



WARUNKI WSPÓŁPRACY

- I. **WARUNKI PRZYJMOWANIA MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH**

- II. **ZASADY HANDLOWE**

OBOWIĄZUJĄCE OD DNIA 05 LUTEGO 2012 R.

atmedia

atmedia sp. z o.o.
ul. Bonifraterska 17
00-203 Warszawa

tel. +48 22 24 16 950
fax +48 22 24 16 723
www.atmedia.pl

KRS 0000029930
NIP 526-22-41-428

WSTĘP

Atmedia sp. z o.o. jest spółką prowadzącą działalność na terenie Rzeczypospolitej Polskiej, posiadającą prawo świadczenia usług polegających na emisji reklam w Programach, na mocy stosownych umów z nadawcami i podmiotami mającymi prawa do Programów, uprawnioną do zawierania umów z podmiotami zlecającymi Reklamę.

DEFINICJE I INTERPRETACJE

1. **Atmedia** - atmedia sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, przy ul. Bonifraterskiej 17, 00-203 Warszawa.
2. **Akcja niestandardowa**- Akcje niestandardowe- Usługi inne niż Emisja Reklam polegające na zapewnieniu możliwości bezpośredniej lub pośredniej prezentacji lub promocji towarów, usług lub innych wartości przy pomocy dowolnego rodzaju uzgodnionej formy aktywności, których warunki będą każdorazowo ustalane przez Strony, w szczególności usługa polegająca na produkcji i emisji materiałów potrzebnych do stworzenia akcji niestandardowej.
3. **Reklama** – przekaz (m.in. film reklamowy, billboard sponsorski, formy reklamowe stosowane w Internecie) zmierzający do promocji produktów, usług, popieranym przez niego spraw, idei lub przedsięwzięcia pochodzących od Reklamodawcy w Programach lub w Internecie. Definicja Reklamy na potrzeby niniejszych Zasad Współpracy obejmuje również sponsorowanie, czyli promocję/upowszechnianie produktów, usług, przedsiębiorstwa, znaku towarowego, firmowego bądź innego oznaczenia Reklamodawcy poprzez finansowanie lub współfinansowanie audycji lub innych form telewizyjnych bądź form Internetowych.
4. **Reklamodawca** – podmiot, którego produkt, usługa, popierana przez niego sprawa, idea lub przedsięwzięcie są przedmiotem Reklamy.
5. **Dom mediowy** – podmiot prowadzący działalność gospodarczą polegającą m.in. na zleceniu Reklamy w imieniu własnym, na rzecz Reklamodawców lub w imieniu i na rzecz Reklamodawców.
6. **Klient** – podmiot, z którym Atmedia ma zawartą umowę o współpracy w zakresie emisji reklam, umieszczania reklam na łamach stron internetowych, akcji specjalnych lub w ramach innej działalności Atmedia. Po stronie Klienta może występować jeden, dwa lub więcej podmiotów- wtedy wszystkie zobowiązania Klienta i odpowiedzialność takich podmiotów jest solidarna.
7. **Materiały reklamowe** – wszelkie nośniki Reklamy.
8. **Dzień roboczy** – dni od poniedziałku do piątku w godzinach od 9:00 do 17:00, z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy w Polsce.
9. **Programy** – programy telewizyjne aktualnie znajdujące się w ofercie Atmedia, których wykaz dostępny jest na stronie www.atmedia.pl.

10. **Strony internetowe**- strony internetowe aktualnie znajdujące się w ofercie Atmedia, których wykaz dostępny jest na stronie www.atmedia.pl.
11. **Warunki** – niniejsze warunki przyjmowania materiałów reklamowych, które mogą ulec zmianie.
12. **Umowa o współpracę** – jest to umowa zawierana przez Atmedia z podmiotem trzecim, określająca szczegółowe warunki współpracy w zakresie emisji reklam, umieszczania reklam w Internecie, akcji specjalnych i innej działalności Atmedia. Realizacja Umowy o współpracę następuje najczęściej poprzez złożenie i wykonanie Zleceń.
13. **Zlecenie emisji Reklamy w Programach** – jest to pisemne oświadczenie Reklamodawcy lub Domu mediowego o woli zakupienia usługi Reklamy w Programach, zgodnie z Warunkami, zwane dalej „Zleceniem”. Zlecenie zawierać powinno wszystkie istotne parametry zamawianej usługi, w szczególności takie jak cenę usługi, upusty i rabaty, rodzaj usługi i jej przedmiot. Wzór Zlecenia stanowi Załącznik nr 1 do Warunków.
14. **Zlecenia w zakresie akcji niestandardowych oraz „Deal Memo”**, - jest to pisemne oświadczenie Reklamodawcy lub Domu Mediowego o woli zakupienia usługi reklamowej. Wzór Deal Memo stanowi Załącznik nr 5. Podpisanie jednego z wyżej wymienionych dokumentów jest równoznaczne ze złożeniem zamówienia na przeprowadzenie akcji niestandardowej przez Atmedia.
15. **Zlecenie emisji Reklamy w Internecie** – jest to pisemne oświadczenie Reklamodawcy lub Domu mediowego o woli zakupienia usługi Reklamy w Internecie, zgodnie z Warunkami, zwane dalej „Zleceniem”. Zlecenie zawierać powinno wszystkie istotne parametry zamawianej usługi, w szczególności takie jak cenę usługi, upusty i rabaty, rodzaj usługi i jej przedmiot. Wzór Zlecenia stanowi załącznik nr 2 do Warunków.
16. **Zlecenie inne -dotyczy innej działalności Atmedia**.
17. **Zlecenie**- obejmuje zarówno Zlecenie emisji Reklamy w Programach i Internecie jak i zleceń w zakresie akcji niestandardowych (Deal Memo).
18. **Zamawiający/Zlecający** – podmiot składający Zlecenie.
19. **GRP** – wskaźnik określający widownię jednego filmu reklamowego, wyrażany w punktach ratingowych, przy czym jeden punkt ratingowy oznacza 1% widowni danego filmu reklamowego w danej grupy docelowej. Ustalenie widowni danego filmu reklamowego i ogólnej liczby osób w danej grupie docelowej określane jest w oparciu o badania telemetryczne prowadzone przez Nielsen Audience Measurement (dawniej AGB Nielsen Media Research) z dokładnością do 6 (słownie: sześciu) cyfr po przecinku.
20. **CPM (Cost Per Mille)** – model kampanii reklamowej zlecanej w internecie, w którym Reklamodawca ponosi wynagrodzenie za 1000 odsłon danej Reklamy.
21. **CPC (Cost Per Click)** – model sprzedaży reklamowej w Internecie, w którym wynagrodzenie opiera się na liczbie kliknięć Internautów na daną Reklamę. Liczba kliknięć może być ustalona przed rozpoczęciem kampanii (zakup ustalonej w Zleceniu liczby „klików”) lub po jej zakończeniu (zapłata za wykonane „kliki”).
22. **FF (Flat Fee)** – model kampanii polegający na emisji Reklamy w określonym przedziale czasowym w określonym miejscu Produktu Reklamowego. Należność za emisję w ramach Zlecenia obliczana jest według zasad indywidualnie ustalonych z Reklamodawcą.

