



PERFORMANCE MARKETING DIAMONDS
GALA 27.09.2018
WARSAW, SOUND GARDEN HOTEL

Regulamin konkursu „Performance Marketing Diamonds CEE”

§1

Definicje

W niniejszym regulaminie konkursu „Performance Marketing Diamonds CEE”, zwanym dalej „Regulaminem”, pod poniższymi pojęciami należy rozumieć:

1. Organizator – Izba Gospodarki Elektronicznej z siedzibą w Warszawie (00-837), przy ul.Pańska 96 lok. 83 wpisana do rejestru stowarzyszeń, innych organizacji społecznych i zawodowych, fundacji oraz samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej oraz do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS: 0000474028, o numerze NIP: 701-039-19-22.
2. Konkurs – konkurs prowadzony na podstawie Regulaminu pod nazwą „Performance Marketing Diamonds CEE”.
3. Członkowie Jury – osoby wybrane przez Organizatora, których wiedza i doświadczenie w zakresie performance marketingu pozwala na ocenę Uczestników w poszczególnych Kategoriach Konkursu.
4. Uczestnicy – podmioty prowadzące działania z obszaru performance marketingu lub/ i marketingu afiliacyjnego na rynkach CEE, które zgłosiły się do udziału w Konkursie.
5. Nagroda – statuetka i tytuł Laureata Nagrody „Performance Marketing Diamonds CEE”, przyznawane Laureatowi w danej Kategorii Konkursu.
6. Laureat – Uczestnik, który wygrał Konkurs w danej Kategorii.
7. Nominowani Uczestnicy – maksymalnie pięciu Uczestników w danej Kategorii, którzy w wyniku głosowania przez Członków Jury otrzymali największą liczbę punktów przekraczającą próg 19 punktów.

19. Kategoria – określona kategoria Konkursu, wskazana w § 3 ust. 9 Regulaminu.

20. Strona Konkursu – strona internetowa o adresie URL:

<http://performancedaycee.com/pmdiamonds/>

21. Gala – Gala wręczenia Nagród: Performance Marketing Diamonds CEE, która odbędzie się w dniu określonym w § 2 ust. 1 lit. g) Regulaminu, w miejscu podanym przez Organizatora z odpowiednim wyprzedzeniem przez zamieszczenie informacji na Stronie Konkursu.

§ 2

Harmonogram Konkursu

1. Konkurs będzie przeprowadzony w następujących etapach:

- a) Etap I (3.08 - 27.08) – zgłoszenia Uczestników,
- b) Etap II (28.08 - 29.08) – preselekcja zgłoszeń,
- c) Etap III (30.08 - 9.09) – głosowanie online Członków Jury: ocena Uczestników przez Członków Jury w poszczególnych Kategoriach Konkursu,
- d) Etap V (12.09) - spotkanie Jury wyłaniające Laureata Grand Prix
- e) Etap IV (09.09 - 11.09) – audyt wyników,
- f) Etap V (18.09) - ogłoszenie na Stronie Konkursu listy Nominowanych Uczestników w poszczególnych Kategoriach Konkursu,
- g) Etap VI (27.09.2018 r.) – Gala wręczenia Nagród, Sound Garden, ul. Żwirki i Wigury 18, Warszawa.

2. Organizator jest uprawniony do zmiany terminów, o których mowa w ust. 1 powyżej, za uprzednim poinformowaniem Uczestników i Członków Jury z odpowiednim wyprzedzeniem.

§ 3

Zgłoszenia do Konkursu

1. Zgłoszenie Uczestnika następuje przez wypełnienie formularza zgłoszeniowego, dostępnego na Stronie Konkursu, w okresie przyjmowania zgłoszeń.

2. Do Konkursu może zgłosić się każdy podmiot prowadzący działalność z obszaru performance marketingu lub/i afiliacji w obszarze regionu CEE. Zgłoszenia obejmują kampanie prowadzone w okresie od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r. Uczestnik musi prowadzić działalność z obszaru performance marketingu i afiliacji w dniu dokonywania zgłoszenia, jak również w dniu, w którym zamyka się głosowanie przez Członków Jury.

