

Regulamin rezerwacji, zlecenia, produkcji i emisji reklam online Edipresse Polska S.A.

Aktualizacja: wrzesień 2020

§ 1 [DEFINICJE]

Użyte w Regulaminie pojęcia oznaczają:

1. **Cennik** – oznacza cennik form reklamowych dla **Kampanii Standard** stanowiący Załącznik nr 1 do **Regulaminu** i udostępniany przez **Wydawcę** do publicznej wiadomości pod adresem: <http://edi-net.pl/>,
2. **Dzień Roboczy** – oznacza dzień od poniedziałku do piątku od godz. 9.00 do godz. 17.00 z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy,
3. **Emisja** – oznacza każdą publikację **Reklamy** na warunkach określonych w **Zleceniu**,
4. **Harmonogram** – oznacza uzgodniony przez **Wydawcę** i **Zleceniodawcę** szczegółowy opis działań (wraz z terminami ich realizacji) niezbędnych do wykonania w celu przygotowania i realizacji **Kampanii Niestandardowej**,
5. **Kampania Niestandardowa** (lub **Kampania Dedykowana**) – oznacza kampanię reklamową inną niż **Kampania Standard**, w której narzędzia i formaty reklamowe przygotowywane są przez **Wydawcę** przy współpracy ze **Zleceniodawcą** na podstawie jego zindywidualizowanych potrzeb określonych w zapytaniu ofertowym, **Ofercie** i finalnie w **Zleceniu**,
6. **Kampania Standard** – oznaczają kampanię reklamową, w której **Reklama** emitowana w formach reklamowych określonych w **Cenniku**,
7. **Materiały Reklamowe** – oznaczają wszelkie informacje, dane, utwory lub ich fragmenty, wizerunki, znaki towarowe lub wzory zdobnicze albo inne elementy stanowiące przedmiot ochrony prawnej na podstawie właściwych przepisów prawa, w formatach txt, jpg, gif, gif animowany, html, html5, rich media lub innych, udostępnione **Wydawcy** przez **Zleceniodawcę** w formie gotowej do **Emisji**, z zastrzeżeniem, że **Wydawca** dopuszcza możliwość przygotowania **Materiałów Reklamowych** na zlecenie **Zleceniodawcy** we własnym zakresie, na podstawie materiałów przekazanych przez **Zleceniodawcę**,
8. **Materiały Reklamowe Wydawcy** – oznaczają w szczególności wszelkie informacje, dane, utwory lub ich fragmenty, wizerunki, znaki towarowe lub wzory zdobnicze, produkty fizyczne, albo inne elementy stanowiące przedmiot ochrony prawnej na podstawie właściwych przepisów prawa w formatach txt, jpg, gif, gif animowany, html, html5 lub rich media lub innych wykonane przez **Wydawcę** (lub osoby trzecie na zlecenie **Wydawcy**) niezbędne do realizacji **Kampanii Dedykowanych**,
9. **Modyfikacja Zlecenia** – oznacza dopuszczalną **Regulaminem** zmianę ustalonych w **Zleceniu** terminów, powierzchni reklamowej na której emitowana jest **Reklama**, liczby **Emisji Reklamy**, kryteriów targetowania **Reklamy** dokonana przed lub po rozpoczęciu **Emisji** na wniosek **Zleceniodawcy**. Przez **Modyfikację Zlecenia Emisji** rozumie się również wymianę **Materiałów Reklamowych** lub inne zmiany wspólnie ustalone przez strony,
10. **Oferta** – oznacza przedstawione przez **Wydawcę**, warunki świadczenia usług reklamowych stanowiące ofertę w rozumieniu art. 66 Kodeksu Cywilnego, z zastrzeżeniem, że **Oferta** dotyczy wyłącznie **Kampanii Niestandardowych**,
11. **Regulamin** – oznacza niniejszy regulamin,