23. **Emisja Reklam** – obejmuje zarówno nadanie Reklamy w Programie, umieszczenie Reklamy w Internecie jak i umieszczanie lub emisję reklam w innych mediach reprezentowanych przez Atmedia.
24. **Nadawca** – podmiot, który tworzy i rozpowszechnia (lub przekazuje innym podmiotom do rozpowszechnienia) program telewizyjny.
25. **Wydawca witryn** – podmiot który tworzy i rozpowszechnia witryny (strony pod określonymi adresami www) w sieci Internet.

WARUNKI PRZYJMOWANIA MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH

I. Dostarczenie i przyjęcie Materiałów reklamowych

1. Emisja Reklamy uzależniona jest od dostarczenia do Atmedia przez Klienta Materiałów reklamowych zgodnych z „Wymaganiami technicznymi” dla producentów reklam oraz agencji współpracujących z Atmedia, które stanowią Załączniki nr 3 (wymagania techniczne TV) oraz nr 4 (wymagania techniczne Internet) do niniejszych Warunków („Wymagania Techniczne”). Materiały reklamowe zgodne z „Wymaganiami technicznymi” zostaną wyemitowane, jeżeli emisja zawartych w nich treści nie naruszy obowiązującego w Polsce ani w miejscu nadawania Programów prawa, w tym przede wszystkim ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, ustawy o znakach towarowych, ustawy o Radiofonii i Telewizji, Europejskiej Konwencji o Telewizji Transgranicznej sporządzonej w Strasburgu dnia 5 maja 1989 r. oraz udzielonych nadawcy Programów koncesji i zezwoleń, ani żadnych dóbr osób trzecich oraz dobrych obyczajów i zasad etyki obowiązujących w reklamie.

Nadawca Programu lub Wydawca witryn może również decydować o przyjęciu Reklamy w oparciu o własne zasady przyjmowania materiałów reklamowych dostępne u Nadawców oraz Wydawców.

Zasady przyjmowania materiałów reklamowych Atmedia są opublikowane na stronie internetowej www.atmedia.pl. Nadawca Programu oraz Wydawca witryn ma prawo odmówić Emisji, jeśli uzna, że treść Reklamy szkodzi jego interesom.

2. Klient zobowiązany jest na swój koszt oraz w terminie wskazanym przez Atmedia dostarczyć Materiały reklamowe do siedziby Atmedia lub do innego miejsca przez Atmedia wskazanego. Jeżeli materiały reklamowe nie zostaną dostarczone w wyznaczonym terminie, Atmedia mogą nie zrealizować Emisji zachowując pełne prawo do wynagrodzenia. Klientowi nie przysługuje żadne roszczenie odszkodowawcze z tego tytułu.
3. Jeżeli dostarczone do Atmedia Materiały reklamowe nie mogą zostać wyemitowane z przyczyn technicznych, programowych (w tym przyjętej przez Nadawcę Programów lub Wydawcę witryn koncepcji Programu lub strony internetowej) lub ich Emisja naruszałaby przepisy prawa lub zasady, o których mowa w ust. 1 pkt 1, Atmedia poinformują o tym fakcie Klienta. Atmedia zobowiązane są zawiadomić Klienta o przyczynie nieprzyjęcia Materiałów reklamowych/odmowie Emisji Reklamy.

W takim przypadku Atmedia wraz z Klientem ustalą zgodnie późniejszy termin Emisji. Klient zobowiązany jest w takim przypadku dostarczyć do Atmedia na własny koszt wolne od wad Materiały reklamowe w terminie wskazanym przez Atmedia. Z tytułu ponownego przekazania przez Atmedia Materiałów reklamowych do Nadawców bądź Wydawcy witryny, Klient zobowiązany jest zapłacić Atmedia za każde zlecenie kwotę w wysokości 100,00 zł (słownie: sto złotych) +VAT.

4. Jeżeli Atmedia nie przyjmą Materiałów reklamowych z powodów określonych w ust. I pkt 3, Atmedia mogą, po uzgodnieniu z Klientem, Wyemitować Reklamę wcześniej Emitowaną dla danego Klienta lub w przypadku braku porozumienia nie zrealizować Emisji zachowując w obydwu przypadkach pełne prawo do wynagrodzenia. Klientowi nie przysługuje żadne roszczenie odszkodowawcze z tego tytułu.
5. Po przyjęciu Materiałów reklamowych przez Atmedia, Atmedia zachowują prawo do zaprzestania Emisji, jeżeli wady, o których mowa w ust. I pkt 3, Atmedia wykryją w późniejszym czasie oraz w innych sytuacjach określonych w Warunkach.
6. Klient zobowiązany jest do dostarczenia Materiałów reklamowych dotyczących Reklamy w Internecie najpóźniej na 3 Dni robocze przed planowaną Emisją oraz 5 dni roboczych w przypadku Rich Media. W tym samym terminie Klient zobowiązany jest określić wersję Reklamy, która ma być emitowana, jeśli Atmedia otrzymały wcześniej Materiały reklamowe od Klienta. W przypadku projektów specjalnych jest tworzony indywidualny harmonogram dostarczenia materiałów i ich akceptowania obowiązujący obydwie strony.
7. Atmedia zastrzegają sobie prawo do dodatkowego oznaczenia Reklamy słowami: „reklama”, „ogłoszenie płatne”, „sponsor”, „link sponsorowany” lub innymi o podobnym charakterze. Reklamy przeznaczone do emisji w Internecie dostarczane są do Atmedia za pośrednictwem poczty elektronicznej na adresy online@atmedia.pl, lub inny wskazany przez Atmedia. Przesłane pliki powinny zostać nazwane wg zasady: Klient_kampania_nazwaformatu_wymiarformatu

II. Prawa osób trzecich i odpowiedzialność

1. Klient zobowiązany jest do nabycia przed datą Emisji Reklamy i utrzymania w trakcie trwania Emisji wszystkich autorskich praw majątkowych do wszelkich utworów wykorzystywanych i zawartych w Materiałach reklamowych oraz pokrewne prawa majątkowe artystów wykonawców, w zakresie niezbędnym do przygotowania i wykonania odpowiednio nadania Reklamy w przekazie bezprzewodowym zarówno satelitarnym jak i naziemnym oraz kablowym (analogowym bądź cyfrowym) oraz rozpowszechniania Reklamy w Internecie.
2. W zakresie niezbędnym do wykonania Umowy, Klient udziela Atmedia licencji na korzystanie z utworów i artystycznych wykonania, o których mowa w ust. II pkt 1, na terytorium państw objętych Emisją, na następujących polach eksploatacji: (i) utrwalanie, (ii) zwielokrotnianie, (iii) nadawanie naziemne przy pomocy wizji i fonii, (iv) nadawanie satelitarne, (v) rozprowadzanie w sieciach telewizji kablowych (vi) rozpowszechnianie w Internecie. Atmedia w celu wykonania Umowy na wskazanych powyżej polach eksploatacji może udzielać dalszych licencji na korzystanie z utworów i artystycznych wykonania, o których mowa w ust. II pkt 1.

