

Zasady przyjmowania i realizacji zleceń na emisję reklam w Grupie Radiowej Audytorium 17

§ 1.

1. Grupa Radiowa Audytorium 17, zwana dalej „Audytorium 17”, świadczy usługę emisji radiowych spotów reklamowych we wszystkich 17 Rozgłoszeniach Regionalnych Polskiego Radia.
2. Przyjęcie reklamy do emisji wymaga zawarcia odpowiedniej umowy /zlecenia na emisję reklamy.
3. Poza umowami/zleceniami, o których mowa w ust.2, mogą być zawierane umowy ramowe określające zasady współpracy stron przy realizacji kampanii reklamowej. Umowy ramowe zawierane są w przypadku co najmniej kilkumiesięcznych kampanii reklamowych.
4. Realizacja umowy ramowej następuje na podstawie zleceń cząstkowych na emisję reklamy, składanych przez reklamodawców.

§ 2.

1. Audytorium 17 może przyjmować zlecenia na emisję reklamy od podmiotów gospodarczych osób prawnych lub jednostek organizacyjnych niemających osobowości prawnej, bezpośrednio lub za pośrednictwem agencji reklamowych, domów mediowych lub brokerów radiowych.
2. Na podstawie ustaleń z reklamodawcą Audytorium 17 przygotowuje ofertę zawierającą szczegółowy plan emisji reklamy, kalkulację ceny uwzględniającą ewentualne dopłaty i rabaty, terminy płatności oraz inne warunki realizacji zlecenia.
3. Reklamodawca może ofertę przyjmując, odrzucić bądź zaproponować zmiany. W przypadku zgłoszenia propozycji zmian strony prowadzą negocjacje w celu ustalenia ostatecznego kształtu oferty.
4. Po akceptacji oferty przez reklamodawcę strony podpisują zlecenie, którego projekt przygotowuje Audytorium 17.

§ 3.

1. Reklamodawca obowiązany jest do przedłożenia, w zależności od statusu reklamodawcy, następujących dokumentów:
 - a) Aktualnego odpisu z właściwego rejestru lub zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej
 - b) Innego dokumentu, który określa osoby upoważnione do składania oświadczeń woli w imieniu reklamodawcy.

§ 4.

1. Audytorium 17 oferuje emisje kampanii reklamowych w każdej z 17 Rozgłoszeń Regionalnych Polskiego Radia oraz w pakietach:
 - a) Pakiet Audytorium17 – kampania w 17 Rozgłoszeniach Regionalnych Polskiego Radia
 - b) Pakiet Audytorium Premium – kampania w 17 Rozgłoszeniach Regionalnych Polskiego Radia i na 6 antenach miejskich (Radio Freee Lublin, Radio RAM Wrocław, Radio Zielona Góra, Radio Gorzów, MC Radio – Poznań, Radio Słupsk).
2. Koszt kampanii reklamowej może być zwiększony o określone dopłaty:
 - a) za wyłączność branżową
 - b) za określenie miejsca w bloku reklamowym
 - c) za reklamę umieszczoną w specjalnym bloku reklamowym
3. Za datę rozpoczęcia emisji uważa się wyemitowanie pierwszej reklamy spośród wszystkich zaplanowanych w kampanii.

§ 5.

1. Przy ustalaniu ceny emisji reklamy bierze się pod uwagę cennik obowiązujący w dniu podpisania zlecenia. Ceny podane w cenniku są cenami netto. Wartość wynagrodzenia należnego Audytorium 17 będzie powiększona o podatek VAT zgodnie z obowiązującymi przepisami.
2. Cena emisji reklamy rozliczanej w ramach umowy barterowej, określana jest na podstawie cennika obowiązującego w dniu zawarcia umowy lub w dniu realizacji świadczenia, w zależności od postanowień umowy.

§ 6.

1. Reklamy w rozgłoszeniach Audytorium 17 emitowane są w wyodrębnionych blokach reklamowych, z których każdy oznaczony jest w sposób dźwiękowy na początku i końcu bloku.
2. Oznaczenie bloku reklamowego zawiera słowo „reklama”.

§ 7.

1. Audytorium 17 odmawia emitowania reklamy sprzecznej z przepisami prawa lub naruszającej prawa osoby trzeciej.

2. Audytorium 17 może odmówić emisji reklamy, jeżeli jej treść lub forma jest sprzeczna z linią programową którejś z Rozgłośni Regionalnych Polskiego Radia lub uzasadnionym interesem rozgłośni, bądź z zadaniami radiofonii publicznej określonymi w ustawie z dnia 29 grudnia 1992r. o radiofonii i telewizji.
3. Reklama powinna być poprawna językowo i zrozumiała dla odbiorcy.

§ 8.

