



Regulamin konkursu „Digital Quality Mark 2023”

§1

Definicje

W niniejszym regulaminie konkursu „Digital Quality Mark 2023”, zwanym dalej „Regulaminem”, pod poniższymi pojęciami należy rozumieć:

1. **Organizator** – Izba Gospodarki Elektronicznej z siedzibą w Warszawie (00-845), przy ul. Łucka 18 lok. 76, 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 „Digital Quality Mark”.
3. **Członkowie Jury** – osoby wybrane przez Organizatora, których wiedza i doświadczenie w zakresie handlu internetowego pozwala na ocenę Uczestników w poszczególnych Kategoriach Konkursu.
4. **Uczestnicy** – podmioty, które zgłosiły się albo zostały zgłoszone do udziału w Konkursie.
5. **Firma SaaS** – SaaS, czyli Software as a Service (Oprogramowanie jako Usługa), to model dostarczania oprogramowania, w którym dostawca hostuje aplikację na swoich serwerach i udostępnia ją klientom za pomocą internetu. Są to m.in.: CRM, narzędzia automatyzujące sprzedaż, marketing, analizę danych, zarządzanie logistyką i magazynowaniem, zamówieniami, płatnościami czy client service.
6. **Agencja** – firma lub organizacja specjalizująca się w doradztwie technologicznym i usługach konsultingowych, której głównym celem jest pomaganie swoim klientom w identyfikowaniu, wdrażaniu i optymalizacji nowych technologii w celu poprawy ich działalności biznesowej.
7. **Rozwiązanie AI** – Narzędzie AI (sztucznej inteligencji) będący aplikacją, programem komputerowym lub systemem, który wykorzystuje technologie z zakresu sztucznej inteligencji do wykonywania określonych zadań lub rozwiązywania problemów. Narzędzia AI muszą być projektowane i programowane w taki sposób, aby potrafiły uczyć się na podstawie danych, rozpoznawać wzorce, podejmować decyzje i wykonywać zadania. Mowa tu o rozwiązaniach i cechach: machine learning(ML), sieci neuronowych (NN), widzenia komputerowego (CV), robotyki, logiki rozmytej (FL), adaptacyjności, automatyzacji, NLP, audio i video, analiza i przetwarzanie danych, interakcja człowiek-AI.
8. **Nagroda** – statuetka i tytuł Laureata Nagrody „Digital Quality Mark 2023”, przyznawane miejscom 3,2,1 w danej Kategorii Konkursu.
9. **Laureat** – Uczestnik, który zajął 3,2 lub 1 miejsce w Konkursie w danej Kategorii.
10. **Nominowani Uczestnicy** – maksymalnie pięciu Uczestników w danej Kategorii, którzy w wyniku głosowania przez Jury otrzymali w niej najwyższą średnią liczbę punktów w głosowaniu online. Grupa ta przechodzi do etapu Pitchowania.
11. **Kategoria** – określona kategoria Konkursu, wskazana w § 3 ust. 9 Regulaminu.
12. **Strona Konkursu** – strona internetowa o adresie URL <http://digitalqualitymark.eu/>



13. **Pitchowanie** – etap prezentacji przed Jury , która odbędzie się w dniu określonym w § 2 ust. 1 lit. f) Regulaminu, w miejscu podanym przez Organizatora z odpowiednim wyprzedzeniem przez zamieszczenie informacji na Stronie Konkursu.
14. **Prezentacja** – integralny element zgłoszenia, załączany przez Uczestnika do formularza zgłoszeniowego, na podstawie którego Jury dokonuje oceny Uczestnika. Wymagana forma i treść Prezentacji zostały określone w § 3 Regulaminu.

§ 2

Harmonogram Konkursu

1. Konkurs będzie przeprowadzony w następujących etapach:
 - a) **Etap I (24.10.2023 - 27.11.2023)** – zgłoszenia Uczestników,
 - b) **Etap II (28.11.2023 - 5.12.2023)** – preselekcja zgłoszeń,
 - d) **Etap III (12.12.2023 - 15.12.2023)** – audyt wyników głosowania online Konkursu,
 - e) **Etap IV (18.12.2023)** – ogłoszenie na Stronie Konkursu listy Nominowanych Uczestników kwalifikujących się do Pitchowania,
 - f) **Etap V (8.01.2024)** – Pitchowanie Nominowanych przed Komisją Oceniającą oraz głosowanie Komisji
 - g) **Etap VI (8.01.2024)** – Audyt Pitchowania i ogłoszenie miejsc 3,2,1 w poszczególnych Kategoriach
2. Organizator jest uprawniony do zmiany terminów, o których mowa w ust. 1 powyżej oraz miejsca Gali, za uprzednim poinformowaniem Uczestników i Członków Jury z odpowiednim, tj. co najmniej 3-dniowym wyprzedzeniem.

§ 3

Zgłoszenia do Konkursu

1. Zgłoszenie Uczestnika wymaga dokonania następujących czynności w okresie przyjmowania zgłoszeń:
 - a) wypełnienia formularza zgłoszeniowego, dostępnego na Stronie Konkursu, zgodnie z podaną w nim instrukcją;
 - b) załączenia do formularza zgłoszeniowego Prezentacji zgodnej z ust. 15 poniżej;
 - c) akceptacji treści Regulaminu, która następuje poprzez zaznaczenie odpowiedniego pola na stosownej podstronie;



d) uiszczenia opłaty za uczestnictwo w Konkursie zgodnie z postanowieniami Regulaminu.

2. Do Konkursu może zgłosić się każdy podmiot prowadzący działalność usługową opartą o technologie SaaS, AI a także działalność agencyjną polegającą na doradzaniu i wdrażaniu technologii.

Przedmiotem zgłoszenia może być działalność prowadzona przez Uczestnika i obejmująca okres od 1 listopada 2022 r. do 30 października 2023 r.