3. W Zgłoszeniu Uczestnik deklaruje, do której Grupy podmiotów należy: Członków/Partnerów Izby Gospodarki Elektronicznej, podmiotów nie będących Członkiem/Partnerem e-Izby.

4. Dla podmiotów będących członkami lub partnerami Organizatora w rozumieniu jego statutu, zgłoszenie do Konkursu jest płatne.

5. Dla podmiotów nie będących członkami lub partnerami Organizatora w rozumieniu jego statutu, zgłoszenie do Konkursu jest płatne.

6. Zgłoszenia Uczestnika może dokonać Organizator. Uczestnicy zgłoszeni do Konkursu przez Organizatora nie mają obowiązku uiszczenia opłaty za zgłoszenie.

7. Uczestnicy, o których mowa w ust. 4 i 5 powyżej, zobowiązani są do uiszczenia opłaty za zgłoszenie:

- Członkowie i Partnerzy Organizatora w rozumieniu jego statutu: 599 zł netto za każde zgłoszenie w danej kategorii.
- Firmy nie będące członkami/partnerami e-lzby, ale zgłaszające się do konkursu z polecenia firm członkowskich: 999 zł netto za każde zgłoszenie w danej kategorii.
- Firmy nie będące członkami/partnerami e-lzby zgłaszające się do konkursu bez rekomendacji: 1499 zł netto za każde zgłoszenie w danej kategorii.

8. Kwoty powiększone o należny podatek VAT należy wnosić na rachunek bankowy Organizatora prowadzony przez Bank (PKO BP SA Oddział 1 w Warszawie) o numerze 79 1020 1013 0000 0302 0291 6963,

9. Uczestnicy mogą zgłaszać się lub być zgłaszani do Konkursu w następujących Kategoriach:

- the most effective mobile campaign
- the most effective lead generation campaign
- the most effective marketing automation or/and AI campaign
- the most effective programmatic campaign
- the most effective social media campaign
- the most effective SEM campaign
- the most effective affiliate program
- the most effective video campaign
- the most effective use of data
- the most effective sales campaign
- the most effective use of influencer marketing in performance

Main Categories:

- Performance or/and Affiliate agency of the year
- Publisher of the year
- The integrated campaign of the year
- Performance technology of the year

a) Kategorie:

- the most effective mobile campaign – nagroda przyznawana jest za efektywne prowadzenie działań przy wykorzystaniu kanału mobile skutkujące zwiększeniem sprzedaży, generowaniem leadów lub osiągnięciem innych założonych celów kampanii. Działania muszą być wdrażane w okresie od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r.
- the most effective lead generation campaign – nagroda przyznawana jest za najbardziej efektywne działania prowadzące do wygenerowania konwersji i osiągnięcia założonych celów przy użyciu takich działań, jak: pozycjonowanie, marketing w wyszukiwarkach, e-mail marketing, reklama w social media itp. Działania muszą być realizowane w okresie od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r.
- the most effective marketing automation or/and AI campaign – nagroda przyznawana jest za najefektywniejsze użycie narzędzi z obszaru marketing automation/AI w okresie od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r.
- the most effective programmatic campaign - nagroda przyznawana jest za najbardziej efektywnie przeprowadzone działania z obszaru programmatic, zarówno display, video jak i mobile. W ocenie brane pod uwagę będą takie aspekty, jak: realizacja założonych celów, optymalizacja targetowania, elastyczne reagowanie na budżet, założenia kampanii i ich optymalizacja. W kategorii tej można zgłaszać działania w okresie od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r.
- the most effective social media campaign - nagroda przyznawana jest za najefektywniejsze działania reklamowe w mediach społecznościowych. Kategoria dotyczy kampanii prowadzonych od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r. Zgłaszane działania mogą być prowadzone przy użyciu dostępnych na rynku narzędzi służących do realizacji kampanii w social media. Oceniana będzie przede wszystkim realizacja założonych celów (np.: konwersja na sprzedaż, generowanie leadów, zwiększenie ruchu na stronę www, generowanie zasięgu), optymalizacja budżetu, elastyczność działań w trakcie kampanii, efektywne targetowanie czy optymalizacja contentu.
- the most effective SEM campaign - nagroda przyznawana jest dla najefektywniejszej kampanii SEM wdrożonej w okresie od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r. Efekty działań w obszarze SEM powinny zawierać wyniki zarówno działań PPC, jak i SEO.
- the most effective affiliate program - nagroda przyznawana jest za wdrożenie programu afiliacyjnego mogącego wykazać się dużą efektywnością, zarówno z punktu widzenia wydawcy, jak i reklamodawcy. Doceniane będzie użycie innowacyjnych technologii w obszarze targetowania, analizy danych i oceny skuteczności programu. Kategoria dotyczy działań prowadzonych w okresie od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r.
- the most effective video campaign- nagroda przyznawana jest za najbardziej efektywne wykorzystanie formatu video w kampaniach performance/afiliacyjnych, prowadzonych w okresie od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r. Format video może być wprowadzony do działań z obszaru programmatic, social media, e-mail marketing, mobile.