3. Klient zobowiązuje się do dostarczania Atmedia wraz z nośnikami dostarczanych do emisji materiałów reklamowych telewizyjnych metryk zawierających dane dotyczące praw autorskich. Metryki będą zawierały dane wymagane w powyższym zakresie przez organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i pokrewnymi od nadawców programów telewizyjnych- oświadczenia o posiadaniu prawa na dobrach niematerialnych (autorskie, pokrewne, wynalazcze, na znakach towarowych lub wzorcach zdobniczych i inne) do dostarczonej Reklamy oraz prawa do posługiwania się użytymi w dostarczonych Materiałach reklamowych informacjami, danymi, fragmentami utworów, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorcami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot ochrony prawnej w zakresie niezbędnym do Emisji w Programach. Ponadto uznaje się, iż wraz z dostarczeniem Materiału reklamowego zaopatrzonego w metryczkę (tj. formularz zawierający dane o Materiale reklamowym), Klient zapewnia, iż przysługują mu powyższe prawa.
4. Klient przyjmuje do wiadomości, iż w razie nie wypełnienia wszystkich wymaganych pól metryki, Atmedia ma prawo nie wyemitować materiałów reklamowych dostarczonych przez Klienta, zachowując prawo do wynagrodzenia. Wzór metryki stanowi załącznik_08_at_media_mertyczka.
5. Klient zobowiązuje się, że materiały reklamowe dostarczane Atmedia do emisji będą spełniały wymagania przewidziane prawem miejsca nadawania Programu i będą zgodne z obowiązującymi w Polsce przepisami prawa, w tym w szczególności z przepisami dotyczącymi reklamy, prawem autorskim oraz dobrymi obyczajami i zasadami współżycia społecznego oraz nie będą naruszać dóbr osobistych Atmedia, Nadawcy, Wydawcy witryn lub osób trzecich. Klient ponosi pełną odpowiedzialność wobec wyżej wymienionych podmiotów za treść i formę materiałów reklamowych i jednocześnie gwarantuje, że emisja dostarczonych Atmedia materiałów reklamowych nie naruszy praw osób trzecich, oraz że żadne osoby trzecie nie będą występowały w stosunku do Atmedia, Nadawcy Programu lub Wydawcy Witryn z jakimikolwiek roszczeniami w związku z Emisją Reklamy.
6. Klient zobowiązuje się, że jeżeli Atmedia, Nadawca, producent Programu lub Wydawca witryn poniesie jakąkolwiek szkodę, nałożona zostanie na niego jakakolwiek grzywna, utraci zezwolenie lub koncesję związaną z jego działalnością na skutek tego, że Reklama jest sprzeczna z przepisami prawa (w tym powołanymi w ust. 1 pkt 1) lub narusza chronione prawem dobra osób trzecich, Klient zapłaci odpowiednio Atmedia, Nadawcy, producentowi Programu lub Wydawcy witryn odszkodowanie w pełnej wysokości, obejmujące wszystkie koszty, wydatki, straty i utracone korzyści.
7. W przypadku, gdy zostaną przeciwko Atmedia lub Nadawcy Programu lub Wydawcy witryny skierowane roszczenia związane z naruszeniem przez Klienta zobowiązań, o których mowa powyżej lub związanych z niedostarczaniem informacji określonych w metrykach lub oświadczeniach, o których mowa powyżej, na skutek których Atmedia lub Nadawca Programu lub Wydawca witryny celem zadośćuczynienia tymże roszczeniom, byłby zobowiązany ponieść jakiegokolwiek koszty, Klient zobowiązany będzie pokryć poniesione przez Atmedia lub Nadawcę Programu lub Wydawcę witryny udokumentowane koszty, pod warunkami i na zasadach określonych poniżej. Bezwłocznie po powzięciu wiadomości przez Atmedia o wniesieniu roszczeń, o których mowa powyżej, Atmedia poinformuje klienta o tym fakcie udzielając wszelkich informacji, które, w opinii Klienta mogą być użyteczne oraz umożliwiając Klientowi wzięcie udziału w toczących się negocjacjach i postępowaniu.

Niezależnie od powyższego, Atmedia może podjąć działania, które w jej opinii mogą zmierzać do zminimalizowania wielkości odszkodowań, żądań, kar i wszelkich innych kosztów i wydatków związanych z roszczeniami, o których mowa w zdaniu pierwszym powyżej. Ponadto, postanawia się, że zobowiązanie Klienta do zwrotu Atmedia, Nadawcy Programu, lub Wydawcy Witryny kosztów związanych z ww. roszczeniami dotyczy wyłącznie roszczeń stwierdzonych prawomocnym wyrokiem sądowym albo ugodą zawartą za zgodą Klienta. Ponadto w przypadku wystąpienia przez jakiegokolwiek podmiot przeciwko Atmedia lub Nadawcy Programu lub Wydawcy witryny z roszczeniami wynikającymi z naruszenia praw, o których mowa w niniejszym paragrafie, o ile będzie to możliwe w świetle obowiązujących przepisów, Klient zobowiązuje się przystąpić do sprawy i zwolnić wyżej wymienione podmioty z odpowiedzialności. W przypadku jakichkolwiek postępowań przeciwko Atmedia, Nadawcy, producentowi Programu lub Wydawcy witryn, Klient zobowiązany jest na swój koszt współpracować odpowiednio z każdym z podmiotów, o których mowa w ust 1 i 2 dostarczyć wszelkich informacji i dokumentów, zgodnie z żądaniem wymienionych powyżej podmiotów, by zapewnić ich najlepszą obronę.

8. Klient przyjmuje do wiadomości, że ostateczna decyzja w sprawie emisji materiałów reklamowych podejmowana jest przez nadawcę Programu lub Wydawcę witryny. Atmedia, Nadawcy Programu oraz Wydawcy witryny przysługuje prawo do odmowy lub wstrzymania emisji dostarczonych materiałów reklamowych, których treść jest niezgodna z obowiązującymi przepisami prawa, w szczególności i narusza postanowienia powyżej, bez ponoszenia z tego tytułu jakiegokolwiek odpowiedzialności wobec Klienta i Reklamodawcy.
9. Atmedia są uprawnione do wstrzymania Emisji Reklamy w związku z którą zostały wniesione jakiegokolwiek roszczenia, nie ponosząc z tego tytułu odpowiedzialności odszkodowawczej względem Domu mediowego lub Reklamodawcy oraz zachowując pełne prawo do wynagrodzenia.
10. Klient przyjmuje do wiadomości, że przekaz satelitarny może umożliwić odbiór Programów, w tym umieszczonej w nich Reklamy, na terytoriach kilku państw.
11. Atmedia ponoszą odpowiedzialność za nie dojdzie do skutku Emisji Reklamy, z wyłącznej winy Atmedia. W takiej sytuacji Atmedia nie przysługuje umówione wynagrodzenie, odpowiedzialność Atmedia w pozostałym zakresie jest wyłączona. W celu uniknięcia wątpliwości Atmedia w szczególności nie ponoszą odpowiedzialności za nie dojdzie do skutku Emisji Reklamy z powodu siły wyższej w tym w szczególności z powodu awarii sieci telewizyjnej i telekomunikacyjnej lub innych zakłóceń w funkcjonowaniu sieci internetowej lub telewizyjnej.
12. W przypadku, gdy po stronie Klienta będą występować dwa lub więcej podmioty, odpowiedzialność wszystkich tych podmiotów w zakresie opisanym w punkcie 1-11 powyżej będzie solidarna.

