia materiału przez Dostawcę Modelu oraz niedostępności Modelu AI, odpowiadająca mu liczba Kredytów jest zwracana na Saldo Kredytów automatycznie. Zwrot Kredytów stanowi wyłączne roszczenie Marki z tego tytułu; Marce nie przysługuje roszczenie o zwrot środków pieniężnych, o ponowne wykonanie zadania ani o odszkodowanie.

13. Zadanie, którego wykonanie zostało uruchomione, nie może zostać przerwane przez Markę ze skutkiem w postaci zwrotu Kredytów, jeżeli czynność u Dostawcy Modelu została już rozpoczęta.
  14. Niewykorzystane Kredyty nie podlegają wypłacie ani rozliczeniu pieniężnemu, w szczególności przy rozwiązaniu, wypowiedzeniu albo wygaśnięciu Umowy.
  15. Saldo Kredytów oraz historia ich wykorzystania są prezentowane w Koncie Marki. Reklamacje dotyczące rozliczenia Kredytów rozpatruje się w trybie § 14, z zastrzeżeniem § 14 ust. 4.
- § 9b.

#### Przestrzeń Dyskowa i przechowywanie Materiałów

1. Materiały Wygenerowane oraz pliki wprowadzone przez Markę są przechowywane w ramach Przestrzeni Dyskowej przypisanej do Konta Marki. Wielkość Przestrzeni Dyskowej dla poszczególnych Pakietów określa cennik. Pakiet nieobejmujący Studia Kreatywnego nie obejmuje Przestrzeni Dyskowej ani możliwości wprowadzania plików.
2. Do Przestrzeni Dyskowej wlicza się pliki wprowadzone przez Markę, w tym materiały odniesienia i Bibliotekę Wizerunków, oraz Materiały Wygenerowane. Bieżące wykorzystanie Przestrzeni Dyskowej jest prezentowane w Koncie Marki. Limity dotyczące pojedynczych plików, w szczególności dopuszczalne formaty i rozmiary, określa Załącznik nr 2 do Regulaminu.
3. Dostawca może udostępnić Marce odpłatne rozszerzenie Przestrzeni Dyskowej w postaci Bloków Przestrzeni. Wielkość Bloku Przestrzeni oraz liczbę Kredytów pobieraną za miesiąc określa cennik. Opłata jest pobierana z Salda Kredytów pierwszego dnia każdego miesiąca, a przy nabyciu Bloku Przestrzeni w trakcie miesiąca — z chwilą nabycia, za rozpoczęty miesiąc w pełnej wysokości. Rezygnacja z Bloku Przestrzeni wywołuje skutek natychmiastowy i nie uprawnia do zwrotu Kredytów za rozpoczęty miesiąc.
4. Po wyczerpaniu Przestrzeni Dyskowej Dostawca odmawia przyjęcia kolejnych plików oraz uruchomienia zadań w Studiu Kreatywnym do czasu zwolnienia miejsca albo rozszerzenia Przestrzeni Dyskowej. Odmowa z tej przyczyny nie stanowi nienależytego wykonania Usług. Materiały już zapisane pozostają dostępne.
5. Po upływie 60 dni od dnia utworzenia albo wprowadzenia Dostawca usuwa: 1) Materiały Wygenerowane, które nie są Materiałami Zatwierdzonymi; 2) pliki wprowadzone przez Markę, które nie zostały wykorzystane w żadnym zadaniu Studia Kreatywnego, w tym referencyjne materiały wideo. Marka zachowuje Materiał Wygenerowany, nadając mu w Koncie Marki status zatwierdzonego.
6. Usunięciu zgodnie z ust. 5 nie podlegają Materiały Zatwierdzone ani biblioteka marki, to jest logotypy, zdjęcia produktów, stałe materiały odniesienia oraz Biblioteka Wizerunków.
7. Usługa nie jest usługą przechowywania ani archiwizacji danych. Marka odpowiada za wykonanie i przechowywanie własnych kopii Materiałów, które zamierza zachować poza Kontem Marki. Dostawca nie zapewnia możliwości odtworzenia Materiału usuniętego zgodnie z ust. 5.
8. Wygaśnięcie, rozwiązanie albo wypowiedzenie Umowy nie powoduje usunięcia Materiałów. Materiały pozostają dostępne w trybie odczytu, a uruchamianie zadań w Studiu Kreatywnym nie jest możliwe. Postanowienie nie uchybia postanowieniom o przechowywaniu danych po upływie okresu Subskrypcji ani Umowie Powierzenia.
9. Do zmian wielkości Przestrzeni Dyskowej oraz liczby Kredytów pobieranej za Blok Przestrzeni stosuje się § 9 ust. 4, z tym że obniżenie wielkości Przestrzeni Dyskowej przypisanej do Pakietu wymaga zmiany Regulaminu.

## § 10.

### Licencja

1. Z chwilą zawarcia Umowy Dostawca udziela Marce niewyłącznej licencji na korzystanie z Platformy i jej Usług na warunkach określonych w Regulaminie (dalej: **"Licencja"**)<sup>138</sup>.
2. Licencja udzielana jest na czas trwania Umowy.
3. Licencja uprawnia Markę do dostępu do Platformy i korzystania z funkcji dostępnych na Platformie zgodnie z zakupionym Pakietem.
4. Licencja nie uprawnia Marki do udzielania dalszych licencji.
5. Korzystanie przez Markę z Usług dostępnych na Platformie z naruszeniem warunków Licencji stanowi naruszenie praw autorskich Dostawcy, uprawniające Dostawcę (w zależności od charakteru naruszenia) do podjęcia kroków prawnych przeciwko Marce.