12. **Reklama** – oznacza każdy zamieszczony w **Serwisach** przekaz na zlecenie Zleceniodawcy w dopuszczonej przez **Wydawcę** formie, mający na celu zachęcanie użytkowników sieci Internet do nabywania towarów lub usług albo innych form korzystania z towarów lub usług bądź osiągnięcie innego efektu pożądanego przez **Zleceniodawcę** (np. wizerunkowego),
13. **Rezerwacja** – oznacza złożoną w sposób dopuszczony przez **Zleceniodawcę** deklarację zainteresowania **Emisją Reklamy** w określonym terminie, formie reklamowej i przy użyciu określonej powierzchni reklamowej w którymkolwiek z **Serwisów**,
14. **Serwisy** – oznaczają serwisy internetowe, do których prawa przysługują **Wydawcy** oraz podmiotom należącym do grupy kapitałowej **Wydawcy**, w których **Wydawca** (lub podmioty należące do grupy kapitałowej **Wydawcy**) udostępnia powierzchnię na cele Emisji, a także social media Wydawcy oraz mailingi w tym newslettery,
15. **Wydawca** – oznacza spółkę pod firmą: „EDIPRESSE Polska” Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie przy ul. Wiejskiej 19, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców - Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000111462 wpisaną do rejestru Bazy Danych o Produktach i Opakowaniach oraz Gospodarce Odpadami pod nr 000080203 kapitał zakładowy 2.311.320,00 zł, wpłacony w całości,
16. **Zlecenie** – oznacza umowę pomiędzy **Wydawcą** (lub podmiotem należącym do grupy kapitałowej **Wydawcy**), a **Zleceniodawcą**, której przedmiotem jest **Emisja** w którymkolwiek z **Serwisów/Serwisach** zawierana w sposób określony w **Regulaminie**. Zlecenie może zawierać również świadczenia związane z **Emisją** takie jak opracowanie i produkcja Reklamy.
17. **Zleceniodawca** – oznacza każdą osobę fizyczną, osobę prawną lub inną jednostkę organizacyjną nie posiadającą osobowości prawnej, której przepisy szczególne przyznają osobowość prawną zlecającą lub rezerwującą **Emisję** w **Serwisach**. Przez **Zleceniodawcę** rozumie się również agencję reklamową lub innego pośrednika działający w imieniu i/lub na rzecz swoich klientów.

§ 2 [POSTANOWIENIA OGÓLNE]

1. **Regulamin** określa warunki realizacji **Zleceń** oraz uprawnienia i obowiązki **Wydawcy** i **Zleceniodawcy** w związku ze **Zleceniami**.
2. Do ustalania wynagrodzenia za **Emisję** stosuje się stawki określone przez **Wydawcę** w **Cenniku**, z zastrzeżeniem, że powyższe nie dotyczy **Kampanii Dedykowanych**, w których wynagrodzenie należne **Wydawcy** uzgadniane jest indywidualnie.
3. Minimalna wartość **Zlecenia** wynosi 1.500 PLN netto (słownie: jeden tysiąc pięćset złotych).

§ 3 [ZLECENIE]

1. **Zlecenie** następuje pisemnie lub za pośrednictwem poczty elektronicznej na formularzu zlecenia określonym przez Wydawcę i przesłanym na adres korespondencyjny: Edipresse Polska S.A., ul. Wiejska 19, 00-480 Warszawa, lub na adres poczty elektronicznej: reklama@edipresse.pl oraz na adres poczty elektronicznej dedykowanego opiekuna **Zleceniodawcy** jeżeli taki został wyznaczony. Formularz zlecenia stanowi Załącznik nr 1 do **Regulaminu** i jest udostępniany do publicznej wiadomości w formie edytowalnej przez **Wydawcę** pod adresem: <http://edi-net.pl/>.

2. Formularz zlecenia dotyczący **Zlecenia** dostarczany jest nie później niż na pięć (5) **Dni Roboczych** przed planowanym terminem **rozpoczęcia realizacji Zlecenia**. **Wydawca** zastrzega sobie prawo wstrzymania **Emisji**, w przypadku niedostarczenia formularza zlecenia lub dostarczenia formularza zlecenia niezawierającego wszystkich elementów niezbędnych do potwierdzenia jego przyjęcia w terminie, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym.
3. Przesłanie podpisanego formularza zlecenia jest równoznaczne ze złożeniem przez **Zleceniodawcę** oświadczenia, że:
 - 1) osoba/osoby, które go podpisały są uprawnione – w dniu przesłania formularza zlecenia - do składania oświadczeń woli w imieniu **Zleceniodawcy**, a w przypadku osób, których umocowanie nie wynika z dokumentów rejestrowych (np. odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego) posiada/posiadają odpowiednie umocowanie do zawierania **Zlecenia** na podstawie ważnego – w dniu przesłania formularza zlecenia - pełnomocnictwa,
 - 2) jest uprawniony do udostępnienia **Wydawcy Materiałów Reklamowych** celem **Emisji**,
 - 3) **Materiały Reklamowe** są zgodne z obowiązującymi przepisami prawa i nie naruszają majątkowych praw autorskich oraz innych praw osób trzecich,
 - 4) zapoznał się z treścią **Regulaminu** obowiązującą na dzień przesłania formularza zlecenia do **Wydawcy** i akceptuje jego treść.
4. Data potwierdzenia przez **Wydawcę** otrzymania podpisanego formularza zlecenia stanowi datę **Zlecenia**.
5. Akceptacja **Zlecenia** przez **Wydawcę** następuje poprzez potwierdzenie otrzymania podpisanego formularza zlecenia i przesyłanie stosownego oświadczenia na adres korespondencyjny lub adres poczty elektronicznej wskazany przez **Zleceniodawcę** na formularzu zlecenia.
6. Przed potwierdzeniem otrzymania podpisanego formularza zlecenia, **Wydawca** zastrzega sobie prawo:
 - 1) żądania od **Zleceniodawcy** dostarczenia w określonym terminie dokumentu potwierdzającego uprawnienie osoby (osób) podpisanej na formularzu zlecenia do reprezentowania **Zleceniodawcy** lub klienta **Zleceniodawcy**,
 - 2) żądania od **Zleceniodawcy** dodatkowych dokumentów niezbędnych wg uznania **Wydawcy** do potwierdzenia otrzymania formularza zlecenia,
 - 3) odmowy przyjęcia Zlecenia.
7. Z zastrzeżeniem § 3 ust. 8 i 9 **Regulaminu**, **Wydawca** dopuszcza możliwość realizacji Zlecenia bez korzystania z formularza zlecenia wg wzoru stanowiącego Załącznik nr 1 do **Regulaminu**, poprzez złożenie **Wydawcy** pisemnego oświadczenia dotyczącego **Zlecenia**.
8. W oświadczeniu, o którym mowa w § 3 ust. 7 **Regulaminu**, **Zleceniodawca** wskazuje co najmniej dane wskazane w § 3 ust. 9 **Regulaminu**. Na podstawie doręczonego pisemnego oświadczenia **Zleceniodawcy** dotyczącego **Zlecenia**, **Wydawca** przygotowuje formularz zlecenia, a następnie przesyła go do **Zleceniodawcy** w celu akceptacji. Akceptacja przez **Wydawcę** przygotowanego w ten sposób formularza zlecenia następuje w trybie określonym § 3 ust. 5 **Regulaminu**. § 3 ust. 2 i 3 oraz 6 **Regulaminu** stosuje się odpowiednio.
9. Oświadczenie zawiera co najmniej:
 - 1) termin **Kampanii Standard**,
 - 2) formy reklamowe (baner, komunikat itp.) **Kampanii Standard**,
 - 3) Serwisy dedykowane dla **Kampanii Standard**,
 - 4) czas trwania **Kampanii Standard**,
 - 5) nazwę **Kampanii Standard**,

