

**POLSKA  
PRESS  
GRUPA**



**REGULAMIN EMISJI REKLAM  
PIONU INTERNET**

# REGULAMIN

## SPIS TREŚCI

ROZDZIAŁ I. DEFINICJE

ROZDZIAŁ II. WARUNKI OGÓLNE

ROZDZIAŁ III. WARUNKI ZAMIESZCZANIA REKLAM

ROZDZIAŁ IV. WARUNKI PŁATNOŚCI

ROZDZIAŁ V. REALIZACJA ZAMÓWIENIA

ROZDZIAŁ VI. REKLAMACJE

ROZDZIAŁ VII. TREŚĆ REKLAMY

ROZDZIAŁ VIII. ZAMIESZCZANIE SERWISÓW LUB SEKCJI SPECJALNYCH

ROZDZIAŁ IX. ODPOWIEDZIALNOŚĆ WYDAWCY

ROZDZIAŁ X. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

## I. DEFINICJE

Ilekcioć w niniejszym dokumencie występują poniżej zdefiniowane pojęcia należy je rozumieć w sposób następujący:

**Regulamin** – niniejszy Regulamin określający warunki zamieszczania reklam w serwisach internetowych Polska Press Sp. z o.o.

**Wydawca** – Polska Press Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000002408, NIP 522-01-03-609, REGON 012047699, kapitał zakładowy 42.000.000,00 PLN, telefon: 22 201 41 00, mail: [reklama\\_internetowa@polskapress.pl](mailto:reklama_internetowa@polskapress.pl)

**Serwis Internetowy** – (inaczej Serwis) jeden z portali lub serwisów internetowych znajdujących się w ofercie Biura Reklamy Wydawcy, przeznaczony do zamieszczania Reklam.

**Serwis Okazjonalny** - Serwisy przygotowywane z okazji wydarzeń takich jak:

- święta religijne (np. Boże Narodzenie)
- święta świeckie (np. Walentynki)
- duże imprezy sportowe (np. olimpiady, mistrzostwa świata)
- imprezy kulturalne (np. festiwale)
- wydarzenia publiczne (np. wybory parlamentarne)

**Reklama** – środki reklamy internetowej przeznaczone do zamieszczenia w Serwisie Internetowym w formie plików gotowych do zamieszczenia w Serwisie Wydawcy o formatach: txt, jpg, gif, gif animowany, flash, html, html5 lub rich media lub innych formach uzgodnionych z Wydawcą.

**Reklamodawca** – osoba fizyczna działająca w ramach prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej zlecająca Wydawcy publikację Reklamy. Reklamodawcą jest również agencja lub inny pośrednik reklamowy działający w imieniu własnym i na rzecz swoich klientów, jeżeli jest osobą fizyczną działającą w ramach prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej, osobą prawną lub jednostką organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej.

**Zamówienie** – pisemne zlecenie zamieszczenia Reklamy w Serwisie Wydawcy, składane przez Reklamodawcę na specjalnym formularzu przygotowanym przez Wydawcę i dostępnym w Biurze Reklamy Wydawcy. Złożenie Zamówienia po złożeniu na nim również podpisu przez przedstawiciela Wydawcy, jest równoznaczne z zawarciem umowy o zamieszczenie Reklamy

przez Wydawcę. Zamówienie zawiera przedmiot zamówienia (rodzaj Reklamy), okres jej emisji, datę rozpoczęcia emisji, wynagrodzenie Wydawcy.

**Regulamin Serwisu** – oznacza regulamin odpowiedniego Serwisu Internetowego, zawierający ogólne warunki, na jakich świadczone są usługi publikacji Reklam w tym Serwisie Internetowym.

**Odsłona** – Oznacza zapisanie w statystykach Adserwera Wydawcy informacji o wysłaniu do Użytkownika Reklamy, celem wyświetlenia danej formy reklamowej w Serwisie.

**Specyfikacja techniczna** – informacja o warunkach technicznych, jakie powinny spełniać Reklamy, aby mogły zostać zamieszczone na danym Serwisie Internetowym, dostępna w Internecie na stronie <http://polskapress.pl/pl/reklama/cenniki/internt/cennik-i-specyfikacja-serwisow-internetowych>.

**Cennik** – informacja o cenie Reklamy w Serwisach Internetowych, a także o zasadach kalkulacji wartości zamieszczanych Reklam.

