

Zasady Prowadzenia Sprzedaży w Programie Radiowym

Muzo.fm

POLSAT MEDIA BIURO REKLAMY Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k. (dalej: POLSAT MEDIA), z siedzibą w Warszawie, ul. Ostrobramska 77, działa jako biuro reklamy Radio PIN S.A. i prowadzi działalność w zakresie emisji Reklam i Wskazań sponsorskich w Programie Radiowym Muzo.fm:

Sprzedaż usług emisji Reklam prowadzona jest według metody sprzedaży cennikowej, opisanej 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/Wskazań sponsorskich odbywa się na podstawie Zleceń podpisanych przez Reklamodawcę i POLSAT MEDIA na dany miesiąc kalendarzowy. Jeżeli na rzecz Klienta działa Agencja, Klient wraz z Agencją ponosi odpowiedzialność solidarną za zobowiązania wynikające ze Zlecenia.
2. POLSAT MEDIA prowadzi sprzedaż usług emisji Reklam na dany okres emisyjny na podstawie Cennika obowiązującego w dniu złożenia przez Reklamodawcę zamówienia.
3. Zlecenia przygotowywane są przez POLSAT MEDIA na podstawie otrzymanego od Reklamodawcy zamówienia. Po otrzymaniu zamówienia POLSAT MEDIA dokonuje rezerwacji czasu reklamowego/sponsorskiego w zakresie opisanym w zamówieniu i potwierdza fakt dokonania rezerwacji przesyłając Reklamodawcy Zlecenie do akceptacji.
4. 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.
5. POLSAT MEDIA udostępnia platformę AdSign dostępną pod adresem <https://adsign.polsatmedia.pl>, która służy do składania, obsługi i modyfikacji zleceń na świadczenia reklamowe POLSAT MEDIA. Zlecenia na platformie AdSign powinny być składane w formacie PDF. Dostęp do platformy umożliwia składanie elektronicznego podpisu na zleceniu, przysyłanie faktur w formacie PDF, a także zarządzanie uprawnieniami użytkownika. Dostęp do platformy uzależniony jest od aktywacji konta użytkownika i akceptacji regulaminu platformy dostępnego na jej stronie.
6. POLSAT MEDIA pobiera opłatę operacyjną w kwocie 35 zł (plus należny podatek VAT) za każde Zlecenie na świadczenie usług reklamowych złożone przez Reklamodawcę POLSAT MEDIA. Opłata ta będzie wliczana do łącznej wartości netto usługi emisji Reklam lub Wskazań sponsorskich z danego Zlecenia.
7. Wszelkie zmiany wprowadzane przez Reklamodawcę do podpisanego Zlecenia regulowane są przez postanowienia Zasad w części dotyczącej rezygnacji z usługi.
8. 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.

9. 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.
10. Nadawca ma prawo odmówić emisji reklamy, której treść lub forma jest sprzeczna z linią programową lub może szkodzić renomie nadawcy.

II – Wycena Zlecenia

1. Zlecenia na emisję Reklam/Wskazań sponsorskich przygotowywane są przez POLSAT MEDIA na drukach odrębnych dla każdego rodzaju sprzedaży. Wzory druków Zleceń znajdują się w Załączniku nr 3 (a-b) do Zasad. Kalkulacja wartości netto Zlecenia dokonywana jest przez POLSAT MEDIA zgodnie z zapisami Zasad.
2. Jeżeli w ramach Zlecenia emitowane są: Reklama, Wskazanie sponsorskie lub Lokowanie produktu napoju alkoholowego, wówczas wartość tego Zlecenia jest dodatkowo powiększana o 11,111111% w związku z obowiązkiem poniesienia opłaty z tytułu świadczenia usług, których przedmiotem są: Reklama, Wskazanie sponsorskie lub Lokowanie produktu napojów alkoholowych. POLSAT MEDIA zastrzega, że w przypadku powstania zobowiązania donaliczania innych niż wymieniona w tym punkcie publicznoprawna należność naliczana z tytułu emisji Reklam, wartość Zlecenia powiększana jest również o te należności.

