



Regulamin zamawiania i emisji reklam w sieci reklamowej video CLIPnet

Warszawa, 19.10.2009 r.

Wstęp

Niniejszy dokument porządkuje wszystkie sprawy związane ze składaniem i realizacją zamówień na emisje kampanii reklamowych w internetowej sieci reklamowej video CLIPnet.

Dokument jest zgodny z zaleceniami IAB Polska.
Więcej informacji – www.iab.com.pl



Definicje podstawowych pojęć zawartych w niniejszym Regulaminie:

Internetowa sieć reklamowa CLIPnet – grupa witryn posługująca się wspólną technologią serwowania reklam; organizowana przez Internetowy Dom Mediowy net S.A., posiadająca wspólny dział sprzedaży. Witryny te współpracują z IDM net S.A. na podstawie odrębnych umów

Zleceniobiorca – Internetowy Dom Mediowy net S.A. z siedzibą w Warszawie przy ul. Jubilerskiej 10

Zleceniodawca – każda osoba fizyczna lub prawna zlecająca emisję reklamy w internetowej sieci reklamowej CLIPnet

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.

Zlecenie Emisji Reklam – pisemny dokument przesłany przez Zleceniodawcę do Zleceniobiorcy w celu określenia warunków współpracy dotyczących emisji reklam lub innych usług reklamowych, który po potwierdzeniu przyjęcia zlecenia przez Zleceniobiorcę będzie stanowił umowę zawartą przez strony.

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.

1. Postanowienia ogólne

1.1. Sprzedaż reklamy przez Zleceniobiorcę odbywa się według następujących kryteriów:

- a) liczby emisji (odsłon, wyświetleń) – CPM;
- b) czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee;
- c) liczby kliknięć przez użytkownika w reklamę – CPC;
- d) liczby działań wykonanych przez użytkowników na stronie reklamodawcy (będących następstwem obejrzenia lub kliknięcia w reklamę) - CPA.

1.2. Do rozliczenia reklamy stosuje się następujące jednostki rozliczeniowe:

- a) 1000 odsłon;
- b) dzień, tydzień, miesiąc emisji;
- c) jedno kliknięcie;
- d) jedno działanie.

1.3. W przypadku wykorzystania narzędzi reklamowych takich, jak mailing i SMS, jednostką rozliczeniową jest jeden list poczty elektronicznej lub SMS wysłany do aktywnego użytkownika konta lub telefonu.

2. Zlecenie Emisji Reklam 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 dostępnym na stronie internetowej www.clipnet.pl. Zleceniodawca może używać swoich wzorów formularzy do poinformowania Zleceniobiorcy o chęci zakupu emisji reklamy. W takim przypadku Zleceniobiorca - po otrzymaniu formularza od Zleceniodawcy – przygotowuje potwierdzenie przyjęcia zlecenia i taki dokument przesyła do Zleceniodawcy. Zleceniobiorca umieszcza na potwierdzeniu przyjęcia zlecenia wszystkie istotne warunki umowy, które nie zostały wskazane w zleceniu. W przypadku braku odpowiedzi Zleceniodawcy w czasie 24 godzin od otrzymania potwierdzenia zlecenia przyjmuje się, że umowa została zawarta na warunkach określonych w potwierdzeniu przyjęcia zlecenia. W razie wniesienia przez Zleceniodawcę jakichkolwiek zastrzeżeń do przesłanego potwierdzenia zlecenia, umowa będzie zawarta, o ile Zleceniobiorca wyraźnie pisemnie przyjmie zaproponowane przez Zleceniodawcę zmiany.

W chwili wejścia w życie Ustawy o podpisie elektronicznym, Zlecenie Emisji Reklam oraz potwierdzenie jego przyjęcia będą dokonywane w formie elektronicznej z uwzględnieniem wymogów narzuconych przez powyższą Ustawę.

