

Zasady Prowadzenia Sprzedaży Polsat Media AdScreen

POLSAT MEDIA BIURO REKLAMY Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k. (dalej: POLSAT MEDIA), z siedzibą w Warszawie, ul. Ostrobramska 77, działa jako biuro reklamy SCREEN NETWORK S.A. oraz PRN Polska Sp. z o.o. (dalej: Administratorzy sieci) i prowadzi działalność w zakresie emisji Reklam na nośnikach, których właścicielami są Administratorzy sieci (dalej: nośniki Polsat Media AdScreen). W skład nośników Polsat Media AdScreen wchodzi następujące sieci nośników Polsat Media AdScreen:

Sieci

LED CITY	PKP Intercity
LED CITY PREMIUM	Empik
Media Markt	Lukoil
Saturn	Legardere salony pracowe
Carrefour TV	Legardere lotniska

Zmiana listy sieci oraz liczby nośników Polsat Media AdScreen nie stanowi zmiany Zasad. Sprzedaż usług emisji Reklam prowadzona jest wg metody pakietowej, opisaną w dalszej części zasad. Definicje pojęć stosowanych w Zasadach określone są w pkt IX Zasad.

I – Ogólne warunki współpracy z Reklamodawcą

1. Usługa emisji Reklam odbywa się na podstawie Zleceń podpisanych przez Reklamodawcę i POLSAT MEDIA. Jeżeli na rzecz Klienta działa Agencja, Klient wraz z Agencją ponosi odpowiedzialność solidarną za zobowiązania wynikające z zawarcia Zlecenia.
2. Zlecenia przygotowywane są przez POLSAT MEDIA na podstawie otrzymanego od Reklamodawcy zamówienia. Po otrzymaniu zamówienia POLSAT MEDIA dokonuje rezerwacji czasu reklamowego w zakresie opisanym w zamówieniu i potwierdza fakt dokonania rezerwacji przysyłając Reklamodawcy Zlecenie do akceptacji.
3. Akceptacja Zlecenia przez Reklamodawcę odbywa się przez podpisanie go przez osoby upoważnione i dostarczenie podpisanego Zlecenia do POLSAT MEDIA, wraz z dokumentami, oświadczeniami wymienionymi w Zasadach, w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez POLSAT MEDIA Zlecenia do Reklamodawcy, jednak nie później niż czwartego dnia roboczego przed pierwszą emisją Reklamy ze Zlecenia. Zlecenie uważa się za dostarczone również wtedy, jeżeli w wyżej określonym terminie zostanie przesłane do POLSAT MEDIA faksem lub pocztą elektroniczną. Zawarcie Zlecenia następuje po podpisaniu przez POLSAT MEDIA.
4. Wszelkie zmiany wprowadzane przez Reklamodawcę do podpisanego Zlecenia regulowane są przez postanowienia Zasad w części dotyczącej rezygnacji z usługi
5. W przypadku, gdy w związku z rozliczeniem realizacji Zlecenia zachodzi potrzeba wystawienia faktury korygującej – każdorazowo konieczność jej wystawienia oraz jej wartość jest potwierdzana przez Reklamodawcę w terminie 3 dni roboczych od dnia przedstawienia rozliczenia przez POLSAT MEDIA, lecz nie później niż do końca miesiąca kalendarzowego, w którym zostało przedstawione rozliczenie.
6. Jeżeli Reklamodawca mający względem POLSAT MEDIA kilka długów dokona przelewu i w terminie 3 dni roboczych od dnia wpływu środków na rachunek bankowy POLSAT MEDIA nie wskaże, który z długów chce zaspokoić, wówczas POLSAT MEDIA dokona zaliczenia tej wpłaty na poczet długu najdawniej wymagalnego.

II – Wycena Zlecenia

1. Zlecenia na emisję Reklam przygotowywane są przez POLSAT MEDIA na druku, którego wzór znajduje się w Załączniku nr 3 do Zasad. Kalkulacja wartości netto Zlecenia dokonywana jest przez POLSAT MEDIA zgodnie z Zasadami.
2. Jeżeli w ramach Zlecenia emitowana jest Reklam napoju alkoholowego, wówczas wartość tego Zlecenia jest dodatkowo powiększana o 11,11%, czyli o opłatę z tytułu świadczenia usług, których przedmiotem jest Reklama napojów alkoholowych. POLSAT MEDIA zastrzega, że w przypadku powstania obowiązku naliczania innych niż wymienione w tym punkcie publicznoprawnych należności naliczanych z tytułu emisji Reklam, wartość Zlecenia powiększana jest również o te należności.

