



## OGÓLNE WARUNKI SPRZEDAŻY CZASU REKLAMOWEGO W TV TRWAM

### 1. USŁUGA REKLAMY

Poprzez usługi reklamowe należy rozumieć przekaz handlowy pochodzący od podmiotu publicznego lub prywatnego („Zlecającego reklamę”), w związku z jego działalnością gospodarczą lub zawodową, zmierzający do promocji sprzedaży lub odpłatnego korzystania z towarów lub usług. Z zakresu pojęcia usług reklamowych wyłączona zostaje telesprzedaż.

### 1. ZLECENIE REKLAMOWE

2.1. Zamówienie na emisję reklam przez Zlecającego reklamę dokonywane jest w sposób wskazany w pkt. 2.3. poniżej.

2.2. Zlecenie reklamowe winno zawierać:

- a) oznaczenie Zlecającego reklamę,
- b) czas trwania filmu reklamowego,
- c) ilość zamawianych emisji,
- d) terminy emisji, rozumiane jako rok, miesiąc, dzień, godzina, minuta i sekunda emisji danego filmu reklamowego („Termin emisji”) wraz z określeniem miejsca w bloku reklamowym,
- e) metryczkę z informacją o posiadaniu osobistych i majątkowych praw autorskich do użytych w reklamie utworów,
- f) oświadczenie Zlecającego reklamę, że zapoznał się i akceptuje Ogólne Warunki Sprzedaży Czasu Reklamowego,
- g) wartość zlecenia według obowiązującego cennika,
- h) wartość zlecenia po rabacie,
- i) podpis osoby upoważnionej do reprezentacji Zlecającego reklamę. W przypadku składania zlecenia przez przedstawiciela danego podmiotu, do zlecenia winno zostać dołączone upoważnienie do reprezentowania podpisane przez osoby umocowane,
- j) podpis osoby upoważnionej przez Bonum Sp. z o.o. do przyjęcia zlecenia reklamowego.

2.3. Zlecenie reklamowe winno dotrzeć do Bonum Sp. z o.o. najpóźniej na 3 (trzy) dni robocze (rozumiane jako każdy dzień tygodnia z wyjątkiem sobót oraz dni ustawowo wolnych od pracy (niedziele i święta określone ustawą o dniach wolnych od pracy – dalej jako „Dzień Roboczy”) przed Terminem emisji. W razie przekroczenia powyższego terminu Bonum Sp. z o.o. dołoży wszelkich starań, aby emisja reklamy objętej zleceniem została uruchomiona zgodnie z planowanym terminem jej rozpoczęcia lub z jak najmniejszym opóźnieniem i została zrealizowana w całości.

### 2. ZMIANA ZLECENIA REKLAMOWEGO

3.1. Zamawiającemu reklamę przysługuje prawo modyfikacji zlecenia reklamowego. Poprzez modyfikację zlecenia reklamowego rozumie się wyłącznie zmianę ustalonych Terminów emisji nie powodującą zmniejszenia wartości zlecenia reklamowego, ani zmiany uzgodnionego terminu rozpoczęcia i zakończenia jego realizacji.

3.2. Oświadczenie Zlecającego reklamę mające za przedmiot modyfikację zlecenia reklamowego winno być złożone nie później niż na 3 (trzy) dni Dni Robocze przed terminem rozpoczęcia emisji. Bonum Sp. z o.o. przyjmie ofertę modyfikacji zlecenia reklamowego w miarę istniejących możliwości.

3.3. Zmiana zlecenia reklamowego wymaga dla swojej ważności formy pisemnej.

### **3. WARUNKI EMISJI REKLAM**

4.1. Gotowy materiał reklamowy zawierający przekaz handlowy, a składający się na zlecenie reklamowe, winien odpowiadać standardom technicznym określonych w Załączniku Nr 1.