- 6) dane identyfikujące **Zleceniodawcę** lub klienta **Zleceniodawcy**, w którego imieniu jest zamawiana **Kampania Standard**, a w szczególności imię i nazwisko osoby uprawnionej do złożenia zamówienia w imieniu **Zleceniodawcy**, firmę **Zleceniodawcy**, adres siedziby **Zleceniodawcy**, numer telefonu, numer telefaksu, adres email **Zleceniodawcy**, NIP, REGON i nr KRS lub nr wpisu do ewidencji działalności gospodarczej z podaniem miejsca rejestracji,
 - 7) czytelne podpisy osób uprawnionych do reprezentowania **Zleceniodawcy**,
 - 8) adres poczty elektronicznej właściwy do przekazania formularza zlecenia przygotowanego przez **Wydawcę** celem akceptacji,
 - 9) proponowana wartość Zlecenia / proponowane warunki finansowe,
 - 10) proponowany harmonogram płatności, o ile będzie inny niż standardowe 14 dni.
10. **Zleceniodawca** może zrezygnować ze **Zlecenia** w całości lub w części nie później niż na piętnaście (15) dni przed datą pierwszej **Emisji**. Oświadczenie w tym zakresie wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności. Po upływie tego okresu **Zleceniodawca** zobowiązuje się nie składać rezygnacji ze **Zlecenia**.
11. W przypadku rezygnacji przez **Zleceniodawcę** w całości lub w części ze **Zlecenia** po upływie terminu określonego w § 3 ust. 10 **Regulaminu**, **Wydawcy** przysługuje prawo do żądania od **Zleceniodawcy** kar umownych (lub wynagrodzenia) z tytułu naruszenia zobowiązania, o którym mowa w ust. 10 zdanie drugie powyżej:
- 1) jeżeli rezygnacja ze **Zlecenia** w całości lub w części zostanie dokonana przez **Zleceniodawcę** nie później niż na cztery (4) dni przed ustalonym terminem rozpoczęcia **Emisji**, **Wydawcy** przysługuje prawo żądania kary umownej stanowiącej równowartość 30 % (trzydziestu procent) wynagrodzenia brutto określonego w danym **Zleceniu**,
 - 2) jeżeli rezygnacja ze **Zlecenia** w całości lub w części zostanie dokonana przez **Zleceniodawcę** na mniej niż cztery (4) dni przed ustalonym terminem rozpoczęcia **Emisji**, **Wydawcy** przysługuje prawo żądania kary umownej stanowiącej równowartość 60 % (sześćdziesięciu procent) wynagrodzenia brutto określonego w danym **Zleceniu**,
 - 3) jeżeli rezygnacja ze **Zlecenia** zostanie dokonana przez **Zleceniodawcę** w trakcie realizacji **Emisji**, **Wydawcy** przysługuje w całości wynagrodzenie określone w **Zleceniu**.
12. Kary umowne jak również wynagrodzenie, o którym mowa w § 3 ust. 11 pkt 3) **Regulaminu** zostaną zapłacone przez **Zleceniodawcę** w terminie siedmiu (7) dni od doręczenia na adres poczty elektronicznej wskazany w **Zleceniu** wezwania do zapłaty. **Wydawca** upoważniony jest do dochodzenia odszkodowania przewyższającego zastrzeżone kary umowne na zasadach ogólnych Kodeksu Cywilnego.
13. W przypadku niedostarczenia przez **Zleceniodawcę** **Materiałów Reklamowych** (całości lub części) w terminie określonym w **Regulaminie**, § 3 ust. 11,12 i 14 **Regulaminu** stosuje się odpowiednio. Za niedostarczenie przez **Zleceniodawcę** **Materiałów Reklamowych** traktowane jest również dostarczenie **Materiałów Reklamowych** wadliwych technicznie, niepoprawnych lub nie nadających się do **Emisji**.
14. W przypadku rezygnacji ze **Zlecenia** w części, kary umowne nalicza się wyłącznie od wartości tej części **Zlecenia**, której dotyczy rezygnacja.

