Zmeny v podmienkach používania služby Allegro Ads od 20. októbra 2025

Podmienky používania služby Allegro Ads

(...)

Obsah

Časť 1 – Podmienky služby Allegro Ads pre Allegro.pl

- Článok 1. ~~VYMEDZENIE POJMOV~~ DEFINÍCIE
- Článok 2. PODMIENKY ÚČASTI
- Článok 3. PODMIENKY ZOBRAZOVANIA REKLAMNÝCH SPRÁV
- Článok 3A. PODMIENKY ZOBRAZOVANIA PRIORITNÝCH REKLAMNÝCH SPRÁV
- Článok 4. ZOBRAZENIE REKLAMNEJ SPRÁVY
- Článok 5. POPLATKY
- Článok 6. ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA

(...)

Verzia platná od ~~17. septembra~~ 20. októbra 2025.

(...)

Časť 1

Podmienky používania služby Allegro Ads pre Allegro.pl

(...)

Článok 1. ~~VYMEDZENIE POJMOV~~ DEFINÍCIE

~~Nasledujúce pojmy a frázy~~ Nasledujúce slová a výrazy použité v týchto Podmienkach majú nasledujúci význam:

(...)

30. **Súčin** – ~~súčin maximálnej ceny za jedno Kliknutie alebo 1 000 (jeden tisíc) Zobrazení a pomeru počtu Kliknutí k počtu Zobrazení Reklamnej správy počas zobrazenia Reklamnej správy, upravený o parameter zhody Tovaru, ktorý je predmetom danej Reklamnej správy, s predmetom webových stránok, na ktorých sa nachádza Allegro Reklamný priestor.~~ výsledok príslušnej ceny za danú jednotku ceny za kliknutie alebo za 1 000 (jeden tisíc) Zobrazení vynásobený pomerom počtu Kliknutí k počtu Zobrazení Reklamnej správy počas zobrazenia Reklamnej správy, upravený o parameter definujúci zhodu Tovaru prezentovaného v danej Reklamnej správe s predmetom webovej stránky, na ktorej sa nachádza Allegro Reklamný priestor.

31. **Poradie súčinov** – poradie všetkých Reklamných správ pre daný formát Reklamnej správy na portáli Allegro vypočítané pre jednotlivé prípady.

32. **Maximálny počet reklám** – maximálny počet Reklamných správ zobrazených v určitom Reklamnom priestore.

33. **Nákladová jednotka** – poplatok za zobrazenie Reklamnej správy, ktorý s výhradou obsahu odseku 5.4 nižšie zahŕňa nasledujúci model predaja:

a. **Max. CPC** – jednotka používaná na zúčtovanie Sponzorovaných ponúk na základe počtu ~~kliknutí~~ Kliknutí na Reklamnú správu. Inzerent stanovuje maximálnu hrubú cenu, ktorú je ochotný zaplatiť za jedno Kliknutie, až do výšky Denného rozpočtu s ohľadom na Celkový rozpočet. Možnosť stanovenia maximálnej hrubej ceny sa nevzťahuje na Reklamný priestor reklamnej siete. V tomto prípade sa poplatok za jedno Kliknutie určuje v súlade s pravidlami stanovenými daným Poskytovateľom reklamnej siete, a to až do výšky Denného rozpočtu a vrátane Celkového rozpočtu.

b. **Max. CPM** – jednotka používaná na vyúčtovanie Grafických reklám na základe počtu zobrazení Reklamnej správy. 1 CPM je cena za každých 1 000 realizovaných Zobrazení. Inzerent stanoví maximálnu hrubú cenu, ktorú je ochotný zaplatiť za každých 1 000 realizovaných Zobrazení.

c. **Dynamická CPC** – jednotka používaná na zúčtovanie Sponzorovaných ponúk na základe počtu Kliknutí na Reklamnú správu. Inzerent stanoví priemernú hrubú cenu, ktorú je ochotný zaplatiť za jedno Kliknutie, až do výšky denného rozpočtu a vrátane celkového rozpočtu. S dynamickou CPC:

i. Vyššie uvedená priemerná hrubá cena sa vypočíta za celú odhadovanú dobu zobrazenia Reklamnej správy, avšak po každej zmene odhadovanej priemernej hrubej ceny zo strany Inzerenta sa prepočíta.