Sprzedaż pakietowa

3. Sprzedaż pakietowa polega na wycenie usług emisji Reklam w oparciu o zdefiniowane przez POLSAT MEDIA pakiety, w skład których wchodzi poszczególne sieci nośników Polsat Media AdScreen. Reklamodawca przesyła do POLSAT MEDIA zamówienie określając przedmiot Reklamy, okres emisyjny, długość Reklamy oraz wybrany pakiet. Polsat Media przyjmuje rezerwację wystawiając Zlecenie zawierające okres emisyjny Reklamy, nazwy poszczególnych sieci nośników Polsat Media AdScreen, liczbę lokalizacji, liczbę ekranów i Wartość netto usługi po rabacie.
4. Polsat Media zastrzega sobie prawo do zmiany zawartości poszczególnych pakietów zarówno ze względu na liczbę nośników Polsat Media AdScreen, jak również sieci zawartych w tychże pakietach.
5. POLSAT MEDIA może udzielić Reklamodawcom następujących rabatów:
 - a. rabat Klienta – rabat udzielany Klientowi na podstawie umowy długoterminowej zawieranej pomiędzy Klientem/Agencją a POLSAT MEDIA,
 - b. inne rabaty – rabaty udzielane przez POLSAT MEDIA w indywidualnych przypadkach (np.: rabat sezonowy).
6. Wycena Zlecenia dokonywana jest w następujący sposób:
Cena pakietu opublikowana w Cenniku obowiązującym na dany okres emisyjny mnożona jest przez przelicznik długości Reklamy, a następnie powiększana o opłaty dodatkowe wynikające z Zasad. Tak obliczona wartość zostaje obniżona o przysługujące Reklamodawcy rabaty. Każdy kolejny rabat obliczany jest od kwoty pozostałej po odjęciu rabatu poprzedzającego. Wartość powstała po odjęciu rabatów stanowi wartość netto Zlecenia. Wartość netto Zlecenia powiększana jest o publicznoprawne należności, o których mowa w pkt II.2 Zasad, a następnie o należny podatek VAT.

Przeliczniki długości Reklamy

7. Jeżeli Reklama jest krótsza lub dłuższa niż 30 sekund, wówczas cena emisji danej Reklamy mnożone jest przez przelicznik długości Reklamy podany w tabeli poniżej.

przeliczniki długości Reklamy:

czas trwania Reklamy (w sekundach)	przelicznik
do 15	50%
od 16 do 30	100%

Emisja Reklam krótszych niż 5 sekund dokonywana jest na podstawie indywidualnych ustaleń. Dla Reklam dłuższych niż 30 sekund przelicznik długości Reklamy ustalany jest indywidualnie.

Opłaty dodatkowe

8. Jeżeli Reklama zawiera elementy promujące więcej niż jeden produkt/usługę Klienta, inny podmiot lub produkty/usługi innego niż Klient podmiotu, wówczas należność za emisję reklamy zostanie podwyższona o opłatę określoną w tabeli poniżej.

dodatkowe elementy w Reklamie	dopłata
wybór lokalizacji	15%
emisja w wybrane dni tygodnia	20%
lokalna mutacja spotu	15%
wyłączenie sieci z pakietu	20%
logotyp patrona medialnego lub sponsora	5%
nagroda w konkursie (bez podania cech nagrody)	5%
drugi i każdy następny produkt/usługa Klienta	po 5%
jeden produkt/usługa innego Reklamodawcy	20%
drugi i każdy następny produkt/usługa innego Reklamodawcy	po 10%
pozostałe przypadki	25%

Zlecenia wielokanałowe

9. Reklamodawca może nabywać usługi emisji Reklam/Wskazań sponsorskich w tzw. Zleceniach wielokanałowych obejmujących dwa lub więcej zleceń w odpowiednio: nośnikach Polsat Media AdScreen, Produktach Polsat Media Online, Programie Radiowym, Projektach Polsat Media AdTube lub Programach Telewizyjnych. W przypadku Zlecenia wielokanałowego POLSAT MEDIA na dany okres wystawia jedno Zlecenie dotyczące odpowiednio nośników Polsat Media AdScreen, Produktów Polsat Media Online, Programu Radiowego, Projektu Polsat Media AdTube i/lub wszystkich Programów Telewizyjnych objętych takim Zleceniem, a rozliczenie należności wynikających z tego Zlecenia dokonywane jest łącznie dla Polsat Media AdScreen, Produktów Polsat Media Online, Programu Radiowego, Polsat Media AdTube i/lub wszystkich Programów Telewizyjnych, w których emitowane były Reklamy ze Zlecenia w oparciu o postanowienia Zasad.
10. Poziom rabatu Klienta dla danego Zlecenia wielokanałowego nośników Polsat Media AdScreen (oraz odpowiednio: Produktów Polsat Media Online, Programu Radiowego, Polsat Media AdTube lub dla danej grupy Programów Telewizyjnych), określany jest w Umowie długoterminowej zawieranej przez POLSAT MEDIA z Reklamodawcą.
11. Pozostałe postanowienia Zasad stosuje się odpowiednio do Zleceń wielokanałowych. W zakresie Zleceń obejmujących Programy Telewizyjne (oraz odpowiednio: Produkty Polsat Media Online, Program Radiowy lub Polsat Media AdTube) stosuje się Zasady Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych Polsat Media (oraz odpowiednio: Zasady Sprzedaży w Produktach Polsat Media Online, Zasady Sprzedaży w Programie Radiowym Muzo.fm lub Zasady Sprzedaży Polsat Media AdTube).

