Změny podmínek používání služby Allegro Ads od 20. října 2025

Podmínky používání služby Allegro Ads

Obsah

Část 1 – Podmínky používání služby Allegro Ads pro Allegro.pl

- Článek 1. DEFINICE
- Článek 2. PODMÍNKY ÚČASTI
- Článek 3. PODMÍNKY ZOBRAZENÍ REKLAMNÍHO SDĚLENÍ
- Článek 3A. PODMÍNKY PŘEDNOSTNÍHO ZOBRAZOVÁNÍ REKLAMNÍCH SDĚLENÍ
- Článek 4. ZOBRAZENÍ REKLAMNÍHO SDĚLENÍ
- Článek 5. POPLATKY
- Článek 6. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

(...)

Revidované znění platné od 20. října 2025 ~~16. června 2025~~.

Část 1

Podmínky používání služby Allegro Ads pro Allegro.pl

(...)

Článek 1. DEFINICE

Níže uvedené výrazy a fráze použité v těchto Podmínkách mají následující význam:

(...)

30. **Součin** – součin příslušné ~~maximální~~ ceny v případě dané cenové jednotky za ~~jedno~~ kliknutí nebo za 1 000 (~~jednoho tisíce~~ jeden tisíc) zobrazení a poměru počtu kliknutí k počtu zobrazení reklamního sdělení během zobrazování reklamního sdělení, upravený parametrem ~~o parametr~~ shody zboží, které je předmětem daného reklamního sdělení, s předmětem webové stránky ~~webu~~, na které se nachází ~~na kterém je umístěna~~ Allegro Reklamní plocha.

(...)

33. **Cenová jednotka** – poplatek za zobrazení reklamního sdělení, který se podle níže uvedeného odstavce 5.4 řídí tímto modelem prodeje:

a. **Max. CPC** – jednotka používaná k vyúčtování sponzorovaných nabídek na základě počtu kliknutí na reklamní sdělení. Zadavatel reklamy stanoví maximální cenu brutto, kterou je ochotný zaplatit za jedno kliknutí, a to až do výše denního rozpočtu a s přihlédnutím k celkovému rozpočtu; možnost stanovit maximální cenu brutto se nevztahuje na reklamní plochu reklamní sítě. V takovém případě se poplatek za jedno kliknutí určuje v souladu s pravidly stanovenými daným provozovatelem reklamní sítě; výši poplatku omezuje denní rozpočet a zohledňuje se celkový rozpočet.

b. **Max. CPM** – jednotka používaná k vyúčtování grafických reklam na základě počtu zobrazení reklamního sdělení. 1 CPM je cena za každých 1 000 realizovaných zobrazení. Zadavatel reklamy stanoví maximální cenu brutto, kterou je ochoten zaplatit za každých 1 000 realizovaných zobrazení.

c. **Dynamická CPC** – jednotka používaná k vyúčtování sponzorovaných nabídek na základě počtu kliknutí na reklamní sdělení. Zadavatel reklamy nastaví průměrnou cenu brutto, kterou je ochoten zaplatit za jedno kliknutí, a to až do částky denního rozpočtu a včetně celkového rozpočtu. Dynamická CPC:

i. Výše uvedená průměrná cena brutto se vypočítá pro celou předpokládanou dobu zobrazování reklamního sdělení, avšak přepočítá se po každé změně odhadované průměrné ceny brutto provedené zadavatelem reklamy.
ii. Vzhledem k proměnlivým tržním podmínkám a očekávanému přínosu reklamního sdělení (stanovenému s přihlédnutím k odhadům strojových modelů a algoritmů Společnosti, které zohledňují zejména proměnlivé tržní podmínky pro zobrazení reklamního sdělení) bude cena reklamního sdělení brutto kolísat a může se odchýlit od předpokládané průměrné ceny brutto, nebude však nižší než hodnota minimální ceny za cenovou jednotku a nebude vyšší než 200 % průměrné ceny brutto stanovené zadavatelem reklamy.
iii. V rámci modelu dynamické CPC se Společnost snaží dosáhnout průměrné ceny brutto stanovené zadavatelem reklamy v souladu s výše uvedenými podmínkami, avšak není možné zaručit, že se této ceny skutečně podaří dosáhnout.
iv. Možnost specifikovat průměrnou cenu brutto se nevztahuje na reklamní plochu reklamní sítě – v tomto případě se poplatek za kliknutí stanoví podle pravidel příslušného poskytovatele reklamní sítě, a to až do výše denního rozpočtu a s přihlédnutím k celkovému rozpočtu.

v. Zadavatel reklamy může zvolit cenovou jednotku pro každé reklamní sdělení na panelu služby Ads.