3. Zgłoszenie musi zawierać nazwę zgłaszanego produktu lub narzędzia oraz uwzględniać wskazanie, w której Kategorii produkt lub usługa zostają zgłoszone. Możliwe jest dokonanie zgłoszenia w więcej niż 1 Kategorii, przy czym za każde takie zgłoszenie należna jest opłata w wysokości wynikającej z Regulaminu. W przypadku chęci zmiany zgłoszenia należy się kontaktować indywidualnie z biurem organizacyjnym Konkursu, najpóźniej na 5 dni przed zakończeniem Etapu I Konkursu. Zgłoszenie nie może być zmienione po zakończeniu Etapu II Konkursu.

4. Z zastrzeżeniem ust. 6a poniżej, dla podmiotów będących członkami lub partnerami Organizatora w rozumieniu jego statutu oraz dla podmiotów niebędących członkami lub partnerami Organizatora w rozumieniu jego statutu zgłoszenie do Konkursu jest płatne w wysokości wskazanej w ust. 6 poniżej.

5. Zgłoszenia Uczestnika może dokonać Agencja. Uczestnicy zgłoszeni do Konkursu przez Agencję mają obowiązek uiszczenia opłaty za zgłoszenie.

5a. Uczestnik może zostać zaproszony lub zgłoszony do Konkursu przez Organizatora. Uczestnicy zaproszeni lub zgłoszeni do Konkursu przez Organizatora nie mają obowiązku uiszczenia opłaty za zgłoszenie.

6. Uczestnicy, którzy zgodnie z ust. 5 i 6 powyżej, są zobowiązani do uiszczenia opłaty za zgłoszenie, mają obowiązek jej zapłaty w następującej kwocie:

a) członkowie i partnerzy Organizatora w rozumieniu jego statutu:

- w kwocie 2999 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii.

b) Uczestnicy, którzy nie mają statusu członków lub partnerów Organizatora w rozumieniu statutu Organizatora:

- w kwocie 4999 zł netto za zgłoszenie w jednej Kategorii.

7. Powyższe kwoty powiększone o podatek VAT należy wpłacać na rachunek bankowy Organizatora prowadzony przez Bank (PKO BP SA Oddział 1 w Warszawie) o numerze 79 1020 1013 0000 0302 0291 6963.

8. Uczestnicy mogą zgłaszać się do Konkursu w następujących Kategoriach:

- **SaaS e-Commerce** – Do kategorii mogą zostać zgłoszone rozwiązania SaaS zwiększające efektywność działania sklepów e-commerce. Rozwiązania oceniane będą pod kątem zwiększenia efektywności, zmniejszenia kosztów działania poszczególnych obszarów e-commerce, optymalizacji i zwiększenia działania obszarów e-sklepów.

W ramach tej kategorii mogą zgłaszać się rozwiązania SaaS:



Platformy e-commerce, które umożliwiają tworzenie i zarządzanie sklepem internetowym, obsługują procesy zakupowe, płatności online i zarządzanie magazynem.

Systemy do zarządzania zamówieniami - narzędzia m.in. pomagające w śledzeniu zamówień, zarządzaniu zapasami i dostawami, generowaniu faktur i przetwarzaniu zwrotów.

Rozwiązania do obsługi klienta - oferujące narzędzia do obsługi klienta, takie jak czat na żywo, systemy biletowe i obsługa zgłoszeń.

Analiza i raportowanie – narzędzia do analizy danych dotyczących zachowań klientów, sprzedaży i wydajności sklepu.

Marketing internetowy - narzędzia wspomagające działania marketingowe, takie jak kampanie e-mailowe, kampanie reklamowe, SEO i zarządzanie treściami na stronie internetowej.

Bezpieczeństwo i ochrona danych - narzędzia zapewniające rozwiązania zabezpieczające sklepy internetowe przed cyberatakami i pomagające w zgodności z przepisami o ochronie danych.

Narzędzia do obsługi płatności – narzędzia oferowane w modelu saas obsługujące płatności cyfrowe i omnichannel.

Dane powinny pochodzić z okresu od **01 listopada 2022 r. do 30 października 2023 r.**

- **SaaS Marketing** – Do kategorii mogą zgłosić się rozwiązania SaaS zwiększające efektywność i automatyzujące obszar marketingu. Rozwiązania oceniane będą pod kątem zwiększenia efektywności, zmniejszenia kosztów działania poszczególnych obszarów marketingu, optymalizacji i zwiększenia działania obszarów marketingu.

W ramach tej kategorii mogą zgłaszać się rozwiązania SaaS:

Marketing automation - narzędzia pozwalające na planowanie, wdrażanie i monitorowanie kampanii marketingowych. Mogą one obsługiwać wysyłanie e-maili, zarządzanie mediami społecznościowymi, śledzenie aktywności użytkowników itp.

Zarządzanie treścią – narzędzia pomagające w zarządzaniu treściami na stronach internetowych, blogach i innych platformach online, ułatwiające tworzenie, publikowanie i zarządzanie treściami.

Analityka marketingowa - narzędzia analityczne SaaS pozwalające na monitorowanie wyników działań marketingowych, analizę danych, tworzenie raportów i wnioskowanie z danych w celu doskonalenia strategii marketingowych.

SEO (Search Engine Optimization) - narzędzia SEO SaaS pomagające w optymalizacji treści i struktury strony internetowej.



Zarządzanie reklamami online - narzędzia pomagające w planowaniu, zarządzaniu i monitorowaniu kampanii reklamowych online, takich jak kampanie Google Ads czy reklamy na platformach społecznościowych.

Zarządzanie mediami społecznościowymi - narzędzia do zarządzania mediami społecznościowymi ułatwiające planowanie treści, harmonogramowanie postów, monitorowanie aktywności i analizowanie wyników na różnych platformach społecznościowych.