**Adserwer** – system emisji reklam serwisów internetowych lub inny system Wydawcy przeznaczony do obliczania ruchu w sieci Internet;

**Użytkownik** – użytkownik Serwisu internauta odwiedzający Serwis;

**Kampania** – emisja Reklamy zgodnie z Zamówieniem.

## II. WARUNKI OGÓLNE

1. Zamieszczanie Reklam w Serwisach Internetowych Wydawcy jest dokonywane w oparciu o Regulamin, Specyfikację techniczną oraz odpowiednie Regulaminy Serwisów.
2. Dostarczenie przez Reklamodawcę podpisanego Zamówienia jest równoznaczne z akceptacją postanowień Regulaminu, Specyfikacji technicznej oraz Regulaminu Serwisu.
3. Wydawca ani jego personel nie ponoszą odpowiedzialności za treść zamieszczanych Reklam oraz skutki ich publikacji dla Reklamodawcy.
4. W przypadku gdyby w wyniku publikacji Reklamy Wydawca poniósł jakiegokolwiek koszty z tytułu roszczeń osób, których prawa (w tym w szczególności dobra osobiste, prawa autorskie, prawa pokrewne, prawa własności przemysłowej lub inne) zostały naruszone wskutek publikacji Reklamy z przyczyn innych niż zawinione przez Wydawcę lub przez siłę wyższą, Reklamodawca jest zobowiązany pokryć te koszty w całości łącznie z kosztami postępowań spornych, kosztów zastępstwa procesowego i innych wydatków Wydawcy poniesionych w związku z roszczeniami osób trzecich. Dotyczy to także przypadków, w których stroną postępowania związanego z treścią lub formą Reklamy będzie pracownik Wydawcy.

5. Reklamodawca jest wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie, że przysługują mu wyłączne i niczym nie obciążone prawa do posługiwania się użytymi w zleconych do publikacji Reklamach informacjami, danymi, utworami, wizerunkami, znakami towarowymi, wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej. Złożenie Zamówienia na zamieszczenie danej Reklamy jest równoznaczne z oświadczeniem, że powyższy obowiązek jest spełniony, zaś zlecana Reklama nie jest sprzeczna z prawem, zwyczajami ani zasadami współżycia społecznego.
6. Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia lub odmowy zamieszczenia albo też wstrzymania emisji Reklamy gdy:
  - 1) treść lub forma Reklamy jest niezgodna z prawem, zasadami współżycia społecznego lub linią programową Serwisu Internetowego,
  - 2) w przypadku zgłoszenia zastrzeżeń przez osobę trzecią lub właściwy organ lub instytucję powołaną do czuwania nad przestrzeganiem zasad etyki mediów lub etyki reklamy,
  - 3) wynika to z siły wyższej,
  - 4) w przypadku braku zapłaty w terminie wynagrodzenia za zamieszczoną wcześniej Reklamę lub opóźnienia w zapłacie wynagrodzenia.
7. Lista umieszczona w poprzednim ust.6 powyżej nie jest zamknięta i stanowi jedynie przykładowe sytuacje, a Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia lub odmowy zamieszczenia albo też wstrzymania emisji Reklamy w każdej sytuacji, bez podania przyczyny i bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu przy czym jeśli przyczyna emisji Reklamy nie leży po stronie Reklamodawcy, Reklamodawcy przysługuje roszczenie o zwrot części ceny za usługę proporcjonalnie do niezrealizowanego okresu emisji.
8. W przypadku Reklam dotyczących działalności, do której prowadzenia wymagana jest koncesja, zezwolenie, licencja itp. Reklamodawca zobowiązany jest przedstawić, na żądanie Wydawcy, posiadaną przez siebie koncesję, zezwolenie, licencję itp. W przypadku nieprzedłożenia stosownych dokumentów Wydawca odmówi zamieszczenia Reklamy.
9. Niedostarczenie materiałów reklamowych w terminach określonych w Regulaminie upoważnia Wydawcę do odmowy zamieszczenia Reklamy w terminie ustalonym w Zamówieniu.