§ 4 [MATERIAŁY REKLAMOWE]

1. **Zleceniodawca** dostarcza **Materiały Reklamowe** wraz z formularzem zlecenia, jednakże nie później niż na pięć (5) **Dni Roboczych** przed dniem **Emisji** określonym w **Zleceniu**, z zastrzeżeniem, że **Materiały Reklamowe** w formacie html, rich media lub innym formacie niestandardowym

Zleceniodawca dostarcza nie później niż na pięć (5) **Dni Roboczych** celem ich przetestowania przez **Wydawcę** i ewentualnego zgłoszenia zastrzeżeń.

2. W przypadku **Kampanii Dedykowanych** terminy dostarczenia **Materiałów Reklamowych** i **Materiałów Reklamowych Wydawcy** określa **Harmonogram**.
3. Z zastrzeżeniem § 4 ust. 4 **Regulaminu**, **Wydawca** dokłada wszelkich starań, aby nawet w przypadku opóźnień w dostarczeniu **Materiałów Reklamowych**, rozpoczęcie **Emisji** nastąpiło w terminie określonym w **Zleceniu** lub z jak najmniejszym opóźnieniem, a **Emisja** została zrealizowana w całości. **Zleceniodawcy** nie przysługują wobec **Wydawcy** roszczenia z tytułu opóźnienia **Emisji** spowodowanej nieterminowym dostarczeniem **Materiałów Reklamowych** lub dostarczeniem **Materiałów Reklamowych** wadliwych technicznie, niepoprawnych lub nie nadających się do **Emisji**. **Zleceniodawcy** nie przysługuje prawo żądania od **Wydawcy** przedłużenia **Emisji** o czas opóźnienia w przekazaniu **Materiałów Reklamowych** w celu **Emisji**.
4. W przypadku gdy **Materiały Reklamowe** opracowuje **Wydawca**, **Zleceniodawcy** przysługuje prawo do zgłaszania propozycji zmian do wykonanych w ten sposób **Materiałów Reklamowych**, z zastrzeżeniem, że proponowane zmiany zostaną zgłoszone nie później niż na pięć (5) **Dni Roboczych** przed planowaną **Emisją**.
5. Propozycje zmian **Zleceniodawca** zgłasza **Wydawcy** nie więcej niż dwukrotnie. Każda dodatkowa propozycja zmiany **Materiałów Reklamowych** podlega odrębnej wycenie i za jej wykonanie **Wydawcy** przysługuje dodatkowe wynagrodzenie. Akceptacja wyceny musi nastąpić w terminie umożliwiającym **Wydawcy** dokonanie uzgodnionych zmian. W przypadku braku akceptacji wyceny, **Materiały Reklamowe** w formie aktualnej uznawane są za **Materiały Reklamowe** do **Emisji**, chyba że **Zleceniodawca** w sposób wyraźny i jednoznaczny zrezygnuje z **Emisji**. Do rezygnacji w trybie określonym niniejszym ustępie, § 3 ust. 11 i 12 **Regulaminu** stosuje się odpowiednio.

§ 5 [REZERWACJA]

1. **Rezerwacja** dokonywana jest na wniosek **Zleceniodawcy**.
2. **Rezerwacja** dotyczy wyłącznie **Kampanii Standard** z zastrzeżeniem § 11 ust. 1 **Regulaminu**.
3. Na 14 dni przed planowaną **Emisją**, **Wydawca** wysyła do **Zleceniodawcy** pocztą elektroniczną na adres przez niego wskazany przy dokonywaniu **Rezerwacji**, informację przypominającą o zbliżającym się terminie rozpoczęcia **Emisji**. Jeśli w ciągu pięciu (5) dni od wysłania informacji, o której mowa w zdaniu poprzedzającym **Wydawca** nie otrzyma formularza zlecenia spełniającego warunki określone w **Regulaminie** na zarezerwowaną powierzchnię reklamową, **Rezerwacja** automatycznie zostaje anulowana, a powierzchnia reklamowa będąca przedmiotem **Rezerwacji** zostaje przesunięta do puli dostępnej powierzchni reklamowej. Podmiotowi, który dokonał **Rezerwacji** nie przysługują w takim przypadku żadne roszczenia wobec **Wydawcy**.
4. **Rezerwacje** dokonywane w terminie krótszym niż 21 (dwadzieścia jeden) dni od daty planowanej **Emisji** muszą być potwierdzane przez **Zleceniodawcę** poprzez wysłanie formularza zlecenia spełniającego warunki określone w **Regulaminie** w terminie 1 (jednego) **Dnia Roboczego** od czasu wysłania informacji potwierdzającej dokonanie **Rezerwacji**.

