

Zasady sprzedaży emisji komunikatów komercyjnych w mediach interaktywnych TVP S.A



TVP

TELEWIZJA POLSKA
Biuro Reklamy

ZASADY SPRZEDAŻY EMISJI KOMUNIKATÓW KOMERCYJNYCH W MEDIACH INTERAKTYWNYCH TVP S.A.

I. PODSTAWOWE POJĘCIA

Media interaktywne TVP S.A. – portal tvp.pl, aplikacje hybrydowe, aplikacje smart TV, aplikacje mobilne, aplikacje social tv, player wideo serwisu TVP.pl, inne serwisy obsługiwane w zakresie sprzedaży powierzchni reklamowej przez TVP S.A. – Biuro Reklamy.

Portal TVP.pl - serwisy i strony, których właścicielem jest TVP S.A. również te dostępne w domenach tvp.pl

Aplikacja hybrydowa – aplikacja emitowana w technologii telewizji hybrydowej w programach telewizyjnych

Telewizja hybrydowa - telewizja łącząca w odbiornikach telewizyjnych tradycyjne usługi linearne, czyli treści dosyłane przez nadawcę telewizyjnego cyfrowego, z usługami nielinearnymi dostępnymi przy użyciu internetu w telewizorze.

Aplikacje smart TV – aplikacje dostępne na platformach Smart TV w telewizorach z możliwością podłączenia do internetu.

Aplikacje mobilne – aplikacje dostępne na urządzenia mobilnych typu smartfon, tablet.

Player wideo portalu TVP.pl – player portalu tvp.pl emitujący treści wideo TVP S.A. w internecie wraz z reklamą w mediach interaktywnych TVP S.A. oraz poza nimi w technologii embedowania materiałów wideo na serwisach partnerskich.

Reklama wideo – spot reklamowy emitowany przed oraz w trakcie materiału redakcyjnego w formacie preroll, midroll, postroll na różnych typach urządzeń, w tym mobilnych, smart TV, telewizji hybrydowej (strony mobilne, aplikacje, widgety).

Emisja komunikatów reklamowych - jednorazowe wyświetlenie materiału reklamowego użytkownikowi w internecie.

Adserver TVP S.A. - system informatyczny umożliwiający emisję i zarządzanie internetowymi kampaniami reklamowymi, a także raportowanie i analizę wyników kampanii.

Statystyki – dane dostępne przedstawiające liczbę emisji danej reklamy.

W celu zasięgnięcia dodatkowych informacji prosimy o kontakt z Biurem Reklamy TVP S.A.: online@tvp.pl

Social tv – funkcja umożliwiająca wyświetlanie na ekranie telewizora podczas emisji programu telewizyjnego aktywności użytkowników mediów społecznościowych.

CPC (Cost Per Click) – model kampanii reklamowej zlecanej w internecie, w którym wynagrodzenie opiera się na liczbie kliknięć internautów w daną reklamę. Należność za emisję reklam obliczana jest według indywidualnie ustalonych zasad.

CPM (Cost Per Mille) – model kampanii reklamowej zlecanej w internecie, w którym zleceniodawca płaci wynagrodzenie liczone za każde 1000 emisji danej reklamy. CPM opublikowane w cenniku powiększane jest o opłaty dodatkowe wynikające z cennika oraz pomniejszane o przysługujące zleceniodawcy opusty. Należność za emisję reklam w ramach zamówienia obliczana jest jako iloczyn CPM publikowanego w cenniku oraz zamówionej liczby tysięcy emisji reklamy.

FF (Flat Fee) – model kampanii reklamowej zlecanej w internecie, w którym zleceniodawca płaci wynagrodzenie liczone za emisję reklamy w określonym przedziale czasowym w określonym miejscu mediów interaktywnych. Należność za emisję reklam obliczana jest według indywidualnie ustalonych zasad.

Audycja z lokowaniem produktu – audycja wideo umieszczona w mediach interaktywnych w której następuje przedstawienie lub nawiązanie do towaru, usługi lub ich znaku towarowego w taki sposób, że stanowią one element samej audycji wideo, w zamian za opłatę lub podobne wynagrodzenie, którego wysokość jest ustalana indywidualnie.