4.2. W wypadku przekazania przez Zlecającego reklamę materiału reklamowego do emisji o czasie trwania dłuższym niż określony w zleceniu reklamowym, Bonum Sp. z o.o. przysługuje prawo odmowy przyjęcia takiego materiału reklamowego do emisji z zachowaniem prawa do wynagrodzenia.

4.3. O odmowie emisji danego materiału reklamowego Bonum Sp. z o.o. powiadomi Zlecającego reklamę najpóźniej w terminie 2 (dwóch) Dni Roboczych od dnia otrzymania materiału reklamowego, chyba że nie można było przewidzieć, iż zlecenie w danym kształcie nie będzie mogło być wykonane.

4.4. Przekazanie przez Zlecającego reklamę do emisji materiału reklamowego o czasie trwania krótszym niż czas trwania filmu reklamowego określonego w zleceniu reklamowym nie powoduje zmiany ceny i Zlecający reklamę zobowiązany jest do uiszczenia wynagrodzenia w wysokości obejmującej dane Zlecenie reklamowe.

4.5. Bonum Sp. z o.o. zastrzega sobie prawo zmiany Terminu emisji materiału reklamowego w ciągu dziennego czasu rozpowszechniania programu TV TRWAM. Bonum Sp. z o.o. dopełni wszelkich starań, aby zmiana Terminu emisji nie powodowała zmiany wartości zlecenia reklamowego.

4.6. Zlecający reklamę zobowiązuje się, że reklama przedstawiona w gotowym materiale reklamowym spełnia następujące warunki:

- a) nie jest sprzeczna z prawem,
- b) nie narusza praw osób trzecich, w szczególności osobistych i majątkowych praw autorskich i pokrewnych, zasad współżycia społecznego oraz godności, zasad moralności lub uczuć religijnych,
- c) nie naraża nadawcy TV TRWAM na utratę dobrego imienia i zaufania widzów,
- d) jest zgodna z moralnością chrześcijańską,
- e) poziom techniczny materiału reklamowego nie wyklucza jego emisji,
- f) nie odnosi się do preferencji seksualnych,
- g) nie odnosi się do ekstremalnych ideologii,
- h) nie jest zakazana przepisami Ustawy z dnia 29 grudnia 1992 roku o radiofonii i telewizji (Dz.U.1993 Nr 7 poz. 34 z późn. zm.).

4.7. Bonum Sp. z o.o. zastrzega sobie prawo wstrzymania albo odmowy emisji materiałów reklamowych dostarczonych przez Zlecającego reklamę z następujących przyczyn:

- a) w razie stwierdzenia zaistnienia przyczyn określonych w pkt. 4.6. powyżej,
- b) braku któregośkolwiek z elementów określonych w pkt. 2.2. powyżej,
- c) merytorycznych,
- d) technologicznych,
- e) niezgodności z linią programową TV TRWAM,

- f) formatem stosowanym w TV TRWAM,
  - g) naruszania przez treści zawarte w materiale reklamowym przepisów prawa, w tym w szczególności dotyczących zasad reklamy w programach telewizyjnych.
- 4.8. Bonum Sp. z o.o. nie ponosi odpowiedzialności za szkody powstałe z przyczyn, o których mowa powyżej.
- 4.9. Jeśli z jakiegokolwiek powodu wynikającego z winy Bonum Sp. z o.o. materiał reklamowy nie zostanie wyemitowany lub zostanie wyemitowany niewłaściwie, Bonum Sp. z o.o. zobowiązuje się do powtórnej emisji materiału reklamowego w ustalonym ze Zlecającym reklamę Terminie emisji.
- 4. ZOBOWIĄZANIA BONUM SP. Z O.O. I ZLECAJĄCEGO REKLAMĘ (RAZEM: "STRONY")**

