



CRITEO 전용 서비스 약관

Commerce Max 서비스(Commerce Max)

본 Criteo 전용 서비스 약관은 Criteo 가 파트너에게 Criteo 서비스를 제공하기로 동의한 계약서에 통합되며, 아래에 명시된 특정 조건은 파트너가 선택한 서비스에만 적용된다.

Criteo 전용 서비스 약관에서 사용되었으나 정의되지 않은 대문자로 표시된 용어는 Criteo 포괄 서비스 약관에서 정의된 의미를 갖는다.

1. 본 서비스에 대한 설명

Commerce Max 는 Criteo 의 선도적인 리테일 미디어 및 프로그램 기능을 갖춘 확장 가능한 올인원 DSP(수요측 플랫폼)이며, 광고주의 목표를 충족시키기 위해 디지털 광고 캠페인을 구성, 최적화 및 측정하는 데 사용할 수 있는 투명한 옴니채널 기술 플랫폼이다.

본 서비스는 i) 리테일 업체의 인벤토리에 대한 온사이트 광고(예: 스폰서 광고 또는 디스플레이 광고) 및/또는 ii) 개방형 인터넷 프로그래밍 방식 인벤토리 전체에 걸친 오프사이트 광고를 통해 가치 있는 잠재 고객에게 도달하기 위해 사용할 수 있다. 좀 더 구체적으로 설명하면 오프사이트 광고는 리테일 업체가 이 인벤토리 유형 및 관련 지역에 대해 잠금을 해제한 경우에만 리테일 업체의 데이터를 기반으로 만들 수 있다.

마케팅 전략 및 관련 Criteo 설정은 캠페인 및 광고 항목 수준에서 구현될 수 있다.

Criteo 는 다양한 옵션의 가용성 및 파트너의 현재 요구 사항에 따라 관리형 서비스, 셀프 서비스 또는 이 둘을 조합한 형태로 파트너에게 서비스를 제공할 수 있다.

2. 가격 책정 및 결제

Criteo 플랫폼(모든 서비스 포함)을 이용하려면 파트너는 아래에 정의되어 있고 주문서에 상세히 나와 있는 Criteo 서비스 수수료를 지불해야 한다. 이러한 수수료는 i) 수요측 플랫폼 수수료와 ii) 관리형 서비스 수수료(해당되는 경우)이며, 둘 다 운용 미디어 광고비의 백분율로 계산한다.

- **운용 미디어 광고비**는 광고를 게시하기 위한 인벤토리를 제공한 대가로 리테일 업체 또는 개방형 인터넷 퍼블리셔에게 지불하는 광고비와 동일하며, 주문서에 명시된 예산에는 서비스 수수료가 포함된다.

수요측 플랫폼 수수료("DSP 수수료")는 Criteo 플랫폼을 사용하여 캠페인을 생성, 관리, 최적화 및 보고하는 파트너가 Criteo 에 지불한다.

- **관리형 서비스 수수료**는 DSP 수수료 외에 캠페인 관리 서비스 명목으로 파트너가 Criteo 에 지불해야 하는 비용으로, 파트너가 Criteo 의 관리 서비스를 이용하는 경우에만 이 수수료가 적용되며 파트너가 셀프 서비스 모드를 사용하는 경우에는 적용되지 않는다.

이와는 별개로 파트너가 오프사이트 광고를 실행하고자 하는 경우 Criteo 플랫폼을 통해 리테일 업체의 잠재 고객을 확보하기 위해 파트너는 Criteo 에 리테일 업체 잠재 고객 데이터 수수료를 추가로 지불해야 한다.

- **리테일러 오디언스 데이터 수수료** 잠재 고객 데이터 비용은 리테일 업체에서 결정하며, 이 비용은 파트너가 Criteo 에 지불한다. 이 수수료는 각 캠페인에 대해 정액 CPM 요율 또는 파트너가 구매한 노출 비용에 적용되는 고정 비율로 적용되며, CPM 요율에 상한이 있습니다. 이 둘 모두 리테일러가 선택하며 시간이 지남에 따라 변경될 수 있습니다.
- **제 3 자 기술 수수료** 오프사이트 광고 설정 중에 파트너가 직접 또는 대리인을 통해 제 3 자 솔루션 제공업체를 이용하는 경우에도 적용될 수 있습니다. 이 수수료는 달리 합의되지 않는 한, Criteo 가 파트너에게 고정 CPM 기준 또는 파트너가 구매한 노출 비용에 적용되는 고정 비율로 청구하며, CPM 요율에 상한이 있습니다.

파트너는 목표를 달성하기 위해 Criteo 가 제공하는 다양한 입찰 전략(예: 클릭 유도) 중에서 선택할 수 있으며 이는 시간이 지남에 따라 Criteo 의 재량에 따라 변경될 수 있다.

파트너가 Criteo 에 추가 전문 서비스(예: 영향 연구 또는 설정)를 요청하는 경우 양 당사자 간에 사전 합의된 정액 요금을 기준으로 청구된다.

Criteo 는 Criteo 플랫폼 또는 다른 목표(예: 판매 목표 비용)에 구성된 예산을 충족한다고 보장하지 않으며, 파트너는 CPC 또는 CPM 컨트롤러를 통해 캠페인을 최적화할 수 있다. 파트너는 "컨트롤러" 기능을 통해 비용의 균형을 맞추고 결과를 도출할 수 있다. 파트너는 예산 전략(예: 월별 또는 평생)을 선택할 수 있으며 게재 날짜 전체에 걸쳐 예산을 균등하게 조정할 수 있다.

3. 추가 조건

3.1. **편의를 위한 해지**: 각 당사자는 언제든지, 페널티나 면책 없이, 수령 확인이 기재된 등기 우편 또는 이메일로, 그리고 영업일 기준 오(5) 일 전에 통지하여 본 계약을 해지할 수 있다. 캠페인의 일시 중지 또는 해지는 Criteo 플랫폼에 대한 접속을 통해, 또는 파트너가 요청하는 경우 Criteo 팀이 수행할 수 있다. 사전 예고 기간은 파트너에게 청구된다.

3.2. **광고 표시**: 파트너는 광고가 Criteo 네트워크상에 게시되고, 광고가 어디에서, 그리고 얼마나 자주 게시되어야 하는지, 그리고 서로 다른 파트너간에 우선순위가 정해지는 방식에 관하여 Criteo 또는 (경우에 따라) 관련 파트너가 절대적인 재량을 가짐을 인식하고 이를 수락한다. 파트너가 Criteo 에 공급 파트너 지침을 준수하지 않는 매체에 광고가 게시되고 있음을 서면으로 통지하는 경우, Criteo 는 즉시 해당 매체에서 광고를 삭제한다.



3.3. 개인정보 보호: Criteo 에 의한 본 서비스 제공 및 데이터 보호 계약("DPA")의 적용 목적상, 서비스는 공동 관리자 서비스(DPA 에 정의된 대로)로 간주되며 당사자들은 DPA 의 관련 조항(섹션 I 및 II)을 준수한다.

3.4. 계약 주체, 준거법 및 관할권: 본 계약에 따라 Criteo 서비스를 제공하는 Criteo 법인은 파트너사가 소재한 지역에 따라 결정된다.