III. Odpowiedzialność za Materiały reklamowe

1. Atmedia dołożą należytej staranności w zakresie sprawowania pieczy nad dostarczonymi jej Materiałami reklamowymi. Atmedia nie ponoszą jednak odpowiedzialności za utratę albo zniszczenie Materiałów reklamowych.

2. Po zakończeniu emisji lub w sytuacji, w której Atmedia zdecydują się w sytuacjach opisanych w „Warunkach”, na odstąpienie od Emisji Reklamy, Atmedia mogą zniszczyć Materiały reklamowe po upływie 3 miesięcy od daty podjęcia decyzji o odstąpieniu od Emisji Reklamy lub od daty wykonania ostatniej Emisji, jeśli nie otrzymają od Klienta Zlecenia na kolejną Emisję Reklamy. Termin, o którym mowa powyżej może zostać wydłużony w drodze umowy. Na wyraźny wniosek Klienta, Atmedia mogą zwrócić mu na jego koszt dostarczone uprzednio Materiały reklamowe, o ile nie zachodzą okoliczności wskazane w ust. III pkt 2.

ZASADY HANDLOWE

I. Umowy o współpracę

1. Umowy dotyczące emisji reklamy z Atmedia mogą być zawierane w następującej formie:
 - a) Umów o współpracę, zawieranych na czas określony - nie krótszy niż 12 miesięcy, dotyczących Emisji Reklamy Lub umieszczania reklam w internecie Umowy takie mogą dotyczyć zarówno obu lub tylko jednej z dwóch form Reklamy określonych w Warunkach. Realizacja umów o współpracy będzie następowała na podstawie zleceń emisji materiału reklamowego lub zleceń emisji Reklamy w Internecie.
 - b) Zleceń emisji Reklamy w Programach.
 - c) Zleceń emisji Reklamy w Internecie.
 - d) Zleceń w zakresie akcji niestandardowych oraz Deal Memo, którego wzór określa Załącznik nr 5.
2. Przy zawieraniu Umowy o współpracy lub Zlecenia emisji Reklamy w Programach i Internecie, podmioty wskazane w ust. I pkt 2, mające siedzibę lub miejsce zamieszkania na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zobowiązane są dołączyć następujące dokumenty:
 - a) aktualny odpis z właściwego rejestru albo aktualne zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej lub inny dokument, z którego wynika forma prawna działalności Klienta i sposób jego reprezentacji,
 - b) pełnomocnictwo udzielone przez podmiot, gdy umowa podpisywana jest na rzecz tego podmiotu kiedy zakres reprezentacji nie wynika ze złożonego dokumentu rejestrowego lub umowy pomiędzy Domem Mediowym a Reklamodawcą. Pełnomocnictwo musi być opatrzone imienną pieczęcią osoby udzielającej pełnomocnictwa, pod rygorem odmowy zawarcia umowy. Wzór pełnomocnictwa w wersji polskiej i angielskiej stanowi Załącznik nr 6 do niniejszych Warunków Współpracy
 - c) inny dokument urzędowy, który określa osoby upoważnione do składania oświadczeń woli w imieniu Reklamodawcy,
 - d) zaświadczenie o nadaniu numeru statystycznego REGON podmiotowi gospodarczemu, dla którego taki obowiązek wynika z przepisów prawa,

- e) informację dotyczącą numeru NIP,
 - f) odpowiednie koncesje, zezwolenia lub licencje, jeżeli obowiązek ich posiadania wynika z przepisów prawa.
3. Przy zawieraniu Umowy o współpracy lub Zlecenia emisji Reklamy w Programach i Internecie, podmioty wskazane w ust. 1 pkt 2, mające siedzibę lub miejsce zamieszkania poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, zamiast dokumentów, o których mowa w ust. 1 pkt 3, składają certyfikat rezydencji oraz jego tłumaczenie na język polski przez tłumacza przysięgłego lub inny równoważny dokument, w przypadku podmiotów spoza Unii Europejskiej. Certyfikat Rezydencji traci aktualność po upływie roku od daty wystawienia i musi zostać zastąpiony nowym certyfikatem.
 4. Dokumenty, o których mowa w ust. 1 pkt 3 oraz w ust. 1 pkt 4, wymagają każdorazowej aktualizacji w przypadku zmian zawartych w nich danych, w szczególności dotyczących formy prawnej działalności Klienta i sposobu jego reprezentacji.
 5. W przypadku zawierania kolejnej Umowy o współpracy z Atmedia nie mają obowiązku żądania dokumentów, o których mowa w ust. 1 pkt 3, o ile zachowana jest ich aktualność. W takiej sytuacji Klient obowiązany jest złożyć pisemne oświadczenie o aktualności danych zawartych w tych dokumentach.
 6. Dokumenty, o których mowa w ust. 1 pkt 3 oraz w ust. 1 pkt 4, muszą być przedłożone w formie oryginału lub kserokopii poświadczonej za zgodność z oryginałem przez osobę uprawnioną do reprezentowania Klienta.
 7. Reprezentowanie Reklamodawcy przez pełnomocnika lub zawarcie Umowy o współpracy przez Dom mediowy działający w imieniu własnym na rzecz Reklamodawcy, uzależnione jest od złożenia oryginału pełnomocnictwa, upoważnienia lub umowy pomiędzy Reklamodawcą a Domem mediowym oraz dokumentów, o których mowa w ust. 1 pkt 3 oraz w ust. 1 pkt 4, dotyczących zarówno Reklamodawcy jak i Domu mediowego/pełnomocnika.
 8. Podmioty wskazane w ust. 1 pkt 2, zobowiązane są do niezwłocznego informowania o zmianach w sposobie reprezentacji, formie prawnej prowadzonej działalności gospodarczej, czy kapitale zakładowym.

