

MEDIA
IMPACT
POLSKA

ringier
axel springer



onet.

**Regulamin emisji reklam
w serwisie Zumi**

1 kwietnia 2016

Regulamin emisji reklam w Serwisie Zumi

1. DEFINICJE

- 1.1. **Ringier Axel Springer Polska Sp. z o.o., RASP** - Ringier Axel Springer Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (02 - 672), ul. Domaniewska 52, zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy Wydział XIII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000420780, z kapitałem zakładowym w kwocie 106.000 zł (w całości wpłaconym), NIP: 5272677009, REGON 146127300, określana w dalszej części regulaminu także jako RASP.
- 1.2. **MIP** - MEDIA IMPACT POLSKA sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Domaniewskiej 52, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS: 0000475673, spółka zajmująca się sprzedażą powierzchni reklamowej RASP.
- 1.3. **Serwisy RASP** – wszystkie serwisy internetowe, których właścicielem jest RASP, w tym Serwis Zumi.
- 1.4. **Umowa** – Zamówienie emisji produktu reklamowego wraz z treścią niniejszego Regulaminu, którego przedmiotem jest emisja kampanii reklamowej Zamawiającego, wraz z wszelkimi dodatkowymi uzgodnieniami Stron dotyczącymi emisji kampanii reklamowej, zawartymi pod rygorem nieważności w formie pisemnej i podpisanej przez upoważnionego przedstawiciela Zamawiającego lub drogą telefoniczną po odczytaniu przez przedstawiciela MIP i zaakceptowaniu przez Zamawiającego odpowiedniego oświadczenia.
- 1.5. **Zamawiający** – przedsiębiorca, będący osobą fizyczną, osobą prawną lub jednostką nie posiadającą osobowości prawnej, składający Zamówienie emisji reklamy („Zamówienie”).
- 1.6. **Gotowe materiały reklamowe** – materiały (kreatcje graficzne, zdjęcia, opisy, dane teleadresowe, informacje promocyjne itp.) w plikach w formatach *.txt, *.doc, *.jpg, *.gif, flash, *.html lub rich media, w formie gotowej do wykorzystania jako reklama, zgodne ze specyfikacją poszczególnych form reklamowych, dostępnych pod adresem www.reklama.zumi.pl.
- 1.7. **Emisja** – jednorazowe wyświetlenie formy reklamowej wraz ze stroną WWW, na której jest ona umieszczona.
- 1.8. **Serwis Zumi** – serwis internetowy (www) oferowany przez RASP w domenie: www.zumi.pl – jest to narzędzie, umożliwiające poszukiwanie i lokalizowanie różnego rodzaju adresów, obiektów (tj. np. obiektów użyteczności publicznej, firm, nieruchomości, itp.) na mapach oraz zapoznanie się z w/w obiektami poprzez dostępne w Serwisie Zumi Multimedia.
- 1.9. **Multimedia** – zdjęcia, Panoramy, ZumiWideo oraz inne narzędzia prezentowane w Serwisie Zumi.

2. WARUNKI OGÓLNE, ODPOWIEDZIALNOŚĆ, LICENCJA

- 2.1. Zawierając Umowę Zamawiający wyraża zgodę na publikację w Serwisie Zumi materiałów reklamowych przekazanych przez Zamawiającego, przez okres obowiązywania licencji, o której mowa w pkt. 2.4.4 poniżej.
- 2.2. Produkty reklamowe sprzedawane są na podstawie Umowy, która określa liczbę emisji (wyświetleń) danego produktu lub na określony Zamówieniem czas, chyba że postanowienia Umowy stanowią inaczej.

