



**Regulamin zlecenia emisji reklam
w internetowej sieci reklamowej Cormedia**
09.01.2008

Spis treści

1	PODSTAWOWE POJĘCIA ZAWARTE W REGULAMINIE	3
2	POSTANOWIENIA OGÓLNE	4
3	REZERWACJA POWIERZCHNI	4
4	ZLECENIE EMISJI REKLAMY I WARUNKI PŁATNOŚCI	4
5	REALIZACJA ZLECENIA	6
6	MODYFIKACJA ZLECENIA EMISJI REKLAM	7
7	WARUNKI EMISJI REKLAM	7
8	CENNIK REKLAM	9
9	SIŁA WYŻSZA	9
10	WŁAŚCIWOŚCI PRAWA I SĄDU	9
11	POSTANOWIENIA KOŃCOWE	9

Niniejszy regulamin zlecenia emisji reklam w internetowej sieci reklamowej Cormedia jest zgodny z wytycznymi IAB Polska (Internet Advertising Bureau) w tym zakresie (więcej informacji – www.iab.com.pl).



1 PODSTAWOWE POJĘCIA ZAWARTE W REGULAMINIE

Internetowa Sieć Reklamowa Cormedia – zbiór witryn współpracujących z firmą Cormedia Sp. z o.o. na podstawie odrębnych umów, których powierzchnią reklamową dysponuje.

Zleceniobiorca – Cormedia Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ulicy Mikołaja Trąby 8/110.

Zleceniodawca – każda osoba fizyczna lub prawna, a także jednostka organizacyjna nie będąca osobą prawną zlecająca lub rezerwująca emisję reklamy w internetowej sieci reklamowej Cormedia.

Reklama – każdy przekaz mający na celu promocję sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług, popieranie określonych spraw i idei bądź osiągnięcie innego efektu pożądanego przez Zleceniodawcę.

Rezerwacja – wpis w systemie rezerwacji określający zajętość powierzchni dla konkretnego klienta, na potrzeby określonej kampanii.

Zlecenie Emisji Reklam – każda umowa zawarta pomiędzy Zleceniobiorcą a Zleceniodawcą, której przedmiotem jest emisja reklamy w internetowej sieci reklamowej Cormedia. Potwierdzenie przyjęcia Zlecenia Emisji Reklamy oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z uzgodnionych pisemnych oświadczeń stron.

Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam – wyłącznie zmiana ustalonych terminów, miejsc emisji reklam, liczby emisji reklam, kryteriów targetowania reklamy dokonana po rozpoczęciu emisji reklam, nie powodująca zmniejszenia wartości Zlecenia Emisji Reklam.

2 POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Sprzedaż reklamy przez Zleceniobiorcę odbywa się według następujących kryteriów:
 - liczby emisji (odstón, wyświetleń) – CPM;
 - czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee;
 - liczby kliknięć przez użytkownika w reklamę – CPC;
 - liczby działań wykonanych przez użytkowników na stronie reklamodawcy (będących następstwem obejrzenia lub kliknięcia w reklamę) - CPA.
2. Do rozliczenia reklamy stosuje się następujące jednostki rozliczeniowe:
 - 1000 odstón;
 - dzień, tydzień, miesiąc emisji;
 - jedno kliknięcie;
 - jedno działanie.
3. W przypadku wykorzystania narzędzi reklamowych takich jak mailing, newsletter jednostką rozliczeniową jest jeden list poczty elektronicznej.

3 REZERWACJA POWIERZCHNI

1. Rezerwacja dokonywana jest na życzenie zleceniodawcy.
2. Rezerwacja ma zastosowanie wyłącznie w przypadku sprzedaży według kryterium czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee oraz wykorzystania narzędzi reklamowych mailing, newsletter.
3. Rezerwacja dokonywana jest dla konkretnego Zleceniodawcy i na potrzeby określonej kampanii.
4. Ważność rezerwacji wynosi 30 dni. Przedłużenie ważności rezerwacji musi być potwierdzone zleceniem.
5. Rezerwacje dokonywane są nie później niż na dwa miesiące przed rozpoczęciem planowanej emisji reklamy.
6. Dokonanie rezerwacji jest potwierdzane przez Zleceniobiorcę w formie elektronicznej na 15 dni przed datą uruchomienia emisji reklamy.
7. Rezerwacje dokonywane w terminie krótszym niż 21 dni roboczych od daty emisji muszą być potwierdzone zleceniem w ciągu jednego dnia roboczego od czasu otrzymania e-maila potwierdzającego dokonanie rezerwacji.