5. Jeżeli **Rezerwacja** dokonywana jest w terminie krótszym niż trzy (3) **Dni Robocze** przed planowanym terminem **Emisji**, formularz zlecenia spełniający warunki określone w **Regulaminie** musi zostać doręczony **Wydawcy** nie później niż w dniu dokonywania **Rezerwacji**.
6. W przypadku, gdy w formularzu zlecenia przekazanym stosownie do postanowień niniejszego paragrafu wskazany jest inny podmiot niż podmiot dokonujący **Rezerwacji**, **Wydawca** zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia takiego formularza zlecenia i anulowania **Rezerwacji**, chyba że **Zleceniodawca** składając zamówienie potwierdzi w sposób jednoznaczny i nie pozostawiający wątpliwości swoje uprawnienie do występowania w imieniu tego podmiotu.

§ 6 [KAMPANIA NIESTANDARDOWA]

1. W odpowiedzi na zapytanie ofertowe lub z własnej inicjatywy **Wydawca** może przedstawić **Zleceniodawcy Ofertę** realizacji **Kampanii Niestandardowej**.
2. **Oferta** zawiera w szczególności:
 - 1) zakres proponowanych świadczeń,
 - 2) proponowany **Harmonogram**,
 - 3) wynagrodzenie należne **Wydawcy**,
 - 4) warunki realizacji proponowanych świadczeń, w tym warunków opracowania **Materiałów Reklamowych** i **Materiałów Reklamowych Wydawcy**,
 - 5) termin ważności **Oferty**,
 - 6) określenie kluczowych wskaźników efektywności
3. **Zlecenie** realizacji **Kampanii Niestandardowej** następuje na formularzu zlecenia wg wzoru stanowiącego Załącznik nr 2 do **Regulaminu**, z uwzględnieniem warunków **Oferty** lub warunków uzgodnionych przez **Zleceniodawcę** i **Wydawcę** w trakcie postępowania ofertowego.
4. **Wydawca** zastrzega, że w przypadku rezygnacji z realizacji **Kampanii Niestandardowej**:
 - a. przed rozpoczęciem **Emisji**, **Zleceniodawca** zobowiązany jest do zapłaty wynagrodzenia za prace wykonane przez **Wydawcę** lub jego podwykonawców w związku z przygotowaniem i realizacją **Zlecenia**, powstałe od daty **Zlecenia** do dnia rezygnacji. Wynagrodzenie obliczane jest z uwzględnieniem stawek wynagrodzenia za prace osób zaangażowanych w realizację **Zlecenia** określonych w **Cenniku** lub w **Ofercie**, o ile z treści **Oferty** wynika wprost iż w danym przypadku **Cennik** nie ma zastosowania.
 - b. po rozpoczęciu **Emisji**, **Zleceniodawca** zapłaci całość wynagrodzenia określonego w **Zleceniu**.
5. Autorskie prawa majątkowe do **Materiałów Reklamowych Wydawcy** przysługują **Wydawcy**. **Wydawca** zapewni **Zleceniodawcy** możliwość korzystania z **Materiałów Reklamowych Wydawcy** na zasadach określonych w **Ofercie** w celu realizacji **Kampanii Niestandardowej**. O ile to będzie niezbędne ze względu na obowiązujące w tym zakresie przepisy prawa, **Wydawca** i **Zleceniodawca** przed rozpoczęciem **Emisji Reklamy** w ramach **Kampanii Niestandardowej** podpiszą stosowną umowę.
6. W przypadku gdy **Materiały Reklamowe** opracowuje **Wydawca**, **Zleceniodawcy** przysługuje prawo do zgłaszania propozycji zmian do wykonanych w ten sposób **Materiałów Reklamowych**, w terminach i na zasadach przewidzianych w **Harmonogramie**.

6. W przypadku rozbieżności pomiędzy postanowieniami **Regulaminu** dotyczącymi realizacji **Kampanii Niestandardowej**, a pozostałymi postanowieniami **Regulaminu**, pierwszeństwo mają postanowienia dotyczące realizacji **Kampanii Niestandardowej** określone w niniejszym § 11 Regulaminu.
7. Wydawca przewiduje możliwość realizacji Kampanii Niestandardowej na warunkach i zasadach wynegocjowanych przez strony w odrębnej umowie. W takiej sytuacji strony wyłączają stosowanie niniejszego Regulaminu wprost odpowiednim postanowieniem w odrębnej umowie.