- 2.2.1. Sprzedaż emisji na określony czas z zastrzeżeniem punktu 3.15 (w cyklach miesięcznych) dotyczy form reklamowych umieszczanych na stronach Serwisu Zumi oraz ewentualnie innych Serwisów RASP na stałe, a w szczególności: Zumi Link Regionalny, ZumiPage, Minilogosy, Zumi Banner na słowa kluczowe, Serwis Specjalny, Zumi Efekt, Zumiwideo, Zumi Kontekst, Zumi Landing Page, Link Sponsorowany w wyszukiwarce Onet, ZumiPack, ZumiSocial, Zumi Offers, Onet wizytówka.
- 2.2.2. Sprzedaż na określoną liczbę emisji danego produktu (np. ilość wyświetleń Bannera, ilość kont pocztowych na które zostanie wysłany mailing) dotyczy form reklamowych opisanych na stronach Serwisu Zumi a w szczególności: Zumi City, ZumiNavibox, ZumiDirect, ZumiCorner, Billboard.
- 2.2.3. Sprzedaż produktów wymagających pełnej przedpłaty np. Zumi SEM, Facebook Ads, dla których specyfikacja techniczna oraz regulamin usługi dostępny jest pod adresem <http://reklama.zumi.pl/1628328,Zumi+SEM,produkty.html>
- 2.3. Zamawiający oświadcza, iż dostarczone przez Zamawiającego lub pozyskane ze źródeł ogólnodostępnych, tj. ze strony internetowej Zamawiającego materiały słowne i graficzne, w tym wykorzystywane przez niego znaki towarowe oraz materiały reklamowe, nie naruszają przepisów prawa, dobrych obyczajów, prawem chronionych dóbr osób lub podmiotów trzecich ani też praw na dobrach niematerialnych (autorskie, pokrewne, wynalazcze, na znakach towarowych lub wzorach zdobniczych, z tytułu tajemnicy przedsiębiorstwa, praw własności przemysłowej i inne) oraz jest on uprawniony do ich używania.
- 2.4. Zamawiający oświadcza iż:
 - 2.4.1. Jest uprawniony do wyrażenia i wyraża zgodę na wykonanie, rozpowszechnianie i korzystanie w dowolnym celu, dowolną techniką, w dowolny sposób z wszelkich materiałów wykonanych w związku z realizacją Zamówienia, w szczególności materiałów koniecznych do realizacji Zamówienia dostarczonych przez niego lub pozyskanych ze źródeł ogólnodostępnych, tj. jego strony internetowej. Powyższa zgoda udzielona jest na rzecz MIP oraz podmiotów wskazanych przez MIP.
 - 2.4.2. wykonanie, rozpowszechnianie i korzystanie z materiałów wykonanych w związku z realizacją Zamówienia nie narusza obowiązujących przepisów, dobrych obyczajów ani praw osób trzecich.
 - 2.4.3. dysponuje w zakresie materiałów o których mowa powyżej, zgodą twórcy na rozporządzanie jego utworem w zakresie niezbędnym do realizacji Zamówienia oraz spełnienia pozostałych obowiązków określonych w niniejszym Regulaminie.
 - 2.4.4. udziela MIP oraz RASP nieodpłatnej, nieograniczonej czasowo ani terytorialnie licencji na korzystanie z wszelkich materiałów dostarczonych MIP przez Zamawiającego w związku z realizacją złożonego przez Zamawiającego Zamówienia na emisję materiałów reklamowych, obejmującej następujące pola eksploatacji:
 - a. prawo publicznego odtwarzania (w tym w sieci wewnętrznej), wykonywania oraz nadawania, a także publicznego udostępniania w sieci Internet w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, niezależnie od rodzaju i sposobu działania urządzenia, którym się w tym celu posługuje;