## § 11.

### Przetwarzanie danych osobowych

1. Dostawca przetwarza dane osobowe Marki zgodnie z zasadami określonymi w Polityce Prywatności.
2. W celu zapewnienia zgodności świadczonych Usług z przepisami o ochronie danych osobowych, z chwilą zawarcia Umowy pomiędzy Dostawcą Usług a Marką zostaje zawarta Umowa Powierzenia Przetwarzania Danych, stanowiąca Załącznik nr 1 do Regulaminu.
3. Umowa powierzenia zawierana jest na czas trwania Umowy i ulega rozwiązaniu lub wygasa z chwilą rozwiązania lub wygaśnięcia Umowy.
4. Błędy w raportowaniu: Marka ponosi odpowiedzialność za błędy w danych o zwrotach towarów. Jeśli Marka nie zgłosi zwrotu w Okresie Weryfikacji, a Czynsz MGM zostanie wypłacony Ambasadorowi, koszt tej nagrody obciąża Markę w całości.
- 5.
6. Zakres powierzenia obejmuje kategorie osób oraz kategorie danych wskazane w Załączniku nr 1 do Umowy Powierzenia, w tym dane dotyczące transakcji (kwota, identyfikator zamówienia, status zwrotu) niezbędne do prawidłowego wyliczenia Czynszu MGM oraz dane pobierane z Kont Zewnętrznych Marki.

## § 12.

### Własność Intelektualna

1. Wszelkie elementy składowe Platformy, w szczególności:

- nazwa Platformy;
  - logo Platformy;
  - zdjęcia i opisy;
  - zasady działania strony internetowej Platformy, wszelkie jej elementy graficzne, interfejs, oprogramowanie, kod źródłowy oraz bazy danych;
  - podlegają ochronie prawnej na podstawie przepisów Ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Ustawy z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej, Ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz innych powszechnie obowiązujących przepisów prawa, w tym prawa Unii Europejskiej. Jakiegokolwiek wykorzystanie własności intelektualnej Dostawcy bez uprzedniej wyrażonej zgody Dostawcy jest zabronione.
- 
- Postanowienia niniejszego paragrafu nie naruszają praw Marki do Materiału Marki. Prawa do Materiałów Wygenerowanych oraz zasady korzystania z Materiału Marki przez Dostawcę reguluje § 12a.

## § 12a.

### Prawa do Materiału Marki i Materiałów Wygenerowanych

1. Marka udziela Dostawcy nieodpłatnej, niewyłącznej licencji na korzystanie z Materiału Marki w zakresie niezbędnym do świadczenia Usług, w tym na zwielokrotnianie, przechowywanie, przetwarzanie oraz udostępnianie Dostawcom Modeli i pozostałym podwykonawcom w celu wytworzenia Materiałów Wygenerowanych i analizy materiałów. Licencja jest udzielana na czas trwania Umowy oraz na okres niezbędny do usunięcia danych zgodnie z Umową Powierzenia.
2. Strony przyjmują do wiadomości, że Materiał Wygenerowany — w zakresie, w jakim powstał wyłącznie w wyniku działania Modelu AI i nie zawiera wkładu twórczego człowieka — może nie stanowić utworu w rozumieniu ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, a w konsekwencji może nie podlegać ochronie prawnoautorskiej i nie być przedmiotem praw wyłącznych.
3. W zakresie, w jakim do Materiału Wygenerowanego powstaną autorskie prawa majątkowe przysługujące Dostawcy, Dostawca przenosi je na Markę z chwilą zatwierdzenia tego materiału przez Uprawnionego Użytkownika, na polach eksploatacji wskazanych w ust. 5, z zastrzeżeniem ust. 6.
4. Niezależnie od postanowień ust. 3 Dostawca udziela Marce niewyłącznej, nieograniczonej terytorialnie i nieograniczonej czasowo licencji na korzystanie z Materiału Wygenerowanego na polach eksploatacji wskazanych w ust. 5, z prawem udzielania sublicencji. Licencja ta znajduje zastosowanie także wówczas, gdy przeniesienie praw, o którym mowa w ust. 3, okaże się bezskuteczne albo gdy prawa te nie powstaną.
5. Polami eksploatacji, o których mowa w ust. 3 i 4, są: 1) utrwalanie i zwielokrotnianie techniką cyfrową, drukarską, reprograficzną i zapisu magnetycznego; 2) wprowadzanie do pamięci komputera oraz do sieci teleinformatycznych; 3) publiczne udostępnianie w taki sposób, aby każdy mógł mieć do materiału dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym; 4) nadawanie i reemitowanie; 5)

wyświetlanie i odtwarzanie; 6) wykorzystanie w płatnych kampaniach reklamowych na Platformach Zewnętrznych oraz w innych serwisach; 7) wykorzystanie w reklamie zewnętrznej; 8) wykorzystanie na opakowaniach i w materiałach sprzedażowych, w tym w punktach sprzedaży; 9) wykorzystanie na platformach handlowych i w sklepie internetowym Marki.