ii. Vzhľadom na meniace sa podmienky na trhu a očakávanú reklamnú hodnotu Reklamnej správy (vypočítanú s prihliadnutím na predpovede strojových učiacich sa modelov a algoritmov Spoločnosti, ktoré zohľadňujú najmä meniace sa podmienky na trhu pre uverejňovanie Reklamnej správy), hrubá cena za Kliknutie na Reklamnú správu bude kolísať a môže sa odchyľovať od predpokladanej priemernej hrubej ceny, nebude však nižšia ako hodnota minimálnej ceny za Nákladovú jednotku a nebude vyššia ako 200 % priemernej hrubej ceny stanovenej Inzerentom.

iii. S modelom dynamickej CPC sa Spoločnosť snaží dosiahnuť priemernú hrubú cenu stanovenú Inzerentom v súlade s vyššie uvedenými podmienkami, nie je však zaručené, že táto cena bude skutočne dosiahnutá.

iv. Možnosť určiť priemernú hrubú cenu sa nevzťahuje na Reklamný priestor reklamnej siete – v tomto prípade sa poplatok za Kliknutie určuje v súlade s pravidlami stanovenými príslušným Poskytovateľom reklamnej siete, a to až do výšky Denného rozpočtu a vrátane Celkového rozpočtu.

v. Inzerent môže vybrať Nákladovú jednotku pre každú Reklamnú správu prostredníctvom Panela služby Ads.

34. **Denný rozpočet** – maximálny hrubý denný rozpočet, ktorý je Inzerent ochotný vyčleniť na zobrazenie Reklamnej správy v Reklamnom priestore.

35. **Celkový rozpočet** – maximálny hrubý rozpočet, ktorý je Inzerent ochotný vyčleniť na zobrazenie Reklamnej správy v Reklamnom priestore.

36. **Mechanizmus optimalizácie miery výdavkov** – automatizovaný systém ako súčasť Služby Ads. Jeho účelom je optimalizovať čerpanie denného rozpočtu tak, aby sa zobrazovanie sponzorovaných ponúk rozložilo v čase, s osobitným dôrazom na obdobia najvyššej návštevnosti používateľov na portáli Allegro.

37. ~~36.~~ **Panel služby Ads** – samostatná funkcia v Službe Ads určená pre Inzerentov, dostupná na adrese salescenter.allegro.com alebo v rozhraniach sprístupnených Technickými partnermi, ktorá Inzerentom umožňuje používať reklamné služby dostupné ~~na reklamnom~~ v paneli.

38. ~~37.~~ **Služba Ads** – služba poskytovaná Spoločnosťou za podmienok stanovených v Podmienkach.

39. ~~38.~~ **Služba Ads Express** – spôsob používania Služby Ads s obmedzenými funkciami, ktorý Inzerentom umožňuje rýchlo uverejňovať Reklamné správy prostredníctvom Firemného účtu na portáli Allegro. Podrobnejšie podmienky sú uvedené v odseku 3.10 Podmienok.

40. ~~39.~~ **Služba Reklama z formulára na vystavenie ponuky –** spôsob používania Služby Ads s obmedzenými funkciami, ktorý je podrobne opísaný v odseku 3.11 Podmienok. Umožňuje Inzerentovi rýchlo uverejniť Reklamné správy z formulára na vystavenie ponuky na portáli Allegro.

41. ~~40.~~ **Inzerát** – Ponuka vo forme inzerátu v zmysle odseku 3.3 Podmienok používania portálu Allegro.

42. ~~41.~~ **Funkcia Ads4Brands** – funkcia, ktorá umožňuje jednému Inzerentovi (Partnerovi v zmysle Podmienok Partnerského programu Allegro Ads alebo výrobcovi či Vlastníkovi značky) propagovať Ponuky od viacerých Predajcov ponúkajúcich Tovar značky vybranej Partnerom značky. Funkcia je dostupná iba v Účtoch Značiek a Partnerov zapojených do Partnerského programu Allegro Ads – v zmysle „Podmienok Partnerského programu Allegro Ads".