III – Umowy długoterminowe

1. Współpraca pomiędzy Klientem a POLSAT MEDIA może zostać określona w Umowie długoterminowej, która określa zobowiązania stron oraz dodatkowe warunki współpracy, nie objęte Zasadami.
2. Zobowiązania Klienta w ramach Umowy długoterminowej obejmują zobowiązanie do nabycia usługi emisji Reklamy/Wskazania sponsorskie na nośnikach Polsat Media AdScreen wraz z określeniem wysokości zobowiązania finansowego Klienta w okresie obowiązywania Umowy długoterminowej.
3. Zobowiązania POLSAT MEDIA w ramach Umowy długoterminowej obejmować mogą następujące elementy:
 - a. rezerwację czasu reklamowego w okresie obowiązywania Umowy długoterminowej,
 - b. ustalenie rabatu Klienta oraz rabatu dodatkowego na okres obowiązywania Umowy długoterminowej,

4. Jeżeli Klient nie wykona zobowiązań finansowych określonych w Umowie długoterminowej, POLSAT MEDIA oblicza różnicę pomiędzy poziomem zobowiązania a łączną wartością netto usługi emisji Reklam przekazaną POLSAT MEDIA za emisję Reklam Klienta w okresie obowiązywania Umowy długoterminowej. Klient zobowiązany jest zapłacić POLSAT MEDIA połowę obliczonej w ten sposób kwoty tytułem zmniejszenia rabatu Klienta w związku z niewykonaniem przez Klienta zobowiązania. Zapłata następuje w terminie 3 tygodni od przedstawienia Klientowi przez POLSAT MEDIA stosownego rozliczenia.
5. Wszelkie warunki handlowe objęte Zleceniem i/lub Umową długoterminową stanowią tajemnicę dla osób trzecich i nie mogą być ujawnione bez pisemnej zgody POLSAT MEDIA, chyba że obowiązek ich ujawnienia wynika z powszechnie obowiązującego przepisu prawa, w szczególności na żądanie uprawnionego organu władzy publicznej. Reklamodawca wyraża zgodę na ujawnienie treści warunków handlowych Administratorom sieci. W celu uniknięcia wątpliwości Reklamodawca przyjmuje do wiadomości, że nie jest uprawniony do ujawniania warunków handlowych jakimkolwiek podmiotom prowadzącym działalność w zakresie badania efektywności mediowej i/lub marketingowej kampanii reklamowych Reklamodawcy.

IV – Materiały emisyjne

1. Reklamy przeznaczone do emisji dostarczane są do POLSAT MEDIA zgodnie z wymaganiami technicznymi określonymi w Załączniku nr 4 do Zasad. Reklamodawca zobowiązany jest również dostarczyć metrykę praw autorskich według wzoru określonego w Załączniku nr 5 do Zasad. Realizacja Zlecenia bez dostarczonej metryki praw autorskich może nastąpić warunkowo; w takim wypadku POLSAT MEDIA zastrzega sobie prawo do natychmiastowego zaprzestania emisji Reklam.
2. Reklamodawca jest zobowiązany posiadać zaświadczenia o dopuszczeniu reklamowanych produktów do obrotu w Polsce i dostarczyć je na każdorazowe żądanie POLSAT MEDIA. Jeżeli przedmiotem Reklamy jest konkurs, promocja, loteria itp. Reklamodawca jest zobowiązany posiadać wszelkie zezwolenia organów państwowych na przeprowadzenie ww. aktywności oraz przedstawić je na żądanie POLSAT MEDIA.
3. POLSAT MEDIA zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczenia Reklamy słowami: „reklama”, „ogłoszenie płatne”, „sponsor”, „link sponsorowany” lub innymi o podobnym charakterze.
4. Odpowiedzialność za treść Reklamy ponosi Reklamodawca.
5. Reklamy powinny być dostarczane do POLSAT MEDIA nie później niż czwartego dnia roboczego przed dniem emisji Reklamy do godziny 15.00. W tym samym terminie Reklamodawca zobowiązany jest określić wersję przekazu, który ma być emitowany, jeśli POLSAT MEDIA otrzymało wcześniej materiały emisyjne od Reklamodawcy.
6. Jeżeli Reklama nie zostanie zaakceptowana z powodów merytorycznych (niezgodność z przepisami prawa lub inne uzasadnione powody), technicznych lub nie zostaną spełnione inne wymagania określone w Zasadach, w szczególności pkt IV.1, Reklama będzie traktowana jak niedostarczona. W takim wypadku zastosowanie ma pkt VII.1 Zasad. POLSAT MEDIA zastrzega sobie również prawo do wstrzymania realizacji Zleceń na emisję takiej Reklamy. POLSAT MEDIA jest uprawnione do zaprzestania emisji Reklamy, w stosunku do której Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy zwróci się pisemnie z takim żądaniem na podstawie opinii działającej w jego ramach Komisji Etyki Reklamy.

