

# Regulamin emisji reklam w serwisach internetowych Koncept sp. z o.o.

## I. PODSTAWOWE POJĘCIA

**WYDAWCA** – KONCEPT sp. z o.o., z siedzibą w Białymstoku 15-638, przy ul. Watykańskiej 13, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Białymstoku XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000176353, kapitał zakładowy: 50.000 zł (słownie: pięćdziesiąt tysięcy złotych)

**SERWISY INTERNETOWE** – witryny sieci internetowej, których właścicielem lub zarządzającym jest Wydawca, określone w Zleceniu Publikacji, na których odbywa się emisja reklam na zasadach określonych w Zleceniu Publikacji

**ZLECAJĄCY** – osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, także działająca w imieniu i na rzecz podmiotów trzecich, zlecająca publikację reklamy w serwisach internetowych Wydawcy, określona w Zleceniu Publikacji.

**REKLAMA** – każda forma i treść przekazu mająca na celu osiągnięcie efektu pożądanego przez Zlecającego określona co do formy i wartości w cennikach Wydawcy.

**ODSŁONA REKLAMA** – każde wyświetlenie reklamy użytkownikowi serwisów internetowych zarejestrowane w statystykach realizacji danego Zlecenia Publikacji.

**STATYSTYKI** – dane na temat liczby odsłon reklamy, zarejestrowane przez serwer reklamowy Wydawcy.

**ZLECENIE PUBLIKACJI** – oznacza każdą umowę pomiędzy Zlecającym a Wydawcą, której przedmiotem jest emisja reklamy w Serwisach Internetowych Wydawcy. Potwierdzenie przyjęcia Zlecenia Publikacji lub przystąpienie przez Wydawcę do jego realizacji oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z uzgodnionych pisemnych oświadczeń stron i zapisów niniejszego Regulaminu.

## II. POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Sprzedaż reklam (przyjmowanie i realizacja Zleceń Publikacji) przez Wydawcę odbywa się na zasadach określonych niniejszym Regulaminem.
2. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności prawnej za treść emitowanych reklam Zlecającego ani za wykonanie wszelkich zobowiązań, w szczególności za wykonanie ofert zawartych w treści reklam emitowanych w serwisach internetowych Wydawcy.
3. Zlecający zobowiązuje się, że w momencie wystąpienia zroszczeniami w stosunku do Wydawcy przez osoby trzecie z tytułu naruszenia ich praw przez wykorzystanie przekazanych przez Zlecającego materiałów do emisji reklamy, przystąpi do sprawy po stronie Wydawcy jako interwenient uboczny. W tym przypadku Zlecający zobowiązuje się na bieżąco pokrywać koszty prowadzonego procesu na pierwsze żądanie Wydawcy (np. koszty zastępstwa procesowego), a w przypadku przegrania przez Wydawcę procesu Zlecający zwróci Wydawcy w całości poniesione przez niego koszty postępowania sądowego, koszty zastępstwa procesowego oraz zasądzonych odszkodowań.
4. Jeśli na skutek emisji reklam dostarczonych przez Zlecającego Wydawca poniesie wymierne szkody finansowe, Wydawca ma prawo do dochodzenia odszkodowania od Zlecającego na zasadach ogólnych.
5. Reklamy nie mogą być sprzeczne z prawem, zasadami współzycia społecznego, a materiały przesłane do emisji reklamy nie mogą naruszać czykolwiek praw na dobrach niematerialnych (autorskie, pokrewne, wynalazcze, na znakach towarowych lub wzorach zdobniczych).
6. Reklamy nie mogą symulować wyglądu stron na których będą emitowane. Wydawca zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczenia emi-

towanych reklam przy użyciu słów: „reklama”, „ogłoszenie płatne”, „prezentacja”, „tekst sponsorowany” i ich synonimami.

7. Wydawca zastrzega sobie prawo do odmowy lub do wstrzymania emisji reklam bez podania przyczyny jeśli zachodzi uzasadnione podejrzenie, że są one lub strona internetowa, do której się odnoszą, sprzeczne z prawem, zasadami współzycia społecznego lub naruszają dobra osób trzecich, a także wtedy, gdy są one sprzeczne z linią programową serwisów internetowych lub interesem Wydawcy.