- b. prawo utrwalania dowolną techniką, w szczególności techniką cyfrową;
- c. prawo wprowadzania do pamięci komputera oraz do własnych baz danych;
- d. prawo utrwalania, zwielokrotniania, publikowania i rozpowszechniania w systemie on-line w sposób umożliwiający transmisję odbiorczą przez zainteresowanych końcowych użytkowników sieci Internet lub sieci wewnętrznej,, jak również na każdym nośniku audiowizualnym, a w szczególności na nośniku magnetycznym i dysku komputerowym oraz wszystkich typach nośników przeznaczonych do zapisu cyfrowego;
- e. prawo do tworzenia papierowych wersji
- f. prawo dostosowania do wymagań MIP i RASP;
- g. prawo wykorzystania w celu promocji i reklamy;
- h. prawo do wyświetlania i wystawiania;
- i. prawo do wprowadzania do obrotu, wytwarzania określoną techniką egzemplarzy, w tym techniką reprograficzną, zapisu magnetycznego, techniką cyfrową;
- j. prawo dokonywania obróbki komputerowej, adaptacji i modyfikacji zawartości oraz wprowadzania zmian i modyfikacji , wymaganych przez specyfikę medium internetowego, portalu mobilnego, radia internetowego, w tym przetworzenie do udostępnienia fonogramowego, telewizji, w tym przetworzenie do udostępnienia audiowizualnego;
- k. prawo do wykorzystywania w różnych formatach, w tym w postaci drukowanej w całości lub we fragmentach, wraz z prawem włączania (lub ich fragmentów) do innych utworów i tworzenia opracowań (abstraktów);
- l. prawo dostosowania do formatów urządzeń mobilnych;
- m. wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem, w tym przekazywanie, także odpłatnego, innym podmiotom, w tym operatorom telekomunikacyjnym;
- n. prawo do prezentowania, w tym odpłatnego, do ograniczonego lub nieograniczonego kręgu odbiorców, w tym w szczególności w ramach usług telekomunikacyjnych za pośrednictwem aparatów telefonicznych i innych urządzeń mobilnych (np. sms/mms);
- o. prawo do nadawania analogowego i/lub cyfrowego (w jakimkolwiek systemie lub technologii) za pomocą wizji i/lub fonii przewodowej oraz bezprzewodowej przez stację naziemną;
- p. nadawania analogowego i/lub cyfrowego (w jakimkolwiek systemie lub technologii) za pośrednictwem satelity;
- q. równoczesnego i integralnego nadawania (reemitowania) m. in. za pośrednictwem platform cyfrowych oraz sieci kablowych (w jakimkolwiek systemie lub technologii);
- r. wykonywania praw zależnych i udzielania zgody na ich wykonanie.

2.4.5. zobowiązuje się do zapewnienia nie wykonywania względem MIP oraz RASP autorskich praw osobistych do utworów, o których mowa w ust. 2.4.4 powyżej.

2.5. Zamawiający zobowiązuje się, że w momencie wystąpienia z roszczeniami w stosunku do MIP bądź RASP przez osoby trzecie z tytułu naruszenia ich praw

bądź obowiązujących przepisów przez wykorzystanie przekazanych przez Zamawiającego materiałów, przystąpi do sprawy po stronie MIP bądź odpowiednio RASP jako interwenient uboczny lub, jeśli to możliwe, wstąpi do sprawy w miejsce MIP bądź odpowiednio RASP. Zamawiający zwróci MIP bądź odpowiednio RASP na jego pierwsze żądanie, wszelkie wydatki jakie MIP bądź odpowiednio RASP poniósł w związku z powyższymi roszczeniami, w tym w szczególności koszty doradztwa prawnego, koszty postępowania sądowego, koszty zastępstwa procesowego oraz zasądzonych lub ustalonych w drodze ugody odszkodowań.