- the most effective use of data - nagroda przyznawana jest za najefektywniejszą analizę oraz użycie danych w prowadzonych kampaniach w poszczególnych kanałach. Kategoria dotyczy kampanii sprzedażowych lub generujących leady - brane pod uwagę są wskaźniki rentowności (np.: CPA, ROAS czy ERS). Analiza danych, także przy użyciu innowacyjnych technologii, musi bezpośrednio wpływać na proces komunikacji z użytkownikiem, optymalizację kampanii, targetowanie, a działania analityczne powinny wspierać ocenę efektywności i atrybucję konwersji.

Kategoria dotyczy okresu od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r.

- the most effective sales campaign - nagroda przyznawana jest za najbardziej efektywną kampanię sprzedażową prowadzoną w okresie od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r. Najistotniejszym elementem oceny jest realizacja zakładanego celu i uzyskanie wzrostu sprzedaży w trakcie prowadzenia kampanii. Działania mogą być realizowane w różnych kanałach, np.: social media, marketing w wyszukiwarkach, e-mail marketing oraz przy użyciu innowacyjnych technologii.

- the most effective use of influencer marketing in performance - nagroda przyznawana jest za najbardziej efektywne działania prowadzone we współpracy z influencerami. Doceniane są kampanie generujące nie tylko zasięg, ale przede wszystkim mogące pochwalić się wysokimi wskaźnikami konwersji sprzedaży czy generowania leadów.

W tej kategorii brane są pod uwagę kampanie z okresu od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r.

- Performance or/and Affiliate agency of the year - Agencja performance i/lub afiliacyjna, która w okresie od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r. była liderem co najmniej 2 kampanii, które: osiągnęły imponujące wyniki, znacznie przewyższające założone cele, zdobyły nagrody w konkursach krajowych i międzynarodowych.

- Publisher of the year - Wydawca, na którego łamach kampanie performance realizowane w okresie od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r. osiągają najefektywniejsze wyniki. Dane mierzone na podstawie takich wskaźników jak: CPL, CPD, CPA, CPS.

- The integrated campaign of the year - Kampania, która łączyła 5 lub więcej obszarów z podstawowych kategorii i osiągnęła znaczące wyniki efektywności w wyniku połączenia kanałów, formatów oraz technologii.

Kampanie prowadzone w okresie od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r.

- Performance technology of the year - Dostawca technologii, która w innowacyjny i skuteczny sposób wspiera działania performance. Technologia, która ułatwia prowadzenie działań lub w znacznym stopniu zmienia sposób ich prowadzenia, sposób analizy danych, rozliczania lub otwiera nowe obszary oraz możliwości prowadzenia kampanii.

Dane pokazujące efektywność technologii i narzędzia muszą pochodzić z okresu od 1 maja 2017 r. do 30 kwietnia 2018 r.