E-mail marketing - rozwiązania SaaS dla e-mail marketingu umożliwiające tworzenie i wysyłanie masowych e-maili, zarządzanie listami subskrybentów, personalizację wiadomości i śledzenie wyników kampanii e-mailowych.

Zarządzanie kampaniami reklamowymi - narzędzia pomagające w zarządzaniu kampaniami reklamowymi, zapewniające śledzenie wydatków, wyników i zwrotów z inwestycji.

Dane powinny pochodzić z okresu **od 01 listopada 2022 r. do 30 października 2023 r.**

- **SaaS Sales** - Do kategorii mogą zgłosić się rozwiązania SaaS zwiększające efektywność i automatyzujące obszar sprzedaży. Rozwiązania oceniane będą pod kątem zwiększenia efektywności, zmniejszenia kosztów działania poszczególnych obszarów marketingu, optymalizacji i zwiększenia działania obszarów marketingu.

W ramach tej kategorii mogą zgłaszać się rozwiązania SaaS:

CRM (Customer Relationship Management) - narzędzia SaaS pomagające zarządzać danymi dotyczącymi klientów, monitorować interakcje z nimi, śledzić historię kontaktów i analizować dane.

Automatyzacja marketingu - Narzędzia SaaS do automatyzacji marketingu pozwalające tworzyć i zarządzać kampaniami marketingowymi, monitorować zachowanie klientów i dostarczać im spersonalizowane treści.

Systemy zarządzania sprzedażą - narzędzia pomagające w zarządzaniu procesem sprzedaży, od generowania leadów, przez śledzenie kontaktów z klientami, aż do finalizacji transakcji.

Narzędzia do analizy danych - Narzędzia pomagające w zrozumieniu trendów sprzedażowych, prognozowaniu wyników sprzedaży i podejmowaniu decyzji biznesowych.

Narzędzia do zarządzania magazynem i zamówieniami – narzędzia pomagające w zarządzaniu magazynem, zamówieniami i dostawami. Narzędzia automatyzujące te procesy.

Narzędzia do obsługi klienta – narzędzia reagujące na pytania, problemy i zgłoszenia klientów i śledzące historię interakcji.



Narzędzia do obsługi płatności – narzędzia oferowane w modelu saas obsługujące płatności cyfrowe i omnichannel.

Dane powinny pochodzić z okresu **od 01 listopada 2022 r. do 30 października 2023 r.**

- **AI Tools** – Do kategorii mogą zgłosić się rozwiązania AI wpływające na zwiększenie efektywności działania sklepów internetowych, automatyzujące dowolny obszar działania biznesu. Rozwiązania oceniane będą pod kątem zwiększenia efektywności, zmniejszenia kosztów działania poszczególnych obszarów, optymalizacji i zwiększenia skali działania.

W ramach tej kategorii mogą zgłaszać się rozwiązania AI wykazujące się następującymi cechami:

Uczenie maszynowe (Machine Learning): dziedzina sztucznej inteligencji, która koncentruje się na tworzeniu algorytmów i modeli komputerowych, które pozwalają komputerom uczyć się na podstawie danych i doświadczenia, zamiast być programowanym do wykonywania konkretnych zadań.

Rozpoznawanie wzorców: Narzędzia AI rozpoznawające wzorce w danych, w celu np. identyfikacji obiektów na zdjęciach, analizy danych tekstowych, liczbowych lub przewidywania trendów.

Adaptacyjność: rozumiana jako zdolność do dostosowania się do zmieniających się warunków i środowisk, przy jednoczesnym zachowaniu skuteczności.

Automatyzacja: Narzędzia AI często są używane do automatyzacji powtarzalnych lub skomplikowanych zadań. Mogą one przyspieszyć procesy i zwiększyć efektywność działania.

Przetwarzanie języka naturalnego (NLP): Niektóre narzędzia AI są specjalizowane w przetwarzaniu języka naturalnego, co oznacza, że są w stanie rozumieć, analizować i generować tekst w sposób zbliżony do ludzkiego.

Wizja komputerowa: Inne narzędzia AI koncentrują się na analizie obrazów i wideo, umożliwiając rozpoznawanie obiektów, twarzy lub innych cech wizualnych.

Przewidywanie i analiza danych: Narzędzia AI mogą analizować duże ilości danych, identyfikować trendy i wzorce oraz prognozować przyszłe wydarzenia na podstawie analizy danych historycznych.

Interakcja człowiek-maszyna: Niektóre narzędzia AI są projektowane do interakcji z ludźmi za pomocą głosu, tekstu lub interfejsów graficznych.

Sieci neuronowe (Neural Networks): Sieci neuronowe to rodzaj modelu uczenia maszynowego inspirowany ludzkim mózgiem, który skupia się na przetwarzaniu informacji w formie neuronów i połączeń między nimi.



Robotyka: SI wykorzystywana w tworzeniu autonomicznych robotów i systemów zarządzania nimi.

Logika rozmyta (Fuzzy Logic) i systemy ekspertów: Te podejścia pomagają komputerom podejmować decyzje w niepewnych lub niejednoznacznych sytuacjach, co jest ważne w systemach doradczych i kontroli procesów.

Do kategorii mogą zgłosić się narzędzia AI z obszarów:

Rekomendacje produktów - analiza zachowania klientów i sugerowanie produktów.
Chatboty - mogące odpowiadać na pytania klientów, pomagać w procesie zakupowym i obsłudze klienta.

Personalizacja treści - narzędzia AI dostosowujące treści na stronie internetowej lub w e-mailach do preferencji klientów.

Analiza danych i prognozowanie - narzędzia AI do analizy danych pomagające e-commerce w zrozumieniu zachowań klientów, prognozowaniu sprzedaży i zarządzaniu zapasami.

Automatyzacja marketingu – narzędzia AI pomagające w automatyzacji procesów marketingowych, takich jak personalizacja kampanii e-mail, zarządzanie reklamami lub analiza wyników kampanii.