§ 7 [REALIZACJA ZLECENIA]

1. W trakcie realizacji **Zlecenia**, **Wydawca** na życzenie **Zleceniodawcy** udostępnia **Zleceniodawcy** dostęp do statystyk dotyczących **Emisji Reklamy** w danym **Zleceniu**.
2. Podstawą oceny poziomu realizacji **Zlecenia** są dane pochodzące z tzw. „adserwera” **Wydawcy** lub kody zewnętrzne w przypadku jeżeli strony tak postanowiły w **Zleceniu**.
3. W przypadku gdy z przyczyn niezależnych od **Wydawcy**, **Zlecenie** nie zostanie zrealizowane w całości w terminie w nim określonym, **Wydawca**:
 - 1) w uzgodnieniu ze **Zleceniodawcą** przedłuży czas **Emisji** w miarę dostępności powierzchni reklamowej w **Serwisach**, lub
 - 2) w uzgodnieniu ze **Zleceniodawcą** umożliwi **Zleceniodawcy** wykorzystanie pozostałej części **Emisji** w innym, dogodnym dla obu stron terminie, lub
 - 3) zwróci **Zleceniodawcy** część wynagrodzenia stanowiącego równowartość niewykonanej części **Zlecenia**, zapłaconego na rzecz **Wydawcy** z tytułu **Zlecenia**.W takim przypadku **Zlecenie** uznaje się za zrealizowane zgodnie z warunkami uzgodnionymi przez **Zleceniodawcę** i **Wydawcę**.
4. Jeżeli z winy **Wydawcy**, **Emisja** nie zostanie zrealizowana zgodnie ze **Zleceniem** lub zostanie zrealizowana niewłaściwie, **Wydawca** zobowiązuje się do powtórnej **Emisji** w terminie ustalonym ze **Zleceniodawcą** bez dodatkowego wynagrodzenia.
5. Wszelkie zastrzeżenia dotyczące realizacji **Zlecenia**, w szczególności dotyczące prawidłowości jego wykonania obejmującej ilość emitowanych form reklamowych. sposobu ich emisji, **Zleceniodawca** zobowiązany jest zgłaszać **Wydawcy** na bieżąco jednakże nie później niż w terminie siedmiu (7) dni od zakończenia realizacji danego **Zlecenia**. Po upływie powyższego terminu **Zlecenie** uznaje się za wykonane prawidłowo i zgodnie ze **Zleceniem**.
6. W przypadku **Zlecenia** dotyczącego **Reklamy** emitowanej w modułach czasowych, **Zlecenie** uznaje się za wykonane, jeśli łączny czas występowania problemów technicznych skutkujących brakiem lub błędną **Emisją Reklamy**, której dotyczy **Zlecenie** nie przekroczy równowartości 5 % modułu czasowego, w którym zgodnie ze **Zleceniem** **Reklama** powinna zostać wyemitowana.
7. **Wydawca** w terminie pięciu (5) **Dni Roboczych** od zakończenia realizacji **Zlecenia** przekazuje **Zleceniodawcy** raport końcowy.

§ 8 [MODYFIKACJA ZLECENIA EMISJI REKLAM]

1. **Wydawca** na warunkach określonych w **Regulaminie** dopuszcza **Modyfikację Zlecenia Emisji**.

2. **Modyfikacja Zlecenia Emisji** wymaga potwierdzenia przez **Wydawcę** pod rygorem bezskuteczności w formie wiadomości e-mail wysłanej na adres Zleceniodawcy. Wydawca jest uprawniony a nie zobowiązany do akceptacji Modyfikacji Zlecenia Emisji.
3. **Wydawca** zastrzega sobie prawo żądania od **Zleceniodawcy** dodatkowego wynagrodzenia w przypadku **Modyfikacji Zlecenia Emisji**.
4. Potwierdzona przez **Wydawcę Modyfikacja Zlecenia Emisji** jest dokonywana w czasie uzgodnionym przez strony. W przypadku otrzymania informacji od **Zleceniodawcy** w innym dniu niż **Dzień Roboczy**, czas na dokonanie **Modyfikacji Zlecenia Emisji** liczony jest od następnego najbliższego **Dnia Roboczego**.

§ 9 [TREŚĆ I STYL REKLAM]