Sprzedaż cennikowa

3. Sprzedaż cennikowa polega na wycenie usług emisji Reklam na podstawie cen emisji reklam opublikowanych w Cenniku dla danego pasma czasowego. Reklamodawca przysyłając do POLSAT MEDIA zamówienie podaje parametry niezbędne do przygotowania Zlecenia, takie jak: okres emisyjny, długość materiału emisyjnego, pasma czasowe, w których mają zostać wyemitowane Reklamy, liczba tych Reklam. POLSAT MEDIA na podstawie zamówienia przygotowuje tzw. Zlecenie cennikowe.
4. Należność za emisję Reklam w ramach Zlecenia cennikowego obliczana jest na podstawie cen publikowanych w Cenniku obowiązującym na dany okres emisyjny w dniu złożenia zamówienia.
5. POLSAT MEDIA może udzielić Reklamodawcom następujących rabatów:
 - a. rabat Klienta – rabat udzielany Klientowi na podstawie umowy długoterminowej zawieranej pomiędzy Klientem a POLSAT MEDIA,
 - b. rabat agencyjny – rabat udzielany Agencji w związku z reprezentowaniem Klienta przez Agencję; rabat ten wynosi do 15%,
 - c. inne rabaty – rabaty udzielane przez POLSAT MEDIA w indywidualnych przypadkach (np. rabat sezonowy).
6. Wycena Zlecenia cennikowego dokonywana jest w następujący sposób:

Cena opublikowana w Cenniku obowiązującym na dany okres emisyjny mnożona jest przez przelicznik długości Reklamy, a następnie powiększana o opłaty dodatkowe wynikające z Zasad. Opłaty dodatkowe naliczane są w następującej kolejności: jako pierwsza naliczana jest opłata wynikająca z treści Reklamy, a jako druga – opłata za emisję Reklamy na wybranej pozycji w bloku, przy czym opłata za emisję Reklamy na wybranej pozycji w bloku naliczana jest od kwoty powstałej po naliczeniu opłaty wynikającej z treści Reklamy. Tak obliczona wartość zostaje obniżona o przysługujące Reklamodawcy rabaty. Każdy kolejny rabat obliczany jest od kwoty pozostałej po odjęciu rabatu poprzedzającego, przy czym jako ostatni naliczany jest rabat agencyjny, a jako przedostatni – rabat Klienta. Wartość powstała po odjęciu rabatów stanowi wartość netto Zlecenia cennikowego. Wartość netto Zlecenia powiększana jest o publicznoprawne należności, o których mowa w pkt II.2 Zasad, a następnie o należny podatek VAT.

Zlecenia wielokanałowe

7. Reklamodawca może nabywać usługi emisji Reklam w tzw. Zleceniach wielokanałowych obejmujących Zlecenie na Program Radiowy oraz dwa lub więcej Zleceń odpowiednio w Programach Telewizyjnych, Produktach Polsat Media Online, Polsat Media Digital Audio, Polsat Media AdTube i/lub nośnikach Polsat Media AdScreen. POLSAT MEDIA ustala listę oraz procentowy udział poszczególnych produktów w składzie grupy objętej danym rodzajem Zlecenia wielokanałowego, tworząc np.: pakiet męski, pakiet kobiecy, pakiet ogólny. Zmiana w składzie grupy objętej danym rodzajem Zlecenia wielokanałowego nie stanowi zmiany Zasad. W przypadku Zlecenia wielokanałowego POLSAT MEDIA na dany okres wystawia jedno Zlecenie dotyczące wszystkich: Programów Telewizyjnych, Serwisów Polsat Media Online, Polsat Media Digital Audio, Polsat Media AdTube, nośników Polsat Media AdScreen i/lub Programu Radiowego objętych taką grupą, a rozliczenie należności wynikających z tego Zlecenia dokonywane jest łącznie dla wszystkich Programów Telewizyjnych, Serwisów Polsat Media Online, Polsat Media Digital Audio, Polsat Media AdTube, nośników Polsat Media AdScreen i/lub Programu Radiowego, w których emitowane były Reklamy ze Zlecenia w oparciu o postanowienia Zasad dotyczące odpowiednio Zleceń cennikowych i pakietowych. Zlecenia wielokanałowe mogą obejmować zarówno Zlecenia cennikowe jak i Zlecenia pakietowe.
8. Poziom rabatu Klienta lub poziom CPP/CPM dla danego Zlecenia wielokanałowego (dla Programu Radiowego oraz odpowiednio: Programów Telewizyjnych, produktów Polsat Media Online, Polsat Media Digital Audio, Polsat Media AdTube lub nośników Polsat Media AdScreen), określany jest w Umowie długoterminowej zawieranej przez POLSAT MEDIA z Reklamodawcą.
9. Pozostałe postanowienia Zasad dotyczące Zleceń cennikowych stosuje się odpowiednio do Zleceń wielokanałowych. W zakresie Zleceń obejmujących Program Radiowy (oraz odpowiednio: Programy Telewizyjne, produkty Polsat Media Online, Polsat Media Digital Audio, nośniki Polsat Media AdScreen lub Polsat Media AdTube) stosuje się Zasady Prowadzenia Sprzedaży w Programie Radiowym Muzo.fm (oraz odpowiednio: Zasady Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych Polsat Media, Zasady Prowadzenia Sprzedaży w Produktach Polsat Media Online / Polsat Media Digital Audio, Zasady Prowadzenia Sprzedaży na nośnikach Polsat Media AdScreen lub Zasady Prowadzenia Sprzedaży Polsat Media AdTube).