- 5.1. Bonum Sp. z o.o. zobowiązuje się wykonywać czynności umożliwiające Zlecającemu reklamę realizację zlecenia reklamowego.
- 5.2. Bonum Sp. z o.o. oświadcza, że wykona usługi z należytą starannością i najlepszymi praktykami przyjętymi przy świadczeniu usług tego rodzaju.
- 5.3. Przeniesienie przez Zlecającego reklamę praw lub obowiązków wynikających ze zlecenia reklamowego na osobę trzecią wymaga uprzedniej pisemnej zgody Bonum Sp. z o.o., pod rygorem nieważności. Bonum Sp. z o.o., wyrażając zgodę na przeniesienie praw lub obowiązków wynikających ze zlecenia reklamowego na osobę trzecią, może uzależnić swoją zgodę od spełnienia przez Zlecającego reklamę dokonującego przeniesienia praw lub obowiązków wynikających ze zlecenia reklamowego, określonych warunków lub przesłanek.

## **5. PRAWA AUTORSKIE I PRAWA POKREWNE**

- 6.1. Zlecający reklamę oświadcza, że:
- 6.1.1. jest uprawniony do wyrażenia i wyraża zgodę na wykonanie, rozpowszechnianie i korzystanie w dowolnym celu, dowolną techniką, w dowolny sposób z wszelkich materiałów reklamowych przekazanych wraz ze zleceniem reklamowym. Zlecający reklamę ponosi pełną odpowiedzialność za treść reklamy, a także za zawarcie umów na korzystanie z praw autorskich i praw pokrewnych;
  - 6.1.2. wykonanie, rozpowszechnianie i korzystanie z materiałów wykonanych w związku ze zleceniem reklamowym nie narusza praw osób trzecich;
  - 6.1.3. dysponuje w zakresie materiałów reklamowych zgodą twórcy na rozporządzenie jego utworem w zakresie niezbędnym do realizacji zlecenia reklamowego;
  - 6.1.4. udziela Bonum Sp. z o.o. nieodpłatnej, nieograniczonej czasowo ani terytorialnie licencji niewyłącznej na korzystanie z wszelkich materiałów dostarczonych Bonum Sp. z o.o. przez Zlecającego reklamę w związku z realizacją złożonego przez Zlecającego reklamę zlecenia reklamowego na emisję materiałów reklamowych, obejmującej następujące pola eksploatacji:
    - a) prawo publicznego odtwarzania (w tym w sieci wewnętrznej), wykonywania oraz nadawania, a także publicznego udostępniania w sieci Internet w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, niezależnie od rodzaju i sposobu działania urządzenia, którym się w tym celu posługuje,
    - b) prawo utrwalania dowolną techniką, w szczególności techniką cyfrową,
    - c) prawo wprowadzania do pamięci komputera oraz do własnych baz danych,