## III. WARUNKI REALIZACJI ZLECEŃ, EMISJI REKLAM I WARUNKI PŁATNOŚCI

1. Zlecenia Publikacji reklam przyjmowane są wyłącznie w formie pisemnej (w postaci listu, faksu lub poczty elektronicznej) na odpowiednim formularzu przygotowanym przez Wydawcę. Zlecenie Publikacji może być dokonywane w formie elektronicznej z uwzględnieniem wymogów Ustawy o podpisie elektronicznym. Złożenie podpisanego Zlecenia Publikacji w powyższej formie i przystąpienie przez Wydawcę do jego realizacji jest jednoznaczne z zawarciem umowy o jego realizację.
2. Zlecenie Publikacji musi być dostarczone minimum na 7 dni roboczych przed emisją reklam.
3. Zlecenie Publikacji musi być kompletne i w szczególności zawierać:
  - dane identyfikujące Zlecającego: imię i nazwisko osoby zlecającej emisję reklamy, oznaczenie, dane teled adresowe, NIP, numer konta bankowego Zlecającego oraz wszelkie inne dane wymagane przez prawo dotyczące Zlecającego,
  - dane Wydawcy: imię i nazwisko opiekuna Zlecenia, oznaczenie, dane teled adresowe, NIP, numer konta bankowego Wydawcy,
  - podpis i pieczęć Zlecającego,
  - nazwę kampanii reklamowej,
  - oznaczenie serwisów, miejsc w tych serwisach, rodzajów reklam przeznaczonych do emisji w tych miejscach,
  - jednostkę rozliczeniową, liczbę zamówionych jednostek, wartość jednostki, wartość zamówionych jednostek oraz wszelkie inne dodatkowe założenia dotyczące emisji reklamy,
  - termin dostarczenia materiałów reklamowych,
  - termin rozpoczęcia i ewentualnie termin zakończenia emisji reklamy,
  - termin płatności za emisję reklamy.
4. Podpisując Zlecenie Publikacji Zlecający oświadcza, że:
  - akceptuje warunki niniejszego regulaminu,
  - materiały reklamowe, które dostarczy do publikacji nie będą naruszać czykolwiek praw na dobrach niematerialnych (autorskie, pokrewne, wynalazcze, na znakach towarowych lub wzorach zdobniczych),
  - zlecana emisja reklam jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa i nie narusza żadnych praw osób trzecich,
  - Wydawca nie ponosi odpowiedzialności prawnej wynikającej ze złamania przepisów przez Zlecającego,
  - upoważnia Wydawcę do wystawienia faktur VAT bez podpisu odbiorcy.
5. Niedotrzymanie terminu dostarczenia Zlecenia Publikacji bądź terminów dostarczenia materiałów określonych w Zleceniu Publikacji zwalnia Wydawcę z jego realizacji oraz ewentualnej odpowiedzialności z tego tytułu, a jednocześnie, w przypadku niedostarczenia w terminie materiałów, spowoduje obciążenie Zlecającego kosztami zamówionej reklamy.
6. Dostarczone materiały reklamowe powinny spełniać warunki techniczne określone w dokumencie „Warunki techniczne emisji reklam w serwisach internetowych Koncept sp. z o.o.”
7. Sprzedaż i emisja reklam odbywa się według następujących modeli:
  - czasu trwania – tzw. model Flat Fee, gdzie jednostką rozliczeniową jest 1 dzień, 1 tydzień, 1 miesiąc, 1 rok,
  - liczby odsłon reklamy – tzw. model CPM, gdzie jednostką rozliczeniową jest 1000 odsłon,
  - liczby kliknięć przez użytkownika – tzw. model CPC, gdzie jednostką rozliczeniową jest 1 kliknięcie,
  - liczby działań wykonanych przez użytkownika – tzw. model CPA, gdzie jednostką rozliczeniową jest 1 działanie.
8. W przypadku emisji reklam w postaci e-mailingu jednostką rozliczeniową jest 1 wysłany list poczty elektronicznej.
9. Zlecający ma prawo anulować część lub całość Zlecenia Publikacji. Oświadczenie w tej sprawie musi być złożone w formie pisemnej pod rygorem nieważności, w terminie nie krótszym niż 7 dni roboczych przed upływem terminu rozpoczęcia emisji reklamy.
10. Anulowanie Zlecenia Publikacji w terminie krótszym niż określony w pkt 9. upoważnia Wydawcę do obciążenia Zlecającego karą umowną stanowiącą równowartość 50% uzgodnionej wartości brutto za daną emisję reklamy, a w przypadku emisji reklamy w modelu Flat Fee i/lub w postaci e-mailingu w wysokości 100% uzgodnionej wartości brutto za daną reklamę.
11. Anulowanie Zlecenia Publikacji po rozpoczęciu emisji reklamy upoważnia Wydawcę do obciążenia Zlecającego całą wartością zamówionej reklamy.
12. Zmiany w treści Zlecenia Publikacji (o ile możliwe do przeprowadzenia) są dopuszczalne jedynie w zakresie zmiany terminów, miejsc emisji, emitowanego materiału, liczby emisji reklamy, kryteriów targetowania przed rozpoczęciem emisji reklamy. W przypadku konieczności wprowadzenia tych zmian po rozpoczęciu emisji reklamy, Wydawca naliczy dopłatę w wysokości 10% wartości Zlecenia Publikacji. Zmiany w każdym wypadku powinny być zgłaszane w formie pisemnej, pod rygorem ich nieuwzględnienia.
13. W przypadku wprowadzenia zmian po rozpoczęciu emisji reklamy, Wydawca zobowiązuje się do ich wprowadzenia w czasie nie dłuższym niż 2 dni robocze od chwili ich otrzymania.
14. Minimalna wartość Zlecenia Publikacji wynosi po rabatach 200 zł netto
15. Wynagrodzenie Wydawcy jest określane na podstawie aktualnych cenników emisji reklam w poszczególnych serwisach internetowych.
16. Wydawca zastrzega sobie prawo do modyfikowania cenników.
17. Zlecający zobowiązany jest zapłacić Wydawcy wynagrodzenie określone w Zleceniu Publikacji, na podstawie faktur VAT wystawionych przez Wydawcę.
18. Faktura(y) VAT za zrealizowaną emisję reklam zostanie wystawiona przez Wydawcę zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa. Podstawą do wystawienia faktur jest podpisane przez Zlecającego Zlecenie Publikacji. Faktury VAT będą wystawiane w terminach określonych w Zleceniu Publikacji, a w przypadku emisji reklam trwających dłużej niż miesiąc będą wystawiane faktury częściowe na koniec danego miesiąca.
19. Płatność faktur VAT powinna nastąpić w terminach określonych w Zleceniu Publikacji.
20. W przypadku niezapłacenia faktury w terminie, Wydawca będzie naliczał odsetki ustawowe za opóźnienie.
21. Niezapłacenie w terminie faktury VAT uprawnia Wydawcę do odstąpienia od dalszej realizacji Zlecenia Publikacji oraz innych Zleceń Publikacji Zlecającego bez obowiązku odszkodowawczego dla Zlecającego oraz obowiązku zwrotu należności za niezrealizowaną część Zlecenia Publikacji.

