

Regulamin świadczenia usług reklamowych naEKRANIE.pl

Dokument ten reguluje wszystkie kwestie związane ze składaniem i realizacją zleceń na emisje kampanii reklamowych emitowanych w serwisie naEKRANIE.pl. Dokument jest zgodny z zaleceniami IAB Polska.

Definicje podstawowych pojęć zawartych w Regulaminie: naEKRANIE.pl – strona internetowa, której powierzchnią reklamową dysponuje naEKRANIE.pl

Zleceniobiorca – naEKRANIE.pl (naEKRANIE.pl Sp. z o.o.)

Zleceniodawca – każdy podmiot zlecający emisje reklamy w serwisie naEKRANIE.pl.

Serwis – serwis internetowy pod adresem <https://naekranie.pl> należący i zarządzany przez Zleceniobiorcę

Reklama – każda odpłatna forma prezentacji dóbr, usług i idei, która oddziałuje bezpośrednio na zjawiska rynkowe, każdy przekaz mający na celu promocję sprzedaży lub innych form korzystania z towarów lub usług, pożądaną przez Zleceniodawcę.

Rezerwacja – zapis w kalendarzu rezerwacji określający zajętość wybranej powierzchni reklamowej dla danego klienta, na potrzeby określonej kampanii.

Zlecenie Emisji Reklam – dokument określający warunki emisji reklam lub innych usług reklamowych, który po potwierdzeniu przyjęcia zlecenia przez Zleceniobiorcę będzie stanowił umowę zawartą przez strony.

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

1. Postanowienia ogólne

- 1.1. Sprzedaż reklamy przez Zleceniobiorcę odbywa się według następujących kryteriów:
 - a) liczby emisji (wysyłki emaili do bazy subskrybentów) ;
 - b) czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc)
 - c) Flat Fee;
 - d) liczby lokowań
- 1.2. Do rozliczenia reklamy stosuje się następujące jednostki rozliczeniowe: 1000 wysyłek; dzień, tydzień, miesiąc emisji.

2. Rezerwacja powierzchni

- 2.1. Rezerwacja dokonywana jest na pisemną prośbę Zleceniodawcy.
- 2.2. Rezerwacje stosuje się zarówno w przypadku sprzedaży według kryterium CPM jak również czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc), Flat Fee, lokowań.
- 2.3. Rezerwacja dokonywana jest dla konkretnego Zleceniodawcy oraz na potrzeby określonej kampanii. Ważność rezerwacji wynosi 30 dni. Przedłużenie ważności rezerwacji musi być potwierdzone zleceniem.
- 2.4. Rezerwacje dokonywane są na terminy nie późniejsze niż dwa miesiące od dnia dokonywania rezerwacji.
- 2.5. Dokonanie rezerwacji musi być potwierdzone przez Zleceniobiorcę w formie emaila.

3. Zlecenie Emisji Reklam i warunki płatności

- 3.1. Zlecenia Emisji Reklam dokonuje się pisemnie (w formie listu, emaila lub faksu przesyłanego przez Zleceniodawcę do Zleceniobiorcy) na odpowiednim formularzu przygotowanym przez Zleceniobiorcę. Zlecenie Emisji Reklam oraz potwierdzenie jego przyjęcia mogą być

dokonywane w formie elektronicznej z uwzględnieniem wymogów narzuconych przez Ustawę o podpisie elektronicznym.