II. Zlecenie Reklamy w Programach

1. Emisja Reklamy w Programach odbywa się na podstawie Umowy o współpracę. Jej realizacja następuje poprzez złożenie i wykonanie Zleceń.
2. Zlecenie uważa się za złożone w sytuacji, gdy egzemplarz Zlecenia podpisany przez Zamawiającego, osobę lub osoby upoważnione do reprezentowania Reklamodawcy, zostanie odesłany Atmedia w terminie wskazanym w cenniku Atmedia na dany miesiąc.
3. Zlecenie powinno zawierać w szczególności następujące istotne postanowienia:
 - a) przedmiot filmu reklamowego tj. reklamowany produkt (towar) lub usługę
 - b) czas trwania kampanii reklamowej
 - c) wartość kampanii reklamowej

- d) długość filmu reklamowego
 - e) ilość GRP lub liczbę spotów
 - f) Programy/pakiety, w których film reklamowy ma zostać wyemitowany.
4. Przyjmowane będą jedynie Zlecenia złożone na standardowych (należyście wypełnionych) formularzach, dostępnych na www.atmedia.pl, których wartość wynosi co najmniej 7.000 zł (słownie: siedem tysięcy złotych). W przypadku gdy dwa lub więcej Zleceń obejmuje jedną kampanię reklamową (tj. dotyczą tego samego materiału reklamowego i nie następuje przerwa w emisji reklam dłuższa niż jeden tydzień), kwota Zleceń będzie traktowana łącznie. Ograniczenie wskazane w zdaniu pierwszym niniejszego ustępu nie ma zastosowania w sytuacji, gdy Zlecenie dotyczy Materiałów reklamowych emitowanych w tych samych Programach, których dotyczy Zlecenie, w okresie 12 miesięcy poprzedzających dzień złożenia Zlecenia.
 5. Do składanego Zlecenia Zamawiający zobowiązany jest dołączyć – w zależności od statusu Zamawiającego – dokumenty, o których mowa w ust. 1 pkt 3 (chyba, że dokumenty te są już złożone w Atmedia i Atmedia dysponują aktualnymi ich wersjami).
 6. Briefy na kampanie reklamowe przyjmowane są zgodnie z terminami podanymi w cenniku Atmedia publikowanym na stronie internetowej. Po tym terminie Atmedia mają prawo odmówić wystawienia Zlecenia.
 7. Atmedia zastrzega sobie prawo dodania lub usunięcia programu do lub z zamówionego zlecenia złożonego na pakiety Atmax, Atmax select, Amax young, Atyoung, Atmax kids, Atkids bez informacji o takiej zmianie.

III. Cena Emisji a czas Emisji w Programach

1. Cenniki Emisji/GRP filmów reklamowych publikowane są przez Atmedia dla filmów reklamowych o długości 30 sekund. Dla innych długości filmów reklamowych cena Emisji będzie obliczana jako iloczyn ceny 30 sekundowego filmu reklamowego i odpowiedniego mnożnika ceny, tj.:
 - do 5 sek. 0,40
 - od 6 do 10 sek. 0,55
 - od 11 do 15 sek. 0,70
 - od 16 do 20 sek. 0,90
 - od 21 do 30 sek. 1,00
 - od 31 do 45 sek. 1,50
 - od 46 do 60 sek. 2,00
 - powyżej 60 sek. 2,00 + 0,50 za każde rozpoczęte 15 sek.
2. Dla kilku filmów reklamowych połączonych w jedną formę reklamową cena będzie kalkulowana za każdy z nich oddzielnie.

IV. Dopłaty

1. Do cen emisji dolicza się następujące dopłaty:

- a) dopłata za umieszczenie filmu reklamowego na określonej pozycji w bloku reklamowym
Za umieszczenie filmu reklamowego na wskazanym miejscu w bloku reklamowym Atmedia doliczają do ceny emisji:
- 15% za pierwszą i/lub drugą pozycję w bloku reklamowym,
 - 15% za ostatnią i/lub przedostatnią pozycję w bloku reklamowym,
 - 5% za każdą inną, wskazaną przez Klienta.
- b) dopłata za umieszczenie w filmie reklamowym dwóch lub więcej towarów, usług bądź innych Reklamodawców:
- Umieszczanie w filmie reklamowym więcej niż jeden produkt tego samego Reklamodawcy wiąże się z dopłatą w wysokości 10%.
 - Umieszczanie w filmie reklamowym reklamy produktu innego Reklamodawcy niż dotyczy reklama, wiąże się z dopłatą w wysokości 20%.
- c) umieszczenie w filmie reklamowym znaku towarowego lub logo innego podmiotu
Dopłata za umieszczenie w filmie reklamowym oznaczenia znaku towarowego bądź logo innych podmiotów, w tym m. in. podmiotów z grupy środków masowego przekazu, wiąże się z dopłatą do ceny emisji i wynosi 5% za każdą ekspozycję, nie więcej jednak niż 20%.
- d) Dopłata emisyjna:
Dopłata emisyjna, za obsługę Atmedia, naliczana jest w wysokości 170 zł (plus VAT) do każdego zamówienia. Dla zamówień o wartości mniejszej niż 20 000 zł (netto) dopłata wynosi 90 zł (plus VAT). Kwota dodawana będzie do każdej faktury VAT, za zlecenie. Pojedyncze zlecenie może być wystawione tylko na jedną długość spotu.

2. Jeżeli Klient po zawarciu Umowy wystąpi do Atmedia z wnioskiem o dokonanie zmiany, a zmiana nastąpi poprzez:

- a) zamianę Materiałów reklamowych lub
b) zmianę długości spotu lub
c) zmianę dni albo pory emisji, w tym na skutek niedostarczenia Materiałów reklamowych w ustalonym terminie lub
d) zmianę Programu, w którym ma być Emitowana Reklama,

Atmedia mogą wyrazić zgodę na zaproponowane zmiany, za dodatkową opłatą w wysokości 500,00 zł dla każdego zlecenia (słownie: pięćset złotych) + VAT. Zgoda jest dodatkowo uwarunkowana pisemnym zgłoszeniem zmiany na formularzu zmiany Zlecenia, stanowiącym Załącznik nr 7 oraz terminowym spełnieniem wszelkich innych wymogów związanych z tą zmianą, określonych w niniejszych Warunkach.

V. Formy sprzedaży

1. Sprzedaż cennikowa

Sprzedaż cennikowa to forma sprzedaży, w której ceny emisji filmów reklamowych uzależnione są od pory emisji wybranego bloku reklamowego w Programie. Cennik jest ustalany i ogłaszany nie później niż do 10 dnia miesiąca poprzedzającego jego obowiązywanie. W przypadku sprzedaży cennikowej o wyborze Programów oraz pór emisji filmu reklamowego decyduje Zamawiający.

2. Pakiety spotów

Pakiety spotów to forma sprzedaży, w której cena ustalona zostaje za konkretną liczbę emisji (spotów) w danym Programie.

Cennik dla Pakietów spotów na dany miesiąc ogłaszany jest w cenniku Atmedia i publikowany na stronie internetowej. W przypadku sprzedaży pakietów spotów o wyborze Programów oraz bloków reklamowych decyduje Zamawiający. Cena cennikowa pakietów spotów pomniejszana jest o rabat Klienta ustalany w wyniku indywidualnych negocjacji.