Przeliczniki długości Reklamy

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

przeliczniki długości Reklamy:

czas trwania Reklamy (w sekundach)	Przelicznik
5	40%
od 6 do 10	55%
od 11 do 15	70%
od 16 do 20	90%
od 21 do 30	100%
od 31 do 35	120%
od 36 do 40	140%
od 41 do 45	150%
od 46 do 60	200%

Emisja Reklam krótszych niż 5 sekund dokonywana jest na podstawie indywidualnych ustaleń. Dla Reklam dłuższych niż 60 sekund przelicznik długości Reklamy ustalany jest indywidualnie.

11. Jeżeli dwie lub więcej Reklam zostanie połączone w jeden materiał emisyjny, wówczas cena emisji każdej Reklamy będzie kalkulowana oddzielnie zgodnie z przelicznikami długości Reklamy.

Opłaty dodatkowe

12. 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
jeden produkt/usługa innego Klienta	20%
drugi i każdy następny produkt/usługa innego Klienta	po 10%

13. Reklamodawca może nabyć dodatkową usługę polegającą na emisji Reklamy na wybranej pozycji lub w określonym układzie w bloku reklamowym. W takim przypadku należność za emisję Reklamy zostaje podwyższona o opłatę określoną w tabeli poniżej.

pozycja/układ Reklam w bloku reklamowym	dopłata
pierwsza/ostatnia pozycja w bloku	20%
spot w wybranym bloku reklamowym	30%
duo-spot *	10%
otoczenie reklamowe **	30%

* w odniesieniu do dwóch lub więcej Reklam w jednym bloku reklamowym: wskazanie przez Reklamodawcę ich pozycji (w tym określenie liczby innych Reklam pomiędzy nimi) lub określenie kolejności ich emisji. Opłata naliczana jest od wartości netto Reklam objętych tą usługą.

** umieszczenie Reklamy danego Reklamodawcy w taki sposób, aby nie znajdowała się w bezpośrednim sąsiedztwie innej Reklamy z wybranej kategorii produktowej.

Sponsoring

14. W ramach sponsoringu POLSAT MEDIA przygotowuje pakiety sponsorskie obejmujące dla danego Klienta emisję Wskazań sponsorskich przed i po wybranych audycjach radiowych oraz w momencie wznowienia danej audycji po przerwie na reklamę lub telesprzedaż. Pakiet sponsorski może być dodatkowo poszerzony o emisję Wskazań sponsorskich przy zapowiedziach sponsorowanej audycji; liczba emisji takich Wskazań sponsorskich jest indywidualnie ustalana z Reklamodawcą (z Klientem albo z Agencją).
15. Pakiet sponsorski może dotyczyć jednej lub kilku audycji radiowych. Klient decydując się na pakiet sponsorski dotyczący danej audycji radiowej zostaje jej Sponsorem. Jednorazowe Wskazanie sponsorskie może być emitowane nie dłużej niż 8 sekund w przypadku jednego Sponsora, 16 sekund - w przypadku dwóch Sponsorów i 24 sekund - w innych przypadkach. Wskazanie sponsorskie może zawierać tylko nazwę, firmę, znak towarowy lub inne oznaczenie indywidualizujące Sponsora lub jego działalność, odniesienie do jego towarów, usług lub ich znaków towarowych.
16. Wartość netto pakietu sponsorskiego jest uzależniona m.in. od pory emisji Wskazań sponsorskich, ich liczby oraz okresu obowiązywania pakietu sponsorskiego. Wyceniona Wartość netto pakietu sponsorskiego powiększana jest o publicznoprawne należności, o których mowa w pkt II.2 Zasad, a następnie o należny podatek VAT. POLSAT MEDIA dokonuje rezerwacji pakietu sponsorskiego dla Sponsora wystawiając tzw. Zlecenie sponsorskie.
17. Podpisanie Zlecenia jest równoznaczne ze złożeniem przez Reklamodawcę oświadczenia, że Wskazania sponsorskie dostarczone do emisji w Programie Radiowym, którego dotyczy Zlecenie, nie zawierają fragmentów dźwiękowych przekazu reklamowego pochodzącego od podmiotu będącego Sponsorem, z którymi Sponsor jest kojarzony, a które mogłyby utrudnić odróżnienie Wskazania sponsorskiego od przekazu reklamowego.
18. W razie gdyby jakkolwiek osoba trzecia, organ władzy publicznej lub inna instytucja państwowa wystąpiła przeciwko POLSAT MEDIA lub Nadawcy w związku z naruszaniem prawa w wyniku emisji Wskazania sponsorskiego, Reklamodawca zrekompensuje wszelkie udokumentowane straty poniesione przez te podmioty, w tym koszty zastępstwa procesowego, jeżeli informacje objęte oświadczeniem, o którym mowa w pkt. 23 powyżej, okażą się nieprawdziwe, co zostanie potwierdzone przez właściwy w sprawie organ władzy publicznej.