- 3.2. Zlecenie Emisji Reklam powinno zawierać:
- a) listę zamawianych powierzchni reklamowych
 - b) jednostkę rozliczeniową (czas, flat fee, lokowania);
 - c) liczbę zamawianych jednostek rozliczeniowych;
 - d) wartość jednostki rozliczeniowej na poszczególnych serwisach, ewentualne rabaty, wartości po udzielonych rabatach;
 - e) czas trwania Emisji Reklamy;
 - f) dodatkowe założenia dotyczące emisji reklamy (targetowanie, ograniczanie liczby kontaktów jednego użytkownika z reklamą itp.);
 - g) nazwę kampanii;
 - h) dane identyfikujące Zleceniodawcę: imię i nazwisko osoby zlecającej; dane firmy zamawiającej: adres, telefon, NIP;
 - i) dane Zleceniobiorcy: imię i nazwisko osoby przyjmującej zlecenie, adres, telefon, NIP;
 - j) termin wystawienia FV, termin płatności FV,
 - k) podpis i pieczęć Zleceniodawcy.
- 3.3. Podpisując Zlecenie Emisji Reklam, przygotowane przez Zleceniobiorcę, Zleceniodawca oświadcza, że:
- a) posiada odpowiednie umocowanie do składania zamówienia oraz podpisania umowy na emisję reklam;
 - b) jest uprawniony do posługiwania się użytymi w zleconych do emisji materiałach reklamowych informacjami, danymi, fragmentami utworów, wizerunkami, znakami towarowymi albo innymi elementami stanowiącymi przedmiot ochrony prawnej na podstawie prawa autorskiego i praw pokrewnych, prawa własności przemysłowej lub innych praw wymaganych w prowadzeniu kampanii;
 - c) zlecana emisja reklam jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa i nie narusza praw autorskich oraz innych praw osób trzecich.
- 3.4. W przypadku opóźnienia w dostarczeniu materiałów reklamowych lub przekazania ich w formie niezgodnej z ustaleniami Stron przez Zleceniodawcę, Zleceniobiorca ma prawo potraktować taki czyn jako odwołanie przez Zleceniodawcę Zlecenia Emisji Reklam i odstąpić od zawartej umowy bądź też żądać zapłaty przez Zleceniodawcę kar umownych zgodnie z Punktem 3.7 poniżej.
- 3.5. Emisja reklam może zostać odwołana przez Zleceniodawcę w całości lub części, jednakże Zleceniodawca będzie zobowiązany do zapłaty kar umownych.
- 3.6. Odwołanie Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniodawcę aby nie rodziło zobowiązań finansowych wobec Zleceniobiorcy musi nastąpić nie później niż 15 dni roboczych przed datą pierwszej emisji.
- 3.7. W przypadku odwołania Zlecenia Emisji Reklam:
- a) Nie później niż 15 dni roboczych przed datą pierwszej emisji Zleceniodawca nie zapłaci Zleceniobiorcy kary umownej
 - b) między 14, a 8 dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji 20% wartości brutto podpisanego przez Zleceniodawcę zlecenia;
 - c) między 7, a 2 dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji 50% wartości brutto podpisanego przez Zleceniodawcę zlecenia;
 - d) później niż 1 dzień roboczy przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji 100% wartości brutto podpisanego przez Zleceniodawcę zlecenia;

- e) po rozpoczęciu emisji 100% wartości brutto podpisanego przez Zleceniodawcę zlecenia; zapłata kar umownych nie wyłącza możliwości żądania odszkodowania na zasadach ogólnych.
- 3.8. W przypadku częściowego odwołania Zlecenia Emisji Reklam kary umowne wymienione w pkt 3.7 odnoszą się do wartości anulowanej odpowiedniej części zlecenia.
- 3.9. Odwołanie częściowe lub całościowe oznacza rezygnację z części lub całości emisji reklam w Serwisie.
- 3.10. Odwołanie całości lub części Zlecenia Emisji Reklam musi mieć formę pisemną (list, email) pod rygorem nieważności.
- 3.11. Faktura VAT za zrealizowaną emisję reklam zostanie wystawiona przez Zleceniobiorcę zgodnie z aktualnymi przepisami prawa. W przypadku emisji reklam trwających dłużej niż miesiąc będą wystawiane faktury za miesięczne okresy rozliczeniowe, chyba że strony pisemnie ustalą inny okres rozliczeniowy.
- 3.12. Płatność za fakturę VAT powinna zostać dokonana w terminie określonym w przyjętym Zleceniu.
- 3.13. W przypadku niezapłacenia faktury w terminie podanym w Zleceniu Emisji Reklam Zleceniobiorca będzie naliczał odsetki ustawowe za opóźnienie.
- 3.14. W przypadku miesięcznego i dłuższego opóźnienia w zapłacie faktury Zleceniodawca zgodnie z obowiązującym prawem zastrzega sobie możliwość zgłoszenia braku zapłaty za fakturę do Urzędu Skarbowego i wystąpienie o zwrot opłaconego podatku VAT.
- 3.15. Brak terminowych płatności przez Zleceniodawcę będzie podstawą do wstrzymania realizacji usługi bądź też do odstąpienia Zleceniobiorcy od realizacji innych Zleceń Emisji Reklam Zleceniodawcy, przy czym nie rodzi to obowiązków odszkodowawczych dla Zleceniobiorcy z tytułu braku realizacji zamówień, ani obowiązku zwrotu należności za nie zrealizowaną część zamówienia.