Dni robocze - oznaczają dni od poniedziałku do piątku w godzinach od 9:00 do 17:00, z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy.

Media plan - szczegółowy plan emisji danej reklamy określający czas emisji i ilość emisji.

Cennik - oznacza cennik świadczonych przez TVP S.A. usług reklamowych w mediach interaktywnych który dostępny jest do pobrania ze strony Biura Reklamy TVP S.A.

Zleceniodawca – podmiot, który może zawrzeć umowę z TVP S.A, m.in.:

1. Reklamodawca, Sponsor, Lokujący produkt, inny uprawniony podmiot;
2. Domy Mediowe działające w swoim imieniu na rzecz podmiotów wymienione w pkt. 1;
3. Domy Mediowe i Reklamodawcy działający wspólnie.

Gotowe materiały reklamowe – materiały zleceniodawcy w plikach w formatach określonych w specyfikacji technicznej, w formie gotowej do wykorzystania jako reklama.

Specyfikacja techniczna reklamy mediów interaktywnych TVP S.A. - oznacza dokument o tej samej nazwie dostępny do pobrania ze strony internetowej Biura Reklamy TVP S.A., określający w szczególności sposób przygotowania, parametry techniczne, jakim powinny odpowiadać wyszczególnione w dokumencie materiały reklamowe, w formie umożliwiającej realizację zamówienie.

II. POSTANOWIENIA OGÓLNE

§1

Przyjmowanie oraz zamieszczanie reklam w mediach interaktywnych TVP S.A. dokonywane jest w oparciu o niniejsze zasady, zwane dalej „Zasadami”, a w zakresie nieuregulowanym zastosowanie mają „Zasady Sprzedaży w Biurze Reklamy TVP S.A.”, dostępne na stronie Biura Reklamy TVP S.A.

§2

1. Reklamy nie mogą być sprzeczne z prawem oraz zasadami współżycia społecznego.
2. TVP S.A. zastrzega sobie prawo do odmowy oraz wstrzymania emisji reklam, w szczególności jeżeli:
 - a) zachodzi uzasadnione podejrzenie, że z ich treści wynika, że są one sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego, naruszają prawa osób trzecich lub reklamują produkt konkurencyjny względem TVP S.A.,
 - b) TVP S.A. nie otrzyma lub otrzyma z opóźnieniem płatności za wcześniej zamieszczone reklamy,
 - c) zleceniodawca nie przesłał materiałów reklamowych koniecznych do zrealizowania zamówienia w określonym w Zasadach terminie,
 - d) zleceniodawca nie przesłał podpisanego zamówienia przed startem kampanii,
 - e) emisja reklamy jest ograniczona przepisami prawa lub jakimkolwiek innym aktem o charakterze władczym bądź okolicznościami pozostającymi poza kontrolą TVP S.A.,
 - f) treść lub forma reklam uznana zostanie przez TVP S.A. za dokuczliwą lub szkodliwą dla użytkowników,
 - g) treść jest sprzeczna z linią programową lub interesem TVP S.A.,

W celu zasięgnięcia dodatkowych informacji prosimy o kontakt z Biurem Reklamy TVP S.A.: online@tvp.pl

- h) w związku emisją materiałów reklamowych zostały wniesione jakiegokolwiek roszczenia, gdzie TVP S.A. nie ponosi z tego tytułu odpowiedzialności odszkodowawczej względem zleceniodawcy oraz zachowuje pełne prawo do wynagrodzenia.

§3

TVP S.A. zastrzega sobie prawo do odmowy emisji reklamy (w formie wideo) żywności i napojów skierowanej do dzieci przy audycjach dla dzieci, która nie spełnia „Kryteriów Żywnościowych do samoregulacji dotyczącej reklamy żywności skierowanej do dzieci w wieku poniżej 12 roku życia w Polsce.”, eksponujących kategorie produktów, których reklama jest całkowicie zakazana, mianowicie:

- a) cukier i produkty na bazie cukru obejmujące: czekoladę i wyroby czekoladowe, dżem lub marmoladę, nieczekoladowe słodycze i inne produkty cukrowe,
- b) napoje bezalkoholowe oraz chipsy ziemniaczane,
- c) przekąski na bazie ziemniaków, a także produkty z ciasta.