10. Obowiązkowym elementem zgłoszenia jest załącznik prezentacji w formacie pdf. Prezentacja nie może zawierać więcej niż 15 slajdów. Teść prezentacji powinna być dostosowana do kryteriów ocen zawartych w § 9 ust 1-4.

11. Prezentacja nie może zawierać nazwy ani logotypów Uczestnika, czyli firmy zgłaszającej kampanie lub usługi technologiczne. Wyłączone z tego zapisu zostały kategorie:

- Publisher of the year
- Performance or/and Affiliate agency of the year
- Performance technology of the year

12. Organizator nie odpowiada za zgłoszenia niezgodne ze stanem faktycznym. W przypadku nie prawdziwości informacji podanych przez Uczestnika, Organizator uprawniony jest do wykluczenia Uczestnika z udziału w Konkursie. W przypadku takiej decyzji Organizatora wniesiona przez Uczestnika opłata nie podlega zwrotowi. Odwołanie od takiej decyzji Organizatora nie przysługuje do żadnego organu Organizatora.

13. Zgłoszenia do Konkursu będą przyjmowane w okresie wskazanym w § 2 ust. 1 a).

14. Organizator ma prawo do odmowy przyjęcia zgłoszenia do Konkursu, jeśli byłoby ono niezgodne z prawem, zasadami współżycia społecznego, dobrymi obyczajami lub mogłoby naruszyć dobre imię Organizatora.

15. Organizator ma prawo do odmowy przyjęcia zgłoszenia, jeśli zgłaszający nie uiszczył opłaty zgłoszeniowej do 5 września 2018.

§ 4

Preselekcja zgłoszeń.

1. Organizator przeprowadza preselekcję zgłoszeń weryfikując formalną poprawność zgłoszenia. W szczególności Organizator jest uprawniony do badania:

- a) czy Uczestnik prowadzi Działalność performance marketing,
- b) czy deklaracja Uczestnika jako członka/partnera e-izby została dokonana prawidłowo,
- c) czy Uczestnik wskazał prawidłową liczbę Kategorii,
- d) czy zgłoszenie zostało prawidłowo opłacone,
- e) czy Uczestnik spełnia warunek, o którym mowa w § 3 ust. 2.

2. W przypadku stwierdzenia przez Organizatora, że zgłoszenie zostało dokonane nieprawidłowo, Organizator skontaktuje się z Uczestnikiem w celu wskazania mu, jakie poprawki w zgłoszeniu są niezbędne lub w celu wezwania do uzupełnienia opłaty za zgłoszenie.

3. Zgłoszenia, do których Uczestnik nie wprowadzi poprawek lub nie uzupełni opłaty, nie będą brane pod uwagę przy merytorycznej ocenie, zaś Uczestnik zostaje wykluczony z udziału w Konkursie.

4. W przypadku niespełnienia przez Uczestnika warunku, o którym mowa w § 3 ust. 8, Organizator wyklucza Uczestnika z Konkursu bez konieczności wzywania go do spełnienia tego warunku.

5. Od decyzji Organizatora, o których mowa w ust. 3 i 4 powyżej, nie przysługuje odwołanie do żadnego organu Organizatora.

6. W przypadku wykluczenia z udziału w Konkursie wniesiona przez Uczestnika opłata nie podlega zwrotowi.

7. Organizator ma prawo odwołać przyznanie nagrody w danej Kategorii, jeśli nie zbierze minimum 3 (trzech) zgłoszeń. W takiej sytuacji Uczestnikowi przysługuje możliwość zmiany kategorii lub zwrot opłaty za wycofane zgłoszenie.

§ 5

Głosowanie

Głosowanie Jury będzie miało następujący przebieg:

1. Członkom Jury zostanie udostępniony przez Organizatora link do aplikacji obsługującej głosowanie.

4. Każdy Członek Jury ocenia Uczestnika w danej Kategorii pod kątem wskazanych kryteriów oceny. Każde kryterium oceny podlega punktacji w skali 0-1-2-3-4-5 punktów, gdzie 5 (pięć) jest oceną najwyższą, a 0 (zero) jest oceną najniższą.