Rozpoznawanie obrazów - narzędzia AI do rozpoznawania obrazów pomagające w znalezieniu produktów za pomocą zdjęć, a także w zweryfikowaniu tożsamości.

Chatbots do obsługi klienta – rozwiązania AI pomagające w obsłudze klienta, odpowiadające na pytania, obsługujące zwroty lub śledzące przesyłki.

Zarządzanie zapasami i dostawami - narzędzie AI pomagające w optymalizacji zarządzania zapasami i dostawami.

Przesyłki i logistyka - Systemy AI optymalizujące trasy dostaw, monitorujące stan przesyłek i dostarczające informacje klientom na temat dostaw.

Zarządzanie cenami – narzędzia AI pomagające w dynamicznym dostosowywaniu cen produktów na podstawie danych rynkowych i konkurencyjnych.

Dane powinny pochodzić z okresu **od 01 listopada 2022 r. do 30 października 2023 r.**

- **Agency** – Do kategorii mogą zgłosić się firma lub organizacja specjalizująca się w doradztwie technologicznym i usługach konsultingowych, której głównym celem jest pomaganie swoim klientom w identyfikowaniu, wdrażaniu i optymalizacji nowych technologii w celu poprawy ich działalności biznesowej.

W ramach tej kategorii mogą być zgłaszane następujące działania agencji:



Analiza potrzeb klienta - współpraca z klientem, aby zrozumieć jego cele, wyzwania i potrzeby związane z technologią.

Rekomendacje technologiczne - Na podstawie analizy, propozycje odpowiednich rozwiązań technologicznych.

Wdrażanie nowych technologii - pomoc klientowi w zakupie, instalacji i konfiguracji nowych systemów lub aplikacji.

Optymalizacja technologiczna - pomoc klientowi w optymalizacji posiadanych technologii i procesów w celu poprawy efektywności i wydajności.

Szkolenia i wsparcie - szkolenia dla personelu klienta oraz wsparcie techniczne w trakcie i po wdrożeniu nowych technologii.

Monitorowanie i ocena wyników.

Dane powinny pochodzić z okresu od **01 listopada 2022 r. do 30 października 2023 r.**

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

11. Zgłoszenia do Konkursu będą przyjmowane w okresie wskazanym w § 2 ust. 1 lit. a. Uczestnicy mogą być zgłaszani w dowolnej liczbie Kategorii.

12. 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.

13. Organizator ma prawo do odmowy przyjęcia zgłoszenia, jeśli zgłaszający nie uiścił opłaty zgłoszeniowej do 25.11.2023. Zgłaszający zobowiązany jest do przesłania potwierdzenia przelewu na adres: konkurs1@eizba.pl.

14. Organizator ma prawo do odmowy przyjęcia zgłoszenia, jeżeli uczestnictwo w Konkursie mogłoby naruszać przepisy powszechnie obowiązującego prawa, ze szczególnym uwzględnieniem regulacji zakazujących reklamy. Jednocześnie Organizator nie ponosi wobec Uczestników lub Agencji odpowiedzialności, na żadnej podstawie, za naruszenie przez Uczestnika poprzez udział w Konkursie przepisów prawa, a w szczególności dotyczących ograniczeń lub zakazów reklamy.

15. Obowiązkowym elementem zgłoszenia jest załączenie Prezentacji sporządzonej w języku polskim lub języku angielskim, w formacie pdf. Prezentacja nie może składać się z większej liczby slajdów niż 9. Treść prezentacji powinna być dostosowana do kryteriów ocen zawartych w § 9. oraz szablonu udostępnionego przez Organizatora, dostępnego do pobrania w wersji edytowalnej na Stronie Konkursu.

16. Organizator ma prawo do wykluczenia Uczestnika z udziału w Konkursie na każdym etapie Konkursu w przypadku:



- a) uzyskania lub powzięcia przez Organizatora informacji o możliwości popełnienia czynu zabronionego ustawą przez Uczestnika, w tym osoby pełniące funkcję kierowniczą w jednostce organizacyjnej Uczestnika lub pozostające z nią w stosunku zatrudnienia bez względu na formę prawną zatrudnienia;
- b) rozpoczęcia przez Prezesa UOKiK lub inny właściwy organ postępowania w związku z możliwością naruszenia zbiorowych interesów konsumentów lub stosowanie praktyk niedozwolonych przez lub w ramach działań realizowanych przez Uczestnika bądź w związku z nimi;
- c) wszczęcia postępowania cywilnego lub innego w związku z zarzutem popełnienia czynów nieuczciwej konkurencji przez Uczestnika lub w związku z jego działaniami lub zaniechaniami;
- d) uzyskania lub powzięcia przez Organizatora informacji o możliwości naruszenia przez Uczestnika dobrych praktyk rynkowych lub innych branżowych kodeksów etycznych;
- e) gdy przyznanie Nagrody lub Nominacji byłoby w ocenie Organizatora sprzeczne z zasadami współżycia społecznego, dobrymi obyczajami lub naruszało dobre imię Organizatora lub pozostałych Uczestników, renomę Konkursu, a także mogło negatywnie wpłynąć na wizerunek Nagrody;

Postanowienia niniejszego ustępu stosuje się także wprost do Agencji.

§ 4

Preselekcja zgłoszeń

1. Organizator przeprowadza preselekcję zgłoszeń weryfikując formalną poprawność zgłoszenia, w tym jego zgodność z Regulaminem. W szczególności, Organizator jest uprawniony do badania:

- a. czy Uczestnik prowadzi Działalność obejmujący okres, o którym mowa w § 3 ust. 2 Regulaminu,
- b. czy deklaracja Uczestnika jako członka/partnera Organizatora lub podmiotu niebędącego członkiem/partnerem Organizatora została dokonana prawidłowo,
- c. czy zgłoszenie zostało prawidłowo opłacone,
- d. czy do formularza zgłoszeniowego została załączona Prezentacja spełniająca wymogi § 3 ust. 15 Regulaminu.