6. Strony potwierdzają, że skuteczne przeniesienie autorskich praw majątkowych oraz udzielenie licencji wyłącznej wymaga zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności, a akceptacja Regulaminu w postaci elektronicznej wymogu tego nie spełnia. Na żądanie Marki Strony zawrą odrębną umowę przeniesienia autorskich praw majątkowych w formie pisemnej albo w formie elektronicznej opatrzonej kwalifikowanym podpisem elektronicznym, według wzoru stanowiącego Załącznik nr 6 do Regulaminu. Do czasu zawarcia takiej umowy Marce przysługują uprawnienia wskazane w ust. 4.
7. W zakresie, w jakim do Materiału Wygenerowanego powstaną prawa zależne, Dostawca zezwala Marce na wykonywanie i zezwalanie na wykonywanie praw zależnych, w tym na dokonywanie zmian, kadrowanie, skracanie, tłumaczenie i lokalizację materiału, a także zobowiązuje się do niewykonywania wobec Marki autorskich praw osobistych, w tym prawa do oznaczenia autorstwa.
8. Dostawca nie gwarantuje oryginalności ani niepowtarzalności Materiałów Wygenerowanych. Modele AI mogą wytworzyć materiały identyczne albo zbliżone na rzecz innych użytkowników, w tym konkurentów Marki. Marka przyjmuje do wiadomości, że może nie być uprawniona do zakazania osobom trzecim korzystania z materiału o zbliżonej treści.
9. Prawa Dostawcy do Platformy, w tym do jej oprogramowania, interfejsu i baz danych, pozostają nienaruszone. Licencja, o której mowa w § 10, nie obejmuje praw do Modeli AI ani do oprogramowania Dostawców Modeli.
10. Dostawcy przysługują prawa do wytworzonych przez niego zagregowanych i pozbawionych identyfikatorów danych statystycznych, przy czym dane te nie mogą pozwalać na identyfikację Marki, jej Uczestników ani jej Kont Zewnętrznych, a wykorzystanie danych pochodzących z Kont Zewnętrznych podlega ograniczeniom wskazanym w § 4a ust. 6.

### § 13.

#### Odpowiedzialność

1. Dostawca zobowiązuje się do świadczenia Usług z należytą starannością.
2. Dostawca nie ponosi odpowiedzialności wobec Marki za skutki:
  - korzystania z Platformy niezgodnie z jej przeznaczeniem;
  - skutków użycia danych autoryzujących dostęp do Konta Marki przez osoby trzecie, jeżeli osoby te weszły w posiadanie takich danych w wyniku ich ujawnienia przez Markę lub w wyniku ich niedostatecznego zabezpieczenia przez Markę.
3. Dostawca nie ponosi odpowiedzialności za zakłócenia w funkcjonowaniu Platformy wynikające z:
  - siły wyższej;
  - przyczyn leżących po stronie Marki;
  - przyczyn niezależnych od Dostawcy, w szczególności działań osób trzecich, za które Dostawca nie ponosi odpowiedzialności.
4. Dostawca zobowiązuje się, w miarę możliwości, do usuwania zakłóceń w funkcjonowaniu Platformy na bieżąco.

5. Dostawca nie ponosi odpowiedzialności za: 1) wysokość, alokację i skuteczność wydatków Marki na reklamę w Kontach Zewnętrznych, w tym za przychody nieosiągnięte wskutek wstrzymania emisji reklamy zgodnie z § 7c albo § 7d; 2) decyzje Platform Zewnętrznych dotyczące zatwierdzenia, odrzucenia, ograniczenia albo usunięcia reklamy oraz ograniczenia albo zawieszenia Konta Zewnętrznego Marki; 3) odmowę wytworzenia Materiału Wygenerowanego przez Dostawcę Modelu, w tym odmowę wynikającą z jego polityki treści, a także niedostępność, wycofanie albo zmianę parametrów Modelu AI; 4) treść, jakość, oryginalność, dokładność i przydatność Materiałów Wygenerowanych; 5) skutki zastosowania się przez Markę do wyników analiz, rekomendacji oraz odpowiedzi asystenta opartego na sztucznej inteligencji.
- 6.
7. Odpowiedzialność Dostawcy wobec Marki jest w każdym przypadku ograniczona (w zakresie dozwolonym przez prawo) do kwoty odpowiadającej trzykrotności miesięcznej opłaty subskrypcyjnej za Pakiet wykorzystywany przez Markę, obliczonej jako 1/12 opłaty należnej za ostatni pełny okres Subskrypcji, przy czym do podstawy tego limitu nie wlicza się Czynszu MGM ani wartości Kredytów. Ograniczenie to nie obejmuje szkody wyrządzonej umyślnie ani naruszenia obowiązku zachowania poufności.
8. Marka ponosi pełną odpowiedzialność za błędy w danych o zwrotach towarów. Jeśli na skutek błędu Marki Czynsz MGM zostanie nienależnie wypłacony Ambasadrowi, Marka nie może żądać zwrotu tych środków od Dostawcy.

#### § 13a.

##### Zwolnienie Dostawcy z odpowiedzialności

1. Marka zwolni Dostawcę z odpowiedzialności oraz pokryje poniesione przez niego uzasadnione koszty, w tym koszty obsługi prawnej, zasądzonych świadczeń, ugód oraz kar administracyjnych, w związku z roszczeniami osób trzecich albo postępowaniami organów, wynikającymi z: 1) naruszenia przez Markę Regulaminów Platform Zewnętrznych albo warunków korzystania określonych przez Dostawców Modeli; 2) braku po stronie Marki praw do Materiału Marki, w tym autorskich praw majątkowych, praw do znaków towarowych oraz zgód na rozpowszechnianie wizerunku, a także zgód obejmujących przetwarzanie wizerunku przy użyciu sztucznej inteligencji; 3) niezgodności treści reklamowych Marki z przepisami prawa, w szczególności dotyczącymi reklamy suplementów diety, kosmetyków, wyrobów medycznych i produktów leczniczych oraz zwalczania nieuczciwych praktyk rynkowych; 4) braku podstawy prawnej przetwarzania danych osobowych powierzonych Dostawcy albo zbieranych za pośrednictwem narzędzi pomiarowych udostępnionych przez Dostawcę, a także umieszczenia takich narzędzi w domenie, którą Marka nie dysponuje; 5) niewykonania przez Markę obowiązków oznaczania treści wytworzonych przy użyciu sztucznej inteligencji, o których mowa w § 7f; 6) działań i zaniechań Uprawnionych Użytkowników, w tym Agencji.
2. Dostawca niezwłocznie zawiadomi Markę o roszczeniu albo postępowaniu objętym ust. 1, umożliwi Marce udział w obronie oraz nie zawrze ugody bez uprzedniej zgody Marki, chyba że zwłoka groziłaby powstaniem szkody.
3. Postanowienia ust. 1 nie mają zastosowania w zakresie, w jakim roszczenie albo postępowanie wynika z okoliczności, za które odpowiada Dostawca.