43. **Prioritný inzerent** – Inzerent, ktorému Spoločnosť v súlade s odsekom 2.2. Podmienok udelila v Paneli služby Ads osobitné povolenia, ktoré zahŕňajú prístup k Prioritným reklamným službám.

44. **Prioritné reklamné služby** – služba poskytovaná Spoločnosťou pre Prioritných inzerentov, ktorá umožňuje zobrazovanie Prioritných reklamných správ na prioritnom základe, vyúčtovávaná podľa pevného modelu CPM.

45. **Prioritná reklamná správa** – Reklamná správa zobrazená ako súčasť Prioritných reklamných služieb.

46. **Poradie prioritných výsledkov** – poradie všetkých Prioritných reklamných správ pre daný formát Prioritnej reklamnej správy na portáli Allegro vypočítané pre jednotlivé prípady.

(...)

Článok 3. PODMIENKY ZOBRAZOVANIA REKLAMNÝCH SPRÁV

(...)

3.2.

Ak chce Inzerent zobraziť Reklamnú správu, mal by na Paneli služby Ads vykonať nasledujúce akcie:

a. uviesť Platformu, na ktorej sa má Reklamná správa uverejniť;

b. špecifikovať Ponuky alebo Inzeráty na portáli Allegro, ktoré majú byť v Reklamnej správe propagované;

c. špecifikovať hodnotu príslušnej Nákladovej jednotky, ktorú je ochotný zaplatiť v závislosti od vybranej formy Reklamnej správy – podľa ods. 33 ~~31 písm. a);~~

(...)

Článok 3A. PODMIENKY ZOBRAZOVANIA PRIORITNÝCH REKLAMNÝCH SPRÁV

3A.1.

Ak chce Inzerent zobraziť Prioritnú reklamnú správu v Reklamnom priestore, musí mať status Prioritného inzerenta.

3A.2.

Ak chce Prioritný Inzerent zobraziť Prioritnú reklamnú správu, mal by na Paneli služby Ads vykonať nasledujúce akcie:

a. vybrať možnosť Prioritná reklamná správa;

b. uviesť Platformu, na ktorej sa má Prioritná reklamná správa uverejniť;

c. označiť Ponuky alebo Inzeráty na portáli Allegro, ktoré majú byť propagované ako súčasť Prioritnej reklamnej správy (podľa odseku 33);

d. určiť dátum začiatku zobrazovania vybranej Reklamnej správy;

e. určiť denný rozpočet pre vybranú Reklamnú správu a určiť pevnú sadzbu CPM za uverejnenie Prioritnej reklamnej správy;

f. určiť Reklamný priestor, v ktorom sa majú Reklamné správy propagovať.

3A.3.

Ak v danom čase existuje požiadavka na zobrazenie aspoň jednej Reklamnej správy a aspoň jednej Prioritnej reklamnej správy v danom Reklamnom priestore, Prioritná reklamná správa bude mať pri zobrazení v Reklamnom priestore prednosť.

3A.4.

Ustanovenia týchto Podmienok týkajúce sa Reklamných správ, Inzerentov a Reklamných služieb sa primerane vzťahujú na Prioritné reklamné správy, Prioritných inzerentov a Prioritné reklamné služby, pokiaľ nie je v konkrétnom ustanovení uvedené inak.

Článok 4. ZOBRAZENIE REKLAMNEJ SPRÁVY

(...)

4.2.

V súlade s odsekom 4.13 Podmienok sa Reklamná správa sa zobrazí v Reklamnom priestore v týchto prípadoch ~~, keď~~:

a. Reklamná správa Inzerenta sa umiestni v Poradí výsledkov ~~súčinov~~ na vyššej pozícii, než je Maximálny počet Reklám.

b. Ponuka propagovaná v rámci Prioritnej reklamnej ~~Reklamnej~~ správy je aktívna.

c. v danom Reklamnom priestore sa nesmie v rovnakom čase zobrazovať žiadna Prioritná Reklamná správa.