5. W przypadku, w którym Członek Jury nie weźmie udziału w głosowaniu online w terminie wskazanym w § 2 ust. 1 pkt c) Regulaminu, oceny Uczestników przypisanych do tego Członka Jury dokona Przewodniczący Jury, według zasad punktacji przedstawionych w ustępach powyżej.

6. Organizator zbiera i podsumowuje liczbę punktów przyznanych każdemu Uczestnikowi za wszystkie kryteria w danej Kategorii przez wszystkich Członków Jury łącznie.

7. Na podstawie łącznej liczby punktów przyznanych każdemu Uczestnikowi ustalana jest – w każdej Kategorii – lista maksymalnie pięciu Nominowanych Uczestników o największej liczbie punktów przekraczających próg 19 punktów w danej Kategorii. Organizator może według swobodnego uznania ograniczyć liczbę Nominowanych Uczestników.

8. Laureatem zostaje ten spośród Nominowanych Uczestników w danej Kategorii, który uzyskał największą łączną liczbę punktów.

9. W przypadku uzyskania przez Uczestników równej łącznej największej liczby punktów, o wyborze Laureata decyduje Przewodniczący Jury.

10. Nagroda Grand Prix przyznawana jest przez Jury podczas Obrad Jury. O dacie Obrad Jury mówi § 2 ust 1 d). Miejsce Obrad Jury zostanie podane przez Organizatora.

11. Niestawienie się Członka Jury na Obradach Jury nie wstrzymuje Obrad Jury i nie stanowi przeszkody do przeprowadzenia głosowania podczas jego nieobecności.

12. Nagroda Grand Prix przyznawana jest zgłoszonej do Konkursu kampanii/technologii/firmie, która w sposób znaczący wyróżnia się efektywnością. Jury może uznać, że żadne działania nie kwalifikują się do przyznania nagrody. Wybór Grand Prix odbywa się w głosowaniu tajnym. Głosy zlicza organizator oraz audytor Konkursu.

§ 6

Audyt wyników głosowania

Audyt wyników polega na:

- a) sprawdzeniu, czy wszyscy Członkowie Jury dokonali oceny,
- b) sprawdzeniu łącznej liczby punktów uzyskanych przez Uczestnika w danej Kategorii,
- c) weryfikacji wyłonienia Nominowanych Uczestników i Laureatów w każdej Kategorii,
- d) weryfikacji wyłonienia laureata Grand Prix

§ 7

Ogłoszenie listy Nominowanych Uczestników

1. Lista Nominowanych Uczestników w poszczególnych Kategoriach zostanie zamieszczona na Stronie Konkursu.
2. Nominowani Uczestnicy będą przedstawieni w kolejności alfabetycznej, bez podawania liczby uzyskanych przez nich punktów.

§ 8

Gala

1. W trakcie Gali zostaną ogłoszeni Laureaci w poszczególnych Kategoriach.
2. W trakcie Gali Laureatom zostaną wręczone Nagrody.
3. Każdemu Podmiotowi Nominowanemu w Konkursie przysługuje jedna bezpłatna wejściówka na Galę wręczenia Nagród.
4. Udział w Gali jest płatny - z wyjątkiem Nominowanych w Konkursie:
Dla członków Izby Gospodarki Elektronicznej: 99 zł netto
Dla podmiotów niezrzeszonych w Izbie Gospodarki Elektronicznej: 299 zł
Kwoty te powinny zostać powiększone o należny podatek VAT.

