

Regulamin Programu Reklamowego Google Ireland Limited

Stronami niniejszego Regulaminu Programu Reklamowego Google Ireland Limited („Regulamin”) są: spółka Google Ireland Limited (zarejestrowaną pod numerem: 368047) z siedzibą pod adresem: Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, Irlandia („Google”) oraz podmiot podpisujący niniejszy Regulamin lub akceptujący go drogą elektroniczną („Klient”), inny niż konsument w rozumieniu ustawy Kodeks Cywilny z dnia 23 kwietnia 1964r. (Dz.U.1964.16.93 z późn. zm.). Niniejszy Regulamin reguluje uczestnictwo Klienta w programach i usługach reklamowych Google, (i) które są dostępne za pośrednictwem konta lub kont przyznanych Klientowi w związku z niniejszym Regulaminem, lub (ii) które włączają zastosowanie niniejszego Regulaminu poprzez odniesienie do niego (łącznie „Programy”). Prosimy o uważne przeczytanie niniejszego Regulaminu. W związku z powyższym strony postanawiają, co następuje:

1 Programy. Klient upoważnia Google i każdy podmiot, który w danym czasie bezpośrednio lub pośrednio kontroluje spółkę Google, jest przez nią kontrolowany lub znajduje się wraz z Google pod wspólną kontrolą innego podmiotu („Podmioty Stowarzyszone”), do umieszczania materiałów reklamowych Klienta, plików danych i technologii (łącznie „Reklamy” lub „Teksty”) we wszelkich treściach lub obiektach (każdy z osobna „Obiekt”) dostarczanych przez Google lub jej Podmioty Stowarzyszone w imieniu Google lub, w stosownych przypadkach, w imieniu osoby trzeciej („Partner”). Klient ponosi wyłączną odpowiedzialność za wszelkie: (i) Reklamy, (ii) decyzje dotyczące sprzedaży Reklam i kierowania ich do odpowiednich odbiorców (np. słowa kluczowe) („Cele”), (iii) miejsca, do których Reklama przekierowuje użytkowników (np. landing pages, aplikacje mobilne), wraz z towarzyszącymi im adresami URL, punktami orientacyjnymi i przekierowaniami („Miejsca Docelowe”) oraz (iv) usługi i produkty reklamowane w Miejscach Docelowych (łącznie „Usługi”). Program jest platformą reklamową, a Klient upoważnia Google oraz jego Podmioty Stowarzyszone do używania na niej zautomatyzowanych narzędzi do formatowania Reklam. W niniejszym Regulaminie „Reklamodawca” oznacza podmiot, którego Reklamy (stworzone przez niego lub przez osobę trzecią w jego imieniu) są umieszczane przez Klienta za pośrednictwem Programu. Jeżeli Klient korzysta z Programu do reklamowania w swoim własnym imieniu, a nie w imieniu Reklamodawcy, Klienta uznaje się w tym zakresie zarówno za Klienta, jak i za Reklamodawcę. Google i jej Podmioty Stowarzyszone mogą również udostępniać Klientowi określone opcjonalne funkcje Programu, aby pomóc Klientowi w wyborze lub generowaniu Celów, Reklam lub Miejsc Docelowych. Klient nie musi udzielać pozwolenia na stosowanie tych opcjonalnych funkcji oraz, w stosownych przypadkach, może decydować o rozpoczęciu lub rezygnacji z korzystania z tych funkcji. Jednakże, jeżeli Klient korzysta ze wspomnianych funkcji, to ponosi on wyłączną odpowiedzialność za Cele, Reklamy i Miejsca Docelowe. Google lub Partnerzy mogą w dowolnym czasie odrzucić lub usunąć daną Reklamę, Cel lub Miejsce Docelowe z dowolnego powodu lub bez powodu. Google i jej Podmioty Stowarzyszone mogą w dowolnym czasie modyfikować lub anulować Programy. Klient przyjmuje do wiadomości, że Google lub jej Podmioty Stowarzyszone mogą uczestniczyć w aukcjach Programu w celu wsparcia własnych usług i produktów. Niektóre funkcje Programów są określane jako „Beta” lub w inny sposób jako nieobsługiwane lub poufne (łącznie „Funkcje Beta”). Klient nie może ujawniać żadnych informacji dotyczących Funkcji Beta ani warunków lub faktu istnienia niepublicznych Funkcji Beta.