4.2A

Prioritná reklamná správa sa zobrazí v Reklamnom priestore v týchto prípadoch:

a. Prioritná reklamná správa sa umiestni v Poradí prioritných výsledkov na vyššej pozícii, než je Maximálny počet reklám;

b. Ponuka propagovaná v rámci Prioritnej reklamnej správy je aktívna.

(...)

4.8.

~~Každé Zobrazenie Reklamnej správy alebo každé Kliknutie na ňu Používateľom zníži Denný rozpočet a Celkový rozpočet (ak je definovaný) o najnižšiu sumu za Nákladovú jednotku, ktorá umožňuje zobrazenie Reklamnej správy na aktuálnej pozícii v modeli Max. CPC alebo Max. CPM (nie viac ako suma deklarovaná Používateľom ako maximálna suma a nie menej ako minimálna cena za Nákladovú jednotku – podľa definície uvedenej v ods. 31 písm. a).~~ Každé Kliknutie alebo Zobrazenie Reklamnej správy Používateľom zníži denný rozpočet a celkový rozpočet, ak je definovaný, o najmenšiu sumu na Nákladovú jednotku, čo umožňuje zobrazenie Reklamnej správy na aktuálnej pozícii v príslušnom modeli pre konkrétnu Nákladovú jednotku, t. j. pre model Max. CPC alebo Max. CPM (nie o viac ako sumu určenú Používateľom ako maximálnu sumu a nie menej ako minimálnu cenu na Nákladovú jednotku — podľa odseku 33(a)–(b)), a pre dynamickú CPC (nie viac ako 200 % priemernej hrubej ceny stanovenej Inzerentom a nie menej ako minimálna cena za Nákladovú jednotku – podľa odseku 33(c)), - pričom táto suma má dynamickú hodnotu, ktorá sa mení v závislosti od trhových ekonomických faktorov, ako je popularita ponuky, dopyt po reklame a účinnosť reklamy. ~~Táto suma je však dynamická a mení sa v závislosti od ekonomických faktorov trhu, ako sú obľúbenosť ponuky, dopyt po reklame a účinnosť reklamy.~~ Ak skupina Reklamných správ vytvorených Používateľom obsahuje Reklamné správy týkajúce sa rôznych kategórií, hodnota minimálnej ceny za Nákladovú jednotku bude najvyššia z minimálnych cien za Nákladovú jednotku stanovených pre tieto kategórie.

(...)

4.11.

Aby bola zabezpečená čo najvyššia účinnosť Reklamných správ, služba Ads môže používať Mechanizmus optimalizácie miery výdavkov, ktorý funguje automaticky a je určený na prispôsobenie frekvencie zobrazovania sponzorovaných ponúk počas každého 24-hodinového obdobia s cieľom zabrániť predčasnému vyčerpaniu denného rozpočtu a pomôcť osloviť používateľov, ktorí nakupujú v rôznych časoch dňa.

4.12.

Mechanizmus optimalizácie miery výdavkov tvorí neoddeliteľnú súčasť služby Ads. Ak algoritmus spoločnosti rozhodne, že je uplatnenie tohto mechanizmu v niektorej sponzorovanej ponuke prospešné a technicky realizovateľné, automaticky sa aktivuje. Inzerenti nemôžu túto funkciu deaktivovať.

4.13.

Spoločnosť si vyhradzuje právo, že s cieľom predĺžiť dobu zobrazenia sponzorovanej ponuky v Reklamnom priestore môže odmietnuť zobrazenie Reklamnej správy napriek splneniu podmienok uvedených v odsekoch 4.2.a a 4.2.b z dôvodu fungovania Mechanizmu optimalizácie miery výdavkov. V dôsledku toho stav aktívnej skupiny sponzorovaných ponúk viditeľný v paneli služby Ads nezaručuje nepretržité zobrazovanie sponzorovaných ponúk s maximálnou frekvenciou. Ak je aktuálne využitie denného rozpočtu vyššie, ako sa očakávalo, môže mechanizmus optimalizácie miery výdavkov zobrazenie dočasne obmedziť, aby sa zachoval denný rozpočet na zvyšok dňa.

4.14.