34. **Denní rozpočet** – maximální denní rozpočet brutto, který je zadavatel reklamy ochotný vyčlenit na zobrazení reklamního sdělení na reklamní ploše.

35. **Celkový rozpočet** – maximální rozpočet brutto, který je zadavatel reklamy ochotný vyčlenit na zobrazení reklamního sdělení na reklamní ploše.

36. **Mechanismus optimalizace výše výdajů** – automatizovaný systém, který je součástí služby Ads; jeho účelem je optimalizovat výdaje v denním rozpočtu tak, aby se sponzorované nabídky zobrazovaly ve správný čas, důraz se klade na dobu, kdy Allegro navštěvuje nejvíce uživatelů.

~~36.~~ 37. **Panel služby Ads** – samostatná funkce služby Ads vyhrazená pro zadavatele reklamy na doméně salescenter.allegro.com nebo v rozhraních od technických partnerů; umožňuje zadavatelům reklamy používat reklamní služby dostupné na panelu služby Ads.

~~37.~~ 38. **Služba Ads** – služba, kterou poskytuje Společnost v souladu s těmito Podmínkami.

~~38.~~ 39. **Služba Ads Express** – způsob používání služby Ads, který má omezené funkce a který zadavatelům reklamy umožňuje rychle zveřejňovat reklamní sdělení prostřednictvím firemního účtu na portálu Allegro; jeho podrobné podmínky jsou uvedeny v odstavci 3.10 těchto Podmínek.

~~39.~~ 40. **Reklama z formuláře pro vystavení nabídky –** způsob používání služby Ads, který má omezené funkce a který zadavateli reklamy umožňuje rychle zveřejňovat reklamní sdělení z formuláře pro vystavení nabídky na portálu Allegro; jeho podrobné podmínky jsou uvedeny v odstavci 3.11 těchto Podmínek.

~~40.~~ 41. **Inzerát** – nabídka ve formě inzerátu ve smyslu odstavce 3.3 Podmínek používání portálu Allegro.

~~41.~~ 42. **Funkce Ads4Brands** – funkce, která umožňuje jednomu zadavateli reklamy (partnerovi ve smyslu „Podmínek partnerského programu Allegro Ads“ nebo výrobci nebo vlastníkovi značky) propagovat nabídky většího počtu prodejců pomocí zboží značky, kterou vybere partner značky. Funkce je dostupná pouze na účtech značek a partnerů, kteří se účastní partnerského programu Allegro Ads ve smyslu „Podmínek partnerského programu Allegro Ads“

43. **Přednostní zadavatel reklamy** – zadavatel reklamy, kterému Společnost udělila zvláštní oprávnění na panelu služby Ads podle odstavce 2.2 těchto Podmínek; mezi tato oprávnění patří přístup k přednostním službám Ads.

44. **Přednostní služby Ads** – služba, kterou poskytuje Společnost pro přednostní zadavatele reklamy; tato služba umožňuje přednostně zobrazovat přednostní reklamní sdělení a účtuje se podle modelu s pevnou CPM.

45. **Přednostní reklamní sdělení** – reklamní sdělení zobrazované v rámci přednostních služeb Ads.

46. **Přednostní pozice součinu** – pořadí všech přednostních reklamních sdělení u dané formy přednostního reklamního sdělení na portálu Allegro; počítá se individuálně.

(...)

Článek 3. PODMÍNKY ZOBRAZENÍ REKLAMNÍHO SDĚLENÍ

(...)

3.2.

Pro zobrazení reklamního sdělení musí zadavatel reklamy provést na panelu služby Ads tyto kroky:

a. označit tržiště, na kterém má být reklamní sdělení zveřejněno,

b. specifikovat nabídky nebo inzeráty na portálu Allegro, které mají být v reklamním sdělení propagovány,

c. specifikovat hodnotu příslušné cenové jednotky, kterou je ochotný zaplatit v závislosti na vybrané formě reklamního sdělení podle odst. 33 ~~31 písm. a~~),

(...)

Článek 3A. PODMÍNKY PŘEDNOSTNÍHO ZOBRAZOVÁNÍ REKLAMNÍCH SDĚLENÍ

3A.1.

Aby mohl zadavatel reklamy nechat zobrazovat přednostní reklamní sdělení na reklamní ploše, musí mít status přednostního zadavatele reklamy.

3A.2.