3. ZAMAWIANIE I WARUNKI PŁATNOŚCI

- 3.1. Zamówienia emisji produktów reklamowych dokonuje się w formie pisemnej, faksem bądź e-mailem na odpowiednim formularzu dostępnym w Biurze Reklamy MIP lub drogą telefoniczną po odczytaniu przez przedstawiciela MIP i zaakceptowaniu przez Zamawiającego odpowiedniego oświadczenia. Zamówienie określa warunki emisji produktów reklamowych, wartość netto (tj. bez VAT) zamawianych produktów reklamowych, terminy płatności oraz inne, niezbędne parametry zamawianego produktu reklamowego podane w specyfikacji technicznej. Podaną w Zamówieniu sumą wartość netto produktów reklamowych została powiększona o kwotę podatku VAT, zgodnie z obowiązującymi przepisami. Obliczona w ten sposób kwota stanowi należne MIP wynagrodzenie z tytułu emisji produktów reklamy. Dla swojej ważności Zamówienie musi zawierać podpisy upoważnionych przedstawicieli Zamawiającego; warunek powyższy nie dotyczy zamówienia składanego drogą telefoniczną.
- 3.2. Realizowane będą tylko Zamówienia potwierdzone przez upoważnionego przedstawiciela MIP. W przypadku nie potwierdzenia Zamówienia stosownie do zapisu powyższego w terminie 30 dni kalendarzowych od daty jego otrzymania Zamówienia uważa się za nie przyjęte; Zamówienie takie po bezskutecznym upływie ww. terminu nie jest wiążące zarówno dla MIP jak i Zamawiającego. Powyższe nie uchybia zapisom pkt. 3.7 poniżej.
- 3.3. MIP przystąpi do realizacji po otrzymaniu Zamówienia i dostarczeniu przez Zamawiającego Gotowych materiałów reklamowych.
- 3.4. Płatności za kampanię reklamową należy dokonać przelewem na rachunek bankowy wskazany na fakturze VAT lub fakturze proforma (dotyczy sytuacji opisanej w 3.5.3.). Za chwilę dokonania płatności uznaje się moment uznania rachunku bankowego wskazanego w fakturze VAT. Zamawiający upoważnia MIP do wystawienia odpowiedniej faktury VAT bez podpisu odbiorcy.
- 3.5. Rozliczenia:
 - 3.5.1. W przypadku, gdy Zamówienie obejmuje tylko formy reklamowe sprzedawane na określoną liczbę emisji, opisane w punkcie 2.2.2, faktury VAT będą wystawiane przez MIP w terminie do 15 dni kalendarzowych licząc od dnia zakończenia emisji każdej formy reklamowej;
 - 3.5.2. W przypadku, gdy Zamówienie obejmuje kampanię reklamową, w której skład wchodzi produkty reklamowe emitowane na określony czas, opisane w punkcie 2.2.1, lub kampanię reklamową składającą się zarówno z produktów reklamowych emitowanych na określony czas, opisanych w punkcie 2.2.1., jak i produktów sprzedawanych na określoną liczbę emisji, opisanych w punkcie 2.2.2, faktury VAT będą wystawiane w miesięcznych cyklach rozliczeniowych, licząc od dnia rozpoczęcia emisji kampanii reklamowej. Kampania reklamowa, a tym samym pierwszy miesięczny cykl rozliczeniowy, rozpoczyna się zawsze wraz z uruchomieniem

pierwszego produktu reklamowego emitowanego na określony czas, opisanego w punkcie 2.2.1.