#### § 14.

## Reklamacje dotyczące Usług

1. Marka może złożyć reklamację, jeżeli Dostawca świadczy Usługi na Platformie w sposób niezgodny z Regulaminem.
2. Marka składająca reklamację z przyczyn określonych w ust. 1 powyżej powinna wysłać na adres e-mail wskazany w § 1 ust. 5 pkt 1 Regulaminu wiadomość zawierającą następujące informacje:
  - nazwa Marki;
  - adres e-mail;
  - opis stwierdzonych nieprawidłowości;
  - żądanie reklamacyjne.
3. Termin rozpatrzenia reklamacji i udzielenia na nią odpowiedzi wynosi 14 (czternaście) dni od daty jej otrzymania przez Dostawcę Usług w prawidłowej i kompletnej formie.
4. Brak odpowiedzi w terminie wskazanym w zdaniu poprzednim oznacza, że reklamacja została uznana.
5. Dostawca odpowie na reklamację drogą mailową.
6. Odpowiedź na reklamację udzielona przez Dostawcę jest ostateczna.

## § 15.

### Zmiany Regulaminu

1. Dostawca może zmienić Regulamin w przypadku:
  - zmian w działalności Dostawcy;
  - rozpoczęcia świadczenia nowych usług przez Dostawcę, modyfikacji usług dotychczas świadczonych lub zaprzestania ich świadczenia;
  - dokonania modyfikacji technicznych Platformy wymagających dostosowania do nich postanowień Regulaminu;
  - prawnego obowiązku dokonania zmian, w tym obowiązku dostosowania Regulaminu do aktualnego stanu prawnego.
- 2.
3. Nie stanowi zmiany Regulaminu: 1) zmiana cennika oraz Katalogu Modeli, dokonana na zasadach § 9 ust. 4; 2) zmiana Wykazu Integracji, dokonana na zasadach § 7c ust. 12; 3) udostępnienie nowej funkcjonalności Platformy, jeżeli nie zmienia ona dotychczasowych praw i obowiązków Marki, a skorzystanie z niej zależy wyłącznie od decyzji Marki.
4. Marki zostaną poinformowane o zmianie Regulaminu poprzez opublikowanie jego zmienionej wersji na stronie internetowej Platformy.
5. Niezależnie od tego, zmieniona wersja Regulaminu zostanie przesłana Marce drogą mailową.
6. Marka, która nie zgadza się na zmianę Regulaminu, może wypowiedzieć Umowę ze skutkiem natychmiastowym w terminie 10 (dziesięciu) dni od daty otrzymania informacji o zmianie Regulaminu.
7. Brak wypowiedzenia Umowy w terminie wskazanym w zdaniu poprzednim uznaje się za zgodę na zmianę Regulaminu.
8. Rozwiązanie Umowy następuje poprzez złożenie przez Markę oświadczenia o wypowiedzeniu Dostawcy.
9. Oświadczenie, o którym mowa w zdaniu poprzednim, może zostać przesłane drogą mailową na adres wskazany w § 1 ust. 5 pkt 1 Regulaminu.

10. Dostawca usuwa Konto Marki niezwłocznie po otrzymaniu oświadczenia, o którym mowa w zdaniu poprzednim.

## § 16.

### Postanowienia końcowe

1. Prawem właściwym dla Regulaminu jest prawo polskie.
  2. W przypadku sporu wynikającego z wykonania, niewykonania lub nienależytego wykonania postanowień Regulaminu, sądem właściwym do jego rozstrzygnięcia będzie sąd właściwy dla siedziby Dostawcy.
  - 3.
  4. W razie rozbieżności pierwszeństwo mają: w zakresie ochrony danych osobowych – Umowa Powierzenia; w zakresie cen – cennik; w zakresie parametrów i cen Modeli AI – Katalog Modeli; w zakresie przeniesienia autorskich praw majątkowych – odrębna umowa zawarta zgodnie z § 12a ust. 6; w pozostałym zakresie – indywidualne ustalenia Stron, a następnie Regulamin. Postanowienie zdania poprzedniego stosuje się odpowiednio do wielkości Przestrzeni Dyskowej określonej w cenniku oraz do zakresu integracji z Platformami Zewnętrznymi określonego w Wykazie Integracji.
  5. Ustanie Umowy nie wpływa na postanowienia, które ze swej natury powinny obowiązywać po jej zakończeniu, w szczególności dotyczące odpowiedzialności, rozliczeń (w tym Czynszu MGM i wymiany Monet), własności intelektualnej, poufności oraz przetwarzania danych osobowych
  6. Po ustaniu Umowy obowiązują w szczególności: licencje udzielone Marce do Materiałów Wygenerowanych, zobowiązania Marki wynikające z § 4a oraz obowiązek odwołania Linków Udostępniania.
  7. Regulamin sporządzono w języku polskim. W razie rozbieżności między wersją polską a jej tłumaczeniem na inny język wiążąca jest wersja polska.
  8. Aktualna wersja Regulaminu obowiązuje od dnia 07.09.2026 r.
-

## **Załącznik nr 1 do Regulaminu - Umowa Powierzenia**

### **UMOWA POWIERZENIA PRZETWARZANIA DANYCH OSOBOWYCH**

(dalej: "Umowa Powierzenia")

zawarta pomiędzy:

**Dostawcą** (dalej także: "**Podmiot Przetwarzający**"),

a

**Marką** (dalej także: "**Administrator**"),

dalej zwanymi łącznie "**Stronami**", a każda z nich z osobna "**Stroną**".