2 Zasady. Klient ponosi wyłączną odpowiedzialność za swoje korzystanie z Programów (np. dostęp do kont Programu i korzystanie z nich, ochrona nazw użytkownika i haseł)

(„Korzystanie”). Korzystanie z Programu podlega obowiązującym zasadom Google dostępnym na stronie [google.com/ads/policies](https://www.google.com/ads/policies) oraz wszelkim innym zasadom udostępnionym Klientowi przez Google, w tym zasadom Partnerów oraz, w stosownym zakresie, Zasadom dotyczącym zgody użytkowników z Unii Europejskiej dostępnym pod adresem [google.com/about/company/user-consent-policy.html](https://www.google.com/about/company/user-consent-policy.html) (w każdym przypadku „Zasady”, wraz z późniejszymi zmianami). Klient upoważnia również Google do modyfikowania Reklam zgodnie z Zasadami. W związku z Programem Google będzie stosować się do Polityki prywatności Google dostępnej pod adresem [google.com/policies/privacy](https://www.google.com/policies/privacy) (wraz z późniejszymi zmianami). W zakresie w jakim korzystanie jest nimi objęte, Google oraz Klient wyrażają zgodę, w stosownym zakresie, na (i) Zasady Ochrony Danych Google Ads Administrator-Administrator dostępne pod adresem [privacy.google.com/businesses/controllerterms](https://www.privacy.google.com/businesses/controllerterms) (wraz z późniejszymi zmianami); lub (ii) Zasady przetwarzania danych Google Ads dostępne pod adresem [privacy.google.com/businesses/processorterms](https://www.privacy.google.com/businesses/processorterms) (łącznie jako “Europejski Regulamin Danych Osobowych”). Google nie będzie modyfikować Europejskiego Regulaminu Danych Osobowych, chyba że taka możliwość jest wyraźnie przewidziana w Europejskim Regulaminie Danych Osobowych. Klient nie będzie sam ani nie pozwoli osobie trzeciej (i) generować automatycznych, zabronionych lub nieprawidłowych odsłon, zapytań, kliknięć lub konwersji, (ii) ukrywać konwersji w przypadku Programów tam, gdzie wymagane jest ich ujawnienie, (iii) korzystać ze zautomatyzowanych sposobów lub metod poszukiwania lub wydobywania danych w celu uzyskania z Obiektów dostępu do informacji Google związanych z reklamą, zadawania pytań w tym zakresie lub gromadzenia takich informacji, chyba że Google zezwoli na to wyraźnie na piśmie, (iv) podejmować prób ingerencji w prawidłowe funkcjonowanie Programów (v) reklamować substancji, usług, produktów ani materiałów, które naruszają przepisy prawa i regulacje obowiązujące w kraju, w którym Reklamy są wyświetlane, zamieszczane lub w inny sposób udostępniane; (vi) postępować niezgodnie ze specyfikacjami technicznymi umieszczanymi w Obiektach i/lub z Zasadami lub (vii) prowadzić innej działalności gospodarczej, która zgodnie z prawem jakiegokolwiek stanu lub kraju, w którym Reklama jest dostępna, byłaby nielegalna lub niedozwolona. Klient będzie kierować komunikaty dotyczące Reklam umieszczanych w Obiektach Partnerskich na mocy niniejszego Regulaminu wyłącznie do Google.