1. Odpowiedzialność za treść **Reklam** ponosi **Zleceniodawca**. W przypadku gdyby w wyniku zamieszczenia **Reklamy Wydawca** poniósł jakąkolwiek szkodę związaną z naruszeniem prawa w wyniku **Emisji Reklamy** bądź z zaspokojeniem uzasadnionych roszczeń osób trzecich, których prawa zostały naruszone na skutek **Emisji Reklamy** (w tym w szczególności dobra osobiste, autorskie prawa majątkowe, prawa pokrewne, prawa własności przemysłowej lub prawa osobiste) **Zleceniodawca** będzie zobowiązany naprawić taką szkodę w całości, nie wyłączając zwrotu kosztów postępowań, kosztów zastępstwa procesowego oraz innych uzasadnionych wydatków poniesionych przez **Wydawcę** w związku z zaspokojeniem roszczeń osób trzecich.
2. **Zleceniodawca** oświadcza, że dysponuje odpowiednimi prawami do **Materiałów Reklamowych**, w tym w szczególności prawami autorskimi bądź licencjami do posługiwania się treściami zawartymi w **Materiałach Reklamowych**.
3. **Wydawca** zastrzega sobie prawo do odmowy **Emisji Reklamy** oraz wstrzymania **Emisji**, w szczególności gdy Reklama lub strona internetowa do której odsyła:
 - 1) może negatywnie wpłynąć na charakter lub styl danego **Serwisu**,
 - 2) może negatywnie wpłynąć na wizerunek lub renomę **Wydawcy**,
 - 3) jest niezgodna z obowiązującymi przepisami prawa,
 - 4) narusza prawa osób trzecich albo wobec której istnieje uzasadnione podejrzenie o takim naruszeniu,
 - 5) w swoje treści lub formie uznana zostanie przez **Wydawcę** za dokuczliwą lub szkodliwą dla osoby korzystające z **Serwisu**,
 - 6) jest sprzeczna lub jej treść jest sprzeczna z linią programową lub interesem **Wydawcy**,
 - 7) do podmiotów oferujących produkty finansowe rzekomo pozwalające na uzyskanie znacznego zysku w krótkim okresie czasu oraz podmiotów z nimi powiązanych bądź współpracujących.
4. **Reklamy** nie powinny naśladować ani symulować elementów stron, na których będą prezentowane i powinny być łatwo rozpoznawalne jako **Reklamy**. Dopuszcza się wyjątki od tej zasady, jednakże wymagają one każdorazowej zgody **Wydawcy**, uzyskanej przed rozpoczęciem **Emisji**.
5. **Wydawca** zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczania reklam słowami "reklama", "ogłoszenie płatne", "sponsor", lub równoznacznymi, w następujący sposób:
 - 1) komunikaty reklamowe są oznaczane słowem "REKLAMA",
 - 2) napis "REKLAMA" umieszczany jest nad elementem reklamowym,

- 3) napis "REKLAMA" nie musi być stosowany nad bannerami, billboardami, double billboardami i innymi tego typu formami reklamowymi emitowanymi na górze strony Serwisu, nad elementami redakcyjnymi,
 - 4) stosowanie formuł typu: "Przy współpracy z...", "Partner serwisu", "Sponsor serwisu / konkursu" itp. dla innych elementów identyfikacji partnerów lub reklamodawców.
6. **Reklama** nie może zawierać badania statystycznego ani ankiet, nie może też w żaden sposób zachęcać do wzięcia udziału w badaniu. Istnieje możliwość odstąpienia od tej zasady, jednak wymaga to każdorazowej zgody **Wydawcy**, otrzymanej przed rozpoczęciem **Emisji**.
7. Nie jest dozwolone używanie w **Reklamie** elementów operacyjnych, których funkcja wynikająca z formy, napisu czy konwencji jest niezgodna z ich komunikatem, lub działa w sposób nietypowy, w szczególności:
- 1) niedozwolone jest używanie w **Reklamie** podstawowych przycisków o treści systemowej jak: "Zamknij", "OK.", ikon minimalizowania i zamykania okna, działających inaczej niż wynika to z ich typowej funkcji,
 - 2) niedozwolone jest zamieszczanie w **Reklamie** przycisków realizujących funkcje niezgodne z komunikatami prezentowanymi na przyciskach, np. przyciski imitujące funkcje formularza, listy rozwijanej, pola wyboru nie mogą powodować przekierowania na stronę klienta bądź innej akcji,
 - 3) niedozwolona jest formułowanie **Reklam** w formie komunikatów i ostrzeżeń systemowych oraz w formie imitującej element strony **Serwisu**.
8. **Wydawca** dopuszcza używanie w **Reklamach animacji**, z zastrzeżeniem, że nie zostaną przekroczone maksymalne normy objętościowe odpowiadające danym formom reklamowym.
9. W przypadku użycia w danej formie reklamowej **dźwięku**, **Wydawca** zastrzega, że:
- 1) dźwięk nie może być odtwarzany automatycznie (wyjątek stanowią reklamy typu pre roll/mid roll),
 - 2) dźwięk może być odtwarzany wyłącznie po wykonaniu akcji przez użytkownika korzystającego z **Serwisu** (np. najechanie kursorem myszy bądź kliknięcie w reklamę), przy czym w przypadku rozwijanych form reklamowych dopuszczalne jest odtwarzanie dźwięku po wykonaniu przez użytkownika akcji powodującej rozwinięcie się **Reklamy**,
 - 3) dźwięk nie może być odtwarzany dłużej niż dana forma reklamowa pozostaje otwarta,
 - 4) **Reklama** posiadająca funkcję dźwięku musi zawierać czytelne oznaczenia włączania i wyłączania dźwięku.
10. Do form reklamowych zawierających video § 9 ust. 9 **Regulaminu** stosuje się odpowiednio.
11. Niedozwolone jest używanie w **Reklamach** jakichkolwiek narzędzi umożliwiających pozyskiwanie danych użytkowników **Serwisu**, w tym w szczególności:
- 1) skryptów śledzących interakcje użytkownika,
 - 2) narzędzi umożliwiających zmianę lub odczytywanie plików cookie.
12. **Zleceniodawca** nie będzie pozyskiwał żadnych danych osobowych użytkowników w trakcie **Emisji Reklamy** za wyjątkiem sytuacji w której zezwalają na to właściwe przepisy prawa.