Spoločnosť nenesie zodpovednosť za prevádzku nástrojov alebo softvéru tretích strán určených na správu reklamných správ, a to vrátane nástrojov na plánovanie zobrazenia reklamných správ, pretože môžu spôsobiť nepredvídateľné narušenia prevádzky nástrojov a riešení používaných spoločnosťou a mať negatívny vplyv na účinnosť reklamných správ.

4.15. ~~4.11.~~

Spoločnosť môže zablokovať zobrazenie Reklamnej správy alebo pozastaviť poskytovanie Služby Ads, Služby Ads Express alebo Reklamy z formulára na vystavenie ponuky, ak činnosti alebo obsah súvisiaci s Ponukou, Reklamnou správou alebo webovými stránkami Inzerenta porušujú ustanovenia Podmienok, Podmienok používania portálu Allegro alebo Podmienok Poskytovateľa reklamnej siete, platné právne predpisy alebo majú negatívny vplyv na dobré meno Spoločnosti. Spoločnosť je oprávnená na akcie uvedené vyššie aj v prípade, že Používateľ svojim konaním v Službe Ads porušuje Podmienky alebo Podmienky používania portálu Allegro, ako aj v prípade, že boli Používateľovi uložené sankcie z dôvodu porušenia pravidiel týkajúcich sa predaja nelegálnych produktov podľa článku 8.4 Podmienok používania portálu Allegro.

4.16. ~~4.12.~~

Spoločnosť nezodpovedá za neplnenie alebo nesprávne plnenie záväzkov vyplývajúcich zo Služby Ads, ak je to dôsledok udalostí mimo kontroly Spoločnosti, vrátane najmä: vypuknutia vojny alebo hrozby vojny, činov, rozhodnutí alebo opatrení inštitúcií verejnej správy, zmeny platných právnych predpisov, štrajkov, výluk alebo iných protestných akcií, povodní, požiarov, výbuchov, zlyhania internetovej siete, výpadkov elektriny, zlyhania digitálnych monitorovacích a distribučných systémov alebo akéhokoľvek iného prípadu vyššej moci.

4.17. ~~4.13.~~

Ak budú voči Spoločnosti vznesené akékoľvek nároky zo strany tretích strán v dôsledku zobrazenia akejkoľvek Reklamnej správy Spoločnosťou v rámci Služby Ads v súlade s Podmienkami, a to najmä v súvislosti s nepravdivosťou alebo nesprávnosťou záruk Inzerenta uvedených v odseku 3.7 Podmienok, Inzerent zbaví Spoločnosť zodpovednosti a poskytne jej všetky potrebné informácie, ktoré môžu byť relevantné na obranu proti uvedeným nárokom, a pristúpi na všetky prebiehajúce konania vedené proti Spoločnosti alebo na všetky rokovania. Inzerent sa zaväzuje nahradiť Spoločnosti všetky náklady (vrátane všetkých druhov škôd, odškodnení a skutočných nákladov na právnu pomoc), ktoré Spoločnosti vzniknú alebo ktoré bude povinná zaplatiť tretej strane v súvislosti s vyššie uvedenými nárokmi.

4.18. ~~4.14.~~

V súlade s odsekom 5.1 Podmienok používania portálu Allegro Inzerent pridaním informácií alebo údajov do opisu Ponuky vyhlasuje, že má právo ich pridať do opisu takejto Ponuky a ich použitie na portáli Allegro v rámci Služby Ads neporušuje práva tretích strán. Inzerent zodpovedá za škodu spôsobenú pravdivosťou vyhlásenia uvedeného v predchádzajúcej vete.

4.19. ~~4.15.~~

Spoločnosť nenesie zodpovednosť za neplnenie alebo nesprávne plnenie zmlúv uzavretých medzi Partnermi alebo Technickými partnermi a inými Inzerentmi.

4.20. ~~4.16.~~

Spoločnosť si vyhradzuje právo na účely zobrazovania alebo zvýšenia viditeľnosti Sponzorovanej ponuky v Reklamnom priestore upraviť prvky Ponuky, a to aj prostredníctvom umelej inteligencie, aby následne takéto upravené prvky Ponuky použila v Sponzorovanej ponuke. Úpravy Ponuky, ktoré zmieňuje tento odsek 4.16, nemajú vplyv na obsah Ponuky na portáli Allegro.

(...)