3 Emisja Reklam. (a) Klient nie będzie dostarczać Reklam, które zawierają lub łączą z oprogramowaniem złośliwym, oprogramowaniem szpiegującym, niechcianym oprogramowaniem lub jakimkolwiek innym złośliwym kodem ani nie będzie świadomie naruszać lub omijać zabezpieczeń Programu. (b) Klient może korzystać z serwera Reklam wyłącznie do emisji lub śledzenia reklam w ramach Programów, które zezwalają na emisję reklam przez osoby trzecie i jedynie wtedy, gdy serwer Reklam zostanie zaaprobowany przez Google do udziału w Programie. Google dokona implementacji tagów serwera Reklam Klienta, tak aby zasadniczo działały. (c) Jeżeli w przypadku Reklam wyświetlanych w Internecie rozliczanych na zasadzie kosztu za tysiąc odsłon (CPM) lub na zasadzie kosztu za tysiąc widocznych odsłon (vCPM) („Reklamy Wyświetlane”) mająca zastosowanie metoda liczenia odsłon („IC”) w danym Programie jest według Google większa od IC według obsługiwanego przez Klienta serwera Reklam osoby trzeciej („3PAS”) o ponad 10% w całym okresie objętym fakturą, Klient będzie wspierał działania ugodowe pomiędzy Google a 3PAS. Jeżeli rozbieżność nie zostanie rozstrzygnięta, jedynym środkiem przysługującym Klientowi jest zgłoszenie roszczenia w ciągu 60 dni od dnia wystawienia faktury („Okres Roszczenia”). Jeżeli Google uzna, że roszczenie jest zasadne, Google przyzna Klientowi dodatkowy budżet marketingowy w wysokości (90% IC Google minus IC 3PAS) pomnożony przez odnotowany przez Google średni CPM lub, w stosownych przypadkach, vCPM kampanii w okresie

objętym fakturą. Jakikolwiek dodatkowy budżet marketingowy musi zostać wykorzystany przez Klienta w ciągu 60 dni od przyznania („Data Ważności”), jak również Google może zawiesić pozwolenie udzielone Klientowi na korzystanie z tego dostawcy 3PAS oraz może zawiesić lub znieść moc obowiązującą zasad dotyczących rozliczania rozbieżności, o których mowa w niniejszym punkcie, w odniesieniu do tego dostawcy 3PAS. Statystyki z 3PAS, którego tagi serwera Reklam są przedstawiane Google, zostaną wykorzystane przy obliczeniach mających na celu rozliczenie powyższych rozbieżności. Google może zażądać, by dokumentacja dotycząca rozbieżności była przekazywana Google bezpośrednio przez 3PAS. Klient nie będzie uzyskiwał dodatkowego budżetu z tytułu rozbieżności spowodowanych niemożnością emisji Reklam przez 3PAS.

4 Testowanie. Klient upoważnia Google oraz jego Podmioty Stowarzyszone do okresowego przeprowadzania Testów, które mogą wpłynąć na Używanie Programów przez Klienta, w tym na format Reklam, Cele, Miejsca Docelowe, jakość, rankingi, wyniki, ceny oraz dostosowania stawek w czasie aukcji. Aby zapewnić terminowość i prawidłowość wyników testów, Klient upoważnia Google do przeprowadzania takich testów bez wcześniejszego powiadomienia Klienta oraz bez odszkodowania dla Klienta z tego tytułu.

5 Anulowanie Reklamy. O ile z Zasad, interfejsu użytkownika Programu lub umowy zawierającej odniesienie do niniejszego Regulaminu („IO”) nie wynika inaczej, każda ze stron może anulować Reklamę w dowolnej chwili przed jej aukcją lub zamieszczeniem, w zależności od tego, co nastąpi wcześniej, przy czym jeżeli Klient anuluje Reklamę po ustalonym terminie podanym przez Google (np. w ramach kampanii polegającej na wcześniejszej rezerwacji), Klient będzie odpowiedzialny za uiszczenie wszelkich opłat z tytułu anulowania, o których Google powiadomi Klienta, a Reklama może nadal zostać opublikowana. Emisja anulowanych Reklam z reguły ustaje w ciągu 8 godzin roboczych lub w terminie wskazanym w Zasadach lub IO, a do tego czasu Klient ma obowiązek uiścić wszelkie opłaty związane z taką emisją Reklam (np. opłaty uzależnione od konwersji). Klient dokonuje anulowania Reklam (i) przez Internet za pośrednictwem konta Klienta, jeżeli taka funkcja jest dostępna, (ii) jeżeli funkcja ta nie jest dostępna, poprzez zawiadomienie Google drogą elektroniczną za pośrednictwem opiekuna konta Klienta, lub (iii) jeżeli ta funkcjonalność jest niedostępna, a Klient nie posiada opiekuna konta, poprzez zawiadomienie Google drogą elektroniczną na adres adwords-support@google.com. Klienta nie zwalnia się z jakichkolwiek zobowiązań płatniczych odnośnie do Reklam nieprzekazanych lub Reklam przekazanych przez Klienta po terminie wskazanym przez Google. IO przekazane przez Klienta, ani żadne inne warunki i regulaminy przekazane przez Klienta nie są wiążące dla Google.