- 3.5.3. W przypadku, gdy Zamówienie obejmuje produkty reklamowe wymagające pełnej przedpłaty, opisane w punkcie 2.2.3, faktury VAT będą wystawiane przez MIP po otrzymaniu 100% przedpłaty, jako faktury zaliczkowe w terminie do 7 dni kalendarzowych od dnia wpływu przedpłaty na konto MIP. MIP przystąpi do realizacji emisji danego produktu reklamowego w terminie do 7 dni kalendarzowych po otrzymaniu pełnej przedpłaty za w/w produkt, przy czym za datę otrzymania pełnej przedpłaty rozumie się datę wpływu środków pieniężnych na rachunek bankowy MIP.
- 3.6. MIP ma prawo odstąpić od Umowy w terminie do 10 dni roboczych od dnia dostarczenia Gotowych materiałów reklamowych przez Zamawiającego. W takim wypadku MIP nie jest obowiązany świadczyć żadnych usług wynikających z Umowy na rzecz Zamawiającego. MIP nie będzie w takim wypadku również zobowiązany do zwrotu nadesłanych przez Zamawiającego materiałów
- 3.7. Zamawiający ma prawo do odstąpienia od Umowy w terminie 5 dni roboczych od złożenia w MIP Zamówienia. W takim wypadku MIP nie jest obowiązany świadczyć żadnych usług wynikających z Umowy na rzecz Zamawiającego. MIP nie będzie w takim wypadku również zobowiązany do zwrotu nadesłanych przez Zamawiającego materiałów.
- 3.8. Strony ustalają, iż zrzekają się uprawnienia do wypowiedzenia złożonego skutecznie Zamówienia, z wyłączeniem przypadków kiedy uzasadnione byłoby to ważnymi powodami, za które Strony uznają wystąpienie okoliczności spełniających znamiona siły wyższej, zmianę bezwzględnie obowiązujących przepisów, które uniemożliwiałyby realizację zobowiązań Stron, jak również w przypadku potwierdzonego decyzją właściwego organu ogłoszenia, likwidacji lub zakończenia działalności gospodarczej przez Stronę, które uniemożliwiają realizację Zamówienia przez Stronę przez okres dłuższy niż 14 dni kalendarzowych, a także rażące naruszenie warunków Zamówienia przez Stronę. Zapis powyższy nie uchybia uprawnieniom wynikającym z pkt. 3.6 i 3.7 Regulaminu.
- 3.9. Złożenie oświadczenia o odstąpieniu od Umowy, określonego w pkt 3.6 i 3.7 dokonuje się poprzez przesłanie pisemnego oświadczenia na adres Zamawiającego podany w formularzu Zamówienia lub adres MIP wymieniony w pkt. 10.3 lub w formie skanu podpisanego dokumentu wysłanego na adres e-mail wymieniony w pkt. 10.3. lub czytelnie podpisany dokument wysłany faxem. Oświadczenie o odstąpieniu od Umowy złożone w innej formie niż opisana powyżej uważane jest za bezskuteczne.
- 3.10. W razie uruchomienia przez MIP usługi będącej przedmiotem Umowy i niezapłacenia przez Zamawiającego całości lub części wynagrodzenia MIP określonego w Umowie w terminach płatności wskazanych na dokumencie Zamówienia emisji reklam lub wystawionej fakturze VAT, MIP będzie uprawniony do obciążenia Zamawiającego kwotą odpowiadającą niezrealizowanym płatnościom wynikającym z Umowy tytułem rezerwacji powierzchni reklamowej wraz z odsetkami ustawowymi za opóźnienie w zapłacie oraz kosztami podjętych działań windykacyjnych, z zastrzeżeniem uprawnień MIP wynikających z zapisu pkt. 3.12.
- 3.11. W przypadku gdy wynagrodzenie płatne jest w ratach, uchybienie terminowi płatności jednej z rat lub jej zapłata w niepełnej wysokości, skutkuje natychmiastową wymagalnością pozostałych rat. MIP będzie uprawniony do dochodzenia powyższych kwot na drodze sądowej, wraz z innymi należnymi kosztami, w tym kosztami postępowania sądowego.