1. Materiały reklamowe (spot reklamowy) powinny być dostarczone przez reklamodawcę mailem w formacie mp3, nie później niż do godzin y 14:00 na dzień przed planowanym terminem pierwszej emisji. Format odbiegający od ustalonego, jak również zmiana terminu dostarczenia materiałów reklamowych wymagają każdorazowo akceptacji Audytorium17.
2. W przypadku gdy pierwsza emisja reklamy zaplanowana jest na poniedziałek lub dzień poświęcony, materiały reklamowe o których mowa w ust.1, powinny być dostarczone przez reklamodawcę nie później niż do godziny 12:00 w piątek lub odpowiednio w ostatni dzień roboczy przed świętami.
3. W przypadku dostarczenia materiałów reklamowych w terminie krótszym niż określony w ust.1 lub 2, bez wcześniejszego ustalenia, Audytorium 17 ma prawo odmówić emisji reklamy w ustalonym terminie lub zmienić termin rozpoczęcia emisji w porozumieniu z reklamodawcą.
4. Wraz z materiałem reklamowym, o którym mowa w ust.1, reklamodawca obowiązany jest dostarczyć metryczkę reklamy z oświadczeniem producenta o dysponowaniu prawami autorskimi i prawami pokrewnymi do reklamy oraz o tym, że przekazana do emisji reklama nie narusza niczyich autorskich praw osobistych.
5. W razie wątpliwości co do charakteru reklamowanego towaru lub możliwości rozpowszechniania jego reklamy, Audytorium 17 ma prawo żądać dokumentu poświadczającego prawną dopuszczalność reklamowania towaru, w tym decyzję administracyjną o dopuszczeniu towaru do obrotu w Polsce, jeżeli jej uzyskanie przez reklamodawcę jest wymagane przez przepisy prawa.
6. Niedotrzymanie przez reklamodawcę któregośkolwiek z warunków, o których mowa w ust.4 lub ust.5, powoduje odmowę emisji reklamy do czasu uzupełnienia braku.

§ 9.

Jeżeli w wyniku przeprowadzonej kontroli prawnej, językowej lub technicznej okaże się, że przekazana do emisji reklama zawiera wady uniemożliwiające jej nadanie, Audytorium 17 zwraca reklamę do korekty, zaś ustalone terminy emisji reklamy mogą ulec zmianie.

§ 10.

1. Reklama emitowana jest w terminach ustalonych w umowie/zleceniu, o której mowa w § 1. ust.2.
2. Jeżeli z powodu ważnych przyczyn programowych lub technicznych nadanie reklamy w terminie ustalonym w umowie/zleceniu nie jest możliwe, Audytorium 17 obowiązane jest wyemitować reklamę w innym terminie ustalonym z reklamodawcą.

§ 11.

1. Reklamodawca ponosi odpowiedzialność za treść reklam oraz zobowiązany jest do zaspokojenia roszczeń w przypadku naruszenia praw autorskich lub pokrewnych osób trzecich albo dóbr osobistych podmiotów lub osób przedstawionych w emitowanej reklamie.
2. Reklamodawca jest ponadto zobowiązany do naprawienia ewentualnych szkód powstałych po stronie Audytorium 17 w związku z treścią wyemitowanej reklamy.
3. Reklamy nie mogą być sprzeczne z prawem i zasadami współżycia społecznego. Audytorium 17 zastrzega sobie prawo do odmowy oraz wstrzymania emisji reklam bez podania przyczyny, w szczególności jeżeli zachodzi uzasadnione podejrzenie, że z ich treści wynika, że są one sprzeczne z prawem lub zasadami współżycia społecznego lub naruszają słuszne prawa osób trzecich.

§ 12.

1. Jeżeli reklamodawca odstąpi od umowy/zlecenia, o której mowa w § 1. ust. 2 w trakcie trwania kampanii reklamowej, obowiązany jest do zapłaty za już dokonane emisje reklamy.
2. Audytorium 17 nie ponosi odpowiedzialności z tytułu niewykonania którejkolwiek z umów/zleceń, o których mowa w § 1, w przypadku, gdy do zaprzestania świadczenia usługi emisji reklamy będącej przedmiotem umowy/zlecenia wezwie Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji lub inna uprawniona instytucja.

§ 13.

1. Rozliczenie należności za kampanię reklamową w danym miesiącu dokonywane jest w ciągu 7 dni od dnia ostatniej emisji reklamy w tym miesiącu. Terminy płatności określa umowa/zlecenie, o której mowa w § 1.

2. Audytorium 17 może zobowiązać reklamodawcę do dokonania wpłaty całości lub części należności za kampanię reklamową oraz dostarczenia dowodu wpłaty przed dniem pierwszej emisji reklamy. Terminy płatności określa umowa/zlecenie, o której mowa w § 1. ust 2.
3. Wpłaty należności za emisję reklamy, wynikającej z otrzymanej faktury, należy dokonać przelewem na konto Audytorium 17.
4. Zapłatę należności uważa się za dokonaną z dniem uznania rachunku Audytorium 17 kwotą należności.
5. Brak wpłaty środków przez kontrahenta, powoduje zdjęcie emisji dotychczas niewyemitowanych materiałów reklamowych bez uprzedniego wezwania do zaniechania naruszeń.

§ 14.

Audytorium 17 oraz reklamodawca zobowiązują się do zachowania w tajemnicy warunków umów/zleceń, o których mowa w § 1, w szczególności wysokości zastosowanych rabatów, w okresie trwania umów/zleceń oraz trzech lat od ich zakończenia.

§ 15.

1. Przeniesienie praw i obowiązków wynikających z umów/zleceń, o których mowa w § 1, możliwe jest wyłącznie za zgodą drugiej strony.
2. Spory powstające w związku z realizacją umów/zleceń, o których mowa w §1, rozstrzygane będą przez sąd właściwy dla siedziby Audytorium 17.