4 ZLECENIE EMISJI REKLAMY I WARUNKI PŁATNOŚCI

Zlecenia Emisji Reklam dokonuje się pisemnie (w formie listu lub faksu przesyłanego przez Zleceniodawcę do Zleceniobiorcy) na odpowiednim formularzu przygotowanym przez Zleceniobiorcę. Zleceniodawca może używać swoich wzorów formularzy do poinformowania Zleceniobiorcy o chęci zakupu emisji reklamy. W takim przypadku Zleceniobiorca - po otrzymaniu formularza od Zleceniodawcy - przygotowuje swój dokument i przesyła do akceptacji Zleceniodawcy. Jednak dopiero zatwierdzenie tego

dokumentu przez Zleceniobiorcę jest wiążące i oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z uzgodnionych pisemnych oświadczeń stron. Zlecenie Emisji Reklam oraz potwierdzenie jego przyjęcia mogą być dokonywane w formie elektronicznej z uwzględnieniem wymogów narzuconych przez Ustawę o podpisie elektronicznym.

1. Zlecenie Emisji Reklam musi zawierać:

- listę zamawianych powierzchni reklamowych (serwisów) oraz miejsc w ich obrębie (strona główna, podstrony, góra, dół itp.);
- jednostkę rozliczeniową (odstony, czas, kliknięcia, działania);
- liczbę zamawianych jednostek rozliczeniowych na poszczególnych serwisach;
- wartość jednostki rozliczeniowej na poszczególnych serwisach, ewentualne rabaty, wartości po udzielonych rabatach;
- czas trwania Emisji Reklam na poszczególnych serwisach;
- ewentualne dodatkowe założenia dotyczące emisji reklamy (targetowanie, ograniczanie liczby kontaktów jednego użytkownika z reklamą itp.);
- nazwę kampanii;
- dane identyfikujące klienta, w którego imieniu jest zamawiana emisja reklam (jeżeli ma to miejsce);
- dane identyfikujące Zleceniodawcę: imię i nazwisko osoby zlecającej, dane firmy zamawiającej: adres, telefon, faks, NIP;
- dane Zleceniobiorcy: imię i nazwisko osoby przyjmującej zlecenie, adres, telefon, faks, NIP;
- termin wystawienia FVT, termin płatności FVT, nazwę banku i numer konta, na które powinny zostać przebrane pieniądze przez Zleceniodawcę;
- podpis i pieczęć Zleceniodawcy.

2. Podpisując Zlecenie Emisji Reklam, przygotowane przez Zleceniobiorcę, Zleceniodawca oświadcza, że:

- posiada odpowiednie umocowanie do składania zamówienia oraz podpisania umowy o emisję reklam;
- jest uprawniony do posługiwania się - użytymi w zleconych do emisji materiałach reklamowych - informacjami, danymi, fragmentami utworów, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorcami zdobniczymi albo innymi elementami stanowiącymi przedmiot ochrony prawnej na podstawie prawa autorskiego i praw pokrewnych, prawa własności przemysłowej, prawa do znaków towarowych lub wzorów zdobniczych, prawa do tajemnicy przedsiębiorstwa lub innych praw wymaganych w prowadzeniu kampanii;
- zlecana emisja reklam jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa i nie narusza praw autorskich oraz innych praw osób trzecich;
- zlecana emisja reklam jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa, a Cormedia Sp. z o.o i witryny należące do sieci Cormedia nie ponoszą odpowiedzialności prawnej wynikającej ze złamania przepisów prawa przez Zleceniobiorcę;
- akceptuje warunki niniejszego regulaminu;
- upoważnia Zleceniobiorcę do wystawienia faktur VAT bez podpisu odbiorcy.