Lokowanie produktu

19. W ramach lokowania produktu POLSAT MEDIA przygotowuje pakiety obejmujące dla danego Klienta emisję lokowania produktu w wybranych audycjach radiowych. Pakiet lokowania produktu może dotyczyć jednej lub kilku audycji radiowych.
20. Wartość netto pakietu lokowania produktu jest uzależniona m.in. od pory emisji audycji radiowej, ich liczby oraz okresu obowiązywania pakietu lokowania produktu. Wyceniona Wartość netto pakietu lokowania produktu powiększana jest o publicznoprawne należności, o których mowa w pkt II.2 Zasad, a następnie o należyty podatek VAT POLSAT MEDIA dokonuje rezerwacji pakietu lokowania produktu dla Klienta wystawiając Zlecenie.
21. W sprawach nieuregulowanych w pkt 14-20 powyżej stosuje się odpowiednio postanowienia Zasad dotyczące Reklam.

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 Reklam lub Wskazań sponsorskich w Programie Radiowym 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 lub sponsorskiego w okresie obowiązywania Umowy długoterminowej,
 - b. ustalenie rabatu Klienta na okres obowiązywania Umowy długoterminowej,
 - c. ustalenie rabatu agencyjnego w przypadku realizowania Umowy długoterminowej za pośrednictwem Agencji.
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/Wskazań sponsorskich przekazaną POLSAT MEDIA za emisje Reklam/Wskazań sponsorskich 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 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 Nadawcy. 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/Wskazania sponsorskie przeznaczone do emisji dostarczane są do POLSAT MEDIA cyfrowo w postaci plików przesyłanych za pośrednictwem platformy Polsat Media AdFlow, zgodnych ze specyfikacją techniczną dostępną pod adresem: <https://adflow.polsatmedia.pl> oraz wskazaną poniżej. Materiały emisyjne wgrane na platformę Polsat Media Adflow są przechowywane przez okres 3 (trzech) miesięcy od daty ich ostatniej emisji. Po upływie tego terminu POLSAT MEDIA ma prawo usunąć taki materiał emisyjny bez konieczności informowania o tym Reklamodawcy.
2. Reklamy/Wskazania sponsorskie przeznaczone do emisji należy przygotować w formacie WAV, dopuszczalne tagowanie w formacie BWF (Broadcast Wave Format).
 - a. Liczba kanałów: 2, Stereo.
 - b. Częstotliwość próbkowania: 44.1 kHz.
 - c. Rozdzielczość: 16 bitów.
 - d. Maksymalny poziom dźwięku: 0dBFS zgodnie z EBU R-68.
 - e. Dźwięk powinien być prawidłowo skorelowany fazowo.
3. Materiał powinien być przygotowany do emisji bez zbędnych fragmentów przed i po właściwym materiale emisyjnym (ścieżka dźwiękowa powinna zawierać tylko i wyłącznie dźwięk przeznaczony do emisji). W przypadku, gdy długość dostarczonego materiału jest inna od długości założonej w zleceniu reklamowym, Polsat Media zastrzega sobie prawo do nieprzyjęcia tego materiału do emisji.
4. POLSAT MEDIA zastrzega sobie prawo do emisji materiału z poziomem głośności odpowiadającym poziomowi innych materiałów emitowanych (poprzedzających i następujących bezpośrednio po).
5. Wraz z materiałem do emisji Reklamodawca zobowiązany jest dostarczyć metrykę praw autorskich według wzoru określonego w Załączniku nr 4 do Zasad. Realizacja Zlecenia bez dostarczonej metryki praw autorskich może nastąpić warunkowo; w takim wypadku POLSAT MEDIA zastrzega sobie prawo zaprzestania w każdym czasie emisji Reklam/Wskazań sponsorskich - bez ponoszenia jakichkolwiek konsekwencji finansowych z tego tytułu.
6. 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.
7. Reklamy/Wskazania sponsorskie powinny być dostarczane do POLSAT MEDIA nie później niż czwartego dnia roboczego przed dniem emisji Reklamy/Wskazania sponsorskiego 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.
8. Dostarczenie materiałów emisyjnych lub określenie wersji Reklamy/Wskazania sponsorskiego później niż w terminie wymienionym w pkt 3 powyżej, lecz nie później niż drugiego dnia roboczego przed dniem emisji Reklamy/Wskazania sponsorskiego do godziny 10:00 jest możliwe wyłącznie za uprzednią zgodą POLSAT MEDIA. W takim przypadku Reklamodawca będzie zobowiązany do zapłaty opłaty ekspresowej w wysokości 100 złotych (plus należny podatek VAT) za każdą emisję Reklamy/Wskazania sponsorskiego, dla której został przekroczony termin dostarczenia nośnika lub określenia wersji Reklamy/Wskazania Sponsorskiego.