2.1. Zlecenie Emisji Reklam musi zawierać:

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

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

- a) posiada odpowiednie umocowanie do składania zamówienia oraz podpisania umowy o emisję reklam;
- b) 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.
- c) zlecana emisja reklam jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa i nie narusza praw autorskich oraz innych praw osób trzecich;

2.3. W przypadku opóźnienia w dostarczeniu materiałów reklamowych lub przekazania ich w formie niezgodnej z ustaleniami Stron przez Zleceniodawcę, Zleceniobiorca ma prawo odstąpić od umowy lub żądać zapłaty przez Zleceniodawcę kary umownej w wysokości 5 % ustalonego wynagrodzenia za każdy dzień opóźnienia, a gdy opóźnienia przekroczy okres 3 dni, Zleceniobiorca może żądać zapłaty dodatkowej kary umownej w wysokości 15 % ustalonego wynagrodzenia.

2.4. Emisja reklam może zostać odwołana przez Zleceniodawcę w całości lub części. Wiąże się to z karami umownymi.

2.5. Anulowanie Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniodawcę nie później niż 21 dni roboczych przed datą pierwszej emisji nie rodzi zobowiązań finansowych wobec Zleceniobiorcy. Anulowanie zlecenia w okresie do 21 dnia przed planowaną pierwszą emisją upoważnia Zleceniobiorcę do żądania zapłaty odszkodowania od Zleceniodawcy.

2.6. W przypadku anulowania Zlecenia Emisji Reklam później niż 5 dni roboczych przed datą pierwszej emisji Zleceniodawca zapłaci Zleceniobiorcy karę umowną:

- między piątym a trzecim dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji - 30% wartości brutto przed rabatem wynagrodzenia przewidzianego za niezrealizowaną część umowy,
- później niż trzy dni robocze przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji - 50% wartości brutto przed rabatem wynagrodzenia przewidzianego za niezrealizowaną część umowy
- po rozpoczęciu emisji - 100% wartości brutto przed rabatem wynagrodzenia przewidzianego za niezrealizowaną część umowy.

Zapłata kar umownych nie wyłącza możliwości żądania odszkodowania na zasadach ogólnych.

2.7. W przypadku częściowego anulowania Zlecenia Emisji Reklam kary umowne wymienione w pkt 2.6 odnoszą się do wartości anulowanej części zlecenia.

2.8. Anulowanie częściowe lub całościowe oznacza rezygnację z części lub całości emisji reklam w sieci CLIPnet. Alokacja Emisji Reklam wewnątrz sieci CLIPnet nie jest jednoznaczna z anulowaniem zlecenia, o ile została uzgodniona ze Zleceniobiorcą.

2.9. Rezygnacja z całości lub części Zlecenia Emisji Reklam musi mieć formę pisemną pod rygorem

nieważności.

2.10. Faktura VAT za zrealizowaną emisję reklam zostanie wystawiona przez Zleceniobiorcę zgodnie z aktualnymi przepisami Ustawy o podatku od towarów i usług. W przypadku emisji reklam trwających dłużej niż miesiąc będą wystawiane faktury za miesięczne okresy rozliczeniowe, chyba że strony pisemnie ustalą inny okres rozliczeniowy.

2.11. Płatność za fakturę VAT powinna zostać dokonana w terminie określonym w przyjętym Zleceniu.

2.12. W przypadku niezapłacenia faktury w terminie podanym w Zleceniu Emisji Reklam Zleceniobiorca będzie naliczał odsetki ustawowe za opóźnienie.

2.13. Niezapłacenie w terminie faktury VAT jest podstawą do wstrzymania realizacji usługi albo 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.

3. Realizacja zlecenia

3.1. 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. Adres strony WWW ze statystykami, login i hasło zostaną przesłane na życzenie Zleceniodawcy przez Zleceniobiorcę e-mailem w ciągu jednego dnia roboczego. Zleceniodawca może dodatkowo wymagać raportu z przebiegu emisji reklam w formie pisemnej.