3. Minimalna wartość Zlecenia Emisji Reklam wynosi 2 000 zł netto.

4. Złożenie podpisanego Zlecenia Emisji Reklam oraz pisemne potwierdzenie jego przyjęcia przez Zleceniobiorcę (może być ono przesyłane faksem) jest jednoznaczne z zawarciem umowy o jego realizację. Zlecenia Emisji Reklam oraz

- potwierdzenie ich przyjęcia mogą być dokonywane w formie elektronicznej z uwzględnieniem wymogów narzuconych przez Ustawę o podpisie elektronicznym.
5. Emisja reklam może zostać odwołana przez Zleceniodawcę w całości lub części. Wiąże się to z karami umownymi.
 6. Anulowanie Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniodawcę nie później niż 5 dni roboczych przed data pierwszej emisji nie rodzi zobowiązań finansowych wobec Zleceniobiorcy.
 7. W przypadku anulowania Zlecenia Emisji Reklam później niż 5 dni roboczych przed data pierwszej emisji Zleceniodawca zapłaci Zleceniobiorcy karę umowną:
 - później niż pięć dni roboczych przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji - 50% wartości brutto należnej za 7 pierwszych dni emisji reklam;
 - po rozpoczęciu emisji - 100% wartości brutto należnej za 7 pierwszych dni emisji reklam.
 8. W przypadku częściowego anulowania Zlecenia Emisji Reklam kary umowne wymienione w pkt. 7 odnoszą się do wartości anulowanej części zlecenia.
 9. Anulowanie częściowe lub całościowe oznacza rezygnację z części lub całości emisji reklam w sieci Cormedia. Alokacja Emisji Reklam wewnątrz sieci Cormedia nie jest jednoznaczne z anulowaniem zlecenia.
 10. Punkt 6, 7, 8 oraz 9 nie mają zastosowania w przypadku sprzedaży według kryterium czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee oraz wykorzystania narzędzi reklamowych mailing i newsletter.
 11. W przypadku anulowania Zlecenia Emisji Reklam w ramach sprzedaży według kryterium czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee oraz wykorzystania narzędzi reklamowych mailing i newsletter, zleceniodawca zapłaci Zleceniobiorcy karę umowną w wysokości 100% wartości brutto należnej za emisje reklam.
 12. Rezygnacja z całości lub części Zlecenia Emisji Reklam musi mieć formę pisemną pod rygorem nieważności.
 13. Faktura VAT za zrealizowaną emisję reklam zostanie wystawiona przez Zleceniobiorcę zgodnie z art. 6 ust. 1 Ustawy z dnia 15 lutego 1993 r. o podatku od towarów i usług. Podstawa wystawienia faktury VAT jest podpisane przez Zleceniobiorcę Zlecenie Emisji Reklam. W przypadku emisji reklam trwających dłużej niż miesiąc zostaną wystawione faktury częściowe.
 14. Płatność za fakturę VAT powinna zostać dokonana w terminie określonym w Zleceniu.
 15. W przypadku niezapłacenia faktury w terminie podanym w Zleceniu Emisji Reklam Zleceniobiorca będzie naliczał odsetki ustawowe za opóźnienie.
 16. Niezapłacenie w terminie faktury VAT jest podstawą odstąpienia Zleceniobiorcy od realizacji innych Zleceń Emisji Reklam Zleceniodawcy, przy czym nie rodzi to obowiązków odszkodowawczych dla Zleceniobiorcy z tytułu niezrealizowania zamówień ani obowiązku zwrotu należności za nie zrealizowaną część zamówienia.

5 REALIZACJA ZLECENIA

1. W trakcie realizacji Zlecenia Emisji Reklam i po jej zakończeniu Zleceniodawcy jest udostępniana strona WWW ze statystykami zrealizowanych emisji reklamy i kliknięć w reklamę. Jeśli emisja reklam została sprzedana w oparciu o inne jednostki rozliczeniowe, ich liczba również znajdzie się w statystykach.