V – Prawa autorskie

1. Podpisanie Zlecenia jest równoznaczne ze złożeniem przez Reklamodawcę oświadczenia o posiadaniu majątkowych praw autorskich i pokrewnych do Reklamy w zakresie niezbędnym do

jej nadawania na nośnikach Polsat Media AdScreen oraz o tym, że przekazana do nadania Reklama jest zgodna z prawem i nie narusza praw osób trzecich.

2. Podpisanie Zlecenia jest równoznaczne ze złożeniem oświadczenia, że na dołączonej do dostarczonej Reklamy metryce praw autorskich wymienione są wszystkie osoby, którym – odnośnie do wskazanych utworów – przysługują prawa do wynagrodzeń wynikających z przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wypłacanych za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania, w tym także do wynagrodzeń na podstawie art. 70 i art. 18 tejże ustawy. Reklamodawca oświadcza, że poza wymienionymi w metryce osobami, nie są z tą Reklamą, z utworami w niej zawartymi, ani z ich wykorzystaniem, związane czyjekolwiek prawa do wynagrodzeń wynikających z przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wypłacanych za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania, w tym także do wynagrodzeń na podstawie art. 70 i art. 18 tejże ustawy, których zapłata obciążałaby POLSAT MEDIA lub Administratorów sieci.
3. W przypadku dostarczenia do emisji Reklamy bez prawidłowo wypełnionej metryki praw autorskich, podpisanie Zlecenia jest równoznaczne ze złożeniem oświadczenia, że z dostarczoną Reklamą (i z utworami w nich zawartymi) oraz z ich wykorzystaniem nie są związane czyjekolwiek prawa do wynagrodzeń wynikających z przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wypłacanych za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania, w tym także do wynagrodzeń na podstawie art. 70 i art. 18 tejże ustawy.
4. W wypadku naruszenia prawa lub praw osób trzecich, a w szczególności: dóbr osobistych, praw autorskich lub pokrewnych, praw do znaków towarowych, Reklamodawca zobowiązany jest do pokrycia w pełnej wysokości szkód związanych z takim naruszeniem, poniesionych przez POLSAT MEDIA lub osoby trzecie, w szczególności Administratorów sieci, w tym kosztów zastępstwa procesowego.
5. Reklamodawca zobowiązuje się do refundacji tantiem, odszkodowań, kar, jakie ewentualnie musiałby zapłacić Administrator sieci lub POLSAT MEDIA z tych tytułów oraz do zwrotu wszelkich kosztów związanych z tym naruszeniem, w tym kosztów zastępstwa procesowego.

VI – Płatność

1. Należność za emisję Reklam obliczana jest każdorazowo przy składaniu Zleceń.
2. Zapłata należności za poszczególne Zlecenia następuje najpóźniej na 7 dni przed pierwszą emisją w Zleceniu.
3. Zapłata będzie dokonywana na rachunek bankowy POLSAT MEDIA wskazany w Zleceniu.
4. Jeżeli Reklamodawca nie dokona płatności w terminie, POLSAT MEDIA jest uprawniona do naliczania odsetek ustawowych za każdy dzień opóźnienia.
5. POLSAT MEDIA może potraktować opóźnienie w płatności jako odstąpienie od Zlecenia – w takim przypadku stosuje się postanowienia Zasad w części dotyczącej rezygnacji z usługi.
6. W przypadku konieczności wystawienia przez Polsat Media faktury korygującej zmniejszającej wartość korygowanej faktury, Reklamodawca zobowiązany jest potwierdzić odbiór faktury korygującej oraz wskazać sposób kompensaty należności w terminie 7 dni od daty otrzymania faktury korygującej.

VII – Rezygnacja z usługi emisji Reklam

1. Odstąpienie przez Reklamodawcę od Zlecenia, jego części lub rezygnacja z dodatkowych usług zobowiązuje Reklamodawcę do zapłaty opłaty za rezerwację w wysokości określonej w tabeli poniżej.

Opłaty anulacyjne:

Termin dokonania anulacji	Opłata
do 14. dnia roboczego przed pierwszą emisją (włącznie)	0%
później niż 14. dnia roboczego przed pierwszą emisją	100%

2. Opłata za rezerwację obliczana jest na podstawie wartości netto emisji objętych rezygnacją, a w przypadku zmiany Reklamy na krótszą – opłata za rezerwację równa jest różnicy pomiędzy wartością netto emisji dłuższej Reklamy, a wartością netto emisji Reklamy krótszej. Do opłaty za rezerwację zostanie doliczony podatek od towarów i usług (VAT).