5. W celu wykupienia wejściówki prosimy o kontakt: performance@eizba.pl

§ 9

Kryteria oceny Uczestników

1. Wszystkie kategorie, za wyjątkiem kategorii Performance or/and Affiliate agency of the year, Publisher of the year, Performance technology of the year, objęte są Kryteriami ocen:

- wyzwania
- strategia i założone cele;
- przełożenie założeń na działania
- efekty i realizacja zakładanego celu

2. Dla kategorii Performance or/and Affiliate agency of the year Kryteria są następujące:

- liczba zrealizowanych kampanii;
- liczba nagród zdobytych przez agencję;
- efekty realizowanych kampanii;

3. Dla kategorii Performance technology of the year Kryteria są następujące

- mierzalne wskaźniki skuteczności technologii (dane sprzed wdrożenia i po wdrożeniu)

4. Dla kategorii Publisher of the year Kryteria są następujące:

- efekty realizowanych kampanii performance (np.: wskaźniki CPC, CPL, CPS, CPA, CPD)
- procentowe dane dotyczące kampanii performance realizowanych u danego wydawcy

5. Grand Prix - Nagroda Grand Prix przyznawana jest przez Jury według następujących kryteriów:

- w przypadku zgłoszonych kampanii: wyzwania, strategia i założone cele, efekty i realizacja zakładanego celu;
- w przypadku technologii/ firmy: czynniki wyróżniające ją spośród innych dostępnych na rynku rozwiązań/usług, efekty realizowanych działań.

§ 11

Jury

1. Członków Jury w liczbie maksymalnie 25 (dwudziestu pięciu) wybiera Organizator. Lista Członków Jury oceniających Uczestników udostępniona jest na Stronie Konkursu.

2. Spośród wybranych Członków Jury Organizator wybiera Przewodniczącego Jury.
3. W przypadku gdy zachodzi podejrzenie braku obiektywności Członka Jury w związku z jego powiązaniem faktycznymi lub prawnymi z danym Uczestnikiem, Członek Jury zobowiązany jest wyłączyć się od głosowania nad przyznaniem punktów w odniesieniu do danego Uczestnika. Członek Jury jest niezwłocznie zobowiązany powiadomić Organizatora o zaistniałej sytuacji. W takim przypadku Organizator wyłącza tego Członka Jury z oceniania zgłoszenia danego Uczestnika.
4. Członkowie Jury nie otrzymują wynagrodzenia od Organizatora.
5. Członkowie Jury zostali wybrani przez Organizatora do oceny poszczególnych Kategorii.

§ 12

Kanały komunikacji związane z Konkursem

1. Wszelkie informacje związane z Konkursem będą publikowane na Stronie Konkursu.
2. Organizator może umieszczać informacje na temat Konkursu i jego wyników także w innych środkach przekazu, w szczególności w prasie, radiu, telewizji, Internecie oraz na nośnikach reklamy zewnętrznej.
3. Wyniki Konkursu zostaną opublikowane na Stronie Konkursu oraz mogą zostać opublikowane na stronach internetowych patronów medialnych Konkursu i innych podmiotów współpracujących z Organizatorem, według decyzji Organizatora.
4. Uczestnik zgłaszając się do Konkursu wyraża zgodę na publikację przez Organizatora danych Uczestnika, jego logo lub znaku towarowego, którym się posługuje dla oznaczenia prowadzonej przez siebie Działalności oraz jeżeli jest on osobą fizyczną – także jego wizerunku, podczas Gali, na Stronie Konkursu, a także na stronach internetowych, o których mowa w ust. 3 powyżej.

§ 13

Dane osobowe

1. W przypadku, gdy dane Uczestnika stanowią dane osobowe, administratorem danych osobowych w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (tj. Dz.U. z 2016 roku, poz. 922 z późn. zm.) jest Organizator.
2. Dane osobowe będą wykorzystywane w celu organizacji i przeprowadzenia Konkursu. Na podstawie dodatkowej i opcjonalnej zgody Uczestnika, Organizator może przetwarzać jego dane osobowe w celu marketingu i promocji działalności Organizatora. Zgoda, o której mowa w zdaniu poprzedzającym może zostać w każdej chwili odwołana przez Uczestnika. W przypadku wyrażenia takiej zgody podstawą prawną przetwarzania danych osobowych będzie także art. 10 ustawy z dnia 18.07.2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz art. 172 ustawy z dnia 16.07.2004 r. Prawo telekomunikacyjne.