2. Adres strony WWW ze statystykami, login i hasło zostaną przesłane na życzenie Zleceniodawcy przez Zleceniobiorcę e-mailem w ciągu jednego dnia roboczego od chwili rozpoczęcia emisji reklam. Zleceniodawca może dodatkowo wymagać raportu z przebiegu emisji reklam w formie pisemnej.
3. Podstawa oceny poziomu realizacji emisji reklam są dane pochodzące z adserwera Zleceniobiorcy.
4. Jeżeli z winy Zleceniobiorcy emisja reklam nie zostanie zrealizowana lub zostanie zrealizowana niewłaściwie, Zleceniobiorca zobowiązuje się do powtórnej emisji reklam w terminie ustalonym ze Zleceniodawcą.
5. Jeżeli z przyczyn obiektywnych emisja reklam nie została w pełni zrealizowana w zamówionym terminie:
 - czas jej realizacji zostanie odpowiednio wydłużony;
 - Zleceniodawca może wykorzystać pozostałą liczbę emisji w kolejnym zamówieniu;
 - kampania jest refakturowana (dokonuje się korekty Zlecenia Emisji Reklam oraz faktury VAT, jeśli została już wystawiona).

6 MODYFIKACJA ZLECENIA EMISJI REKLAM

1. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniobiorcę jest dokonywana w czasie nie dłuższym niż 24 godziny od momentu otrzymania pisemnej informacji od Zleceniodawcy.
3. W przypadku wystąpienia wątpliwości i niejasności co do zakresu i rodzaju modyfikacji Zlecenia Emisji Reklam, Zleceniobiorca ma prawo do realizacji zamówienia w pierwotnej formie.

7 WARUNKI EMISJI REKLAM

1. Zleceniobiorca dysponuje szczegółowymi specyfikacjami technicznymi oferowanych form reklamy i udostępnia je na każde życzenie Zleceniodawcy. Specyfikacja wymienia rozmiary, wagi oraz sposoby wykonania reklam. Warunkiem akceptacji Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniobiorcę jest dostarczenie przez Zleceniodawcę kreacji zgodnej ze specyfikacją.
2. Wszystkie gotowe, wykonane zgodnie ze specyfikacją techniczną, materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia emisji reklam muszą być dostarczone na 3 dni robocze przed rozpoczęciem ich emisji. W przypadku form reklamy banerowej termin przesłania materiałów reklamowych wynosi 2 dni robocze przed rozpoczęciem ich emisji. Materiały muszą być przesłane e-mailem na adres przedstawiciela Zleceniobiorcy obsługującego Zleceniodawcę.
3. Zleceniobiorca jest zobowiązany sprawdzić poprawność otrzymanych materiałów w czasie nie dłuższym niż 24 godziny od chwili ich otrzymania oraz poinformować Zleceniodawcę o ewentualnych błędach zawartych w materiałach reklamowych lub ich poprawności.