2. W przypadku stwierdzenia przez Organizatora, że zgłoszenie zostało dokonane nieprawidłowo, Organizator skontaktuje się z Uczestnikiem lub Agencją w celu wskazania, jakie poprawki w zgłoszeniu są niezbędne lub w celu wezwania do uzupełnienia opłaty za zgłoszenie. Na żądanie Organizatora Uczestnik jest również zobowiązany do przedłożenia wskazanych przez Organizatora dokumentów oraz informacji. Organizator wskaże również termin, nie krótszy niż 3 dni robocze, na poprawienie zgłoszenia, przedłożenie dokumentacji oraz informacji lub uiszczenie opłaty. Jeżeli Uczestnik wykona prawidłowo i terminowo nałożone przez Organizatora zobowiązania, o których mowa w niniejszym paragrafie, wówczas zgłoszenie wywołuje skutek z dniem jego pierwotnego złożenia.

3. Zgłoszenia, do których Uczestnik lub Agencja nie wprowadzi poprawek, nie przedłoży dokumentów oraz informacji, których zażądał Organizator 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 któregokolwiek z warunków, o którym mowa w § 3 ust. 2, 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. Z zastrzeżeniem ustępu poniżej, w przypadku, gdy Regulamin przewiduje wykluczenie Uczestnika z udziału w Konkursie, w razie wykluczenia Uczestnika z Konkursu wniesiona przez Uczestnika oraz Agencję opłata nie podlega zwrotowi.

7. Organizator ma prawo odwołać przyznanie nagrody w danej Kategorii, jeśli nie zbierze minimum 3 (trzech) zgłoszeń w danej Kategorii lub jeżeli w wynik preselekcji zgłoszeń lub innych zdarzeń skutkujących wykluczeniem Uczestnika z Konkursu zostanie mniej niż 3 (trzech) prawidłowo zgłoszonych Uczestników. W takiej sytuacji Uczestnikowi przysługuje możliwość zmiany Kategorii lub wycofania zgłoszenia w danej Kategorii połączonego ze zwrotem opłaty za zgłoszenie w tej Kategorii. Organizator poinformuje pozostałych Uczestników danej Kategorii, drogą elektroniczną, o odwołaniu przyznania Nagrody w danej Kategorii, wyznaczając Uczestnikowi termin 5 dni na dokonanie zmiany Kategorii, o ile jest to możliwe lub na wycofanie się z Konkursu za zwrotem opłaty. Jeżeli zmiana Kategorii nie jest możliwa lub Uczestnik nie dokona zmiany Kategorii w terminie 5 dni, wówczas zostanie wykluczony z udziału w Konkursie przez Organizatora, a Organizator zwróci mu uiszczoną opłatę.

8. Postanowienia § 4 ust. 1 – 7 Regulaminu stosuje się również na późniejszych niż preselekcja etapach Konkursu, jeżeli Organizator poweźmie wiedzę o wystąpieniu okoliczności, które pozwalałyby na zastosowanie § 4 ust. 2 – 4 Regulaminu na etapie preselekcji zgłoszeń. Jeżeli Organizator powziął wiedzę o wystąpieniu takich okoliczności, wówczas Organizator po ich ocenie może zastosować procedurę opisaną w § 4 ust. 2 – 4 Regulaminu.

9. Jeżeli sytuacja opisana w ustępie poprzedzającym nastąpiła po przeprowadzeniu głosowania przez Członków Jury, wówczas głosy oddane na Uczestnika, którego zgłoszenia dotyczyły okoliczności uzasadniające zastosowanie procedury opisanej w § 4 ust. 2 – 4 Regulaminu, stają się nieważne we wszystkich Kategoriach, do których danych Uczestnik był zgłoszony zgodnie z treścią pierwotnego zgłoszenia. Jeżeli Uczestnik, którego dotyczyła opisana powyżej procedura, wprowadził do swojego zgłoszenia wymagane przez Organizatora poprawki, w terminie określonym w ust. 2 powyżej, wówczas jego zgłoszenie jest objęte ponownym głosowaniem, ale zgodnie z treścią poprawionego zgłoszenia. W takim przypadku Członkowie Jury, którzy wcześniej oddali swoje głosy na takiego Uczestnika, głosują ponownie. Postanowienia § 5 Regulaminu stosuje się odpowiednio. Opisane powyżej głosowanie trwa nie dłużej niż 7 dni licząc od dnia, gdy Uczestnik wprowadził do swojego zgłoszenia wymagane przez Organizatora poprawki. Następnie opisane powyżej głosowanie jest poddane audytowi wyników głosowania. Audyt jest przeprowadzany w terminie 3 dni od dnia zakończenia głosowania. Po zakończeniu audytu nastąpi ogłoszenie na Stronie Konkursu listy Nominowanych Uczestników w Kategoriach Konkursu, które były objęte opisany powyżej głosowaniem. Jeżeli wcześniej była opublikowana lista Nominowanych Uczestników oparta o głosowanie, w którym głosy stały się nieważne, to nowa lista zastępuje poprzednią w tych Kategoriach. Przy czym, Organizator ma prawo do wcześniejszego usunięcia poprzedniej listy Nominowanych Uczestników.

10. Jeżeli Uczestnik, którego dotyczyła opisana w ust. 8 i 9 powyżej procedura, nie wprowadził do swojego zgłoszenia wymaganych przez Organizatora poprawek, w terminie określonym w ust. 2 powyżej, wówczas zostaje on wykluczony z Konkursu i Organizator dokonuje stosownej aktualizacji Listy Nominowanych na Stronie Konkursu. Natomiast w sytuacji, gdy w wyniku wprowadzenia przez



Uczestnika do zgłoszenia wymaganych przez Organizatora poprawek, zgłoszenie obejmuje mniejszą liczbę Kategorii, niż wynikało to ze zgłoszenia pierwotnego, Uczestnik zostaje wykluczony z Kategorii, których poprawione zgłoszenie nie obejmuje, a Organizator dokonuje stosownej aktualizacji Listy Nominowanych.