Pro zobrazení přednostního reklamního sdělení musí přednostní zadavatel reklamy provést na panelu Ads tyto kroky:

a) vybrat možnost Přednostní reklamní sdělení;

b) označit obchodní platformu, na které má být přednostní reklamní sdělení zveřejněno;

c) specifikovat nabídky nebo inzeráty na portálu Allegro, které mají být v přednostním reklamním sdělení propagovány, s výhradou ustanovení odstavce 33;

d) stanovit datum začátku zobrazování vybraného reklamního sdělení;

e) nastavit denní rozpočet pro vybrané reklamní sdělení a určit pevnou sazbu CPM za zveřejnění přednostního reklamního sdělení;

f) specifikovat reklamní plochu, na které má být reklamní sdělení propagováno.

3A.3.

Pokud v daném okamžiku existuje požadavek zobrazit na dané reklamní ploše alespoň jedno reklamní sdělení a alespoň jedno přednostní reklamní sdělení, zobrazí se na reklamní ploše přednostně přednostní reklamní sdělení.

3A.4.

Ustanovení těchto Podmínek týkající se reklamních sdělení, zadavatelů reklamy a služeb Ads se použijí přiměřeně na přednostní reklamní sdělení, přednostní zadavatele reklamy a přednostní služby Ads, pokud není v konkrétním ustanovení uvedeno jinak.

Článek 4. ZOBRAZENÍ REKLAMNÍHO SDĚLENÍ

(...)

4.2.

S výhradou ustanovení odstavce 4.13 těchto Podmínek se reklamní ~~Reklamní~~ sdělení zobrazí ~~se~~ na reklamní ploše ~~zobrazí~~, pokud:

a. reklamní ~~Reklamní~~ sdělení zadavatele reklamy není v rámci pozice součinu zařazeno níže, než je maximální počet reklam~~.~~;

b. nabídka ~~Nabídka~~ propagovaná v rámci reklamního sdělení je aktivní~~.~~;

c. na dané reklamní ploše se současně nemá zobrazit žádné přednostní reklamní sdělení.

4.2A.

Přednostní reklamní sdělení se zobrazí na reklamní ploše, pokud:

a. přednostní reklamní sdělení je zařazeno na přednostní pozici součinu, která není nižší než maximální počet reklam;

b. nabídka propagovaná v rámci přednostního reklamního sdělení je aktivní;

(...)

4.8.

Pokaždé, když uživatel klikne na reklamní sdělení nebo se mu zobrazí, se sníží denní rozpočet a celkový rozpočet, pokud je stanoven, o nejnižší částku za cenovou jednotku, která umožňuje zobrazit reklamní sdělení na aktuální pozici v příslušném modelu pro konkrétní cenovou jednotku, tj. u modelu max. CPC nebo max. CPM (ne více než o částku, kterou uživatel reklamy uvedl jako maximální částku a ne méně než o minimální cenu za cenovou jednotku – s výhradou ustanovení odst. 33 písm. a. až b.) a u dynamické CPC (nejvýše o 200 % průměrné hrubé ceny stanovené zadavatelem reklamy a ne méně než o minimální cenu za cenovou jednotku – s výhradou ustanovení odst 33 písm. (c.) ~~Pokaždé, když uživatel klikne na reklamní sdělení nebo si ho zobrazí, se sníží denní rozpočet a celkový rozpočet (pokud je stanoven) o nejnižší částku za cenovou jednotku, která umožňuje zobrazení reklamního sdělení na aktuální pozici v modelu max. CPC nebo max. CPM (ne více než o částku, kterou uživatel stanovil jako maximální částku, a ne méně než o hodnotu minimální ceny za cenovou jednotku – s ohledem na definici uvedenou v odst. 31 písm. a)~~; tato částka je však dynamická, tj. mění se v závislosti na tržních ekonomických faktorech, jako je popularita nabídky, poptávka po reklamě a účinnost reklamy. Pokud skupina reklamních sdělení vytvořená uživatelem obsahuje reklamní sdělení vztahující se k různým kategoriím, bude hodnota minimální ceny za cenovou jednotku nejvyšší z minimálních cen za cenovou jednotku stanovených pro dané kategorie.

(...)

4.11.

Aby služba Ads zajistila co nejvyšší účinnost reklamních sdělení, může využívat Mechanismus optimalizace výše výdajů; tento mechanismus funguje automaticky a přizpůsobuje počet zobrazení sponzorovaných nabídek během každého 24hodinového období tak, aby nedošlo k předčasnému vyčerpání denního rozpočtu a aby bylo možné oslovit uživatele, kteří nakupují v různých částech dne.

4.12.

Mechanismus optimalizace výše výdajů je součástí služby Ads. Automaticky se aktivuje u sponzorovaných nabídek, u kterých algoritmus společnosti rozhodne, že je výhodné a technicky proveditelné ho použít. Zadavatelé reklamy ho nemůžou vypnout.