4. Niedostarczenie w terminie poprawnie wykonanych materiałów reklamowych jest jednoznaczne z akceptacją przez Zleceniodawcę faktu, iż rozpoczęcie emisji reklam może zostać opóźnione w stosunku do terminów zawartych w Zleceniu Emisji Reklam. Zleceniobiorca dołoży wszelkich starań, aby emisja reklam odbyła się zgodnie z terminami zawartymi w Zleceniu Emisji Reklam.
5. Jeśli w wyniku niedostarczenia materiałów przez Zleceniodawcę termin rozpoczęcia emisji reklam zostanie - za zgodą Zleceniobiorcy - przesunięty, nie rodzi to dla Zleceniobiorcy obowiązków odszkodowawczych z tytułu niezrealizowania emisji reklam ani obowiązku zwrotu należności za niezrealizowaną z tego powodu część emisji reklam.
6. Punkt 4 oraz 5 nie ma zastosowania w przypadku wykorzystania narzędzi reklamowych mailing i newsletter.
7. Jeżeli Zleceniodawca zdecyduje się na wymianę materiałów reklamowych po rozpoczęciu emisji reklam, Zleceniobiorca zobowiązuje się dokonać wymiany w terminie nie dłuższym niż 48 godzin od chwili otrzymania poprawnie wykonanych materiałów reklamowych.
8. Nietrzymanie terminu dostarczenia Zlecenia Emisji Reklam lub materiałów reklamowych przez Zleceniodawcę zwalniają Zleceniobiorcę z obowiązku realizacji Zlecenia Emisji Reklam oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.
9. Reklamy nie mogą naśladować ani symulować elementów stron, na których będą prezentowane i powinny być łatwo rozpoznawalne jako reklamy. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczania reklam słowami: "reklama", "ogłoszenie płatne", "sponsor" lub ich synonimami.
10. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy lub wstrzymania emisji reklam bez podania przyczyny, jeżeli zachodzi uzasadnione podejrzenie, że ich treść lub treść strony docelowej jest sprzeczna z prawem lub zasadami współżycia społecznego bądź narusza prawa osób trzecich.
11. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy lub do wstrzymania emisji reklam również: wtedy, gdy treść lub forma reklam jest sprzeczna z linią programową witryn wchodzących w skład internetowej sieci reklamowej Cormedia lub z interesem Zleceniobiorcy.
12. Jeśli na skutek emisji reklam dostarczonych przez Zleceniodawcę, Zleceniobiorca poniesie wymierne straty finansowe, Zleceniobiorca ma prawo do dochodzenia odszkodowań od Zleceniodawcy na zasadach ogólnych.
13. Zleceniobiorca nie bierze odpowiedzialności za treść i kształt banerów reklamowych oraz innych form reklamy dostarczonych przez Zleceniodawcę i widocznych w sieci Internet na witrynach internetowej sieci reklamowej Cormedia, a w szczególności treści niezgodnych z polskim prawem lub naruszających prawnie chroniony interes osób trzecich.
14. Zleceniobiorca nie bierze odpowiedzialności za wykonywanie wszelkich zobowiązań w szczególności wykonanie ofert zawartych w treści banerów reklamowych oraz innych form reklamy dostarczonych przez Zleceniodawcę i widocznych w sieci Internet w ramach witryn internetowej sieci reklamowej Cormedia, skierowanych do osób trzecich, zaspokojenie wszelkich roszczeń z tytułu naruszenia praw autorskich do materiałów tworzących banery reklamowe oraz inne formy reklamy dostarczone przez Zleceniodawcę w szczególności takie jak: zdjęcia, informacje, materiały tekstowe.

15. Zleceniobiorca nie przejmuje na siebie odpowiedzialności przewidzianej art.15 Ustawy z dnia 7 października 1999 o języku polskim DZ.U. nr 90 z 1999 roku, poz. 999 – z tytułu prezentacji banerów reklamowych oraz innych form reklamy dostarczonych przez Zleceniodawcę.

8 CENNIK REKLAM

1. Cennik reklam powierzchni reklamowych oferowanych przez Zleceniobiorcę jest dostępny w formie papierowej lub elektronicznej - online na stronie internetowej Zleceniobiorcy.
2. Ceny zawarte w cenniku nie uwzględniają podatku VAT. Wszystkie koszty związane z obowiązującymi w Polsce przepisami podatkowymi są pokrywane przez Zleceniodawcę.
3. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do modyfikowania cennika.

9 SIŁA WYŻSZA

1. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających z umowy Zlecenia Emisji Reklam, jeśli jest ono następstwem zdarzeń pozostających poza jego kontrolą, w tym w szczególności (choć nie wyłącznie): wybuchu lub groźby wybuchu wojny; aktów, decyzji lub weta instytucji rządowych, umów rządowych lub międzynarodowych, strajków lub innych działań protestacyjnych, powodzi, pożarów, eksplozji, awarii sieci Internet lub jej części, sieci energetycznej, awarii komputerowych systemów nadzoru i dystrybucji lub innych przejawów działań siły wyższej.
2. W przypadku wyżej wymienionych zdarzeń Zleceniobiorca zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić o nim Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne dogodnie dla niego terminy emisji reklam.

10 WŁAŚCIWOŚCI PRAWA I SĄDU

1. Wszystkie umowy Zlecenia Emisji Reklam, do których ma zastosowanie niniejszy Regulamin, podlegają prawu polskiemu.
2. Strony ustalają, że wszelkie spory wynikające z niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Zleceniobiorcy.

11 POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Regulamin wchodzi w życie 09 stycznia 2008 r.
2. Wszelkie zmiany w niniejszym Regulaminie wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
3. We wszelkich sprawach nie uregulowanych w niniejszym Regulaminie mają zastosowanie przepisy kodeksu cywilnego.