§ 5

Głosowanie

Głosowanie Jury będzie miało następujący przebieg:

1. Członkom Jury zostanie udostępniony przez Organizatora link do aplikacji obsługującej głosowanie. Zapis dotyczy zarówno głosowania online jak i podczas Pitchowania.
2. Każdemu z Członków Jury Organizator przydziela Uczestników z danej Kategorii, którzy zostaną ocenieni według podanych przez Organizatora kryteriów oceny. Zapis dotyczy zarówno głosowania online jak i podczas Pitchowania.
3. Każdy Członek Jury ocenia zgłoszenie Uczestnika w danej Kategorii pod kątem wskazanych kryteriów oceny. Każde kryterium oceny podlega punktacji od 1 (jednego) do 5 (pięciu) punktów, gdzie 5 (pięć) jest oceną najwyższą, a 1 (jeden) jest oceną najniższą. Zapis dotyczy zarówno głosowania online jak i podczas Pitchowania.
4. Organizator zbiera i podsumowuje liczbę punktów przyznanych każdemu Uczestnikowi za wszystkie kryteria w danej Kategorii przez wszystkich Członków Jury łącznie. Na podstawie tej sumy Organizator wylicza średnią liczbę punktów uzyskanych przez Uczestnika w danej Kategorii. Średnia punktów zostaje wyliczona poprzez zsumowanie wszystkich przyznanych Uczestnikowi punktów, a następnie podzielenie uzyskanej sumy przez liczbę ważnych głosów oddanych na danego Uczestnika. Zapis dotyczy zarówno głosowania online jak i podczas Pitchowania.
5. Na podstawie wyliczonej średniej liczby punktów przyznanych każdemu Uczestnikowi ustalana jest – w każdej Kategorii – lista maksymalnie pięciu Nominowanych Uczestników o największej średniej liczbie punktów. Nominowani Uczestnicy zostają zakwalifikowani do Pitchowania przed Jury celem wyłonienia miejsc 3,2,1 w danej Kategorii. Organizator może ograniczyć liczbę Nominowanych Uczestników w przypadku nie uzyskania średniej wyższej niż 3,0.
6. Laureatami w danej Kategorii zostają Nominowani Uczestnicy, którzy uzyskali w głosowaniu podczas Pitchowania trzy pierwsze wyniki z największą średnią liczbą punktów.
7. W przypadku uzyskania przez Uczestników równej największej średniej liczby punktów, o wyborze Laureata decyduje Przewodniczący Jury. Jeżeli Przewodniczący Jury podlega wyłączeniu lub z innych przyczyn nie może podjąć decyzji o wyborze Laureata, Organizator wylosuje spośród całego składu Jury – Członka Jury, który będzie mógł podjąć decyzję.
8. Brak udziału Członka Jury w głosowaniu online oraz po Pitchowaniu nie wstrzymuje głosowania i nie stanowi przeszkody do jego przeprowadzenia w terminach wynikających z Regulaminu.

§ 6



Audyt wyników głosowania

1. Audyt wyników głosowania online polega na:

- a) sprawdzeniu, czy wszyscy Członkowie Jury dokonali oceny,
- b) sprawdzeniu średniej punktów uzyskanych przez Uczestnika w danej Kategorii,
- c) weryfikacji kalkulacji, w ramach której wyłoniono Nominowanych Uczestników i Laureatów w każdej Kategorii.

2. Audyt wyników głosowania podczas Pitchowania polega na:

- a) sprawdzeniu, czy wszyscy Członkowie Jury dokonali oceny,
- b) sprawdzeniu średniej punktów uzyskanych przez Uczestnika w danej Kategorii,
- c) weryfikacji kalkulacji, w ramach której wyłoniono Laureatów w każdej Kategorii
- d) weryfikacji czy Pitchowanie przebiegło zgodnie z Regulaminem, tj. § 8 pkt 2, pkt 3, pkt 4 zdanie czwarte i piąte, pkt 5 i pkt 7.

.

§ 7

Ogłoszenie listy Nominowanych do Pitchowania 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.
3. Nominowani Uczestnicy zostaną zaproszeni na Pitchowanie przed Jury.

§ 8

Pitchowanie przed Jury

1. Pitchowanie przed Jury odbywa się a trybie offline. Termin Pitchowania reguluje § 2 ust. 1 Regulaminu Konkursu.
2. Do Pitchowania kwalifikują się Uczestnicy, którzy zajęli pierwszych 5 miejsc w danej Kategorii. O wyłonieniu pierwszych 5 decyduje głosowanie online członków Jury.