9. Jeżeli Reklama/Wskazanie sponsorskie nie zostanie zaakceptowane 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/Wskazanie sponsorskie będzie traktowane jak niedostarczone. W takim wypadku zastosowanie ma pkt VII.1 Zasad. POLSAT MEDIA zastrzega sobie również prawo do wstrzymania realizacji Zleceń na emisję takiej Reklamy/Wskazanie sponsorskiego. POLSAT MEDIA jest uprawniona do zaprzestania emisji Reklamy/Wskazania sponsorskiego, w stosunku do którego Stowarzyszenie Rada Reklamy zwróci się pisemnie z takim żądaniem na podstawie opinii działającej w ramach Związku Stowarzyszeń Rady Reklamy 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/Wskazania sponsorskiego w zakresie niezbędnym do nadawania i reemitowania w Programie Radiowym, oraz do rozpowszechniania w Programie Radiowym za pośrednictwem sieci komputerowej (Internet). Ponadto podpisanie Zlecenia oznacza, że przekazana do rozpowszechniania Reklama/Wskazanie sponsorskie jest zgodne z prawem i nie narusza praw osób trzecich.
2. Podpisanie Zlecenia jest równoznaczne ze złożeniem oświadczenia, że na dołączonej do dostarczonej Reklamy/Wskazania sponsorskiego 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/Wskazaniem sponsorskim, z utworami w nich zawartymi, ani z ich wykorzystaniem, związane czykolwiek 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.
3. W przypadku dostarczenia do emisji Reklamy/Wskazania sponsorskiego bez prawidłowo wypełnionej metryki praw autorskich, podpisanie Zlecenia jest równoznaczne ze złożeniem oświadczenia, że z dostarczoną Reklamą/Wskazaniem sponsorskim (i z utworami w nich zawartymi) oraz z ich wykorzystaniem nie są związane czykolwiek 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, o których mowa w pkt. 1-3 powyżej, 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 Nadawców, w tym kosztów zastępstwa procesowego.
5. Reklamodawca zobowiązuje się do refundacji tantiem, odszkodowań, kar, jakie ewentualnie musiałby zapłacić Nadawca Programu Radiowego 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 emisje Reklam/Wskazań sponsorskich obliczana jest każdorazowo przy składaniu Zleceń. W przypadku Zleceń pakietowych po zakończeniu emisji zostaje ponadto dokonane rozliczenie Zlecenia.
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 emisyjnych zobowiązuje Reklamodawcę do zapłaty opłaty za rezerwację w wysokości określonej w tabeli poniżej.

opłaty za rezerwację:

termin dokonania anulacji	opłata
do 14. dnia roboczego przed pierwszą emisją (włącznie)	25%
do 4. dnia roboczego przed pierwszą emisją (włącznie)	50%
później niż 4. dnia roboczego przed pierwszą emisją	75%
W dniu pierwszej emisji lub później	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 Nadawcy Programu Radiowego 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, w przedziale godzinowym podobnym jak ten, w którym miała nastąpić emisja. 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. Na pisemny wniosek Reklamodawcy POLSAT MEDIA dokona nagrania bloku reklamowego. W wypadku gdy reklamacja nie była uzasadniona koszt nagrania w wysokości 100 złotych (plus VAT) ponosi Reklamodawca.
3. POLSAT MEDIA zastrzega sobie prawo do zmiany terminu emisji spotu wskazanego na Zleceniu w zakresie danego pasma czasowego w taki sposób, aby nie powodowało to konieczności zmiany wartości Zlecenia.