3. Pakiety GRP

a) Pakiety GRP to forma sprzedaży, w której cena zostaje ustalona dla jednego punktu GRP w wybranej przez Zamawiającego grupie docelowej widzów, tj. All 4-12, All 13-29 lub All 16-49. W przypadku sprzedaży Pakietów GRP: Atmax, Atmax select, Atmax young, Atyoung, Atmax kids, Atkids o wyborze Programów oraz pór emisji filmu reklamowego decydują Atmedia. Z uwagi na charakter emisji filmu reklamowego rozliczanych według GRP Atmedia nie przedstawiają planu emisji (tj. dokładnego czasu i pory emisji filmu reklamowego).

b) Pakiety GRP oraz ich grupy rozliczeniowe są publikowane na stronie www.atmedia.pl

c) Dla Klienta ustalana jest cena 1 punktu GRP (CPP) dla pakietów podstawowych Atmax, Atmax young, Atmax kids. Ceny pozostałych pakietów – Atmax select, Atwomen, Atmothers, Atmen, Atbusiness, Atcities, Atyour target, Atsingle, Atyoung, Atyoung single, Atkids, Atkids single są wynikowe; relacje pomiędzy pakietami podstawowymi, a pozostałymi pakietami są identyczne dla wszystkich Klientów i są publikowane na stronie www.atmedia.pl.

d) Dla pakietów Atmax, Atmax young, Atmax kids ustala się bazową cenę zakupu 1 GRP 30" obowiązującą w tzw. Paśmie OFF, definiowanego jako emisje w godzinach 00:00-17:59 i 23:00-23:59 oraz cenę dla zakupu 1 GRP 30" obowiązującą w tzw. Paśmie PRIME, definiowanego jako emisje w godzinach 18:00-22:59, o ile cennik nie podaje innych przedziałów godzinowych.

e) Ustalona bazowa cena dla każdego pakietu indeksowana jest o odpowiedni wskaźnik sezonowości, ustalony osobno dla każdego miesiąca (średnia z indeksów miesięcznych wynosi 1,00). Indeks cen dla poszczególnych miesięcy jest stały dla wszystkich Klientów Atmedia. Tabele indeksacji są dostępne na stronie www.atmedia.pl.

f) Zlecenie emisji reklamy rozliczane według GRP nie może być zawarte na okres krótszy niż 14 dni, o ile Atmedia nie wyrażą zgody.

g) Atmedia rozliczą kampanię reklamową po obliczeniu zrealizowanego GRP (tj. rzeczywiście dostarczonego). Jeżeli ilość dostarczonych GRP będzie niższa od zleconych, kampania rozliczana

- będzie po rzeczywiście dostarczonych GRP. Jeśli ilość dostarczonych GRP będzie wyższa od zamówionych, AtMedia rozliczy kampanię wg GRP zleconych.
- h) W przypadku demograficznych pakietów GRP: Atwomen, Atmothers, Atmen, Atbusiness, Atcities, Atyour target) lista programów wchodząca w skład poszczególnych pakietach będzie publikowana wraz z publikacją cennika. W przypadku, gdy któryś z programów zakończy nadawanie, Atmedia daje sobie prawo do wprowadzenia do pakietu nowego programu.
4. W kampaniach dziecięcych Klientowi przysługuje rabat za wyłączność konkurencyjną w wysokości 20% od ceny CPP. Rabat przysługuje w wypadku nie korzystania w kampanii z innych niż oferowanych przez Atmedia stacji dziecięcych. Rabat nie obowiązuje w kampaniach produktów HFSS reklam suplementów diety. Deklaracja dotycząca wyłączności konkurencyjnej musi być złożona razem ze Zleceniem. Rabat nie jest naliczany wstecz. Rabat dotyczy kampanii GRP oraz spotowych.
 5. Lista Programów wchodzących w skład wszystkich pakietów GRP z oferty Atmedia oraz lista stacji sprzedawanych według zasad cennika oraz pakietów spotów publikowana jest wraz z publikacją cenników oraz pakietów spotów.
 6. Dom mediowy ponosi pełną odpowiedzialność względem Atmedia z tytułu zobowiązań wynikających z Umowy, w tym odpowiedzialność za terminowe uiszczenie wynagrodzenia za świadczenie usług reklamowych, niezależnie od tego czy Dom mediowy złożył Zlecenie działając w imieniu i na rzecz Reklamodawcy, czy w imieniu własnym na rzecz Reklamodawcy. Poprzez złożenie Zlecenia Dom mediowy przyjmuje powyżej opisaną odpowiedzialność.

VI. Zlecenie Reklamy w Internecie

Atmedia prowadzą działalność w zakresie emisji Reklam w pakietach witryn oraz na pojedynczych witrynach. Zasady w tym względzie, w szczególności dostępne w sprzedaży pakiety witryn publikowane są na stronie internetowej www.atmedia.pl.

1. Umieszczanie Reklam w Internecie odbywa się na podstawie Umowy o współpracę. Ich realizacja następuje poprzez złożenie i wykonanie Zleceń dot. Reklamy w Internecie.
2. Zlecenie uważa się za złożone w sytuacji, gdy egzemplarz Zlecenia podpisany przez Klienta zostanie odesłany Atmedia w terminie 2 dni roboczych od dnia przesłania przez Atmedia Zlecenia do Klienta, jednak nie później, niż piątego dnia roboczego przed pierwszą emisją Reklamy ze Zlecenia.
3. Zlecenie powinno zawierać w szczególności następujące istotne postanowienia:
 - przedmiot Reklamy w Internecie tj. reklamowany produkt (towar) lub usługę
 - czas trwania kampanii reklamowej
 - wartość kampanii reklamowej
4. Przyjmowane będą jedynie Zlecenia złożone na należycie wypełnionych formularzach. W przypadku gdy dwa lub więcej Zleceń obejmuje jedną kampanię reklamową (tj. dotyczą tego samego Materiału reklamowego i

atmedia

atmedia sp. z o.o.
ul. Bonifraterska 17
00-203 Warszawa

tel. +48 22 24 16 950
fax +48 22 24 16 723
www.atmedia.pl

KRS 0000029930
NIP 526-22-41-428

nie następuje przerwa w umieszczaniu Reklam w Internecie dłuższa niż jeden tydzień), kwota Zleceń będzie traktowana łącznie.