VIII – Reklamacje

1. Jeżeli emisja Reklamy z winy POLSAT MEDIA lub Administratorów sieci nie zostanie dokonana lub zostanie dokonana z usterkami, wówczas POLSAT MEDIA spowoduje ponowną emisję tej Reklamy o takiej samej wartości emisji w najbliższym możliwym terminie. Warunkiem ponownej emisji Reklamy będzie zgłoszenie POLSAT MEDIA pisemnej reklamacji w terminie 21 dni od daty emisji podlegającej reklamacji. Emisja Reklamy w ramach reklamacji nie zwalnia Reklamodawcy z obowiązku zapłaty należności za emisję Reklamy podlegającej reklamacji.
2. POLSAT MEDIA ponosi odpowiedzialność wyłącznie za szkody wynikłe z niewykonania lub nienależytego wykonania Zlecenia powstałe z winy umyślnej lub rażącego niedbalstwa. Odszkodowanie z tytułu szkody wyrządzonej przez POLSAT MEDIA nie może przekroczyć wartości netto Zlecenia.
3. POLSAT MEDIA nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania ze Zlecenia, jeżeli zostało to spowodowane przez zdarzenia pozostające poza kontrolą POLSAT MEDIA, w szczególności: przez zdarzenia o charakterze siły wyższej (np.: wojna, inne działania zbrojne, zamieszki, akty lub działania organów władzy publicznej, klęski żywiołowe, żałoba narodowa), zakłócenia nadawania, włącznie z awariami urządzeń nadawczych, awarie lub przerwy w dostawach prądu, zastosowanie się do nakazów lub zakazów wynikających z przepisów prawa lub warunków koncesji, zezwolenia lub innych dokumentów wydawanych przez organy władzy publicznej.

IX – Definicje pojęć stosowanych w Zasadach, Umowach długoterminowych i Zleceniach

1. Zasady – niniejsze Zasady Prowadzenia Sprzedaży Polsat Media AdScreen .
2. Klient – producent, dystrybutor lub inny podmiot, którego produkty lub usługi są przedmiotem Reklam emitowanych na nośnikach Polsat Media AdScreen; Klient może składać zlecenia bezpośrednio w POLSAT MEDIA lub za pośrednictwem działającej na jego rzecz Agencji.
3. Agencja – agencja reklamowa lub dom mediowy; podmiot prowadzący działalność reklamową, działający na rzecz Klienta i przez niego upoważniony do składania i podpisywania Zleceń oraz zapłaty wynikających z nich należności. Wzór upoważnienia znajduje się w Załączniku nr 1 do Zasad.
4. Reklamodawca – Klient lub działająca na jego rzecz Agencja.
5. Reklama – każdy przekaz, nie pochodzący od Administratorów sieci, zmierzający do promocji sprzedaży lub innych form korzystania z towarów lub usług, popierania określonych spraw, idei lub osiągnięcia innego efektu pożądanego przez Reklamodawcę.

6. Nośniki Polsat Media AdScreen – nośniki wielkopowierzchniowe LED oraz monitory telewizyjne będące własnością Administratorów sieci, przeznaczone do emisji reklam multimedialnych, umiejscowionych przy ulicach miast, w sklepach lub innych miejscach.
7. Zlecenie – umowa, której przedmiotem jest emisja Reklamy w okresie miesiąca kalendarzowego, zawarta pomiędzy Reklamodawcą a POLSAT MEDIA; Zlecenie określa przedmiot Reklamy, nośniki Polsat Media AdScreen, na których ta Reklama będzie emitowana, okres emisyjny oraz inne elementy wynikające z Zasad.
8. Wartość netto usługi – wartość Zlecenia obliczona zgodnie z Zasadami na podstawie Cennika, pomniejszona o przysługujące rabaty i upusty (bez VAT).
9. Cennik – cennik emisji Reklam obowiązujący dla Reklam emitowanych na nośnikach Polsat Media AdScreen, obowiązujący w terminie w nim podanym. Ceny podane w Cenniku dotyczą jednostkowej emisji Reklamy i podlegają zmianie o opłaty dodatkowe, rabaty, naliczane zgodnie z Zasadami oraz należności publicznoprawne, w tym podatek od towarów i usług.
10. Umowa długoterminowa – umowa dotycząca usługi emisji Reklam, obejmująca okresem obowiązywania więcej niż jedno Zlecenie; Umowa długoterminowa zawierana jest pomiędzy Reklamodawcą i POLSAT MEDIA.

X – Załączniki i obowiązywanie Zasad

Integralną część Zasad stanowią Załączniki:

- a. Załącznik nr 1 – Wzór upoważnienia dla Agencji do reprezentowania Klienta wobec POLSAT MEDIA,
- b. Załącznik nr 2 – Wzór pełnomocnictwa dla przedstawicieli Reklamodawcy do podpisywania Zleceń,
- c. Załącznik nr 3 – Wzór Zlecenia,
- d. Załącznik nr 4 – Wymagania techniczne dotyczące materiałów emisyjnych przyjmowanych przez POLSAT MEDIA,
- e. Załącznik nr 5 – Metryka praw autorskich.

Zmiana treści Załącznika nie stanowi zmiany Zasad.

**Załącznik nr 1
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży
POLSAT MEDIA**

Wzór upoważnienia dla Agencji do reprezentowania Klienta wobec POLSAT MEDIA

....., dniar.