6 Gwarancje, Prawa i Obowiązki. Każda ze stron zapewnia drugą, że wykorzysta wszelkie dostępne jej umiejętności i dołoży uzasadnionej staranności w wypełnianiu swoich zobowiązań wynikających z niniejszego Regulaminu. Klient gwarantuje, że (a) Klient posiada prawa do Reklam, Miejsc Docelowych i Celów i udziela tych praw Google, jej Podmiotom Stowarzyszonym i Partnerom na potrzeby obsługi Programów (w tym, w przypadku plików danych, po zaprzestaniu przez Klienta korzystania z Programów), (b) wszystkie informacje i upoważnienia udzielone przez Klienta lub w jego imieniu są kompletne, prawidłowe i aktualne oraz że (c) Korzystanie, Usługi lub Miejsca Docelowe nie będą: (i) naruszały ani zachęcały do naruszenia przepisów prawa, obowiązujących regulacji ani kodeksów (w tym, Kodeksu Dobrych Praktyk Członków SAR i innych podobnych kodeksów dotyczących norm postępowania w reklamie w jakiejkolwiek innej jurysdykcji) ani (ii) naruszały praw własności intelektualnej osób trzecich ani zawierały treści o charakterze szkodliwym, obraźliwym,

obscenicznym, grózb lub oszczerstw. Klient upoważnia Google i jej Podmioty Stowarzyszone do zautomatyzowania pobierania i analizy oraz do tworzenia testowych poświadczeń dostępu do Miejsc Docelowych na potrzeby Programów. Poprzez podanie Google w związku z Programami jakiegokolwiek numeru telefonu komórkowego lub innego numeru telefonu Klient przyjmuje do wiadomości, że Google lub jego Podmioty Stowarzyszone mogą dzwonić oraz wysyłać wiadomości tekstowe (do których mają zastosowanie standardowe opłaty za wiadomości tekstowe i transfer danych) na podane numery telefonu, w tym za pośrednictwem systemów automatycznego wywoływania w związku z Programami. Jednakże, Google nie będzie wykorzystywało tego pozwolenia w celu wykonywania automatycznych połączeń lub wysyłania wiadomości tekstowych w celach marketingowych. Klient upoważnia również Google, jego Podmioty Stowarzyszone oraz ich agentów do wysyłania Klientom poczty elektronicznej w związku z Programami.

Klient będzie przekazywać Reklamodawcy dane sprawozdawcze nie rzadziej niż raz na miesiąc, które to sprawozdania będą zawierać kwoty wydane na Google i utrzymanie efektywności w widocznym miejscu (co najmniej koszt, kliknięcia i odsłony przez użytkowników przypadające na rzecz tego Reklamodawcy). Na żądanie Reklamodawcy Google może udzielić mu informacji dotyczących konkretnie tego Reklamodawcy.