4. Emisja Reklamy do dwudziestu minut wcześniej lub później, licząc od planowanej godziny rozpoczęcia emisji bloku reklamowego, w którym zlecona jest emisja Reklamy, będzie uważana za dokonaną zgodnie ze złożonym Zleceniem. Ponadto POLSAT MEDIA zastrzega sobie prawo jednostronnej zmiany godziny emisji bloku reklamowego w trakcie lub po emisji audycji niesformatowanych (np.: transmisji) lub w innych szczególnych przypadkach.
5. POLSAT MEDIA nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania ze Zlecenia (w szczególności za opóźnienie), 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 Programu Radiowego, 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 w Programie Radiowym Muzo.fm
2. Klient – producent, dystrybutor lub inny podmiot, którego produkty lub usługi są przedmiotem Reklam/Wskazań sponsorskich emitowanych w programach telewizyjnych POLSAT MEDIA; 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. Nadawca – podmiot, który tworzy lub zestawia Program Radiowy i rozpowszechnia go lub przekazuje innym podmiotom w celu rozpowszechnienia w całości i bez zmian.
6. Reklama – przekaz handlowy, pochodzący od podmiotu publicznego lub prywatnego, w związku z jego działalnością gospodarczą lub zawodową, zmierzający do promocji sprzedaży lub odpłatnego korzystania z towarów lub usług.
7. Wskazanie sponsorskie – telewizyjny przekaz informujący o sponsorowaniu audycji radiowej przez Klienta, będącego w takim przypadku Sponsorem.
8. Lokowanie produktu – przekaz handlowy polegający na przedstawieniu lub nawiązywaniu do towaru, usługi lub ich znaku towarowego w taki sposób, że stanowią one element samej audycji w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie, a także w postaci nieodpłatnego udostępnienia towaru lub usługi.
9. Zlecenie – umowa, której przedmiotem jest emisja Reklamy/Wskazania sponsorskiego w okresie miesiąca kalendarzowego, zawarta pomiędzy Reklamodawcą a POLSAT MEDIA; Zlecenie określa przedmiot Reklamy/Wskazania sponsorskiego, okres emisyjny oraz inne elementy wynikające z Zasad.
10. Cennik – cennik emisji Reklam obowiązujący dla Reklam emitowanych w Programie Radiowym, obowiązujący na dany okres emisyjny. Ceny podane w Cenniku dotyczą emisji Reklamy o długości 30 sekund i podlegają zmianie o przeliczniki długości, opłaty dodatkowe, rabaty, naliczane zgodnie z Zasadami oraz należności publicznoprawne, w tym podatek od towarów i usług. W Cenniku każdorazowo podany jest podział na pory dnia, tzw. pasma czasowe.

- 11.** Umowa długoterminowa – umowa dotycząca usługi emisji Reklamy/Wskazań sponsorskich, 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 – Wzory Zleceń:
 - Zlecenie reklamowe cennikowe
 - Zlecenie sponsorskie
- d.** Załącznik nr 4 – Metryka praw autorskich

Zmiana treści Załącznika nie stanowi zmiany Zasad.

Załącznik nr 1
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programie Radiowym
Muzo.fm

Wzór upoważnienia dla Agencji do reprezentowania Klienta wobec POLSAT MEDIA

....., dnia

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 Sp. z o. o. Sp.k. w zakresie składania i podpisywania Zleceń, których przedmiotem jest emisja Reklam, Wskazań sponsorskich, Lokowanie Produktu lub realizacja Projektu w: Programach Telewizyjnych, Radiowych, Produktach Polsat Media Online, Polsat Media Digital Audio, 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.

.....
(pieczętka i podpis Mocodawcy)

.....
(pieczętka i podpis upoważnionego)

*niepotrzebne skreślić

Załącznik nr 2
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programie Radiowym
Muzo.fm

Wzór pełnomocnictwa dla przedstawicieli Reklamodawcy do podpisywania Zleceń

....., dnia

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 Sp. z o. o. 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, Polsat Media Online, Polsat Media Digital Audio, 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 3a
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programie Radiowym
Muzo.fm

Wzory Zleceń – Zlecenie reklamowe cennikowe

Warszawa, wydruk z dnia:

Zlecenie: **123456/00/A1/AA**

Program Radiowy

Zleceniodawca:

.....