5. Do składanego Zlecenia Klient zobowiązany jest dołączyć – w zależności od statusu Klienta – dokumenty, o których mowa w ust. 1 pkt 3 (chyba, że dokumenty te są już złożone w Atmedia i Atmedia dysponują aktualnymi ich wersjami).
6. W przypadku umieszczania Reklam w Internecie, w ramach każdego z pakietów, o wyborze poszczególnych stron internetowych, na których umieszczanie będą Reklamy w Internecie oraz o liczbie odsłon na poszczególnych stronach decydują Atmedia. Lista dostępnych pakietów publikowana jest na stronie www.atmedia.pl
7. Umieszczanie Reklam w Internecie odbywa się zgodnie z kolejnością przyjęcia Zleceń przez Atmedia.
8. W przypadku, gdy Klient w ramach usługi umieszczania Reklam w Internecie zleci Atmedia opcje niestandardowe (np. targetowanie, capping, itp.) stosuje się dopłaty zgodnie z cennikiem zamieszczonym na www.atmedia.pl.
9. Sprzedaż usług emisji Reklam prowadzona jest według następujących modeli CPM: według liczby emisji (wyświetleń), CPC według liczby kliknięć w przypadku wolnych zasobów oraz na czas trwania kampanii.
10. Metoda sprzedaży CPM, tj. według liczby emisji (wyświetleń) polega na wycenie usług emisji Reklam na podstawie liczby odsłon zamówionej przez Reklamodawcę. Należność za emisje Reklam w ramach Zlecenia obliczana jest jako iloczyn CPM publikowanego w Cenniku obowiązującym na dany okres emisyjny oraz zamówionej liczby tysięcy odsłon Reklamy.
11. Wycena Zlecenia dokonywana jest w następujący sposób:
CPM opublikowane w Cenniku obowiązującym na dany okres emisyjny powiększane jest o opłaty dodatkowe wynikające z Cennika. Tak obliczona wartość zostaje obniżona o przysługujące Klientowi rabaty. Każdy kolejny rabat obliczany jest od kwoty pozostałej po odjęciu rabatu poprzedzającego, przy czym jako ostatni naliczany jest rabat Klienta. Wartość powstała po odjęciu rabatów mnożona jest przez liczbę tysięcy odsłon Reklamy i stanowi wartość netto Zlecenia. Wartość netto Zlecenia powiększana jest o należny podatek VAT.
12. Metoda sprzedaży CPC, tj. według liczby kliknięć, polega na wycenie usług emisji Reklam na podstawie liczby kliknięć internautów na Reklamę. Należność za emisje Reklam w ramach Zlecenia obliczana jest według zasad indywidualnie ustalonych z Klientem. Kreacja w kampaniach rozliczanych w modelu CPC powinna nakłaniać do kliknięcia w reklamę (charakterze tak zwana reklama „call to action”) oraz musi zostać zaakceptowana przez Atmedia. Przy kampanii CPC trwającej dłużej niż 2 tygodnie konieczna jest przygotowanie dodatkowej kreacji, która zostanie wykorzystana do kontynuowania kampanii po tym okresie.
13. Metoda sprzedaży na czas polega na emisji Reklamy w określonym przedziale czasowym w określonym miejscu wybranych ofert internetowych. Lista dostępnych w sprzedaży ofert publikowana jest na stronie www.atmedia.pl. Należność za emisje Reklam w ramach Zlecenia obliczana jest według zasad indywidualnie ustalonych z Klientem. Miejsce emitowania reklamy w określonym przedziale czasowym jest wyznaczane indywidualnie dla wybranych witryn.

VII. Wynagrodzenie

1. Wynagrodzenie za Emisję Reklamy określone jest w Umowie bądź Zleceniu.
2. W przypadku usługi Reklamy w Internecie do rozliczania kampanii wykorzystywany będzie wewnętrzny ad serwer Atmedia.
3. W przypadku stwierdzenia przez Klienta istotnej różnicy pomiędzy wynikami cyklicznych raportów przebiegu kampanii a wynikami systemu kontrolującego Klienta, Klient zobowiązany jest niezwłocznie poinformować o tym fakcie Atmedia. Za istotną różnicę w wynikach uznaje się różnicę przekraczającą 10%. Po zakończeniu realizacji kampanii Klientowi zostaje przesłany raport ze statystykami. Raport składa się ze statystyk dotyczących liczby zrealizowanych Emisji i liczby kliknięć (jeżeli Reklama jest klikalna), liczby wyświetleń Reklamy advideo, oraz screenów prezentujących emitowane Reklamy.
Rozliczenie Zlecenia dokonywane jest na podstawie danych dotyczących liczby zrealizowanych emisji lub liczby kliknięć (jeżeli Reklama jest klikalna), dostarczanych przez ad serwer Atmedia. Rozliczenie Zlecenia na podstawie innych metod lub na podstawie danych dostarczanych przez inny podmiot jest dopuszczalne za uprzednią zgodą Atmedia.
4. Wynagrodzenie płatne będzie z góry, nie później niż na pięć dni przed pierwszą emisją kampanii reklamowej, na podstawie faktury *proforma* wystawionej przez Atmedia, chyba że w Umowie bądź zleceniu strony ustalą inaczej.
5. Wszystkie kwoty wynagrodzenia powiększane będą o należny podatek VAT, chyba że uregulowania wynikające z Ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług stanowią inaczej. Atmedia zobowiązuje się wystawiać faktury na wszystkie kwoty wynagrodzenia.
6. Wynagrodzenie wpłacane będzie na rachunek bankowy wskazany przez Atmedia.
7. Klient nie ma prawa dokonywać żadnych odliczeń ani potrąceń z wynagrodzenia należnego Atmedia bez uprzedniego uzyskania zgody w formie pisemnej ze strony Atmedia na kompensatę wzajemnych rozrachunków.
8. W razie opóźnienia w płatności wynagrodzenia, Emisja Reklamy może zostać zaniechana przez Atmedia, przy zachowaniu prawa do wynagrodzenia za niezrealizowaną z tego powodu Emisję. Klientowi nie przysługują żadne roszczenia odszkodowawcze w związku ze wstrzymaniem Emisji, w trybie opisanym w zdaniu poprzednim.
9. Jeżeli opóźnienie w płatności przekracza 14 dni, Atmedia ma prawo rozwiązać Umowę o współpracy lub Zlecenie bez wcześniejszego wypowiedzenia i żądać zapłacenia odszkodowania w wysokości wynagrodzenia jakie przysługiwałoby Atmedia w przypadku, gdyby uzgodniona w Umowie o współpracy lub Zleceniu Emisja Reklam została wykonana w całości.
10. W przypadku opóźnienia w zapłacie wynagrodzenia, Atmedia będą uprawnione do naliczenia odsetek zgodnie z ustawą z dnia 12.06.2003 r. o terminach zapłaty w transakcjach handlowych.