7 Kompensaty. Jeżeli chodzi o rezerwowane Reklamy Wyświetlane, Google do końca kampanii dostarczy uzgodnioną łączną liczbę Reklam Wyświetlanych, przy czym jeżeli Google nie wykona tego zobowiązania, jedynym środkiem przysługującym Klientowi jest zgłoszenie roszczenia w Okresie Roszczenia. W przypadku potwierdzenia przez Google zasadności roszczenia Google nie obciąży Klienta kosztem Reklam Wyświetlanych, które nie zostały dostarczone lub, jeżeli Klient zapłacił z góry, wówczas Google, wedle rozsądnego uznania, (i) przyzna dodatkowy budżet marketingowy, który musi zostać wykorzystany do Daty Ważności, (ii) zamieści Reklamy Wyświetlane w miejscu, jakie Google uzna za porównywalne w terminie 60 dni od momentu potwierdzenia przez Google zasadności roszczenia, lub (iii) przedłuży okres kampanii. Google nie może zagwarantować dostarczenia Reklam działających na zasadzie aukcji, w związku z czym kompensaty nie dotyczą tego rodzaju Reklam.

8 Płatność. Klient będzie pokrywać wszelkie koszty ponoszone w związku z Programem korzystając z metody płatności zatwierdzonej przez Google dla takiego Klienta (wraz z późniejszymi zmianami), w rozsądnym z handlowego punktu widzenia terminie określonym przez Google (np. w interfejsie użytkownika Programu lub w IO). Od nieterminowych płatności naliczane są odsetki ustawowe. Opłaty nie zawierają podatków. Klient uiszcza (i) wszystkie podatki i inne należności państwowe oraz (ii) uzasadnione wydatki wraz z honorariami prawników i innych osób poniesione przez Google w związku z odzyskaniem zaległych płatności, które nie są kwestionowane w dobrej wierze. Opłaty naliczane są na podstawie warunków rozliczeniowych stosowanych w odniesieniu do konkretnego Programu (np. w oparciu o kliknięcia, odsłony lub o konwersje). Każda część opłaty, które nie została zakwestionowana w dobrej wierze, musi być zapłacona w całości. Żadna ze stron nie może dokonać potrącenia jakiegokolwiek należności na mocy niniejszego Regulaminu z innej płatności, którą jest ona zobowiązana dokonać zgodnie z niniejszym Regulaminem. Google może, według własnego uznania, przedłużyć okres ważności dodatkowego budżetu, zmienić go lub uchylić w dowolnym momencie. Google nie ma obowiązku dostarczać Reklam w zakresie wykraczającym poza limit budżetowy. Jeżeli Google dostarcza Reklamy, lecz nie dostarcza ich do wybranych Celów lub Miejsc Docelowych, jedynym środkiem przysługującym Klientowi w tym zakresie jest zgłoszenie roszczenia o dodatkowy budżet reklamowy w Okresie Roszczenia, po upływie którego (pod warunkiem uznania roszczenia)

Google przyzna dodatkowy budżet, który musi zostać wykorzystany do Daty Ważności. Klient rozumie, że osoby trzecie mogą generować odsłony lub kliknięcia Reklam Klienta w niedozwolonych lub niewłaściwych celach i że, jeżeli to nastąpi, jedynym środkiem przysługującym Klientowi w tym zakresie jest zgłoszenie roszczenia o dodatkowy budżet reklamowy w Okresie Roszczenia, po upływie którego (pod warunkiem uznania roszczenia) Google przyzna dodatkowy budżet, który musi zostać wykorzystany do Daty Ważności. **W NAJSZERSZYM ZAKRESIE DOZWOLONYM PRZEZ PRAWO (A) KLIENT ZRZEKA SIĘ WSZELKICH ROSZCZEŃ ZWIĄZANYCH Z OPŁATAMI DOTYCZĄCYMI PROGRAMÓW, CHYBA ŻE ROSZCZENIE ZOSTANIE ZŁOŻONE W OKRESIE ROSZCZENIA; (B) EWENTUALNY DODATKOWY BUDŻET REKLAMOWY JEST PRYZNAWANY WEDŁUG UZNANIA GOOGLE, A W PRZYPADKU JEGO OTRZYMANIA, MUSI ZOSTAĆ WYKORZYSTANY DO DATY WAŻNOŚCI.** Klient przyjmuje do wiadomości i zgadza się, że wszelkie informacje dotyczące rachunków, kart kredytowych i podobne informacje związane z rozliczeniami i płatnościami, które Klient przekazuje Google, mogą być udostępniane przez Google spółkom, które pracują na zlecenie Google wyłącznie w celu przeprowadzenia analizy zdolności kredytowej, dokonania płatności na rzecz Google, windykacji kwot należnych Google i/lub obsługi konta Klienta.