.....

.....

NIP: 00-00-000-00

KRS:1234567

kapitał zakładowyzł

Sąd Rejonowy dla w

Klient:

Produkt:

Długości materiałów:

Emisje od - do: -

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

Dopłaty		
Opłata dodatkowa	...%
Dopłaty za pozycje	...%
Rabaty		
Rabat klienta	...%
Rabat agencji	...%
Ekspres	
Inne podatki:	

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

- Zleceniobiorca: Polsat Media Biuro Reklamy Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą w Warszawie (04-175), ul. Ostrobramska 77, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy Wydział XIII Gospodarczy KRS, KRS 0000467579, NIP 113-21-73-100. Zleceniobiorca oświadcza, że posiada status dużego przedsiębiorcy w rozumieniu ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych.
- Zleceniodawca oświadcza, że posiada status / nie posiada statusu (niepotrzebnie skreślić) dużego przedsiębiorcy w rozumieniu ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych. Zleceniodawca zobowiązuje się do uiszczenia należności na rachunek bankowy Zleceniobiorcy prowadzony w mBanku S.A. nr 18 1140 1010 0000 5244 2000 1001 przelewem, w terminie do 7 dni roboczych przed pierwszą emisją oraz przestać niezwłocznie kopie przelewu Zleceniobiorcy. Niedotrzymanie terminu płatności podanego powyżej lub niespełnienie innych wymogów określonych w Zasadach na 4 dni robocze przed rozpoczęciem okresu emisji oznaczać będzie odwołanie Zlecenia. W takim wypadku stosować się będzie odpowiednie postanowienia Zasad dotyczące odwołania Zlecenia.
- Zleceniodawca oświadcza, że Reklamy dostarczone do emisji w Programie Radiowym, którego dotyczy Zlecenie, 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 wykonań zawartych/utrwalonych w Reklamach. Zleceniodawca gwarantuje ponadto, że Zleceniobiorca ani Nadawca nie będą zobowiązani do uiszczenia jakichkolwiek wynagrodzeń/tantem z tytułu nadań Reklam. Zleceniodawca zobowiązuje się do zaspokojenia roszczeń skierowanych do Zleceniobiorcy lub Nadawcy z tytułu naruszeń praw, o których mowa powyżej (w szczególności refundacji tantem 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 zmiany pory emisji spotu wskazanego na Zleceniu w zakresie danego pasma czasowego w sposób niepowodujący zmiany wartości Zlecenia bez konieczności uzyskiwania zgody ze strony Zleceniodawcy.
- Zleceniobiorca jest uprawniony do zaprzestania emisji Reklamy, w stosunku do której Stowarzyszenie Rada Reklamy zwróci się pisemnie z takim żądaniem 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.
- Warunki udzielone Klientowi obowiązują pod warunkiem zawarcia do 31.03.2020r. umowy długoterminowej ze Zleceniobiorcą na emisje w 2020r. reklam w Programie Radiowym, którego dotyczy Zlecenie.

Termin podpisania do:

Data i podpis handlowca

Data i podpis Zleceniodawcy

Zlecenie: **123456/00/A1/AA**

Program Radiowy

Zleceniodawca:

Produkt:

I	Dzie	god	ty	Progra	pas	cza	Identyfikator mate riatu	fix pozycja	cena cennikowa	opłata dodat kowa	fix opłata	uwa
1	Progra	ON	.."	R000000	1%	
2	Progra	E	.."	R000002	%		
3	Progra	MD	.."	R000000	99%	
	Progra	DT	.."	R000000			
5	Progra	AD	.."	R000000			
...												

Termin podpisania do:

Data i podpis handlowca

Data i podpis Zleceniodawcy

Załącznik nr 3c
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programie Radiowym
Muzo.fm

Wzory Zleceń – Zlecenie sponsorskie

Warszawa, wydruk z dnia:

Zlecenie: 123456/00/A1/AA

Program Radiowy

Zleceniodawca:

.....
.....
.....