3. Każdemu Nominowanemu Uczestnikowi w Konkursie przysługuje jedna wejściówka na Pitchowanie.
4. Każdy Nominowany Uczestnik oddelegowuje reprezentanta przedstawiającego Prezentację przed Jury podczas Pitchowania. Prezentacja musi pochodzić ze zgłoszenia dokonywanego online. Nie ma możliwości dokonania zmian w prezentacji. Każdy Nominowany uczestnik ma 12 minut podczas Pitchowania, z czego 6 minut przypada na prezentację konkursowej Prezentacji, 6 minut na zadawanie pytań przez Jury i odpowiedź na nie. Po upływie każdego 6 minut Uczestnik ma obowiązek zakończyć wypowiedź, niezależnie od tego, w którym miejscu Prezentacji jest lub w jakim stopniu odpowiedział na pytanie zadane przez Jury.
5. Po Pitchowaniu Nominowanych Uczestników w danej Kategorii, członkowie Jury mają 5 min na oddanie głosów w danej Kategorii.
7. Po Pitchowaniu Nominowanych Uczestników we wszystkich kategoriach zakwalifikowanych do tego etapu Organizator zbiera głosy i oblicza średnią punktów, na bazie których wyłaniane są miejsca 3,2,1. Następnie audytor Konkursu dokonuje audytu dnia pitchowania, poprawności przeliczenia głosów i wyłonienia Laureatów. Lista Laureatów zostaje ogłoszona tego samego dnia przed Nominowanymi Uczestnikami, Członkami Jury oraz na stronie internetowej Konkursu.
8. W trakcie trwania Pitchowania, uczestnicy zobowiązani są do przestrzegania wszelkich ograniczeń, wytycznych GIS i procedur bezpieczeństwa dot. COVID-19, które obowiązywać będą w dniu Pitchowania oraz stosowania się do zaleceń obsługi obiektu, w którym odbywa się Pitchowanie. Stosowne informacje będą również udostępniane podczas trwania Pitchowania. Uczestnikiem Pitchowania może być osoba, która wedle swojej najlepszej wiedzy nie jest osobą zakażoną COVID-19, nie przebywa na kwarantannie lub nie jest objęta nadzorem epidemiologicznym. Uczestnik, w celu potwierdzenia wyżej wymienionego warunku, będzie zobowiązany do złożenia stosownego oświadczenia.
9. W uzasadnionych przypadkach, Organizator w celu wypełnienia ciążącym na nim obowiązków prawnych, będzie zobowiązany do przekazania danych osobowych uczestnika Pitchowania Głównemu Inspektoratowi Sanitarnemu.

§ 9

Kryteria oceny Uczestników 2023

1. Kategorie SaaS e-commerce, SaaS Sales i SaaS marketing objęte są następującymi kryteriami:
 - a) zakres, szeroki wybór funkcjonalności rozwiązania (m.in. dostosowanie do każdej wielkości sklepu e-commerce, możliwość elastycznego regulowania zakresu korzystania z funkcjonalności SaaS, jakość technologii, na której opiera się rozwiązanie);
 - b) efektywny i prosty proces implementacji;
 - c) efektywne zwiększenie przychodów lub osiągnięcie innego założonego KPI po wdrożeniu narzędzia;
 - d) % obniżenia kosztów działania danego obszaru e-commerce/omnichannel po wdrożeniu narzędzia;
 - e) efektywność case studies pokazanych w prezentacji



f) zakres client service na linii narzędzie-klient, szybkość reakcji, jakość udzielanej pomocy przy wdrożeniu oraz w późniejszych etapach stosowania technologii

2. Kategoria AI tools objęta jest następującymi kryteriami:

a) zakres, szeroki wybór funkcjonalności rozwiązania, rodzaj technologii, na której opiera się dane narzędzie;

b) efektywny i prosty proces implementacji;

c) efektywne zwiększenie przychodów lub osiągnięcie innego założonego KPI po wdrożeniu narzędzia;

d) % obniżenia kosztów działania danego obszaru e-commerce/omnichannel po wdrożeniu narzędzia;

e) efektywność case studies pokazanych w prezentacji

f) zakres client service na linii narzędzie-klient, szybkość reakcji, jakość udzielanej pomocy przy wdrożeniu oraz w późniejszych etapach stosowania technologii

3. Kategoria Agency objęta jest kryteriami ocen:

a) zakres, szeroki wybór technologii w oparciu o które działa agencja;

b) efektywny proces adytu, współpracy z klientem i rekomendacji wdrożenia nowych rozwiązań technologicznych lub adaptacji dotychczasowych, jak najbardziej zgodny z potrzebami klienta;

c) efektywny po stronie agencji proces wdrożenia nowych technologii (m.in. działanie zgodnie z założonym harmonogramem działania, płynna komunikacja z klientem, elastyczność i szybka reakcja na procesy i sytuacje pojawiające się w trakcie wdrożenia);

d) % osiągnięcia założonych KPI po wdrożeniu rekomendowanych przez agencję technologii lub procesu digitalizacji w porównaniu z wynikami przed wdrożeniem (mogą to być np. zwiększenie przychodów, obniżenie kosztów, usprawnienie konkretnego obszaru e-commerce, dokładniejszy monitoring zakładanego obszaru lub procesu e-commerce);

e) efektywność case studies pokazanych w prezentacji

f) zakres client service na linii agencja-klient, szybkość reakcji, jakość udzielanej pomocy przy wdrożeniu oraz w późniejszych etapach stosowania technologii, szkolenie i edukowanie klienta z zakresu technologii ale i samej istoty transformacji cyfrowej.

§ 10 Jury

1. Członków Jury w liczbie maksymalnie 40 (czterdziestu) wybiera Organizator. Członkowie Jury zostaną wybrani przez Organizatora do oceny poszczególnych Kategorii. Lista Członków Jury



oceniających Uczestników w poszczególnych Kategoriach i Grupach udostępniona jest na Stronie Konkursu.

2. Spośród wybranych Członków Jury Organizator wybiera Przewodniczącego Jury.

3. W przypadku, gdy zachodzą powiązania faktyczne lub prawne z danym Uczestnikiem lub Agencją, Członek Jury zobowiązany jest wyłączyć się od głosowania nad przyznaniem punktów w odniesieniu do wszystkich Uczestników w danej Kategorii w danej Grupie, w której bierze udział ten Uczestnik. Członek Jury jest niezwłocznie zobowiązany powiadomić Organizatora o zaistniałej sytuacji. W takim przypadku, w miejsce wyłączonego Członka Jury, oceny Uczestników w tej Kategorii w danej Grupie dokona inny członek Jury, który zostanie do tego wyznaczony przez Organizatora.