UPOWAŻNIENIE

..... z siedzibą w, ul., kapitał zakładowy złotych, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS, NIP, (dalej „Mocodawca”), niniejszym upoważnia z siedzibą w, ul., kapitał zakładowy złotych, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS, NIP, (dalej „Upoważniony”) do występowania na rzecz Mocodawcy w stosunkach prawnych z POLSAT MEDIA BIURO REKLAMY Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k. w zakresie składania i podpisywania Zleceń, których przedmiotem jest emisja Reklam, Wskazań sponsorskich, lokowanie Produktu lub realizacja Projektów w Programach Telewizyjnych, Radiowych, Produktach Polsat Media Online, nośnikach Polsat Media AdScreen i Polsat Media AdTube* oraz zapłaty należności związanych z realizacją tych Zleceń, a także dokonywanie innych czynności faktycznych i prawnych w związku z realizacją Zleceń.

Odwołanie upoważnienia dla swej skuteczności wymaga uprzedniego pisemnego zawiadomienia POLSAT MEDIA BIURO REKLAMY Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k.

.....
(pieczęć i podpis Mocodawcy)

.....
(pieczęć i podpis upoważnionego)

* niepotrzebne skreślić

**Załącznik nr 2
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży
POLSAT MEDIA**

Wzór pełnomocnictwa dla przedstawicieli Reklamodawcy do podpisywania Zleceń

....., dniar.

PEŁNOMOCNICTWO

..... z siedzibą w, ul., kapitał zakładowy złotych,
wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Wydział
Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS, NIP (dalej
„Mocodawca”), niniejszym oświadcza, że następujący pracownicy Mocodawcy:

..... (imię i nazwisko upoważnionego)	— (stanowisko)	 (podpis upoważnionego)
..... (imię i nazwisko upoważnionego)	— (stanowisko)	 (podpis upoważnionego)
..... (imię i nazwisko upoważnionego)	— (stanowisko)	 (podpis upoważnionego)
..... (imię i nazwisko upoważnionego)	— (stanowisko)	 (podpis upoważnionego)
..... (imię i nazwisko upoważnionego)	— (stanowisko)	 (podpis upoważnionego)

są upoważnieni (każda z wyżej wymienionych osób samodzielnie) do występowania w imieniu i na rzecz Mocodawcy w stosunkach prawnych z POLSAT MEDIA BIURO REKLAMY Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k. w zakresie składania i podpisywania Zleceń, których przedmiotem jest emisja Reklam, Wskazań sponsorskich, Lokowanie Produktu lub realizacja Projektu w okresie miesiąca kalendarzowego w Programach Telewizyjnych, Radiowych, Produktach Polsat Media Online, Polsat Media Adscreen, Polsat Media AdTube* oraz wykonywania wszelkich niezbędnych czynności faktycznych i prawnych związanych z realizacją Zlecenia.

Cofnięcie pełnomocnictwa dla swej skuteczności wymaga uprzedniego pisemnego zawiadomienia POLSAT MEDIA BIURO REKLAMY Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k.

.....
(pieczęć i podpis Mocodawcy)

* niepotrzebne skreślić

Załącznik nr 3 do Zasad Prowadzenia Sprzedaży POLSAT MEDIA

Wzór Zlecenia

Warszawa, wydruk z dnia:

Zlecenie: 123456/00/A1/AA

Polsat Media AdScreen

Zleceniodawca:

.....

.....

NIP: 00-00-000-00

KRS:1234567

kapitał zakładowyzł

Sąd Rejonowy dla w

Klient:

Produkt:

Długości kaset:

Emisje od - do: -

	kwota	VAT	z VAT
Wartość cennikowa zlecenia:		-	-
Dopłaty łącznie		-	-
Rabaty łącznie:		-	-
Wartość zlecenia:			
Opłata piwna			
Ekspres			
Do zapłaty:			
słownie:			

Ekspres

Inne podatki:

Opłata piwna

	liczba emisji	wartość cennikowa	wartość netto
..."	...		
..."	...		
Razem	...		

Nośniki Polsat Media AdScreen....

- Zleceniobiorca: Polsat Media Biuro Reklamy Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą w Warszawie, ul. Ostrobramska 77, 04-175 Warszawa, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy Wydział XIII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000467579, NIP 113-21-73-100.
- Zleceniodawca zobowiązuje się do uiszczenia należności na rachunek bankowy Polsat Media Biuro Reklamy Sp. z o.o. Sp. k. prowadzony w mBanku S.A. nr PL 18 1140 1010 0000 5244 2000 1001 przelewem, w terminie podanym na zleceniu.
- Zleceniodawca oświadcza, że Reklamy dostarczone do emisji na nośnikach Polsat Media AdScreen nie są obciążone wadami prawnymi i że ich emisja jest zgodna z prawem i nie narusza praw ani dóbr osób trzecich, a w szczególności że jako producent Reklam nabył i posiada wszelkie prawa autorskie i pokrewne do utworów i artystycznych wykonawców zawartych/utrwalonych w Reklamach. Zleceniodawca gwarantuje ponadto, że Zleceniobiorca ani Administratorzy sieci nie będą zobowiązani do uiszczenia jakichkolwiek wynagrodzeń/tantiem z tytułu nadeń Reklam. Zleceniodawca zobowiązuje się do zaspokojenia roszczeń skierowanych do Zleceniobiorcy lub Administratorów sieci z tytułu naruszeń praw, o których mowa powyżej (w szczególności refundacji tantiem i/lub odszkodowań), wraz z wszelkimi kosztami poniesionymi z tytułu naruszeń.
- Zleceniodawca oświadcza, że jest wyłącznie odpowiedzialny za treść emitowanych Reklam i że posiada wszelkie atesty i zezwolenia niezbędne do wprowadzenia do obrotu w Polsce reklamowanych produktów.
- Zleceniobiorca jest uprawniony do zaprzestania emisji Reklam, w stosunku do której Stowarzyszenie Rada Reklamy zwróci się pisemnie z takim zadaniem na podstawie opinii działającej w ramach Stowarzyszenia Rady Reklamy Komisji Etyki Reklamy. W takim wypadku stosować się będzie odpowiednie postanowienie Zasad dotyczące odwołania Zlecenia.
- W sprawach nieregulowanych stosować się będzie Zasady obowiązujące na okres emisyjny objęty Zleceniem. Zleceniodawca oświadcza, że otrzymał Zasady, zapoznał się z ich treścią oraz wyraża zgodę na włączenie Zasad do Zlecenia.