Preambuła

Zważywszy, że:

1. Dostawca i Marka zawarli Umowę (dalej: "**Umowa Główna**");
2. świadczenie Usług wymaga od Dostawcy przetwarzania danych osobowych Uczestników w rozumieniu Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (Ogólne Rozporządzenie o Ochronie Danych) (dalej: "**RODO**"), co rodzi obowiązek spełnienia wymogów wskazanych w art. 28 RODO, w tym zawarcia Umowy określonej w tym przepisie;

Strony uzgodniły, co następuje:

#### **§ 1. Powierzenie przetwarzania danych osobowych**

1. Administrator powierza Podmiotowi Przetwarzającemu przetwarzanie danych osobowych zgodnie z art. 28 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (dalej: "**Ogólne Rozporządzenie o Ochronie Danych**" lub "**RODO**").

2. Administrator oświadcza, że jest administratorem danych powierzonych Podmiotowi Przetwarzającemu na mocy Umowy Powierzenia lub podmiotem przetwarzającym upoważnionym do dalszego powierzenia danych Podmiotowi Przetwarzającemu.
3. Administrator niniejszym powierza Podmiotowi Przetwarzającemu przetwarzanie danych osobowych w zakresie określonym w § 2 niniejszej Umowy.
4. Pojęcia pisane wielką literą użyte w niniejszej Umowie mają znaczenie nadane im w Regulaminie lub RODO, chyba że konkretne postanowienie niniejszej Umowy stanowi inaczej.

## **§ 2. Przedmiot, charakter, cel i czas trwania przetwarzania danych**

1. Dane Osobowe powierzone przez Administratora będą przetwarzane przez Podmiot Przetwarzający wyłącznie na udokumentowane polecenie Administratora i wyłącznie w celu świadczenia Usług.
2. W szczególności, Strony uznają zawarcie Umowy o Świadczenie Usług za "udokumentowane polecenie".
3. Kategorie danych osobowych będących przedmiotem powierzenia (dalej: **"powierzone dane osobowe"**) oraz kategorie osób, których dane dotyczą, wskazane są w Załączniku nr 1 do niniejszej Umowy.
- 4.
5. Administrator zobowiązuje się nie wprowadzać świadomie do Platformy danych, o których mowa w art. 9 i art. 10 RODO. Strony przyjmują do wiadomości, że materiały zawierające wizerunek oraz dane o zakupach na poziomie pojedynczego produktu mogą ujawniać takie dane w sposób incydentalny. Administrator prowadzący sprzedaż produktów z kategorii zdrowia, produktów leczniczych, suplementów diety lub wyrobów medycznych obowiązany jest poinformować o tym Podmiot Przetwarzający; informacja ta uruchamia dodatkowe środki, o których mowa w art. 32 RODO, oraz obowiązek Administratora przeprowadzenia oceny skutków dla ochrony danych. Podmiot Przetwarzający może odmówić uruchomienia automatycznej analizy kreacji reklamowych dla takiego Konta Marki.
- 6.
7. Przetwarzanie powierzonych danych osobowych odbywa się przy użyciu systemów informatycznych, w sposób zautomatyzowany. Przetwarzanie obejmuje profilowanie w rozumieniu art. 4 pkt 4 RODO, w szczególności: analizę ekonomiki klienta prowadzoną na pseudonimizowanym identyfikatorze (klient nowy i powracający, wartość klienta w czasie, koszt jego pozyskania), przypisanie zamówienia do konkretnej reklamy, budowę międzysesyjnej ścieżki reklamowej osoby odwiedzającej sklep Marki oraz ustalanie Poziomów Doświadczenia i Rankingów. O celach i zasadach profilowania decyduje Administrator. Podmiot Przetwarzający pomaga Administratorowi w realizacji prawa sprzeciwu, o którym mowa w art. 21 ust. 2 RODO.

## **§ 3. Obowiązki, prawa i oświadczenia Podmiotu Przetwarzającego**

1. Podmiot Przetwarzający zobowiązuje się zabezpieczyć powierzone dane osobowe poprzez wdrożenie (jeszcze przed rozpoczęciem przetwarzania) i utrzymywanie środków technicznych i organizacyjnych odpowiednich do charakteru, zakresu, kontekstu i celu przetwarzania powierzonych danych, w tym wymaganych przez odpowiednie przepisy powszechnie obowiązującego prawa, tak aby przetwarzanie

powierzonych danych osobowych spełniało wymogi Ogólnego Rozporządzenia o Ochronie Danych.