- d) prawo utrwalania, zwielokrotniania, publikowania i rozpowszechniania w systemie on-line w sposób umożliwiający transmisję odbiorczą przez zainteresowanych końcowych użytkowników sieci Internet lub sieci wewnętrznej, jak również na każdym nośniku audiowizualnym, a w szczególności na nośniku magnetycznym i dysku komputerowym oraz wszystkich typach nośników przeznaczonych do zapisu cyfrowego,
  - e) prawo do tworzenia papierowych wersji,
  - f) prawo do wyświetlania i wystawiania,
  - g) prawo do wprowadzania do obrotu, wytwarzania określoną techniką egzemplarzy, w tym techniką reprograficzną, zapisu magnetycznego, techniką cyfrową,
  - h) prawo dokonywania obróbki komputerowej, adaptacji i modyfikacji zawartości oraz wprowadzania zmian i modyfikacji wymaganych przez specyfikę mediów telewizyjnych, w tym przetworzenie do udostępnienia telewizji, w tym przetworzenie do udostępnienia audiowizualnego,
  - i) prawo do wykorzystywania w różnych formatach, w tym w postaci drukowanej w całości lub we fragmentach, wraz z prawem włączania (lub ich fragmentów) do innych utworów i tworzenia opracowań (abstraktów),
  - j) prawo dostosowania do formatów urządzeń mobilnych,
  - k) wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem, w tym przekazywanie, także odpłatnego, innym podmiotom, w tym operatorom telekomunikacyjnym,
  - l) prawo do prezentowania, w tym odpłatnego, do ograniczonego lub nieograniczonego kręgu odbiorców, w tym w szczególności w ramach usług telekomunikacyjnych za pośrednictwem aparatów telefonicznych i innych urządzeń mobilnych (np. sms/mms),
  - m) prawo do nadawania analogowego i/lub cyfrowego (w jakimkolwiek systemie lub technologii) za pomocą wizji i/lub fonii przewodowej oraz bezprzewodowej przez stację naziemną,
  - n) nadawania analogowego i/lub cyfrowego (w jakimkolwiek systemie lub technologii) za pośrednictwem satelity,
  - o) równoczesnego i integralnego nadawania (reemitowania) m.in. za pośrednictwem platform cyfrowych oraz sieci kablowych (w jakimkolwiek systemie lub technologii),
  - p) wykonywania praw zależnych i udzielania zgody na ich wykonanie;
- 6.1.5. zobowiązuje się do zapewnienia niewykonywania względem Bonum Sp. z o.o. autorskich praw osobistych do utworów, o których mowa powyżej;
- 6.1.6. Zlecający reklamę zobowiązuje się, że w momencie wystąpienia z roszczeniami w stosunku do Bonum Sp. z o.o. przez osoby trzecie z tytułu naruszenia ich praw przez wykorzystanie przekazanych przez Zlecającego reklamę materiałów, przystąpi do sprawy po stronie Bonum Sp. z o.o. jako interwenient uboczny lub, jeśli to możliwe, wstąpi do sprawy w miejsce Bonum Sp. z o.o. Zlecający reklamę zwróci Bonum Sp. z o.o. na jej pierwsze żądanie, wszelkie wydatki, jakie Bonum Sp. z o.o. poniosła w związku z powyższymi roszczeniami, w tym w szczególności koszty doradztwa prawnego, koszty postępowania sądowego, koszty zastępstwa procesowego oraz zasądzonych lub ustalonych w drodze ugody odszkodowań.

## **6. WYNAGRODZENIE I WARUNKI PŁATNOŚCI**

- 7.1. Z tytułu nabycia przez Zlecającego reklamę usług reklamowych Bonum Sp. z o.o. przysługuje wynagrodzenie zgodnie ze zleceniem reklamowym.

- 7.2. Wynagrodzenie będzie płatne na podstawie faktury wystawionej przez Bonum Sp. z o.o. na rzecz Zlecającego reklamę, w terminie 14 dni od dnia wystawienia faktury, na rachunek bankowy Bonum Sp. z o.o. wskazany na fakturze.
- 7.3. Do kwoty wynagrodzenia dodany zostanie podatek VAT w stawce obowiązującej w dniu wystawienia faktury.
- 7.4. W przypadku nieterminowych płatności Bonum Sp. z o.o. przysługuje uprawnienie naliczania odsetek ustawowych za opóźnienie. Ponadto, w razie zalegania z płatnością przez okres co najmniej 30 dni, Bonum Sp. z o.o. może wstrzymać emisję materiałów reklamowych realizowaną na podstawie zleceń reklamowych do czasu uregulowania zaległości wraz z należnymi odsetkami.