3. Podstawą prawną przetwarzania danych osobowych będzie od dnia 25.05.2018 r. art. 6 ust. 1 lit. b RODO.

4. Uczestnik ma prawo dostępu do swoich danych osobowych i może dokonać ich weryfikacji lub poprawienia, a także usunięcia, poprzez skierowanie odpowiedniego żądania do Organizatora. Od 25.05.2018 r. Uczestnik będzie miał również prawo ograniczenia przetwarzania i prawo przenoszenia danych osobowych. Jeżeli dane osobowe będą przetwarzane niezgodnie z wymogami prawnymi, wówczas Uczestnik będzie miał prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego. Od dnia 25.05.2018 r. Uczestnik będzie miał również prawo wniesienia sprzeciwu co do przetwarzania danych osobowych dotyczącego przetwarzania na potrzeby marketingu bezpośredniego.

5. Dane osobowe Uczestnika będą przetwarzane przez czas potrzebny do zrealizowania celu Organizatora, wskazanego w ust. 2 powyżej, lub odwołania zgody na ich przetwarzanie dla realizacji celu Organizatora, wskazanego w ust. 2 powyżej lub wyrażenia przez Uczestnika sprzeciwu wobec dalszego przetwarzania jego danych osobowych w celach marketingowych. Dane osobowe przetwarzane w zakresie prowadzenia działań marketingowych będą przetwarzane przez czas ich prowadzenia przez Organizatora lub wyrażenia przez Uczestnika sprzeciwu wobec dalszego przetwarzania danych osobowych w celach marketingowych, lub odwołania zgody na wysyłanie informacji marketingowych.

§ 14

Tryb składania i rozpatrywania reklamacji

1. Wszelkie reklamacje dotyczące Konkursu należy zgłaszać za pośrednictwem poczty elektronicznej (e-mail) na adres: performance@eizba.pl najpóźniej w terminie 2 (dwóch) dni od daty odbycia się Gali.

2. Za datę wniesienia reklamacji uważa się datę jej wpłynięcia na serwer poczty elektronicznej Organizatora.

3. Reklamacje, które wpłyną do Organizatora po wyznaczonym terminie, nie będą rozpatrywane.

4. Reklamacja powinna zawierać imię, nazwisko, adres poczty elektronicznej (e-mail) zgłaszającego reklamację, dane Uczestnika, w imieniu którego działa zgłaszający reklamację, jak również podanie przyczyny reklamacji i roszczenie zgłaszane w związku z reklamacją.

5. Reklamacje będą rozpatrywane przez Organizatora w terminie 21 (dwudziestu jeden) dni od daty ich otrzymania.

6. O wyniku rozpatrzenia reklamacji zgłaszający reklamację zostanie powiadomiony za pośrednictwem poczty elektronicznej (e-mail), na adres podany w reklamacji.

7. Od decyzji Organizatora odmawiającej uznania reklamacji i/lub uwzględnienia roszczenia zgłaszającego reklamację nie przysługuje odwołanie do żadnego organu Organizatora.

§ 15

Postanowienia końcowe

1. Regulamin dostępny jest w siedzibie Organizatora oraz na Stronie Konkursu.
2. Regulamin obowiązuje od chwili jego ogłoszenia na Stronie Konkursu.
3. Uczestnicy zobowiązani są do przestrzegania postanowień Regulaminu.
4. Organizator zastrzega sobie prawo do przyznania dodatkowych nagród bądź wyróżnień według własnego uznania i swobodnej oceny.
5. Poprawny przebieg głosowania nadzoruje audytor konkursu.
6. Wszelkie spory związane z Konkursem będą rozpatrywane przez sąd właściwy dla dzielnicy Śródmieście m.st. Warszawy.
7. Organizator zastrzega sobie prawo do podjęcia ostatecznej decyzji, zmiany Regulaminu, a także odwołania Konkursu. W przypadku zmiany Regulaminu lub odwołania Konkursu, Organizator opublikuje informację na Stronie Konkursu.
8. Audytorem Konkursu jest Szostek_Bar i Partnerzy Kancelaria Prawna, ul. Hallera 180/13, 53-203 Wrocław.