VIII. Rozwiązanie/anulowanie Zlecenia emisji Reklam i wstrzymanie Emisji

1. Jeżeli możliwość Emisji przez Nadawcę Programu lub Wydawcę witryn zostanie ograniczona przepisami prawa lub jakimkolwiek innym aktem o charakterze władczym, bądź okolicznościami pozostającymi poza kontrolą Nadawcy, Atmedia, bądź Wydawcy witryn, Atmedia mają prawo anulować Zlecenie, bez wcześniejszego wypowiedzenia, nie ponosząc odpowiedzialności odszkodowawczej wobec Klienta. Nie narusza to prawa Atmedia do otrzymania zapłaty za usługi świadczone przez Atmedia wcześniej.
2. Atmedia, z zastrzeżeniem ust. 3 poniżej, może uwzględnić pisemną prośbę Klienta o rozwiązanie Zlecenia emisji Reklamy w Programach w całości lub w części, z zachowaniem następujących zasad:
 - 1) Klient, który wystąpi z prośbą o anulowanie Zlecenia w Telewizji:
 - a) nie później niż na 15 Dni Roboczych przed rozpoczęciem:
pierwszej planowanej Emisji Reklamy w ramach zlecenia, zapłaci Atmedia 10% (słownie: dziesięć procent) wartości przewidzianego w Zleceniu wynagrodzenia;
 - b) pomiędzy siódmym a czternastym Dniem Roboczym przed rozpoczęciem pierwszej planowanej Emisji Reklamy w ramach zlecenia, – 50% (słownie: pięćdziesiąt procent) wartości przewidzianego w Zleceniu wynagrodzenia;
 - c) w pozostałych przypadkach – 100% (słownie: sto procent) wartości przewidzianego w Zleceniu wynagrodzenia.
 - 2) Klient, który wystąpi z prośbą o anulowanie Zlecenia w Internecie:
 - a) nie później, niż 15 Dni roboczych przed rozpoczęciem pierwszej planowanej Emisji Reklamy w ramach zlecenia, nie poniesie konsekwencji finansowych z tytułu anulacji,
 - b) na mniej niż 15 dni roboczych przed rozpoczęciem pierwszej planowanej Emisji Reklamy w ramach zlecenia, zapłaci Atmedia 100% (słownie: sto procent) wartości przewidzianego w Zleceniu wynagrodzenia
3. W przypadku, gdy Zlecenie emisji Reklamy w Programach lub Internecie jest powiązane ze produkcją materiałów, Klient, który wystąpi z prośbą o anulowanie jakiegokolwiek Zlecenia powiązane z tą produkcją, w całości lub części poniesie 100% (słownie: sto procent) wartości tego Zlecenia i Deal Mema.
4. Odwołanie Emisji, zmiana Materiału reklamowego oraz inne zmiany w Reklamie skutkujące koniecznością zmian w zaplanowanej Emisji mogą nastąpić najpóźniej na 5 Dni roboczych przed zaplanowaną Emisją Reklamy, chyba że Atmedia wyrażą zgodę na krótszy termin. W takim przypadku stosuje się odpowiednio ust.VIII pkt 2.
5. Reklamacje:
 - a) Jeżeli nie dojdzie do Emisji Reklamy lub Emisja będzie wadliwa z winy Atmedia, Nadawcy lub Wydawcy witryn, Atmedia zapewnią ponowną Emisję danej Reklamy o takiej samej wartości Emisji w najbliższym możliwym terminie. Warunkiem ponownej Emisji Reklamy będzie zgłoszenie Atmedia pisemnej reklamacji w terminie 14 dni od daty Emisji podlegającej reklamacji oraz pod warunkiem uznania przez Atmedia zarzutów zgłoszonej reklamacji.

- b) Emisja Reklamy w ramach reklamacji nie zwalnia Klienta z obowiązku zapłaty należności za Emisję Reklamy podlegającej reklamacji.
- c) Atmedia ponoszą odpowiedzialność wyłącznie za szkody wynikłe z niewykonania lub nienależytego wykonania Zlecenia powstałe z winy umyślnej lub rażącego niedbalstwa. Odszkodowanie z tytułu szkody wyrządzonej przez Atmedia nie może przekroczyć wartości netto Zlecenia.

IX. Poufność

1. Klient i Atmedia zobowiązują się traktować jako poufne wszelkie informacje dotyczące drugiej strony Umowy o współpracy, uzyskane w związku z zawarciem i realizacją Umowy o współpracy.
2. Informacje poufne nie będą udostępniane osobom trzecim bez wyraźnej pisemnej zgody drugiej strony Umowy o współpracy. Dotyczy to w szczególności wszelkich przypadków przekazywania informacji do prasy, radia, telewizji, jak i innych środków masowego przekazu.
3. Za naruszenie obowiązku zachowania poufności Atmedia będzie uznawać w szczególności: ujawnienie osobie trzeciej treści Umowy o Współpracy i Zleceń w tym w szczególności wysokości otrzymanych premii pieniężnych oraz dokumentów księgowych np. faktur lub not księgowych, dotyczących realizacji Umowy.
4. Klient i Atmedia ponoszą odpowiedzialność za zachowanie poufności informacji przez swoich pracowników oraz osoby trzecie, które mają dostęp do informacji, o których mowa powyżej.
5. Zobowiązania ust. 1 i 2 powyżej nie uchybiają możliwości powoływania się przez Atmedia na fakt zawarcia Umowy o Współpracy i przekazywanie stosownych informacji wynikających z Umowy o współpracy w kontaktach z podmiotami, od których nabywane będą przez Atmedia usługi reklamowe.
6. Powyższe zastrzeżenie poufności nie dotyczy informacji, których ujawnienie jest wymagane przepisami obowiązującego prawa, w tym m.in. poleceniem sądu lub organu administracji państwowej.

X. Zmiana Warunków

1. Spółka jest zobowiązana powiadomić Klienta o zmianie Warunków z jednomiesięcznym wyprzedzeniem, jeżeli zmiana ta wejdzie w życie w trakcie obowiązywania Umowy o współpracę.
2. Brak pisemnego oświadczenia Klienta o nieprzyjęciu zmienionych Warunków w terminie 14 dni od dnia, w którym zawiadomienie, o którym mowa w ust. X pkt 1, doszło do Klienta w taki sposób, że mógł zapoznać się z jego treścią, jest rozumiane jako akceptacja zmiany Warunków.
3. W przypadku złożenia przez Klienta oświadczenia o nieprzyjęciu zmienionych Warunków w trybie, o którym mowa w ust. X pkt 2, Umowa ulega rozwiązaniu. Atmedia zachowują prawo do wynagrodzenia za wcześniej wykonane emisje filmów reklamowych. Klient nie ma w takiej sytuacji żadnych roszczeń względem Atmedia.

XI. Postanowienia końcowe

1. Przy wykonywaniu zobowiązań wynikających ze Zlecenia, Spółka współpracować może z innymi podmiotami, jeśli współpraca ta okaże się konieczna lub korzystna dla Klienta, w szczególności z Nadawcą Programów lub Wydawcą Witryn. Spółka może również przyjęte na siebie obowiązki podzlecać innym podmiotom.
2. Umowy, Zlecenia oraz Warunki podlegają prawu polskiemu.
3. Wszystkie spory wynikające z Umowy rozstrzygane będą przed sądami powszechnymi miejscowo właściwymi dla Atmedia.
4. W przypadku rozbieżności pomiędzy zapisami zawartymi w powyższych Warunkach, a zapisami Umów o współpracy, pierwszeństwo mają zapis Umów o współpracy.