NIP: 00-00-000-00

KRS:1234567

kapitał zakładowyzł

Sąd Rejonowy dla w

Klient:

Produkt:

Nr kampanii:

Długości materiału:

Emisje od - do: -

	kwota	VAT	z VAT
Wartość zlecenia:
Oplata piwna
Ekspres
Oplata operacyjna
Do zapłaty:

słownie:

	liczba emisji	
	prime-time	off peak
.."
.."
.."
Razem

1. Zleceniobiorca: Polsat Media Biuro Reklamy Sp. z o.o. Sp. k. z siedzibą w Warszawie (04-175), ul. Ostrobramska 77, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy Wydział XIII Gospodarczy KRS, KRS 0000467579, NIP 113-21-73-100. Zleceniobiorca oświadcza, że posiada status dużego przedsiębiorcy w rozumieniu ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych.

2. Zleceniodawca oświadcza, że posiada status / nie posiada statusu (niepotrzebne skreślić) dużego przedsiębiorcy w rozumieniu ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych. Zleceniodawca zobowiązuje się do uiszczenia należności na rachunek bankowy Zleceniobiorcy prowadzony w mBanku S.A. nr 18 1140 1010 0000 5244 2000 1001 przelewem, w terminie do 7 dni roboczych przed pierwszą emisją oraz przesłać niezwłocznie kopie przelewu Zleceniobiorcy. Niedotrzymanie terminu płatności podanego powyżej lub niespełnienie innych wymogów określonych w Zasadach na 4 dni robocze przed rozpoczęciem okresu emisji oznaczać będzie odwołanie Zlecenia. W takim wypadku stosować się będzie odpowiednie postanowienia Zasad dotyczące odwołania Zlecenia.

3. Zleceniodawca oświadcza, że Reklamy dostarczone do emisji w Programie Radiowym, którego dotyczy Zlecenie, 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 wykonań zawartych/utrwalonych w Reklamach. Zleceniodawca gwarantuje ponadto, że Zleceniobiorca ani Nadawca nie będą zobowiązani do uiszczenia jakichkolwiek wynagrodzeń/tantem z tytułu nadań Reklam. Zleceniodawca zobowiązuje się do zaspokojenia roszczeń skierowanych do Zleceniobiorcy lub Nadawcy z tytułu naruszeń praw, o których mowa powyżej (w szczególności refundacji tantem i/lub odszkodowań), wraz z wszelkimi kosztami poniesionymi z tytułu naruszeń.

4. 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.

5. Zleceniobiorca jest uprawniony do zmiany pory emisji spotu wskazanego na Zleceniu w zakresie danego pasma czasowego w sposób niepowodujący zmiany wartości Zlecenia bez konieczności uzyskiwania zgody ze strony Zleceniodawcy.

6. Zleceniobiorca jest uprawniony do zaprzestania emisji Reklamy, w stosunku do której Stowarzyszenie Rada Reklamy zwróci się pisemnie z takim żądaniem na podstawie opinii działającej w ramach Stowarzyszenia Rady Reklamy Komisji Etyki Reklamy. W takim wypadku stosować się będzie odpowiednie postanowienie Zasad dotyczące odwołania Zlecenia.

7. 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.

8. Warunki udzielone Klientowi obowiązują pod warunkiem zawarcia do 31.03.2020r. umowy długoterminowej ze Zleceniobiorcą na emisje w 2020r. reklam w Programie Radiowym, którego dotyczy Zlecenie.

Termin podpisania do:

Data i podpis handlowca

Data i podpis Zleceniodawcy

Zlecenie: **123456/00/A1/AA**

Program Telewizyjny

Zleceniodawca:
Produkt:

lp	Dzień	godz.	typ	Program	pasmo	czas	Identyfikator materiału	uwagi
1	Program	ON	..."	R000000	
2	Program	E	..."	R000002	
3	Program	MD	..."	R000000	
4	Program	DT	..."	R000000	
5	Program	AD	..."	R000000	

Termin podpisania do:

Data i podpis handlowca

Data i podpis Zleceniodawcy

Załącznik nr 4
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programie Radiowym Muzo.fm

Metryka praw autorskich

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

Data ważności praw autorskich

Oświadczenie:

Oświadczam, że posiadamy prawa majątkowe do materiału radiowego nie obciążone prawami osób trzecich, oraz że ponosimy pełną odpowiedzialność w przypadku, jeśli emisja naruszy prawa autorskie osób trzecich oraz w przypadku, jeśli emisja materiału radiowego 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 materiałem 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 radiowy i rozpowszechnia go lub przekazuje innym podmiotom w celu rozpowszechnienia w całości i bez zmian.

.....
(data, podpis i pieczętka Zleceniodawcy)

Uwaga:

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