### **III. WARUNKI ZAMIESZCZANIA REKLAM**

1. Zamieszczanie Reklam w Serwisie Internetowym dokonywane jest na podstawie Zamówienia opatrzonego czytelnym podpisem i pieczętą Reklamodawcy i podpisanego przez przedstawiciela Wydawcy.
2. Wydawca będzie zamieszczał gotowe do emisji Reklamy, dostarczone przez Reklamodawcę. Wydawca jest uprawniony do samodzielnego przygotowania Reklam, na zasadach uzgodnionych i zaakceptowanych przez Reklamodawcę.
3. Wydawca ma prawo odmówić publikacji Reklamy w Serwisie Internetowym w sytuacji, gdy Reklama nie będzie spełniać warunków określonych w Regulaminie, Specyfikacji technicznej lub Regulaminie Serwisu lub też Reklamodawca nie dotrzyma terminu doręczenia Wydawcy materiałów niezbędnych do zamieszczenia Reklamy.
4. Zamieszczenie Reklamy w Serwisie Internetowym nie oznacza, że Wydawca stwierdził zgodność Reklamy z Regulaminem, Specyfikacją techniczną lub Regulaminem Serwisu.
5. Przekazując Reklamy Reklamodawca upoważnia Wydawcę do dokonania ewentualnych drobnych modyfikacji Reklamy przed jej zamieszczeniem w Serwisie Internetowym, koniecznych do prawidłowego wyświetlenia Reklamy.
6. Przeniesienie przez Reklamodawcę uprawnień wynikających z Zamówienia może nastąpić wyłącznie po uprzednim powiadomieniu Wydawcy i uzyskaniu jego zgody, wyrażonej w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
7. Rezygnacja z całości lub części Zamówienia, skutkująca odstąpieniem od umowy na realizację Kampanii w odnośnej części, może być dokonana w formie pisemnej, pod rygorem nieważności według następujących zasad:
  - 1) w okresie do 30 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Kampanii - bez ponoszenia opłat z tytułu odstępnego;
  - 2) w okresie od 29 do 15 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Kampanii - po uiszczeniu odstępnego w wysokości 20% opłaty brutto należnej za niezrealizowaną część Zamówienia;
  - 3) w okresie od 14 do 4 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Kampanii - po uiszczeniu odstępnego w wysokości 40% opłaty brutto należnej za niezrealizowaną część Zamówienia;
  - 4) w okresie od 3 do 1 dnia poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Kampanii - po uiszczeniu kary umownej w wysokości 60% opłaty brutto należnej za niezrealizowaną część Zamówienia;
  - 5) w trakcie emisji Kampanii - po uiszczeniu odstępnego w wysokości 80% opłaty brutto należnej za niezrealizowaną część Zamówienia;
  - 6) w przypadku Zamówień dotyczących Serwisów lub innych usług tworzonych specjalnie na potrzeby Reklamodawcy - po uiszczeniu odstępnego w wysokości

stanowiącej równowartość wszelkich faktycznych kosztów brutto poniesionych przez Wydawcę w związku z realizacją Zlecenia do momentu złożenia oświadczenia o odstąpieniu;

- 7) w przypadku Zamówień dotyczących obecności reklamowej na Serwisach okazjonalnych:
  - a) w okresie do 90 dni poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Kampanii bez ponoszenia opłat z tytułu odstępnego;
  - b) w okresie od 89 do 1 dnia poprzedzających planowaną datę rozpoczęcia Kampanii po uiszczeniu odstępnego w wysokości 80% opłaty brutto należnej za niezrealizowaną część Zamówienia.
8. Za datę rozpoczęcia realizacji Zamówienia uważa się wyemitowanie pierwszej Reklamy spośród wszystkich Reklam objętych danym Zamówieniem, niezależnie od tego, ile etapów emisji Reklam przewidziano w Zamówieniu.

#### **IV. WARUNKI PŁATNOŚCI**

1. Za zamieszczenie Reklamy Reklamodawca zobowiązany jest zapłacić Wydawcy wynagrodzenie na podstawie wystawionej przez Wydawcę faktury VAT.
2. Podstawą do obliczenia wynagrodzenia jest Cennik obowiązujący w dniu złożenia Zamówienia.
3. Wszystkie ceny podane w Cenniku są cenami netto. Wartość wynagrodzenia należnego Wydawcy będzie odpowiednio powiększona o należny podatek VAT zgodnie z obowiązującymi przepisami.
4. W przypadku Zamówienia dotyczącego Reklamy efektywnościowej (Reklamy zamieszczanej w oparciu o wybrane modele CPA) podstawą do obliczania wysokości należnego Wydawcy wynagrodzenia będą także statystyki dostarczane z Adserver. Statystyki będą udostępniane przez Wydawcę na życzenie Reklamodawcy.
5. Reklamodawca dokona zapłaty wynagrodzenia przysługującego Wydawcy przed zamieszczeniem Reklamy, przelewem na rachunek bankowy wskazany w Zamówieniu. W uzasadnionych wypadkach Wydawca może wyrazić zgodę na inny termin i formę płatności
6. W przypadku niezapłacenia faktury VAT w terminie w niej wskazanym, Wydawca może naliczać odsetki ustawowe za opóźnienie. Jednocześnie w przypadku opóźnienia płatności, Wydawca zastrzega sobie prawo wstrzymania publikacji Reklamy oraz prawo do zaniechania publikacji Reklamy w całości lub w części.