9 Wyłączenia odpowiedzialności. Do żadnego z Programów lub innych towarów lub usług dostarczanych przez Google lub jej Podmioty Stowarzyszone na mocy niniejszego Regulaminu nie mają zastosowania jakiegokolwiek warunki, gwarancje lub inne zasady poza wyraźnie określonymi w niniejszym Regulaminie. W najszerszym zakresie dozwolonym przez prawo nie mają zastosowania jakiegokolwiek dorozumiane warunki, gwarancje lub inne zasady (w tym wszelkie dorozumiane warunki dotyczące zadowalającej jakości, przydatności do określonego celu lub zgodności z opisem). Google, jej Podmioty Stowarzyszone ani Partnerzy Google nie składają żadnych gwarancji w związku z Programami lub wynikami Programów. W najszerszym zakresie dozwolonym przez prawo, Google nie składa jakichkolwiek zapewnień w zakresie poinformowania Klienta o defektach lub błędach.

10 Ograniczenie odpowiedzialności. (a) Żadne z postanowień niniejszego Regulaminu lub IO nie wyłącza ani nie ogranicza odpowiedzialności stron z tytułu: (i) śmierci lub uszkodzenia ciała spowodowanego niedbalstwem strony, osób przez nią zatrudnionych, jej przedstawicieli lub pracowników; (ii) oszustwa lub świadomego wprowadzenia w błąd; (iii) postanowień punktu 11 (Zwolnienie z odpowiedzialności); (iv) naruszenia przez Klienta postanowień punktu 3(a), 6(c), 13(d) lub ostatniego zdania punktu 1, (v) płatności kwot należnych drugiej stronie w ramach Regulaminu; lub (vi) czegokolwiek, za co odpowiedzialność nie może zostać prawnie wyłączona lub ograniczona. (b) Żadna ze stron nie ponosi odpowiedzialności na mocy niniejszego Regulaminu lub IO lub w związku z nimi (umownej lub deliktowej, w tym między innymi wskutek niedbalstwa, ani żadnej innej) z tytułu: (i) utraty zysków; (ii) utraty spodziewanych oszczędności; (iii) utraty potencjalnych transakcji; (iv) utraty lub uszkodzenia danych; (v) strat lub szkód wynikających z roszczeń osób trzecich; lub (vi) strat pośrednich lub wtórnych – poniesionych przez drugą stronę (niezależnie od tego, czy w dniu zaakceptowania Regulaminu przez Klienta strony brały pod uwagę możliwość poniesienia takich strat). (c) Z zastrzeżeniem postanowień punktów 10(a) i (b) powyżej, łączna odpowiedzialność każdej ze stron wobec drugiej strony wynikająca ze zdarzenia lub serii powiązanych zdarzeń lub związana z niniejszym Regulaminem ogranicza się do: (i) kwoty zapłaconej lub płatnej przez Klienta na rzecz Google na podstawie niniejszego Regulaminu w okresie trzech miesięcy bezpośrednio poprzedzających miesiąc, w którym doszło do zdarzenia (lub pierwszego z serii powiązanych zdarzeń) lub (ii) 25.000 GBP, w zależności od tego, która kwota będzie wyższa.

11 Zwolnienie z odpowiedzialności. Klient obroni oraz zwolni Google, jej Partnerów, przedstawicieli, Podmioty Stowarzyszone i licencjodawców z jakichkolwiek zobowiązań, odszkodowań, strat, opłat za koszty (w tym rozsądnych opłat prawnych) i wydatków związanych z zarzutami osób trzecich lub postępowaniem sądowym w zakresie wynikającym z lub związanym z Reklamami, Celami, Miejscami Docelowymi, Usługami, Korzystaniem lub jakimkolwiek naruszeniem Regulaminu przez Klienta. Na mocy niniejszego punktu Partnerzy są osobami trzecimi uprawnionymi z tytułu niniejszego Regulaminu.