§4

W przypadku ekspozycji w materiałach reklamowych wideo w formie preroll, midroll, postroll produktów spożywczych wraz z przesłaniem materiału do emisji należy dołączyć oświadczenie o zgodności materiału reklamowego z Kryteriami żywnościowymi. Treść oświadczenia oraz Kryteriów żywnościowych znajduje się na stronie internetowej Biura Reklamy TVP S.A.

§5

Zleceniodawca zlecając kampanię zapewnia, iż jest uprawniony do złożenia zamówienia, a jego realizacja przez TVP S.A. nie naruszy jakiegokolwiek praw osób trzecich. W szczególności zleceniodawca zapewnia, że w zakresie złożonego zamówienia przysługują mu wszelkie prawa na dobrach niematerialnych, w tym m.in. prawa autorskie, pokrewne, prawa do wzorów zdobniczych i znaków towarowych oraz prawa do emisji materiałów w mediach interaktywnych dostępnych w Polsce oraz zagranicą, a w szczególności materiałów reklamowych wideo, które są emitowane również w programach telewizyjnych TVP S.A. oraz są wykorzystywane do emisji w mediach interaktywnych TVP S.A.

§6

W celu zasięgnięcia dodatkowych informacji prosimy o kontakt z Biurem Reklamy TVP S.A.: online@tvp.pl

Zleceniodawca odpowiada za wszelkie szkody mogące powstać na skutek realizacji zamówienia przez TVP S.A., a także za treść zamieszczonych reklam, w tym odpowiada za jakiegokolwiek naruszenia praw osób trzecich powstałe również w inny sposób aniżeli poprzez samą realizację zamówienia w szczególności poprzez naruszenie praw do dóbr niematerialnych tych osób, a w przypadkach zgłaszania roszczeń przez osoby trzecie bezpośrednio do TVP S.A., zleceniodawca jest zobowiązany zaspokoić te roszczenia i/lub naprawić ewentualne szkody (wraz z kosztami procesu bądź innego postępowania, a także innymi uzasadnionymi wydatkami poniesionymi na rzecz osób trzecich w związku z ich roszczeniami), powstałych po stronie TVP S.A. w związku z naruszeniem.

§7

Jeżeli w ramach realizacji kampanii dla zleceniodawcy, TVP S.A. produkuje materiał reklamowy z materiałów dostarczonych przez zleceniodawcę to zleceniodawca zobowiązany jest do udzielenia TVP S.A. wszelkich niezbędnych praw w celu realizacji zamówienia w szczególności: praw do modyfikacji materiałów, w tym kopiowania, zmiany, edycji, emisji fragmentu materiału.

§8

Zawarcie ze zleceniodawcą umowy na emisję reklamy w mediach interaktywnych TVP S.A. następuje po przyjęciu w formie pisemnej lub za pośrednictwem poczty e-mail zamówienia przez TVP S.A. Strony w celu określenia szczegółowych zasad realizacji zamówienia zleceniodawcy, zawrą odrębną umowę szczegółową. Zamówienie musi być podpisane oraz odesłane do TVP S.A. nie później, niż **czwartego dnia roboczego** przed emisją reklamy, w przypadku kampanii niestandardowych **szóstego dnia roboczego**, a w przypadku kampanii w telewizji hybrydowej **dziesiątego dnia roboczego** przed emisją reklamy.

§9

Złożenie zamówienia jest równoznaczne z gotowością zakupu wszystkich emisji, wynikających z warunków określonych w zamówieniu. Zleceniodawca jest zobowiązany w zamówieniu określić wszystkie parametry kampanii, w tym ograniczenia takie jak capping, targetowanie etc. lub inne, zgodnie z obowiązującym cennikiem.

§10

O potwierdzeniu przyjęcia składanego przez zleceniodawcę zamówienia dotyczącego zakupu reklam decyduje dostępność zasobów mediów interaktywnych TVP S.A.

§11

W celu zasięgnięcia dodatkowych informacji prosimy o kontakt z Biurem Reklamy TVP S.A.: online@tvp.pl

Zamówienie złożone na piśmie lub za pośrednictwem poczty e-mail powinno zostać czytelnie podpisane oraz opatrzone imienną pieczętą osoby ją podpisującej wraz z jej podpisem.