4. Realizacja zlecenia

- 4.1. W trakcie realizacji Zlecenia Emisji Reklam i po jej zakończeniu Zleceniodawca otrzymuje w terminach ustalonych w Zleceniu Emisji Reklam raport zawierający statystyki zrealizowanych emisji reklamy i kliknięć w reklamę wysłany drogą emailową na wskazany przez Zleceniodawcę adres.
- 4.2. Podstawą do oceny poziomu realizacji emisji reklam są dane pochodzące z AdSerwera Zleceniobiorcy (lub też Adserwera Partnera Zleceniobiorcy z którego usługi może skorzystać Zleceniobiorca). Podstawą do oceny poziomu realizacji emisji reklam mogą być także dane pochodzące z AdSerwera Zleceniodawcy, pod warunkiem udostępnienia Zleceniobiorcy dostępu do statystyk Zleceniodawcy. Podstawą do oceny w przypadku reklam umieszczanych natywnie mogą być także dane z Google Analytics, Gemius Traffic oraz innych systemów mierzących, które Zleceniobiorca postanowi użyć.
- 4.3. Jeżeli z winy Zleceniobiorcy emisja reklam nie zostanie zrealizowana lub zostanie zrealizowana niewłaściwie, Zleceniobiorca zobowiązuje się do powtórnej emisji reklam w innym wolnym terminie ustalonym ze Zleceniodawcą aż do pierwotnej wysokości Zlecenia. Inne roszczenia Zleceniodawcy z tego tytułu nie mogą być podnoszone.
- 4.4. Jeżeli z przyczyn obiektywnych emisja reklam nie została w pełni zrealizowana w zamówionym terminie:
 - a) czas jej realizacji zostanie odpowiednio wydłużony, lub;
 - b) kampania jest refakturowana (dokonuje się korekty Zlecenia Emisji Reklam oraz faktury VAT, jeśli została już wystawiona), lub;
 - c) Zleceniodawca może wykorzystać niezrealizowaną liczbę emisji w kolejnym zamówieniu, lub;

- d) stosuje się kombinacje powyższych rozwiązań.
- 4.5. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za formę i treści zamieszczonych reklam.

5. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam

- 5.1. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam wymaga formy pisemnej (list, email) pod rygorem nieważności.
- 5.2. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniobiorcę jest dokonywana w czasie nie dłuższym niż 2 dni robocze od momentu otrzymania pisemnej informacji od Zleceniodawcy. Zleceniobiorca dokona wzmiankowanej modyfikacji, o ile nie utrudni to, lub uniemożliwi realizację usług na rzecz innych kontrahentów.

6. Warunki techniczne emisji

- 6.1. Zleceniobiorca posiada szczegółowe specyfikacje techniczne oferowanych form reklamy i udostępnia je na stronie naEKRANIE.pl lub na życzenie Zleceniodawcy. Specyfikacja zawiera rozmiary, wagi oraz sposoby wykonania reklam.
- 6.2. Wszystkie gotowe, wykonane zgodnie ze specyfikacją techniczną, materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia emisji reklam muszą być dostarczone najpóźniej na 2 dni robocze przed rozpoczęciem ich emisji. Materiały muszą być przesłane emailem na adres przedstawiciela Zleceniobiorcy obsługującego Zleceniodawcę.
- 6.3. Zleceniobiorca jest zobowiązany sprawdzić poprawność otrzymanych materiałów w czasie nie dłuższym niż 24 godziny od chwili ich otrzymania oraz zawiadomić Zleceniodawcę o ewentualnych błędach zawartych w materiałach reklamowych.
- 6.4. 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 lub też może zostać skrócone o czas opóźnienia w terminie dostarczenia materiałów reklamowych przez Zleceniodawcę jednocześnie. Zleceniodawca akceptuje fakt, że każdy dzień straconej emisji reklamy jest jego odpowiedzialnością i w ramach wzajemnych rozliczeń Stron będzie on traktowany jak dzień w którym emisja reklamy odbyła się w sposób niezakłócony. Zleceniobiorca dołoży jednakże wszelkich starań, aby emisja reklam odbyła się zgodnie z terminami zawartymi w Zleceniu Emisji Reklam.
- 6.5. Jeśli w wyniku nie dostarczenia materiałów przez Zleceniodawcę termin rozpoczęcia emisji reklam zostanie za zgodą Zleceniobiorcy przesunięty, nie rodzi to dla Zleceniobiorcy obowiązków odszkodowawczych z tytułu nie zrealizowania emisji reklam ani obowiązku zwrotu należności za nie zrealizowaną z tego powodu część emisji reklam.
- 6.6. Jeżeli Zleceniodawca zdecyduje się na wymianę materiałów reklamowych po rozpoczęciu emisji reklam, Zleceniobiorca zobowiązuje się do dokonania wymiany w terminie nie dłuższym niż 2 dni robocze od chwili otrzymania poprawnie wykonanych materiałów reklamowych.
- 6.7. Reklamy nie mogą naśladować bądź symulować elementów stron, na których będą prezentowane, powinny być łatwo rozpoznawalne jako reklamy. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczania reklam słowami: "artykuł sponsorowany", "ogłoszenie płatne", "sponsor", "reklama" lub ich synonimami.
- 6.8. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy lub wstrzymania emisji reklam bez podania przyczyny i bez ponoszenia z tego powodu odpowiedzialności odszkodowawczej, jeśli zachodzi uzasadnione podejrzenie, że ich treść lub treść strony docelowej jest sprzeczna z prawem lub zasadami współżycia społecznego bądź narusza prawa osób trzecich.