12 Zmiany w Regulaminie i rozwiązanie. Google może dokonywać w niniejszym Regulaminie zmian niemających istotnego charakteru w dowolnej chwili bez uprzedniego zawiadomienia o nich Klienta, Google zawiadomi jednak Klienta z wyprzedzeniem o jakichkolwiek zmianach mających istotny charakter. Zmieniony Regulamin będzie publikowany pod adresem google.com/ads/terms. Zmiany Regulaminu nie będą stosowane z mocą. Jednakże, zmiany z przyczyn prawnych stają się skuteczne z dniem poinformowania o nich. Każda ze stron może wypowiedzieć niniejszy Regulamin w dowolnej chwili w sposób natychmiastowy po zawiadomieniu drugiej strony, lecz (a) kampanie, które nie zostały anulowane na podstawie punktu 5 oraz nowe kampanie, mogą być uruchamiane i rezerwowane oraz (b) dalsze Korzystanie z Programu w każdym przypadku podlega obowiązującym w danym czasie regulaminom Google dla danych Programów, dostępnym pod adresem google.com/ads/terms. Google może w dowolnym momencie zawiesić możliwość uczestnictwa Klienta w Programach, na przykład w wypadku problemów z płatnością, podejrzewanych lub faktycznych naruszeń Zasad lub niniejszego Regulaminu lub z przyczyn prawnych. We wszystkich przypadkach prowadzenie kampanii Klienta po wypowiedzeniu odbywa się według wyłącznego uznania Google. Okresowo Klient może posiadać dodatkowy budżet reklamowy lub inne niewykorzystane fundusze na koncie dotyczącym Programu AdWords („Dodatkowy Budżet AdWords”). Dodatkowy Budżet AdWords wygasa i staje się niedostępny dla Klienta, jeżeli nie zostanie wykorzystany w terminie ważności, zgodnie z poniższym: (h) Dodatkowy Budżet AdWords przyznany zgodnie z punktem 3 lub 7 lub 8 powyżej wygasa, jeżeli nie zostanie wykorzystany do odpowiedniej Daty Ważności; (i) Dodatkowy Budżet AdWords przyznany przez Google na cele promocyjne wygasa, jeżeli nie zostanie wykorzystany do określonego dnia promocji lub w okresie wskazanym w warunkach tej promocji oraz (j) Dodatkowy Budżet AdWords przyznany z tytułu innego niż ten wskazany w punkcie (h) lub (i) wygasa, jeżeli nie zostanie wykorzystany w ciągu 3 lat od dnia udostępnienia takiego Dodatkowego Budżetu Klientowi w ramach Programu AdWords.

13 Postanowienia różne. (a) Niniejszy Regulamin podlega prawu Rzeczypospolitej Polskiej, a jego strony poddają się wyłącznej właściwości polskich sądów w zakresie wszelkich sporów (umownych lub pozaumownych) dotyczących niniejszego Regulaminu lub Programów. (b) Z wyjątkiem sytuacji przewidzianych w punkcie 10 żadne z postanowień niniejszego Regulaminu nie ogranicza możliwości dochodzenia przez strony zadośćuczynienia na drodze sądowej. (c) Z zastrzeżeniem postanowień punktu 10(a) (ii), niniejszy Regulamin stanowi całość porozumienia pomiędzy stronami i zastępuje wszystkie inne umowy między nimi dotyczące jej przedmiotu. Podpisując niniejszy Regulamin żadna ze stron nie opierała się na jakichkolwiek oświadczeniach, gwarancjach lub zapewnieniach (niezależnie od tego, czy były umyślne lub nieumyślne), które nie zostały wyraźnie zawarte w niniejszym Regulaminie, jak również stronom nie przysługują jakiegokolwiek prawa lub środki prawne na podstawie takich oświadczeń, gwarancji lub zapewnień. (d) Klient nie wyda publicznego oświadczenia dotyczącego stosunku między stronami przewidzianego niniejszym Regulaminem (z wyjątkiem przypadków, gdy jest to wymagane przez prawo). (e) Wszelkie wypowiedzenia lub