2. Podmiot Przetwarzający zobowiązuje się zapewnić, by osoby upoważnione do przetwarzania danych osobowych powierzonych na mocy niniejszej Umowy były zobowiązane do zachowania poufności lub podlegały odpowiedniemu ustawowemu obowiązkowi zachowania tajemnicy.
3. Podmiot Przetwarzający zobowiązuje się, w zakresie uzasadnionym przedmiotem Umowy Powierzenia, pomagać Administratorowi, w miarę możliwości, w wywiązywaniu się z obowiązku Administratora odpowiadania na żądania osób, których dane dotyczą, w zakresie wykonywania ich praw wynikających z powszechnie obowiązujących przepisów prawa, w tym Rozdziału III Ogólnego Rozporządzenia o Ochronie Danych.
4. Podmiot Przetwarzający zobowiązuje się niezwłocznie powiadomić Administratora o:
  - każdym naruszeniu ochrony powierzonych danych osobowych, przy czym przez "naruszenie ochrony powierzonych danych" rozumie się każde przypadkowe lub niezgodne z prawem zniszczenie, utratę, modyfikację, nieuprawnione ujawnienie lub nieuprawniony dostęp do powierzonych danych osobowych. Zgłoszenie, o którym mowa w niniejszym ust. 1, powinno nastąpić nie później niż w ciągu 24 godzin od wykrycia naruszenia ochrony powierzonych danych;
  - każdym żądaniu otrzymanym od osoby, której dane dotyczą, powstrzymując się jednocześnie od odpowiedzi na żądanie do czasu otrzymania stanowiska Administratora. Zgłoszenie, o którym mowa w niniejszym ust. 2, powinno nastąpić nie później niż 24 godziny po otrzymaniu żądania;
  - każdym prawnie umocowanym żądaniu udostępnienia danych osobowych właściwemu organowi państwowemu, chyba że zakaz powiadomienia wynika z przepisów prawa, w szczególności z przepisów postępowania karnego, gdy zakaz ma na celu zapewnienie poufności wszczętego dochodzenia;
  - wszelkich kontrolach zgodności przetwarzania danych osobowych przeprowadzanych przez Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych lub inny organ nadzorczy oraz ich wynikach, a także wszelkich innych działaniach podejmowanych przez organy publiczne w odniesieniu do takich danych.
5. Podmiot Przetwarzający zobowiązuje się, w zakresie uzasadnionym przedmiotem niniejszej Umowy i dostępnymi mu informacjami, pomagać Administratorowi w wywiązywaniu się z obowiązków Administratora wynikających z powszechnie obowiązujących przepisów prawa, w tym art. 32-36 Ogólnego Rozporządzenia o Ochronie Danych i dotyczących bezpieczeństwa przetwarzania danych osobowych, zgłaszania naruszenia ochrony danych osobowych organowi nadzorczemu i osobie, której dane dotyczą, oceny skutków dla ochrony danych oraz powiązanych z nią konsultacji z organem nadzorczym.
6. Podmiot Przetwarzający zobowiązuje się do:
  - udostępnienia Administratorowi, w terminie 14 dni od daty otrzymania żądania, wszelkich informacji i dokumentów niezbędnych do wykazania spełnienia przez Administratora obowiązków wynikających z powszechnie obowiązujących przepisów prawa;
  - umożliwienia Administratorowi lub upoważnionemu przez niego audytorowi przeprowadzania audytów, w tym inspekcji, i przyczyniania się do nich, na warunkach każdorazowo ustalanych przez Strony i z zastrzeżeniem postanowień niniejszego Ustępu.

7. Audyt, o którym mowa w Ustępie 6 pkt 2 powyżej, może zostać przeprowadzony:
  - nie wcześniej niż 14 dni od daty otrzymania przez Podmiot Przetwarzający zawiadomienia o zamiarze jego przeprowadzenia, w terminie do ustalenia przez Strony, oraz
  - po zawarciu umowy o zachowaniu poufności pomiędzy Podmiotem Przetwarzającym a Administratorem lub audytorem upoważnionym przez Administratora.
8. Po zakończeniu audytu Strony sporządzą raport w 2 egzemplarzach, który zostanie podpisany przez upoważnionych przedstawicieli obu Stron.
9. Podmiot Przetwarzający może wnieść zastrzeżenia do raportu w terminie 5 Dni Roboczych od daty jego podpisania przez przedstawicieli Stron.
10. W przypadku stwierdzenia w toku audytu jakichkolwiek uchybień wpływających na bezpieczeństwo przetwarzania powierzonych danych osobowych, Podmiot Przetwarzający zobowiązuje się do zastosowania się do zaleceń sformułowanych przez Administratora lub audytora upoważnionego przez Administratora.

#### **§ 4. Obowiązki Administratora**

1. Administrator zobowiązany jest zapewnić, aby przez cały czas trwania Umowy Powierzenia posiadał podstawę prawną do przetwarzania powierzonych danych osobowych oraz posiadał odpowiednie uprawnienia do powierzenia danych osobowych Podmiotowi Przetwarzającemu.
2. W przypadku utraty przez Administratora wyżej wymienionej podstawy prawnej lub uprawnień w odniesieniu do określonych powierzonych danych osobowych, Administrator niezwłocznie podejmie kroki niezbędne do zaprzestania ich powierzania, w szczególności powiadomi o tym Podmiot Przetwarzający.
3. Administrator zobowiązuje się nie wydawać Podmiotowi Przetwarzającemu poleceń dotyczących przetwarzania powierzonych danych osobowych, które byłyby sprzeczne z powszechnie obowiązującym prawem, postanowieniami Umowy Powierzenia lub innymi zobowiązaniami umownymi.

#### **§ 5. Dalsze powierzenie danych osobowych**

1. Administrator wyraża ogólną zgodę na dalsze powierzanie przez Podmiot Przetwarzający przetwarzania danych osobowych (dalej: "**podpowierzenie**") wybranym przez niego podwykonawcom.
2. Wykaz podwykonawców, którym Podmiot Przetwarzający powierzył przetwarzanie danych osobowych na dzień zawarcia Umowy Powierzenia, stanowi Załącznik nr 2 do niniejszej Umowy. Administrator wyraża zgodę na powierzenie danych podmiotom wskazanym w tym wykazie. Wykaz jest publikowany pod stałym adresem internetowym i wersjonowany.
3. Jeżeli podwykonawca nie wywiąże się ze spoczywających na nim obowiązków ochrony danych, pełna odpowiedzialność wobec Administratora za wypełnienie obowiązków tego podwykonawcy spoczywa na Podmiocie Przetwarzającym.
4. Podmiot Przetwarzający zobowiązuje się zapewnić, że:
  - podmiot przetwarzający (podwykonawca) stosuje odpowiednie środki techniczne i organizacyjne w celu zapewnienia przetwarzania podpowierzonych danych osobowych zgodnie z RODO;
  - zakres obowiązków podmiotu przetwarzającego (podwykonawcy) w zakresie ochrony danych odpowiada obowiązkom Podmiotu Przetwarzającego wynikającym z niniejszej Umowy.