## **7. SIŁA WYŻSZA**

- 8.1. Określenie „Siła Wyższa” oznacza zewnętrzne zdarzenie nagłe, nieprzewidywalne i niezależne od woli Stron, które wystąpiło po przyjęciu zlecenia reklamowego, uniemożliwiające wykonanie zlecenia reklamowego w całości lub w części, na stałe lub na pewien czas, któremu nie można zapobiec ani przeciwdziałać przy zachowaniu należytej staranności Stron. Za przejawy Siły Wyższej uznaje się w szczególności:
- a) klęski żywiołowe, w tym: trzęsienie ziemi, huragan, powódź oraz inne nadzwyczajne zjawiska atmosferyczne,
  - b) akty władzy państwowej, w tym: stan wojenny, stan wyjątkowy, itd.,
  - c) działania wojenne, akty sabotażu, akty terrorystyczne i inne podobne wydarzenia zagrażające porządkowi publicznemu,
  - d) strajki powszechne lub inne niepokoje społeczne, w tym publiczne demonstracje, z wyłączeniem strajków u Stron.
- 8.2. Jeżeli Siła Wyższa uniemożliwia lub uniemożliwi jednej ze Stron wywiązanie się z jakiegokolwiek zobowiązania objętego zleceniem reklamowym, Strona ta zobowiązana jest niezwłocznie, nie później jednak niż w terminie 2 (dwóch) dni od wystąpienia Siły Wyższej, zawiadomić drugą Stronę na piśmie o wydarzeniu lub okolicznościach stanowiących Siłę Wyższą wymieniając przy tym zobowiązania, z których nie może lub nie będzie mogła się wywiązać oraz wskazując przewidywany okres, w którym nie będzie możliwe wykonywanie zlecenia reklamowego. Powinna także dążyć do kontynuowania realizacji swoich zobowiązań w rozsądnym zakresie oraz podjąć działania niezbędne do zminimalizowania skutków działania Siły Wyższej oraz czasu jej trwania.
- 8.3. Strony nie ponoszą odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zlecenia reklamowego w całości lub w części, w takim zakresie, w jakim zostało to spowodowane wystąpieniem Siły Wyższej. W wypadku zaistnienia Siły Wyższej o charakterze długotrwałym, powodującej niewykonywanie zlecenia reklamowego przez okres dłuższy niż jeden miesiąc, Strony będą prowadziły negocjacje w celu określenia dalszej realizacji lub rozwiązania zlecenia reklamowego.
- 8.4. Negocjacje, o których mowa w pkt. 8.3 zdanie drugie, uważa się za bezskutecznie zakończone, jeżeli po upływie 30 dni od dnia ich rozpoczęcia Strony nie osiągną porozumienia, chyba że przed upływem tego terminu Strony wyrażą w formie pisemnej zgodę na ich kontynuowanie i określą inną datę zakończenia negocjacji.
- 8.5. W przypadku bezskutecznego zakończenia negocjacji w terminie określonym zgodnie z pkt. 8.4. Bonum Sp. z o.o. jest uprawniona do niewykonania zlecenia reklamowego.

## 9. PRAWO WŁAŚCIWE I JURYSDYKCJA

- 9.1. Dla realizacji Ogólnych Warunków Sprzedaży Czasu Reklamowego w TV TRWAM obowiązuje prawo polskie i zgodnie z nim będą one interpretowane.
- 9.2. Spory rozstrzygane będą według następujących zasad:
  - 9.2.1. wszelkie spory pomiędzy Stronami wynikające ze zlecenia reklamowego lub z nim związane, w tym wszelkie kwestie dotyczące istnienia zlecenia reklamowego, interpretacji, ważności, będą kierowane i ostatecznie rozstrzygnięte przez Sąd Arbitrażowy przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie stosownie do Regulaminu tego sądu obowiązującego w dniu wystąpienia z danym roszczeniem („**Regulamin**”);
  - 9.2.2. dla celów Regulaminu miejscem arbitrażu będzie Warszawa. Sąd arbitrażowy będzie prowadził rozprawy i odbywał posiedzenia w Warszawie w języku polskim oraz wydawał orzeczenia w języku polskim. Orzeczenia sądu arbitrażowego będą wiążące i nie będą mogły być przedmiotem odwołania. Sąd arbitrażowy będzie składał się z 3 (trzech) arbitrów, z których jeden zostanie ustanowiony przez powoda, a jeden przez pozwanego zgodnie z Regulaminem. Dwóch arbitrów w ten sposób wybranych wybierze trzeciego arbitra, który będzie przewodniczącym w ciągu 30 (trzydziestu) dni okresu pełnienia funkcji przez drugiego arbitra. Jeśli w terminie wskazanym w Ogólnych Warunkach Sprzedaży Czasu Reklamowego w TV TRWAM i Regulaminie nie zostanie wyznaczony żaden arbiter, arbiter ten zostanie wyznaczony przez Prezesa Sądu Arbitrażowego przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie na pisemny wniosek albo powoda albo pozwanego w terminie 30 (trzydziestu) dni od daty złożenia takiego wniosku.