22. Wydawca zastrzega sobie prawo pobierania przedpłat na poczet realizacji zamówionej reklamy.

## IV. REKLAMACJE

1. Po zakończeniu emisji reklam Wydawca udostępni na żądanie Zlecającego statystyki emisji reklamy.
2. Podstawą oceny wykonania Zlecenia Publikacji są statystyki Wydawcy.
3. Zlecającemu przysługuje prawo reklamacji z tytułu niewykonania umowy przez Wydawcę.
4. Reklamacje należy zgłaszać wyłącznie na piśmie w terminie 7 dni roboczych od daty zaistnienia reklamowanego zdarzenia.
5. Wydawca zobowiązuje się do ponownej realizacji Zlecenia Publikacji lub jego części, o ile niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy Zlecenia Publikacji wynika z winy Wydawcy.
6. Jeżeli z przyczyn obiektywnych realizacja Zlecenia Publikacji nie została w pełni zrealizowana w umówionym terminie, czas jej realizacji ulega odpowiedniemu wydłużeniu lub Zlecający może przenieść jej niezrealizowaną część na kolejne Zlecenie Publikacji.
7. Zgłoszenie reklamacji nie wstrzymuje płatności wynikających ze Zlecenia Publikacji.

## V. SIŁA WYŻSZA

1. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie bądź nienależyte wykonanie umowy określonej w Zleceniu Publikacji, jeżeli wynika to z następstw zdarzeń, na które Wydawca nie miał wpływu i nie mógł im zapobiec. Zdarzenia, o których następstwach mowa to w szczególności: powódzie, pożary, wichury, trzęsienia ziemi, opady atmosferyczne, niskie i wysokie temperatury, działania wojenne i groźby tych działań, akty terrorystyczne, zamieszki uliczne, strajki i inne działania protestacyjne, akty i decyzje władzy wykonawczej i ustawodawczej, umowy rządowe i międzynarodowe, awarie systemów komputerowych, sieci teleinformatycznych, sieci energetycznych i inne przejawy działania siły wyższej.
2. W przypadku powyższych zdarzeń Wydawca zobowiązuje się niezwłocznie powiadomić o ich zaistnieniu Zlecającego, a strony umowy ustalą, o ile to możliwe, inny termin realizacji Zlecenia Publikacji

## VI. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Regulamin wchodzi w życie dnia 1 września 2010 r.
2. Wszelkie zmiany w niniejszym Regulaminie wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
3. We wszelkich sprawach nieuregulowanych w niniejszym Regulaminie mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego oraz Ustawy z dnia 4.02.1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2000 r. Nr 80 poz. 904).
4. Wszelkie umowy zawierane poprzez Zlecenia Publikacji, do których zastosowanie ma niniejszy Regulamin, podlegają prawu polskiemu
5. Wszelkie sprawy sporne strony umowy będą starały się załatwić na drodze ugodowej. W razie braku porozumienia spory rozstrzygać będzie sąd właściwy dla siedziby Wydawcy.
6. Strony umowy zapewniają, że traktować będą jako tajemnicę przedsiębiorstwa informacje dotyczące treści zawartej umowy, a w szczególności wysokości rabatów udzielonych w Zleceniach Publikacji.