- 6.9. Zleceniodawca zobowiązuje się do dostarczania (a Zleceniobiorca do emisji) kodów reklamowych, które poza emisją kreacji reklamowej będą dodatkowo ew. mierzyć ilość kliknięć i wyświetleń reklamy.
- 6.10. Dostarczenie (oraz emisja) kodów reklamowych, dokonujących dodatkowych pomiarów musi być każdorazowo akceptowane przez Zleceniobiorcę. Brak akceptacji uruchomienia ww kodów przez Zleceniobiorcę nie może być podstawą do rezygnacji z realizacji Zamówienia.
- 6.11. Doprowadzenie przez Zleceniodawcę do emisji jakichkolwiek dodatkowych kodów czy systemów mierzących i analizujących zachowania użytkowników serwisu Zleceniobiorcy i niespełniających warunków opisanych w pkt. 6.9 powyżej skutkować będzie karą umowną w wysokości 50.000 PLN (pięćdziesiąt tysięcy złotych) netto płatnej na podstawie wystawionej i dostarczonej przez Zleceniobiorcę Zleceniodawcy fakturze vat w terminie do 14 dni od daty doręczenia..

7.Cennik reklam

- 7.1. Cennik reklam powierzchni reklamowych oferowanych przez Zleceniobiorcę jest dostępny za każdym razem na życzenie Zleceniodawcy oraz w formie papierowej w siedzibie spółki.
- 7.2. Ceny zawarte w cenniku nie uwzględniają podatku VAT. Wszystkie koszty związane z obowiązującymi w Polsce przepisami podatkowymi są pokrywane przez Zleceniodawcę.
- 7.3. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do modyfikowania cennika. Zleceniodawca oświadcza, iż przez cały okres obowiązywania umowy będzie miał dostęp do Internetu i wyraża zgodę, aby o wszelkich zmianach ww. cennika dowiadywać się ze strony internetowej naEKRANIE.pl.
- 7.4. Zleceniobiorca oświadcza, iż wszelkie zmiany w Cenniku będą wchodzić w życie w okresie nie krótszym niż 14 dni od ich opublikowania na stronie internetowej naEKRANIE.pl
- 7.5. Zmiana Cennika nie dotyczy realizacji zleceń zawartych przed datą zmiany.

8.Siła wyższa

- 8.1. 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.
- 8.2. W przypadku wyżej wymienionych zdarzeń Zleceniobiorca zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić o nim Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne dogodne dla niego terminy emisji reklam.

9.Właściwości prawa i sądu

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

10. Postanowienia końcowe

- 10.1. Regulamin wchodzi w życie z dniem 01.01.2015 r.
- 10.2. Wszelkie zmiany w niniejszym Regulaminie wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.

10.3. We wszelkich sprawach nie uregulowanych w niniejszym Regulaminie zastosowanie mają przepisy kodeksu cywilnego

Aktualizacja z dn. 09.08.2017 r. – zmiana nazwy firmy z HATAK MEDIA SP Z O O na naEKRANIE.pl Sp. z o. o.

Aktualizacja z dn. 1.12.2017 r. zmiana adresu rejestrowego spółki z ul. Bobrowiecka; 1a; 00-728 Warszawa na ul. Stawki 2a; 00-193 Warszawa (adres korespondencyjny bez zmian: ul. Bobrowiecka 1a; 00-728 Warszawa).

Ostatnia aktualizacja: 14.12.2017 r.