§12

Przykładowe wzory oferty oraz pełnomocnictw i upoważnień znajdują się na stronie internetowej Biura Reklamy TVP S.A.

§13

Umowy o emisję reklamy są zawierane na czas oznaczony i obowiązują od dnia ich zawarcia do dnia ostatecznego rozliczenia kampanii emitowanych na ich podstawie.

III. WARUNKI REALIZACJI EMISJI REKLAM

§14

Sprzedaż usług emisji reklam w mediach interaktywnych TVP S.A. prowadzona jest według następujących modeli:

- a) CPM: według liczby emisji reklamy,
- b) CPC: według liczby kliknięć w reklamę - przypadku wolnych zasobów,
- c) FF: na czas trwania kampanii.

Stawki CPM są publikowane w cenniku.

§15

Do składanego zamówienia należy dołączyć dokumenty, o których mowa w Części I „Postanowienia Ogólne” pkt. 4 „Zasad Sprzedaży w Biurze Reklamy TVP S.A.”.

§16

Podpisując zamówienie, zleceniodawca wyraża zgodę na wykorzystywanie przez TVP S.A. materiałów reklamowych do realizacji zamówienia, a także dla celów archiwalnych. Ponadto zleceniodawca wyraża zgodę na wykorzystanie materiałów reklamowych wskazanych powyżej dla promocji mediów interaktywnych TVP S.A. i/lub usług reklamowych TVP S.A., w szczególności poprzez ich zwielokrotnienie drukiem lub cyfrowo, wprowadzenie do obrotu, publiczne wystawienie, wyświetlenie, nadawanie, a także publiczne udostępnianie w taki sposób, aby każdy mógł mieć dostęp do materiałów w wybranym przez siebie miejscu i czasie.

§17

Podpisując zamówienie, zleceniodawca potwierdza, iż materiały reklamowe dostarczane TVP S.A. do emisji spełniają wymagania przewidziane prawem miejsca emisji 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 iż nie będą naruszać dóbr osobistych. W przypadku, gdy powyższe prawa dotyczą tylko emisji reklamy użytkownikom na terenie Polski, zleceniodawca ma obowiązek poinformowania o tym TVP S.A. przed emisją materiałów reklamowych.

§18

1. Materiały reklamowe gotowe do emisji reklamowej powinny być dostarczone do TVP S.A. najpóźniej w terminie **3 dni** roboczych przed datą emisji, w przypadku kampanii niestandardowych w terminie **5 dni roboczych**, a w przypadku kampanii w telewizji hybrydowej w terminie **10 dni roboczych** przed emisją reklamy. Nietrzymanie przez zleceniodawcę ww. terminów powoduje nie zamieszczenie zamówionej reklamy z jednoczesnym obciążeniem zleceniodawcy kosztami zamówionej reklamy lub wyemitowanie reklamy w innym terminie po wcześniejszej konsultacji.
2. Nietrzymanie terminu dostarczenia zamówienia bądź materiałów z nim związanych, zwalniają TVP S.A. z obowiązku jego realizacji oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.
3. TVP S.A. nie ponosi odpowiedzialności za utratę albo zniszczenie materiałów reklamowych.
4. Materiały reklamowe powinny spełniać ogólne wymagania techniczne określone w dokumencie „Specyfikacja techniczna reklam mediów interaktywnych TVP S.A.”, który jest dostępny na stronie Biura Reklamy TVP S.A.
5. TVP S.A. ponosi odpowiedzialność za brak emisji reklamy wyłącznie z własnej winy z wyłączeniem sytuacji, o którym mowa w §3. Wówczas TVP S.A. nie przysługuje umówione wynagrodzenie.
6. TVP S.A. dołoży wszelkich starań, aby w przypadku opóźnień zleceniodawcy w dostarczeniu materiałów reklamowych, kampania została uruchomiona zgodnie z planowanym terminem jej rozpoczęcia lub z jak najmniejszym opóźnieniem i została zrealizowana w całości.