§ 10 [WARUNKI TECHNICZNE EMISJI]

1. **Wydawca** określa warunki techniczne jakie powinna spełniać **Reklama**.
2. Warunki techniczne **Reklamy** określa specyfikacja techniczna udostępniana do publicznej wiadomości pod adresem: <http://edi-net.pl/>.

3. **Wydawca** weryfikuje **Materiały Reklamowe** pod kątem ich zgodności z warunkami technicznymi określonymi w specyfikacji technicznej i zastrzega sobie prawo odmowy **Emisji** (lub jej przerwania) w przypadku niezgodności.
4. **Emisja Reklamy w Serwisie** nie jest równoznaczna z potwierdzeniem zgodności **Materiałów Reklamowych** ze specyfikacją techniczną.

§ 11 [CENNIK I WARUNKI PŁATNOŚCI]

1. Ceny zawarte w **Cenniku** nie uwzględniają podatku od towarów i usług. Wszystkie koszty związane z obowiązującymi w Polsce przepisami podatkowymi są ponoszone przez **Zleceniodawcę**. **Zleceniodawca** nie przysługują wobec **Wydawcy** żadne roszczenia z tego tytułu.
2. **Wydawca** zastrzega sobie prawo do modyfikowania **Cennika** w każdym czasie.
3. Do **Zleceń** realizowanych w dniu modyfikacji **Cennika** zastosowanie mają warunki cenowe określone w **Cenniku** dotychczasowym.
4. **Cennik** udostępniany jest przez **Wydawcę** do publicznej wiadomości pod adresem: <http://edi-net.pl/>.
5. Jeżeli co innego nie wynika ze **Zlecenia**, **Zleceniodawca** zobowiązany jest zapłacić **Wydawcy** wynagrodzenie z tytułu realizacji **Zlecenia** w terminie czternastu (14) dni od wystawienia faktury VAT.
6. Terminy wystawiania faktur uzależnione są od charakteru **Zlecenia**, w tym w szczególności od długości jego trwania przy czym co do zasady wynagrodzenie należne jest po realizacji **Zlecenia**, chyba, że **Zleceniodawca** i **Wydawca** uzgodnią inne okresy rozliczeniowe, z uwzględnieniem obowiązujących w tym zakresie przepisów prawa.
7. Podstawowym okresem rozliczeniowym jest miesiąc kalendarzowy, chyba że **Zleceniodawca** i **Wydawca** uzgodnią inaczej w **Zleceniu**.
8. **Wydawca** zastrzega sobie prawo do pobierania przedpłat za realizację **Zlecenia**, które dokonywane są w oparciu o faktury proforma. W takim przypadku **Zleceniodawca** jest zobowiązany do zapłacenia całości wynagrodzenia za **Emisję Reklamy** nie później niż do 3 (trzeciego) dnia poprzedzającego rozpoczęcie **Emisji** na podstawie **Zlecenia**, chyba że **Zleceniodawca** i **Wydawca** uzgodnią inaczej w **Zleceniu**.

§ 13 [SIŁA WYŻSZA I ODPOWIEDZIALNOŚĆ WYDAWCY]

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

3. Odpowiedzialność **Wydawcy** z tytułu realizacji **Zlecenia** ograniczona jest do szkód rzeczywistych i do kwoty wynagrodzenia otrzymanego od **Zlecniodawcy** na podstawie danego **Zlecenia**. Wyłącza się odpowiedzialność **Wydawcy** za utracone korzyści.

§ 14 [WŁAŚCIWOŚĆ PRAWA I SĄDU]

1. Zlecenia dokonane na podstawie **Regulaminu** podlegają prawu polskiemu.
2. Wszelkie spory powstałe w związku z postanowieniami **Regulaminu**, a także na podstawie **Zleceń** będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy miejscowo ze względu na siedzibę **Wydawcy**.

§ 15 [POSTANOWIENIA KOŃCOWE]

1. **Regulamin** wchodzi w życie z dniem 01.09.2020.
2. Wszelkie zmiany w **Regulaminie** wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności i wchodzi w życie z dniem ich opublikowania przez **Wydawcę** lub w innym wskazanym przez **Wydawcę** terminie.
3. We wszelkich sprawach nie uregulowanych w **Regulaminie** mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego.
4. Treść aktualnego **Regulaminu** znajduje się na stronie: <http://edi-net.pl/>