## WYMAGANIA TECHNICZNE DLA TAŚMY REKLAMOWEJ

### **NOŚNIK**

Taśma DVCAM lub BETACAM SP albo plik 'mov' umieszczany na serwerze.

### **SYGNAŁ WIZJI**

W systemie PAL o proporcji boków 16:9.

### **ŚCIEŻKA DŹWIĘKOWA**

Ścieżka dźwiękowa w wersji mono: ta sama na obu kanałach A1 i A2.

Ścieżka dźwiękowa w wersji stereo:

A1 = L (lewy kanał)

A2 = R (prawy kanał)

Dźwięk nie powinien przekraczać poziomu -10dB.

Częstotliwość próbkowania audio 48 kHz.

### **SYGNAŁY NAGRANIA**

#### a. sekcja ustawienia

(TC 09:59:00:00 – 09:59:30:00) czas trwania 30 sek.

wizja: barwne pasy SMTP PAL 16:9

fonia: sygnał próbny na poziomie -10dB

#### b. sekcja wprowadzająca

(TC 09:59:30:00 – 10:00:00:00) 30 sek. z sygnałem czarnej sekwencji w obrazie bez fonii (black test)

#### c. zapis audycji (TC 10:00:00:00 – 1x:yz:ab:cd)

Początek i koniec audycji w kodzie czasowym (TC) identyczny ze wskazaniem w opisie kasyety.

Początek materiału opisany jako: TC: 10:00:00:00.

#### d. sekcja wprowadzająca

60 sek. po zakończeniu audycji z sygnałem czarnej sekwencji w obrazie i bez fonii.

### **KASETA I OPAKOWANIE**

Kaseta i jej opakowanie: oznakowane identycznymi naklejkami.

Minimum informacji zawartych na naklejce powinno zawierać:

- firmę i siedzibę producenta audycji
- firmę i siedzibę agencji reklamowej/klienta
- nazwę audycji (łącznie z numerem części i podtytułem) – zgodną z nazwą uwzględnioną w zleceniu i metryczce
- czas reklamy - początek i koniec audycji w kodzie czasowym (TC)
- dźwięk: mono, stereo
- numer telefonu do osoby (agencji) odpowiadającej za materiał
- termin kampanii.

## **METRYCZKA FILMU REKLAMOWEGO**

Metryczka powinna zawierać następujące informacje:

- producent
- nazwa reklamy
- tytuł reklamy i jej wersja lub numer
- autor scenariusza
- autor wersji polskiej
- kompozytor muzyki
- tytuł oryginalnych utworów wykorzystanych w reklamie
- faktyczny czas trwania reklamy
- rok produkcji.

Należy dołączyć oświadczenie o posiadanych prawach majątkowych do filmu nie obciążonych prawami osób trzecich oraz o pełnej odpowiedzialności w przypadku, jeśli emisja filmu naruszy prawa autorskie lub dobra osobiste osób trzecich.

Dane ftp, na którym mają być zamieszczane spoty reklamowe:

ftp-tv.tv-trwam.pl

login: reklama

hasło: MPzZZy2q

Format pliku:

QUICKTIME MOVIE \*.mov/SD PAL, 720x576 WIDESCREEN 16:9, AAC 48khz Stereo