- 3.12. W sytuacji opisanej w pkt. 3.11 MIP będzie miał również prawo, niezależnie od uprawnień przysługujących mu stosownie do zapisów punktu 3.11, do zaprzestania świadczenia wszelkich prac będących przedmiotem Umowy.
 - 3.13. W przypadku, gdy po dniu zawarcia Umowy, a przed rozpoczęciem emisji kampanii reklamowej, Zamawiający zrezygnuje z kampanii reklamowej, na podstawie zapisu punktu 3.7, dokonana płatność za kampanię reklamową nie podlega zwrotowi. Nie uchybia to uprawnieniom Zamawiającego wymienionym w punkcie 3.7 Regulaminu.
 - 3.14. W przypadku, gdy po dniu zawarcia Umowy, a w trakcie emisji kampanii reklamowej, Zamawiający zażąda zaprzestania emisji dalszej części kampanii reklamowej, która nie została jeszcze opłacona stosownie do zawartej Umowy, dokonana płatność za kampanię reklamową nie podlega zwrotowi, a MIP ma prawo dochodzić całości zapłaty za emisję kampanii reklamowej zgodnie z Zamówieniem,
z uwagi na rezerwację powierzchni reklamowej w Serwisach RASP na cały czas emisji kampanii reklamowej Zamawiającego.
 - 3.15. W przypadku gdy Zamówienie obejmuje tylko produkt ZumiPage lub produkty ZumiPage, przed upływem okresu na który została w Umowie przewidziana emisja produktu ZumiPage, Zamawiający nie zawiadomi MIP na piśmie, że nie zamierza kontynuować emisji w/w produktu, wówczas Umowę w zakresie objętym emisją ww. produktów ZumiPage uważa się przedłużoną na czas nieokreślony. W przypadku przedłużenia Umowy stosownie do zapisów powyższych na czas nieokreślony każda ze stron może wypowiedzieć Umowę z zachowaniem 2 – miesięcznego okresu wypowiedzenia ze skutkiem na koniec miesiąca rozliczeniowego. Wypowiedzenie Umowy jest skuteczne, jeżeli zostanie dokonane w formie pisemnej.
 - 3.16. Rezygnacja z całości lub części Zamówienia musi być dokonana zgodnie z zasadami opisanymi w punkcie 3.9 niniejszego Regulaminu.
 - 3.17. Zamówienie/Umowa przedłużone na czas nieokreślony, realizowane zgodnie z warunkami ujętymi w pkt. 3.15, ulega rozwiązaniu w przypadku gdy Zamawiający zakupi produkt tożsamy (ZumiPage, ZumiPack, MiniPack) będący jej kontynuacją. Wówczas ZumiPage/Wizytówka z Zamówienia/Umowy przedłużonego ulega rozwiązaniu po uruchomieniu produktu tożsamego z dniem następującym po zakończeniu ostatniego miesiąca rozliczeniowego dotychczasowego produktu.
4. REALIZACJA ZAMÓWIEŃ
- 4.1. W trakcie realizacji kampanii i przez 30 dni kalendarzowych po jej zakończeniu Zamawiającemu udostępnione mogą być wybrane przez MIP statystyki zrealizowanej kampanii reklamowej.
 - 4.2. Jeżeli z przyczyn obiektywnych kampania nie została w pełni zrealizowana w zamówionym okresie czasu, czas realizacji niezrealizowanej części kampanii reklamowej zostanie uzgodniony między Stronami.
5. TREŚĆ I STYL REKLAM
- 5.1. Formy reklamowe nie mogą naśladować ani symulować elementów stron internetowych, na których będą prezentowane i powinny być łatwo rozpoznawalne jako reklamy. MIP zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczania reklam słowami "reklama", "ogłoszenie płatne", "sponsor", "link sponsorowany" lub innymi równoznacznymi.