4.13.

Společnost si s cílem prodloužit dobu zobrazování sponzorované nabídky na reklamní ploše a v souvislosti s fungováním Mechanismu optimalizace výše výdajů vyhrazuje právo nezobrazovat reklamní sdělení, i když jsou splněny podmínky uvedené v odst. 4.2 písm. a) a b). Aktivní stav skupiny sponzorovaných nabídek zobrazený na panelu služby Ads tedy nezaručuje, že se tyto nabídky budou nepřetržitě zobrazovat s maximální četností. Mechanismus optimalizace výše výdajů může dočasně omezit zobrazování nabídek, pokud je aktuální využití denního rozpočtu vyšší než očekávané, aby denní rozpočet pokryl i zbývající část dne.

4.14.

Společnost neodpovídá za působení nástrojů nebo softwaru třetích stran určených ke správě reklamních sdělení, včetně nástrojů pro plánování zobrazování reklamních sdělení, které mohou způsobit

nepředvídatelné narušení funkce nástrojů a řešení používaných společností a mít negativní dopad na účinnost reklamních sdělení.

4.15. ~~4.11.~~

Společnost může zablokovat zobrazování reklamního sdělení nebo pozastavit poskytování služby Ads, služby Ads Express nebo reklamy z formuláře pro vystavení nabídky, pokud aktivity nebo obsah související s nabídkou, reklamním sdělením nebo webovými stránkami zadavatele reklamy porušují ustanovení těchto Podmínek, Podmínek používání portálu Allegro nebo podmínek provozovatele reklamní sítě či příslušných právních předpisů nebo poškozují dobré jméno Společnosti. Společnost je rovněž oprávněna k výše uvedeným opatřením, pokud je jiné jednání uživatele v rámci služby Ads v rozporu s těmito Podmínkami nebo Podmínkami používání portálu Allegro, a rovněž v případě, že uživateli uložila sankce, protože porušil pravidla týkající se prodeje nelegálních produktů podle odstavce 8.4 Podmínek používání portálu Allegro.

4.16. ~~4.12.~~

Společnost neodpovídá za nesplnění nebo nesprávné plnění svých povinností v souvislosti se službou Ads, pokud tyto nedostatky zapříčiňují události mimo kontrolu Společnosti, mimo jiné zejména: vypuknutí války nebo hrozba války, jednání, rozhodnutí nebo opatření orgánů veřejné správy, změny platných právních předpisů, stávky, výluky nebo jiné protestní akce, povodně/záplavy, požáry, výbuchy, závady na internetové síti, výpadky elektrického proudu, závady systému digitálního monitorování a distribuce a jiné případy zásahu vyšší moci.

4.17. ~~4.13.~~

Pokud třetí strany vznesou vůči Společnosti nároky v důsledku toho, že Společnost zobrazila v rámci služby Ads reklamní sdělení v souladu s těmito Podmínkami, a to zejména nároky související s nepravdivými nebo nesprávnými zárukami zadavatele reklamy podle odstavce 3.7 těchto Podmínek, zadavatel reklamy Společnost zprostí odpovědnosti a poskytne jí veškeré nezbytné informace, které mohou být relevantní pro obranu proti uvedeným nárokům, a bude se účastnit všech probíhajících řízení proti Společnosti nebo všech jednání. Zadavatel reklamy se zavazuje nahradit Společnosti všechny náklady (včetně všech typů škod, odškodnění a skutečných nákladů na právní pomoc), které Společnosti vzniknou nebo které bude povinna uhradit třetí straně v souvislosti s výše uvedenými nároky.

4.18. ~~4.14.~~

V souladu s odstavcem 5.1 Podmínek používání portálu Allegro zadavatel reklamy přidáním informací nebo údajů do popisu nabídky prohlašuje, že má právo je přidat do popisu takové nabídky a že jejich použití na portálu Allegro v rámci služby Ads neporušuje práva třetích stran. Zadavatel reklamy je odpovědný za škody související s pravdivostí prohlášení uvedeného v předchozí větě.

4.19. ~~4.15.~~

Společnost neodpovídá za nesplnění nebo nesprávné plnění smluv uzavřených mezi partnery nebo technickými partnery a jinými zadavateli reklamy.

4.20. ~~4.16.~~

Společnost si vyhrazuje právo upravovat prvky nabídky, mj. prostřednictvím řešení využívajících umělou inteligenci, aby umožnila zobrazování nebo zvýšila viditelnost sponzorované nabídky na reklamní ploše. Úpravy prvků nabídky podle odstavce 4.16 neovlivní obsah nabídky na portálu Allegro.

(...)