7. Agencje reklamowe i inni pośrednicy reklamowi działający w imieniu i na rzecz swoich klientów są solidarnie odpowiedzialni z osobami które reprezentują, wobec Wydawcy za regulowanie należności wynikających z przyjętego Zamówienia.

## **V. REALIZACJA ZAMÓWIENIA**

1. Reklamodawca zobowiązuje się przesłać Wydawcy materiały niezbędne do zamieszczenia Reklamy nie później niż na 3 dni robocze przed planowanym dniem rozpoczęcia emisji, a w przypadku materiałów formacie w html, rich media lub innym niestandardowym formacie, nie później niż na 5 dni roboczych przed planowanym dniem rozpoczęcia emisji, pod rygorem braku odpowiedzialności Wydawcy za brak realizacji Zamówienia w terminie.
2. Jeżeli Reklama, a w szczególności artykuły sponsorowane wymagają autoryzacji przez Reklamodawcę, Reklamodawca zobowiązuje się przesłać pisemne jej potwierdzenie, nie później niż na 1 dzień roboczy przed planowaną datą publikacji Reklamy, pod rygorem braku odpowiedzialności Wydawcy za brak realizacji Zamówienia w terminie.
3. W przypadku, gdy Reklamodawca nie dostarczy materiałów reklamowych niezbędnych do zamieszczenia Reklamy w terminie określonym w Regulaminie, Wydawca jest uprawniony do niezrealizowania części lub całości Zamówienia bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu. Wydawca nie jest zobowiązany do zwrotu wynagrodzenia za niezrealizowana część lub całość Zamówienia.
4. Jeżeli z powodu nie dostarczenia przez Reklamodawcę materiałów niezbędnych do zamieszczenia Reklamy w terminie określonym w Regulaminie, Zamówienie nie zostało zrealizowane w całości lub części, za zgodą Wydawcy, może zostać odpowiednio wydłużony czas realizacji Zamówienia lub Reklamodawca może wykorzystać pozostałą liczbę emisji Reklamy w kolejnym Zamówieniu.
5. W trakcie realizacji Zamówienia i po jego zakończeniu, Wydawca może udostępnić na życzenie Reklamodawcy dane ze statystykami dotyczącymi liczby zrealizowanych Odśłon.
6. Ocena realizacji kampanii reklamowej, w tym w szczególności ilość emisji poszczególnych form reklamowych dokonywana będzie w oparciu o dane generowane przez Adserver Wydawcy.



## **VI. REKLAMACJE**

1. Wszelkie reklamacje dotyczące nienależytego zrealizowania Zamówienia należy składać Wydawcy w formie pisemnej w terminie do 14 dni od dnia zamieszczenia Reklamy, z zastrzeżeniem ust. 2 poniżej, przy czym decydujące znaczenie ma data wpływu reklamacji do Wydawcy. Reklamacja powinna zawierać informację na temat rodzaju uchybienia oraz jego opis wraz z uzasadnieniem.
2. Reklamacje nie złożone w formie pisemnej lub złożone po wyznaczonym terminie nie będą rozpatrywane, na co Reklamodawca wyraża zgodę. Niezłożenie reklamacji w terminie określonym w Regulaminie jest jednoznaczne z uznaniem, że Reklama została zamieszczona prawidłowo i zgodnie ze złożonym Zamówieniem. Postanowienia niniejszego ustępu nie dotyczą Reklamodawców będących konsumentami.
3. W przypadku uwzględnienia przez Wydawcę reklamacji, Wydawca podejmie niezbędne działania celem usunięcia uchybień w zamieszczonej Reklamie.
4. Wycofanie Reklamy lub jej poprawne zamieszczenie nastąpi w pierwszym możliwym terminie, uzależnionym od możliwości technicznych Wydawcy i w terminie ustalonym z Reklamodawcą.
5. Wydawca dokłada starań, aby reklamy emitowane przez Wydawcę były dostępne dla użytkowników popularnych przeglądarek internetowych, systemów operacyjnych, typów komputerów oraz typów połączeń internetowych. Jednakże Wydawca nie gwarantuje i nie odpowiada za to, że każda kombinacja tych czynników umożliwi dostęp i zapoznanie się z reklamą lub jej poszczególnymi elementami. Brak wyświetleń Reklamy wynikający ze wskazanych wcześniej czynników nie może być podstawą do reklamacji dla Reklamodawcy.