Termin podpisania do:

.....
Data i podpis handlowca

.....
Data i podpis zleceniodawcy

**Załącznik nr 4a
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży
Polsat Media AdScreen**

**Wymagania techniczne dotyczące materiałów emisyjnych przyjmowanych przez POLSAT MEDIA
w sieci Carrefour TV**

Materiały video

ALEJA GŁÓWNA i kanał MONOPOL - TYTOŃ

VIDEO

- Proporcje obrazu 16/9,
- rozdzielczość minimum 848x480.
- 25 klatek/s
- materiał video nieskompresowany (uncompressed RGB/YCbCr) lub sekwencja klatek TGA lub
- materiał w formacie wmv o analogicznych proporcjach, optymalny bitrate VBR 8000KB/s

AUDIO

- materiał audio nieskompresowany (PCM wav) lub
- mp3 (128kbps, 44kHz, stereo)
- wav (44kHz, stereo)

CARREFOUR TV – TV WALL

Gotowe spoty reklamowe do emisji HD (TV Wall)

Spoty HD emitowane na TV-WALL powinny być skompresowane kodekiem mpeg2 w rozdzielczości 1920 x 1080 px.

Video - MPEG-2 bitrate min. 24000 kb/s

Audio - MPEG-1 Layer 2 48000Hz 192 kb/s

GRAFIKA, PLANSZE, ANIMACJE

Animacje

- Rozdzielczość przy 100% pokryciu powierzchni ekranu: 848x480 pix, 25fps – ekran poziomy
- Formaty plików: swf, fla

Grafika

Rozdzielczość materiałów graficznych:

- min. 848x480 pix - 300dpi
lub proporcje:
 - 1024x576 pix - 300dpi
 - 1280x720 pix - 300dpi
 - 1920x1080 pix - 300dpi
- Formaty plików:
 - jpeg, jpg (HQ - 100%)
 - tif (LZH)
 - bmp (Windows)
 - psd (do v.8)
 - cdr (v.9)
 - cpt (v.9)
 - png (przy elementach transparentnych)

W przypadku grafiki, z której ma być robiona animacja materiały muszą być przygotowane na warstwach.

- psd
- cdr
- cpt
- tif

Audio

- Formaty plików:
 - mp3 (128kbps, 44kHz, stereo)
 - wav (44kHz, stereo)

**Załącznik nr 4b
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży
Polsat Media AdScreen**

**Wymagania techniczne dotyczące materiałów emisyjnych przyjmowanych przez POLSAT MEDIA
w sieciach Screen Network**

Specyfikacja techniczna

SIEĆ	FORMAT	KODOWANIE	ROZDZIELCZOŚĆ	LICZBA KLATEK	DŹWIĘK
LED City	MP4	H264	1920x1080	min 25 k/s	NIE
	JPG lub PNG	/	1920x1080	/	NIE
LED Premium	MP4	H264	1920x1080	min 25 k/s	NIE
	JPG lub PNG	/	1920x1080	/	NIE
Saturn	MP4	H264	1920x1080	min 25 k/s	TAK - normalizacja do 89 db
	JPG lub PNG	/	1920x1080	/	NIE
Media Markt	MP4	H264	1920x1080	min 25 k/s	TAK - normalizacja do 89 db
	JPG lub PNG	/	1920x1080	/	NIE
Lagardere	MP4	H264	1920x1080	min 25 k/s	NIE
	JPG lub PNG	/	1920x1080	/	NIE
Lagardere lotniska	MP4	H264	1920x1080	min 25 k/s	NIE
	JPG lub PNG	/	1920x1080	/	NIE
PKP	MP4	H264	1920x1080	min 25 k/s	NIE
	JPG lub PNG	/	1920x1080	/	NIE
Lukoil	MP4	H264	1920x1080	min 25 k/s	NIE
	JPG lub PNG	/	1920x1080	/	NIE
Empik	MP4	H264	1920x1080	min 25 k/s	NIE
	JPG lub PNG	/	1920x1080	/	NIE