- 5.2. MIP nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam. Zamawiający zobowiązany jest do naprawienia ewentualnych szkód powstałych po stronie MIP oraz RASP, w związku z treścią zamieszczonej reklamy.
- 5.3. MIP zastrzega sobie prawo do odmowy oraz wstrzymania emisji reklam bez podania przyczyny, w szczególności jeżeli zachodzi uzasadnione podejrzenie, że z ich treści lub treści strony docelowej wynika, że są one sprzeczne z prawem lub zasadami współżycia społecznego, naruszają dobre obyczaje, prawa osób trzecich lub są sprzeczne z przyjętymi normami etycznymi lub mogą obrażać uczucia religijne osób trzecich.
- 5.4. MIP zastrzega sobie prawo do odmowy oraz do wstrzymania emisji reklam w Serwisach RASP również w wypadku, jeżeli treść lub forma reklam jest sprzeczna z linią programową lub interesem MIP lub RASP.

6. WARUNKI TECHNICZNE

Uwaga: pełna specyfikacja techniczna wszystkich form reklamowych oraz wytyczne dotyczące ich tworzenia dostępne są na stronach internetowych www.reklama.zumi.pl.

- 6.1. Wszystkie Gotowe materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia kampanii wymienione w specyfikacji technicznej muszą być dostarczone przez Zamawiającego nie później niż 5 dni roboczych przed planowanym rozpoczęciem emisji kampanii. Materiały reklamowe powinny być dostarczone skompresowane, w formacie *.zip. Zamiennie Zamawiający może w w/w terminie wskazać stronę WWW, z której MIP pobierze niezbędne materiały reklamowe.
- 6.2. Niedostarczenie przez Zamawiającego Gotowych materiałów reklamowych do emisji w terminie oznaczonym w pkt. 6.1. powyżej i nie skorzystanie z prawa do odstąpienia od Umowy opisanego w pkt. 3.6, uprawnia MIP według własnego wyboru do:
 - 6.2.1. odstąpienia od Umowy i żądania tytułem rezerwacji powierzchni reklamowej zapłaty kwoty odpowiadającej 80% kwoty wymienionej w złożonym przez Zamawiającego Zamówieniu. Uprawnienie powyższe MIP wykonać może w terminie do 30 dni kalendarzowych od upływu terminu startu kampanii reklamowej, lub
 - 6.2.2. realizacji kampanii z wykorzystaniem informacji jakie Zamawiający podał w Umowie oraz danych publicznie dostępnych, w szczególności ze strony internetowej Zamawiającego. W przypadku braku wystarczających danych publicznie dostępnych, realizacji na podstawie ogólnych materiałów branżowych. MIP zastrzega przy tym możliwość opóźnienia planowanego terminu emisji.
- 6.3. MIP może przygotować graficzną kreację reklamową dla kampanii na ilość odśłon oraz ZumiDirect. Zlecający zobowiązany jest zaakceptować lub zgłosić zastrzeżenia (w tym zweryfikować dane Zamawiającego) co do przesłanej przez MIP kreacji, na adres email podany w Zamówieniu, w terminie do końca kolejnego dnia roboczego od dnia jej przesłania. Brak uwag w powyższym terminie uznaje się za akceptację kreacji reklamowej bez zastrzeżeń. Kreacje nie mogą być wykorzystane w kampaniach nie będących w ofercie sprzedażowej MIP.
- 6.4. Ze względu na ograniczenia techniczne (brak geolokalizacji w części miejscowości – lista dostępna na życzenie Zamawiającego), MIP zastrzega sobie możliwość nieuwzględnienia w kampanii części punktów wskazanych przez Zamawiającego. MIP zastrzega sobie możliwość nieuwzględnienia w kampanii wybranych słów kluczowych.
- 6.5. MIP zastrzega sobie, że w szczególnych przypadkach logotyp lub inny znak Zamawiającego wyświetlony na mapie, może zostać zasłonięty częściowo lub w

całości przez inny punkt/obraz zlokalizowany na mapie. Sytuacja powyższa wynikająca z warunków technicznych świadczenia usługi nie będzie uznana za nienależyte wykonania Umowy przez MIP.

- 6.6. Jeśli w wyniku okoliczności opisanych w pkt. 6.2 powyżej (nieterminowe dostarczenie Gotowych materiałów reklamowych) termin rozpoczęcia kampanii zostanie za zgodą MIP przesunięty, po stronie MIP nie powstają obowiązki odszkodowawcze z tytułu niezrealizowania Zamówienia ani obowiązek zwrotu należności za niezrealizowaną część Zamówienia.

7. GRAFICZNE FORMY REKLAMY

- 7.1. MIP przyjmuje do emisji kreacje graficzne w formacie *.jpg, *.gif, flash do wersji 9 włącznie, *.html oraz rich media lub innych określonych w dokumencie "Reklama w portalu Onet.pl – specyfikacja techniczna form reklamowych", dostępny pod adresem <http://www.reklama.zumi.pl>.

8. AKTUALIZACJA I AKTUALNOŚĆ DANYCH

- 8.1. MIP nie ponosi odpowiedzialności za aktualność danych Zamawiającego i danych zawartych w materiałach reklamowych przekazanych MIP przez Zamawiającego.
- 8.2. Wszelkie zmiany danych, o których mowa w punkcie 8.1. powyżej, powinny być niezwłocznie zgłoszone MIP przez Zamawiającego w formie pisemnej, w terminie określonym w punkcie 6.1 niniejszego Regulaminu. MIP dokonuje zmian danych Zamawiającego w terminie do 10 dni roboczych od otrzymania pisemnej informacji od Zamawiającego.

9. ODPOWIEDZIALNOŚĆ MIP

- 9.1. MIP ponosi wobec Zamawiającego odpowiedzialność wyłącznie za szkody wynikłe z niewykonania lub nienależytego wykonania Umowy, powstałe z winy MIP. Odszkodowanie z tytułu wyrządzonej przez MIP szkody nie może przekroczyć wartości wynagrodzenia za wyemitowanie kampanii reklamowej zgodnie z Zamówieniem.
- 9.2. MIP nie ponosi wobec Zamawiającego odpowiedzialności za niedotrzymanie terminów emisji kampanii reklamowej, w przypadku gdy, nie było ono spowodowane wyłączną winą MIP.
- 9.3. MIP nie ponosi wobec Zamawiającego odpowiedzialności za prezentację w Serwisach RASP niezaktualizowanych danych, jeżeli Zamawiający nie powiadomił MIP o ich aktualizacji w terminie i na zasadach określonych w rozdziale 8 niniejszego Regulaminu.
- 9.4. MIP nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub niewłaściwe wykonanie Umowy, które było spowodowane zdarzeniami noszącymi znamiona siły wyższej.