Przez powiązanie prawne Członka Jury z danym Uczestnikiem lub Agencją rozumie się powiązanie kapitałowe (Członek Jury posiada tytuł prawny do uczestnictwa u Uczestnika lub Agencji na prawach wspólnika, akcjonariusza itp.) lub personalnie (Członek Jury sprawuje funkcję w organie Uczestnika lub Agencji). Przez powiązanie prawne rozumie się także sytuację, w której inny podmiot, z którym Członek Jury jest powiązany kapitałowo lub personalnie, ma wpływ na działalność Uczestnika lub Agencji, w rozumieniu art. 4 §1 pkt. 5 Kodeksu spółek handlowych.

4. Jeżeli po przeprowadzeniu głosowania, w następstwie przeprowadzonego audytu lub powzięcia wiarygodnych informacji z innego źródła, okaże się, że dany Członek Jury powinien zostać wyłączony od głosowania zgodnie z ustępami powyżej, Organizator wyłączy tego Członka Jury i dokona ponownego obliczenia średniej głosów, w głosowaniu, w którym brał udział wyłączony Członek Jury, przy czym głosy wyłączonego Członka Jury uważa się za nieistniejące.

5. Członkowie Jury nie otrzymują wynagrodzenia od Organizatora.

§ 11

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 oraz jeżeli jest on osobą fizyczną – także jego wizerunku utrwalonego podczas Gali, na Stronie Konkursu, a także na stronach internetowych, o których mowa w ust. 3 powyżej. Niniejsze postanowienie stosuje się odpowiednio również wobec Agencji.

5. Każdy Uczestnik oraz Agencja, którzy dokonali opłaty za zgłoszenie w Konkursie mają prawo zamieszczać informacje związane ze swoim uczestnictwem w Konkursie w charakterze Uczestnika lub odpowiednio podmiotu zgłaszającego (w tym dotyczące faktu uczestnictwa w danej Kategorii oraz



Grupie, nominacji, przyznanych nagród, nazwy Konkursu) oraz używać logotypu Konkursu w kontekście zamieszczania informacji o uczestnictwie w Konkursie, we własnych kanałach komunikacji, informacjach prasowych i innych formach promocji Uczestnika.

6. Zamieszczanie informacji związanych z uczestnictwem w Konkursie oraz posługiwanie się logotypem Konkursu przez podmiot, który nie jest Uczestnikiem Konkursu, w szczególności który nie dokonał opłaty za zgłoszenie w Konkursie, jest zabronione i może stanowić czyn nieuczciwej konkurencji w rozumieniu art. 3 ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji.

§ 12

Dane osobowe

1. Administratorem danych osobowych Uczestników jest Organizator.

2. Dane osobowe będą wykorzystywane w celu organizacji i przeprowadzenia Konkursu oraz w celu podejmowania niezbędnych działań związanych z interesem publicznym w dziedzinie zdrowia publicznego w związku z koniecznością zapobiegania rozprzestrzeniania się epidemii wirusa COVID-19. Na podstawie dodatkowej i opcjonalnej zgody Uczestnika, Organizator może przetwarzać jego dane osobowe w celu marketingu i promocji działalności Organizatora poprzez wysyłanie komunikatów marketingowych na adres e-mail lub numer telefonu Uczestnika. 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 jest art. 6 ust. 1 lit. b RODO. W zakresie danych osobowych uczestników Gali, podstawą przetwarzania jest również art. 9 ust. 2 lit. i RODO.

4. Uczestnik ma prawo dostępu do swoich danych osobowych, ich poprawiania, żądania ich usunięcia, ograniczenia przetwarzania i prawo do przenoszenia danych osobowych. Uczestnik ma prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego w razie uznania, że dane osobowe są przetwarzane niezgodnie z wymogami prawnymi. Uczestnik ma także dwa rodzaje prawa do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania danych osobowych, jeżeli dane osobowe są przetwarzane:

- a) na potrzeby marketingu bezpośredniego; tego sprzeciwu nie trzeba uzasadniać,
- b) na podstawie innych prawnie uzasadnionych interesów Organizatora; taki sprzeciw wymaga uzasadnienia szczególną sytuacją Uczestnika.

5. Dane osobowe Uczestnika będą przetwarzane przez czas potrzebny do organizacji i realizacji Konkursu oraz czas podejmowania niezbędnych działań związanych z interesem publicznym w dziedzinie zdrowia publicznego w związku z zapobieganiem rozprzestrzeniania się epidemii dot. wirusa COVID-19. 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 lub odwołania zgody na wysyłanie informacji marketingowych, o których mowa w ust. 2 powyżej.

6. Dane osobowe będą przekazywane do: agencji pomagających w organizacji Konkursu, dostawców narzędzi informatycznych do obsługi Konkursu, Strony Konkursu oraz przechowywania danych oraz dostawców narzędzi do wysyłki wiadomości e-mail oraz sms/ mms. Ponadto dane osobowe uczestników Gali mogą zostać przekazane podmiotom, którym Administrator ma obowiązek przekazywać dane na gruncie przepisów prawa (np. Główny Inspektor Sanitarny).

7. Podanie danych osobowych jest dobrowolne, ale konieczne do wzięcia udziału w Konkursie.

8. Postanowienia niniejszego paragrafu dotyczące Uczestnika stosuje się odpowiednio również wobec Agencji.

§ 13

Tryb składania i rozpatrywania reklamacji

1. Wszelkie reklamacje dotyczące Konkursu należy zgłaszać za pośrednictwem poczty elektronicznej (e-mail) na adres: konkurs@eizba.pl najpóźniej w terminie 24 godzin 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.

§ 14

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: Quidea.
6. Wszelkie spory związane z Konkursem będą rozpatrywane przez sąd właściwy dla dzielnicy Śródmieście m.st. Warszawy.
7. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany Regulaminu, a także odwołania Konkursu. W przypadku zmiany Regulaminu lub odwołania Konkursu, Organizator opublikuje informację na Stronie Konkursu.