Przesłanie Reklamy do kampanii

Adres FTP do przesłania materiałów

- **FTP:**
- host: ftp.screen.nazwa.pl
- login: screen_sale
- hasło: KIMpp02i

Lub przesłanie/wskazanie miejsca poboru pliku przez klienta (np. Wetransfer / Dropbox / OneDrive / Google Drive) na adres przedstawiciela działu sprzedaży firmy Screen Network

Ogólne zasady przy produkcji Reklam Digital OOH

PRZEJRZYSTOŚĆ PRZEKAZU:

- Przekaz powinien być prosty i czytelny (**nie więcej niż 3 hasła reklamowe**)
- Proste i estetyczne kreacje lepiej wpływają na odbiór spotu

KOLORYSTYKA:

- Spoty powinny być przygotowane w zgodzie z „Key Visual” marki
- Kontrastowe kolory wpływają na lepszy odbiór spotu reklamowego
- Wykorzystanie białego koloru jako tła powinno być ograniczone do minimum
- Spoty powinny być odpowiednio **jasne i kontrastowe** aby umożliwić poprawny odbiór spotu w dniach pełnego nasłonecznienia (dotyczy kreacji na LED)

ANIMACJE:

- Wyróżniaj elementy typu „Call To Action”
- Jednolity rytm w przejściach animacji lepiej wpływa na zauważalność kreacji
- Dynamiczne przejścia przyciągają uwagę
- Animacje nie mogą dominować nad przekazem

ODPOWIEDNIE KOPY:

- Frazy od pełnych zdań
- Hasła reklamowe nie powinny zajmować więcej niż 80% obszaru spotu
- W przypadku reklamy na LED – hasła reklamowe powinny stanowić minimum 30% obszaru spotu
- Używanie dekoracyjnych czcionek może wpłynąć na gorszy odbiór reklamy
- Teksty z informacjami nie powinny przekraczać 45 znaków w całym spocie

IDEA/CO JEST REKLAMOWANE:

- Najważniejszym elementem kreacji, powinien być reklamowany produkt lub usługa
- Reklama przede wszystkim powinna być zrozumiała i dostosowana do odbiorcy
- Elementy zawarte w spocie powinny być odpowiednio wyważone pod względem ważności

PRZYKŁADY WZORCOWYCH KREACJI:

Playlista przykładowych spotów <https://www.youtube.com/playlist?list=PL9dzajHh7kNSClqhCuRxlXzikzt2m0s9>

Załącznik nr 5
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży
Polsat Media AdScreen

Nazwa reklamy
Tytuł reklamy
Wersja, numer
Długość reklamy

Informacje dotyczące wykorzystanych w reklamie utworów muzycznych:

Lp.	Tytuł	Kompozytor	Autor słów	Autor wersji polskiej	Wykonawca	Długość
1						
2						
3						

Producent
Reżyser
Autor scenariusza
Operator

Data ważności praw autorskich

Oświadczenie:

Oświadczam, że posiadamy prawa majątkowe do filmu nie obciążone prawami osób trzecich, oraz że ponosimy pełną odpowiedzialność w przypadku, jeśli emisja naruszy prawa autorskie osób trzecich oraz w przypadku, jeśli emisja filmu naruszy dobra osobiste osób trzecich.

Oświadczam, że powyżej wymienione są wszystkie osoby, którym – odnośnie do wskazanych utworów – przysługują prawa do wynagrodzeń wynikających z przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wypłacanych za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania, w tym także do wynagrodzeń na podstawie art. 70 i art. 18 tejże ustawy.

Oświadczam, że poza wymienionymi w metryce osobami, nie są z tym filmem reklamowym, z utworami w nim zawartymi, ani z ich wykorzystaniem, związane czyjekolwiek prawa do wynagrodzeń wynikających z przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wypłacanych za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania, w tym także do wynagrodzeń na podstawie art. 70 i art. 18 tejże ustawy.

W przypadku, gdyby mimo tego oświadczenia naruszone zostały (w tym również z powodu zawarcia w metryce błędnych lub niepełnych danych) majątkowe prawa autorskie osób, do których one należą, oświadczam, że przyjmujemy na siebie zobowiązanie do pokrycia wszelkich kosztów związanej z tym obrony praw Nadawcy oraz do zaspokojenia, związanych z tym roszczeń zgłoszonych wobec Nadawcy.

Oświadczam, że przyjmujemy na siebie zobowiązanie do naprawienia na żądanie Nadawcy wszelkich szkód poniesionych przez nią w wyniku z tak określonego naruszenia majątkowych praw autorskich.

Pod pojęciem Nadawcy należy rozumieć podmiot, który tworzy lub zestawia program telewizyjny i rozpowszechnia go lub przekazuje innym podmiotom w celu rozpowszechnienia w całości i bez zmian.

.....
(data, podpis i pieczęć zleceniodawcy)**Uwaga:**

Wszystkie rubryki metryki praw autorskich powinny zostać wypełnione. W przypadku konieczności pozostawienia rubryki niewypełnionej należy wpisać informację: „nie dotyczy”.