10. REKLAMACJE

- 10.1. Jeżeli emisja kampanii reklamowej w Serwisach RASP nie została zrealizowana zgodnie z parametrami i w terminie określonym w Zamówieniu emisji reklamy, z przyczyn leżących wyłącznie po stronie Zamawiającego, to uznaje się że taka usługa została zrealizowana. W takim wypadku roszczenia reklamacyjne nie przysługują.
- 10.2. W przypadku, gdy emisja kampanii reklamowej w Serwisach RASP nie została zrealizowana zgodnie z parametrami i w terminie określonym w Zamówieniu z innych przyczyn niż określone w punkcie 10.1 powyżej, Zamawiający ma prawo złożyć reklamację dotyczącą terminu realizacji kampanii oraz realizacji założeń emisyjnych i statystyk kampanii w terminie do dwóch tygodni od daty

zakończenia emisji kampanii reklamowej. Nie złożenia reklamacji w ww. terminie uznaje się za brak uwag co do realizacji Zamówienia.

- 10.3. Wszelkie reklamacje muszą być zgłaszane w formie pisemnej lub drogą elektroniczną (e-mail) pracownikom biura reklamy MIP na adres odpowiednio Media Impact Polska Sp. z o.o., Pilotów 10, 31-462 Kraków z dopiskiem „Dział Reklamacji Zumi” lub reklamacje@zumi.pl. Odstąpienie i rezygnacja od Umowy muszą być złożone w formie pisemnej i wysłane drogą pocztową na adres MIP lub w formie skanu podpisanego pisma przesłanego jako załącznik do maila na adres reklamacje@zumi.pl lub faxem. W przypadku odstąpienia i rezygnacji od Umowy, złożenie odstąpienia lub rezygnacji od Umowy w innej formie niż pisemna, tj. w formie mailowej, nie wywołuje skutków prawnych.
- 10.4. MIP niezwłocznie rozpocznie działania zmierzające do wyjaśnienia przyczyn złożonej reklamacji i ustosunkuje się do reklamacji maksymalnie w ciągu 14 dni kalendarzowych od dnia jej otrzymania.
- 10.5. Odpowiedź na reklamację zostanie przesłana do Zamawiającego na adres podany przez Zamawiającego w piśmie reklamacyjnym lub na adres mailowy podany w zgłoszeniu.
- 10.6. MIP zastrzega sobie prawo do wydłużenia terminu podanego w pkt. 10.4 powyżej w przypadku, gdy rozpoznanie reklamacji wymaga wiadomości specjalnych, lub napotka przeszkody z przyczyn niezależnych od MIP (awarie sprzętu, sieci internetowej itp.). MIP ponadto zastrzega, że rozpatrzenie reklamacji może wymagać uzyskania od Zamawiającego dodatkowych wyjaśnień - czas ich udzielania wyjaśnień przez Zamawiającego każdorazowo przedłuża okres rozpoznania reklamacji.

11. ZMIANY REGULAMINU

- 11.1. MIP zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian i modyfikacji niniejszego Regulaminu.
- 11.2. Aktualna wersja Regulaminu dostępna jest na stronie internetowej http://ocdn.eu/zumid/zumi_docs/Regulamin_emisji_reklam_w_serwisie_Zumi.pdf Zamawiający zobowiązany jest do kontrolowania zmian w Regulaminie zamieszczanych pod wyżej podanym adresem.

12. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

- 12.1. W odniesieniu do poszczególnych form reklamowych dostępnych w serwisie Zumi szczegółowe warunki ich realizacji mogą być określone w odrębnych regulaminach dotyczących tych form.
- 12.2. Wszelkie spory wynikłe z tytułu wykonania zobowiązań związanych z niniejszą umową będą rozstrzygane przez Sąd powszechny właściwy miejscowo dla MIP.
- 12.3. Regulamin o niniejszej treści wchodzi w życie z dniem 1 kwietnia 2016 roku.