zawiadomienia o naruszeniu muszą mieć formę pisemną (np. e-mail) i należy je kierować na adres działu prawnego drugiej strony (lub do głównej osoby kontaktowej, jeżeli nie wiadomo, czy druga strona posiada dział prawny lub na inny adres zawarty w dokumentach). Zawiadomienia do Działu Prawnego Google należy kierować na adres e-mail legal-notices@google.com. Wszystkie pozostałe zawiadomienia kierowane do Klienta będą sporządzane na piśmie i zostaną wysłane na adres e-mail powiązany z kontem Klienta. Wszelkie inne zawiadomienia kierowane do Google będą sporządzane na piśmie i będą przesyłane do głównej osoby kontaktowej Klienta w Google lub inną metodą udostępnioną Klientowi przez Google. Zawiadomienie uznaje się za doręczone w chwili jego otrzymania, zgodnie z odnotowaniem pisemnym lub za pośrednictwem środków elektronicznych. Powyższe wymagania dotyczące zawiadomień nie mają zastosowania do pism procesowych, które podlegają przepisom obowiązującego prawa. (f) Z wyjątkiem zmian niniejszego Regulaminu przez Google na mocy punktu 12, wszelkie zmiany muszą być uzgadniane przez obie strony i muszą wyraźnie nadmieniać, że stanowią zmianę niniejszego Regulaminu. Niewykonanie (lub późniejsze wykonanie) prawa przysługującego na mocy niniejszego Regulaminu nie stanowi zrzeczenia się takiego prawa przez stronę. Nieważność, niezgodność z prawem lub niewykonalność jakiegokolwiek postanowienia niniejszego Regulaminu (bądź jego części) pozostaje bez znaczenia dla mocy pozostałych postanowień niniejszego Regulaminu. (g) Żadna ze stron nie może dokonać cesji jakiegokolwiek części niniejszego Regulaminu bez pisemnej zgody drugiej strony, jednakże (A) Google ma prawo dokonać cesji części lub całości praw i/lub obowiązków wynikających z niniejszego Regulaminu na rzecz Podmiotu Stowarzyszonego, jeżeli Google poinformowała Klienta o cesji oraz (B) Klient może dokonać cesji całości jego praw i obowiązków wynikających z niniejszego Regulaminu na rzecz podmiotu, który bezpośrednio lub pośrednio kontroluje Klienta, jest przez niego kontrolowany lub znajduje się wraz z Klientem pod wspólną kontrolą innego podmiotu, pod warunkiem, że (I) cesjonariusz zobowiąże się na piśmie do przestrzegania niniejszego Regulaminu, (II) Klient pozostanie odpowiedzialny za zobowiązania przyjęte na mocy niniejszego Regulaminu w przypadku niewywiązania się z nich przez cesjonariusza oraz (III) Klient zawiadomił Google o cesji. Ponadto, Google może dokonać cesji jakichkolwiek kwot należnych Google od Klienta na rzecz osoby trzeciej. Jakakolwiek inna próba przeniesienia lub cesji uznana zostanie za nieważną. (h) Z wyjątkiem wyraźnych postanowień punktu 11, niniejszy Regulamin nie przewiduje żadnych osób trzecich uprawnionych z tytułu Regulaminu. (i) Niniejszy Regulamin nie ustanawia stosunku agencyjnego, spółki osobowej ani spółki joint venture pomiędzy stronami. (j) Punkt 1 (wyłącznie ostatnie zdanie) oraz punkty od 8 do 13 zachowują moc obowiązującą po rozwiązaniu niniejszego Regulaminu. (k) Z wyjątkiem zobowiązań płatniczych, żadna ze stron ani żaden z Podmiotów Stowarzyszonych nie ponosi odpowiedzialności z tytułu niewykonania lub opóźnienia w wykonaniu swoich zobowiązań w zakresie, w jakim jest to wynikiem okoliczności znajdujących się poza ich kontrolą.

1 września 2017