3.2. Podstawą oceny poziomu realizacji emisji reklam są dane pochodzące z AdSerwera Zleceniobiorcy.

3.3. 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. Inne roszczenia Zleceniodawcy z tego tytułu nie mogą być podnoszone.

3.4. Jeżeli z przyczyn obiektywnych emisja reklam nie została w pełni zrealizowana w zamówionym terminie:

- a) czas jej realizacji zostanie odpowiednio wydłużony, albo;
- b) Zleceniodawca może wykorzystać pozostałą liczbę emisji w kolejnym zamówieniu, albo;
- c) kampania jest refakturowana (dokonuje się korekty Zlecenia Emisji Reklam oraz faktury

- VAT, jeśli została już wystawiona), albo
- d) stosuje się kombinację powyższych rozwiązań.

4. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam

4.1. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.

4.2. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniobiorcę jest dokonywana w czasie nie dłuższym niż 24 godziny od momentu otrzymania pisemnej informacji od Zleceniodawcy. Zleceniobiorca dokona ww. modyfikacji, o ile nie utrudni to lub uniemożliwi realizację usług na rzecz innych kontrahentów.

5. Warunki techniczne

5.1. Zleceniobiorca dysponuje szczegółowymi specyfikacjami technicznymi oferowanych form reklamy i udostępnia je na każde życzenie Zleceniodawcy. Specyfikacja wymienia rozmiary, wagi oraz sposoby wykonania reklam w technologiach Rich Media. Warunkiem akceptacji Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniobiorcę jest dostarczenie przez Zleceniodawcę kreacji zgodnej ze specyfikacją.

5.2. Wszystkie gotowe, wykonane zgodnie ze specyfikacją techniczną, materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia emisji reklam muszą być dostarczone na 4 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.

5.3. 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.

5.4. 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 jednak starań, aby emisja reklam odbyła się zgodnie z terminami zawartymi w Zleceniu Emisji Reklam.

5.5. 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.

5.6. 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.

5.7. 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.

5.8. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy lub wstrzymania emisji reklam bez podania przyczyny i bez ponoszenia z tego powodu odpowiedzialności odszkodowawczej, jeżeli zachodzi uzasadnione podejrzenie, że ich treść lub treść strony docelowej jest sprzeczna z prawem lub zasadami współżycia społecznego bądź narusza prawa osób trzecich.

5.9. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy lub do wstrzymania emisji reklam, bez ponoszenia z tego powodu odpowiedzialności odszkodowawczej, również wtedy, gdy treść lub forma reklam jest sprzeczna z linią programową witryn wchodzących w skład internetowej sieci reklamowej CLIPnet lub z interesem Zleceniobiorcy.

6. Cennik reklam

6.1. Cennik reklam powierzchni reklamowych oferowanych przez Zleceniobiorcę jest dostępny online na stronie internetowej www.clipnet.pl lub w formie papierowej w siedzibie firmy.

6.2. Ceny zawarte w cenniku nie uwzględniają podatku VAT. Wszystkie koszty związane z obowiązującymi w Polsce przepisami podatkowymi są pokrywane przez Zleceniodawcę.

6.3. 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 www.clipnet.pl Zleceniobiorca oświadcza, iż wszelkie zamiany w Cenniku będą wchodzić w życie w okresie nie krótszym niż 14 dni od ich opublikowania oraz zobowiązuje się umieszczać na stronie internetowej informację od kiedy wchodzi w życie poszczególne zmiany.

7. Siła wyższa

7.1. 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.

7.2. 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.

8. Właściwości prawa i sądu

8.1. Wszystkie umowy Zlecenia Emisji Reklam, do których ma zastosowanie niniejszy Regulamin, podlegają prawu polskiemu.

8.2. Strony ustalają, że wszelkie spory wynikające z niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Zleceniobiorcy.

9. Postanowienia końcowe

9.1. Regulamin wchodzi w życie z dniem 19 października 2009 r.

9.2. Wszelkie zmiany w niniejszym Regulaminie wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.

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