- 5.
6. Jeżeli Podmiot Przetwarzający zamierza podpowierzyć przetwarzanie danych osobowych nowemu podwykonawcy, powiadomi o tym Administratora drogą mailową nie później niż 30 (trzydzieści) dni przed podpowierzeniem.
- 7.
8. Administrator może sprzeciwić się podpowierzeniu, zgłaszając sprzeciw drogą mailową w terminie 30 (trzydziestu) dni od otrzymania powiadomienia.
9. Po bezskutecznym upływie terminu na wniesienie sprzeciwu, o którym mowa w ust. 4 powyżej, Podmiot Przetwarzający może podpowierzyć przetwarzanie danych osobowych wybranemu podwykonawcy.
- 10.
11. W przypadku wniesienia sprzeciwu, o którym mowa w ust. 4 powyżej, Administrator jest uprawniony do wypowiedzenia Umowy Głównej — w całości albo w części dotkniętej podpowierzeniem — ze zwrotem proporcjonalnej części uiszczonych opłat subskrypcyjnej oraz z zachowaniem co najmniej 30-dniowego okresu na eksport danych. Podmiot Przetwarzający nie jest uprawniony do wypowiedzenia Umowy Głównej wyłącznie z powodu wniesienia sprzeciwu.
12. Podpowierzenie, o którym mowa w ust. 3 powyżej, nie stanowi zmiany Umowy Powierzenia.

#### § 6. Przekazywanie danych do państw trzecich

1. Podmiot Przetwarzający nie przekazuje powierzonych danych osobowych do państwa trzeciego ani organizacji międzynarodowej bez zapewnienia podstawy przekazania, o której mowa w rozdziale V RODO.
2. Instrument, na podstawie którego następuje przekazanie do każdego z podwykonawców mających siedzibę poza Europejskim Obszarem Gospodarczym albo przetwarzających dane poza tym obszarem, wskazuje Załącznik nr 2 do niniejszej Umowy. Instrumentem tym jest decyzja Komisji Europejskiej stwierdzająca odpowiedni stopień ochrony wraz z potwierdzoną certyfikacją danego podmiotu albo standardowe klauzule umowne przyjęte decyzją wykonawczą Komisji (UE) 2021/914, w module właściwym dla relacji między podmiotami przetwarzającymi.
3. Podmiot Przetwarzający przeprowadza i dokumentuje ocenę skutków przekazania oraz wdraża środki uzupełniające, jeżeli okaże się to niezbędne dla zapewnienia stopnia ochrony wymaganego przez RODO.
4. Podmiot Przetwarzający niezwłocznie powiadomi Administratora o utracie ważności instrumentu przekazania albo o powzięciu wiadomości o okolicznościach uniemożliwiających jego dalsze stosowanie.
5. W razie otrzymania żądania udostępnienia powierzonych danych osobowych od organu państwa trzeciego Podmiot Przetwarzający: 1) powiadomi o tym Administratora, chyba że jest to prawnie zakazane; 2) zakwestionuje żądanie, jeżeli jest to prawnie dopuszczalne, w tym wystąpi o zastosowanie środka tymczasowego; 3) ograniczy ujawnienie do minimalnego zakresu wynikającego z żądania; 4) będzie prowadzić rejestr takich żądań i udostępni go Administratorowi.
6. Podmiot Przetwarzający zapewni, aby Dostawcy Modeli nie wykorzystywali powierzonych danych osobowych do trenowania ani ulepszania modeli sztucznej inteligencji, aby okres przechowywania danych po ich stronie był określony i możliwie najkrótszy, oraz aby zobowiązania te zostały przeniesione na dalszych podwykonawców. Na żądanie Administratora Podmiot Przetwarzający zapewni

przetwarzanie w regionie Unii Europejskiej wszędzie tam, gdzie dany podwykonawca je oferuje.

#### § 7. Środki techniczne i organizacyjne

1. Podmiot Przetwarzający wdraża i utrzymuje środki techniczne i organizacyjne odpowiadające ryzyku naruszenia praw lub wolności osób, których dane dotyczą, obejmujące co najmniej: szyfrowanie transmisji danych; kontrolę dostępu opartą na zasadzie najmniejszych uprawnień wraz z uwierzytelnianiem wieloskładnikowym dla dostępu administracyjnego; logiczne oddzielenie danych poszczególnych Administratorów; wykonywanie kopii zapasowych wraz z okresowym testowaniem odtworzenia; rejestrowanieostępów do danych; procedurę zarządzania naruszeniami ochrony danych; zobowiązanie personelu do zachowania poufności.
2. Poświadczenia dostępu do Kont Zewnętrznych są przechowywane w sposób uniemożliwiający dostęp osobom nieupoważnionym. Szczegółowy opis stosowanych środków, wraz ze wskazaniem środków wdrażanych i terminu ich wdrożenia, zawiera Załącznik nr 3 do niniejszej Umowy.
3. Dostęp personelu Podmiotu Przetwarzającego do powierzonych danych osobowych w celach serwisowych następuje wyłącznie na żądanie Administratora, w związku ze zgłoszeniem serwisowym, w ograniczonym czasie i z rejestrowaniem takiego dostępu, albo gdy jest to niezbędne ze względów bezpieczeństwa lub obowiązku prawnego.
4. Obowiązek umożliwienia audytu, o którym mowa w § 3, wobec podwykonawców realizowany jest przez dostarczenie Administratorowi certyfikatów oraz raportów niezależnych audytorów, w szczególności SOC 2 Type II, ISO/IEC 27001 lub ISO/IEC 27018, a także wyników audytów przeprowadzonych przez Podmiot Przetwarzający. Inspekcja na miejscu jest dopuszczalna wyłącznie w infrastrukturze własnej Podmiotu Przetwarzającego.
5. Podmiot Przetwarzający informuje Administratora, jeżeli jego zdaniem wydane polecenie stanowi naruszenie RODO lub innych przepisów o ochronie danych osobowych.
6. Punkty kontaktowe Stron w sprawach ochrony danych osobowych wskazuje Załącznik nr 3 do niniejszej Umowy.