## **VII. TREŚĆ REKLAMY**

1. Reklamy nie mogą naśladować ani symulować elementów stron internetowych, na których będą emitowane i powinny być łatwo rozpoznawalne jako reklamy. Wszelkie odstępstwa od tej zasady wymagają każdorazowo zgody Wydawcy.
2. Wydawca jest uprawniony do oznaczania Reklam w sposób zapewniający ich jednoznaczną identyfikację i rozpoznawalność jako materiał reklamowy. W szczególności Wydawca jest uprawniony do dodatkowego oznaczania Reklam słowami: "reklama", "ogłoszenie płatne", "link sponsorowany" lub innymi równoznacznymi słowami, jak również do zamieszczania danych umożliwiających identyfikację

Reklamodawcy poprzez użycie określeń typu: „sponsor (...)”, „sponsor serwisu/konkursu (...)”, „partner serwisu (...)”, „artykuł powstał przy współpracy z (...)”, itp.

3. Reklama nie może zawierać badania statystycznego ani ankiet, nie może też w żaden sposób zachęcać do wzięcia udziału w badaniu. Wszelkie odstępstwa od tej zasady wymagają każdorazowo zgody Wydawcy, wyrażonej przed zamieszczeniem Reklamy.
4. Niedozwolone jest używanie w Reklamach elementów operacyjnych, których funkcja wynikająca z formy, napisu czy konwencji jest niezgodna z ich komunikatem, lub działa w sposób nietypowy. Reklamy muszą być przygotowane zgodnie ze Specyfikacją Techniczną.

## **VIII. ZAMIESZCZANIE SERWISU LUB SEKCJI SPECJALNEJ.**

1. W przypadku gdy Reklamodawca zleci Wydawcy zamieszczenie serwisu lub sekcji specjalnej zawierającej materiały reklamowe, strony te pozostają własnością Wydawcy. Serwis lub sekcja specjalna może być zamieszczona, jeżeli spełnia następujące warunki:
  - a) powinna zostać zaprojektowana zgodnie z zasadami „User experience”,
  - b) nie może wpływać na funkcjonowanie Serwisu Internetowego i jego architekturę,
  - c) musi zachować ogólny kształt i ideę plastyczną Serwisu Internetowego,
  - d) powinna zawierać dane umożliwiające identyfikację Reklamodawcy,
  - e) znaki wodne oraz tapety dopuszczalne mogą zostać zamieszczone tylko poza obszarem treściowym strony internetowej,
2. Wydawca jest uprawniony do dokonywania ewentualnych zmian w serwisach lub sekcjach specjalnych bez zgody Reklamodawcy jeżeli dotyczą one infrastruktury i w przypadku kiedy nie mają one wpływu na treści i materiały zakupione przez Reklamodawcę.

## **IX. ODPOWIEDZIALNOŚĆ WYDAWCY**

1. Wydawca nie odpowiada za przerwy w wyświetlaniu Reklam, bądź przerwy w działaniu Serwisów Internetowych, wynikłe z niezależnych od Wydawcy przyczyn. W takich przypadkach Reklamodawca otrzyma dodatkowy czas emisji Reklamy równy okresowi, w którym jego Reklama nie była wyświetlana. Z tego tytułu Reklamodawcy nie przysługują żadne roszczenia względem Wydawcy,.
2. Odszkodowanie z tytułu szkody wyrządzonej Reklamodawcy przez Wydawcę nie może przekroczyć wartości wynagrodzenia za emisję Reklamy zgodnie z Zamówieniem. Wydawca nie odpowiada z tytułu utraconych korzyści.

## X. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Reklamodawca z wyjątkami opisanymi w Regulaminie odpowiada za wykonanie Zlecenia zgodnie z jego treścią, nie świadczy usług posprzedażnych ani nie udziela gwarancji.
2. Regulamin obowiązuje od dnia 13.03.2017
3. Zmiany treści Regulaminu wchodzi w życie z dniem powiadomienia Reklamodawców o zmianach przez publikację na stronie Internetowej [www.polskapress.pl](http://www.polskapress.pl). Zmiany regulaminu nie dotyczą realizacji Zamówień złożonych przed zmianą.
4. Spory związane z realizacją Zamówień będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla adresu siedziby wydawcy, aktualny w chwili wniesienia pozwu.