#### § 8. Czas trwania Umowy Powierzenia

Umowa Powierzenia zostaje zawarta na czas trwania Umowy Głównej i wygasa z chwilą rozwiązania, odstąpienia lub wygaśnięcia Umowy Głównej.

#### § 9. Skutki rozwiązania Umowy Powierzenia

- 1.
2. W przypadku rozwiązania Umowy Powierzenia Podmiot Przetwarzający, według wyboru Administratora, zwróci mu powierzone dane osobowe albo je usunie. Administrator wskazuje wybrany sposób w terminie 30 (trzydziestu) dni od dnia rozwiązania Umowy Powierzenia; w tym okresie Administrator może dokonać eksportu danych. Brak wskazania w tym terminie oznacza wybór usunięcia. Usunięcie następuje niezwłocznie po upływie tego okresu, z wyłączeniem kopii zapasowych, które są usuwane zgodnie z cyklem ich wygasania, nieprzekraczającym 90 dni. Podmiot Przetwarzający uzyska i przekaże Administratorowi potwierdzenie usunięcia danych przez podwykonawców, w tym Dostawców Modeli, a na żądanie Administratora złoży oświadczenie o usunięciu danych.

3. Postanowienia zdania poprzedniego nie mają zastosowania do danych osobowych, których przechowywanie przez Podmiot Przetwarzający jest wymagane przez okres dłuższy niż czas trwania Umowy Powierzenia zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa.

## **§ 9. Postanowienia końcowe**

1. Załącznik nr 1 - Kategorie powierzonych danych osobowych i kategorie osób, których dane dotyczą stanowi integralną część Umowy.
2. W sprawach nieuregulowanych w niniejszej Umowie zastosowanie mają postanowienia Regulaminu, przepisy RODO oraz odpowiednie przepisy prawa polskiego.

### **Załącznik nr 1 do Umowy Powierzenia - Kategorie powierzonych danych osobowych i kategorie osób, których dane dotyczą**

Poniższa tabela:

| <b>NR</b> | <b>KATEGORIE OSÓB, KTÓRYCH DANE DOTYCZĄ</b>                            | <b>KATEGORIE DANYCH OSOBOWYCH</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.        | Uczestnicy                                                             | Imię (imiona), nazwisko, dane kontaktowe, e-mail, informacje o historii zakupów dokonanych w sklepie Marki, informacje o wykorzystanych voucherach i benefitach                                                                                                                                                                                   |
| 2.        | Klienci sklepu Marki niebędący Uczestnikami                            | Adres e-mail przetwarzany w celu utworzenia identyfikatora, pseudonimizowany identyfikator klienta, dane zamówienia i pozycji zamówienia, w tym numer katalogowy i nazwa produktu, ilość, wartość, koszt, marża, metoda płatności, rabaty oraz status i wartość zwrotu                                                                            |
| 3.        | Osoby odwiedzające sklep internetowy Marki, w tym niedokonujące zakupu | Identyfikatory internetowe i reklamowe (identyfikator odwiedzającego, identyfikator reklamy, parametry kampanii, identyfikatory kliknięcia Platform Zewnętrznych, adres strony odsyłającej i docelowej), dane o zachowaniu (dodanie do koszyka, rozpoczęcie zamówienia, zakup, wartość koszyka) oraz znaczniki czasu — przechowywane przez 90 dni |
| 4.        | Ambasadorzy                                                            | Dane identyfikacyjne i kontaktowe, numer telefonu, dane rozliczeniowe Czynnemu MGM, status weryfikacji                                                                                                                                                                                                                                            |

|    |                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                             |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5. | Osoby, których wizerunek Marka wprowadza do Platformy (Biblioteka Wizerunków, materiały odniesienia, kreacje reklamowe) | Wizerunek, oznaczenie osoby, notatki wprowadzone przez Markę, materiały wygenerowane na podstawie wizerunku oraz automatycznie wytworzony opis kreacji                                      |
| 6. | Uprawnieni Użytkownicy Konta Marki, w tym pracownicy Agencji                                                            | Imię i nazwisko, adres e-mail, rola i uprawnienia, dane uwierzytelniające, historia dostępu, treść zapytań kierowanych do asystenta opartego na sztucznej inteligencji oraz rejestr zużycia |
| 7. | Osoby, których dane znajdują się w systemach podłączonych przez Markę (CRM, arkusze danych)                             | Dane kontaktowe i dane o relacji handlowej, w zakresie określonym przez Administratora                                                                                                      |
| 8. | Osoby korzystające z Linków Udostępniania                                                                               | Adres IP oraz znacznik czasu ostatniego użycia                                                                                                                                              |
| 9. | Uprawnieni Użytkownicy Kont Zewnętrznych                                                                                | Poświadczenia dostępu do Kont Zewnętrznych wraz z identyfikatorem i nazwą użytkownika na Platformie Zewnętrznej                                                                             |