7. W przypadku, gdy zleceniodawca nie dostarczy materiałów reklamowych w odpowiednim terminie, TVP S.A. zastrzega sobie prawo do niezrealizowania części zamówienia bez powstania obowiązku odszkodowawczego z tytułu niezrealizowania tej części zamówienia ani obowiązku zwrotu należności za niezrealizowaną część zamówienia. Wielkość nie zrealizowanej części zamówienia może maksymalnie mieć taki rozmiar czasowy jak duże było opóźnienie w dostarczeniu materiałów reklamowych.

§19

Odstąpienie od umowy, wymaga zgody TVP S.A. oraz złożenia oświadczenia w formie pisemnej lub przesłania go za pośrednictwem poczty e-mail.

§20

Zleceniodawca w przypadku odstąpienia od umowy (zamówienia) zobowiązany będzie do zapłaty należności określonej poniżej, chyba że TVP S.A. i zleceniodawca umówią się inaczej:

- a) **80% wartości** przewidzianego w zamówieniu wynagrodzenia w przypadku odstąpienia od umowy na mniej niż **4 dni robocze** przed rozpoczęciem planowanej emisji reklamy w ramach zamówienia oraz w trakcie trwania kampanii,
- b) **60% wartości** przewidzianego w zamówieniu wynagrodzenia w przypadku odstąpienia od umowy w **okresie między 4 a 10 dniem roboczym** przed rozpoczęciem planowanej emisji reklamy w ramach zamówienia,
- c) **40% wartości** przewidzianego w zamówieniu wynagrodzenia w przypadku odstąpienia od umowy w **okresie między 10 a 15 dniem roboczym** przed rozpoczęciem planowej emisji reklamy w ramach zamówienia.

§21

W przypadku, gdy zamówienie na emisję reklamy jest powiązane z produkcją materiałów przez TVP S.A. zleceniodawca, który wystąpi z prośbą odstąpienia od umowy powiązanej z tą produkcją w całości lub części, poniesie 100% wartości tego zamówienia.

§22

1. Zmiana zamówienia wymaga zgody obydwu Stron.
2. Zmiany zamówienia w zakresie treści reklamy, elementu graficznego, czasu trwania, podmioty materiału reklamowego oraz przedziału godzinowego, w razie konieczności ich wprowadzania, zleceniodawca zobowiązany jest dostarczyć TVP S.A. na piśmie lub

W celu zasięgnięcia dodatkowych informacji prosimy o kontakt z Biurem Reklamy TVP S.A.: online@tvp.pl

przesłać w formie elektronicznej z dokładnym określeniem ich zakresu najpóźniej **na 5 dni roboczych** przed zaplanowaną emisją reklamową. W przypadku wystąpienia wątpliwości i niejasności co do zakresu i rodzaju zgłoszonych zmian, TVP S.A. ma prawo do realizacji zamówienia w pierwotnej formie, przy czym TVP S.A., może nie wyrazić zgody na wprowadzenie jakichkolwiek zmian zamówienia bez podania przyczyny.

3. Zmiany ujęte w ust. 2, bez wcześniejszego zgłoszenia oraz w trakcie trwania emisji reklamy, w szczególności podmiana kreacji **objęte są dopłatą określoną w cenniku**. W przypadku wystąpienia wątpliwości niejasności co do zakresu i rodzaju zgłoszonych zmian, TVP S.A., ma prawo do realizacji zamówienia w pierwotnej formie i czasie. Ponadto jeśli zmiana nie spowoduje szkody TVP S.A., wówczas TVP S.A. może odstąpić od dopłaty.

§23

W przypadku usługi emisji reklamy w mediach interaktywnych TVP S.A. do rozliczania kampanii będą brane pod uwagę dane z adserwera TVP S.A., chyba że TVP S.A. i zleceniodawca umówią się inaczej.

§24

1. Rozliczenie zamówienia dokonywane jest na podstawie danych dotyczących liczby zrealizowanych emisji (w modelu CPM), liczby kliknięć (w modelu CPC) lub czasu emisji (w modelu FF).
2. W przypadku kampanii reklamowej rozliczanej z danych z adserwera TVP S.A., rozliczenie następuje na podstawie przesłanego za pośrednictwem poczty e-mail raportu z realizacji kampanii, który składa się ze statystyk dotyczących liczby zrealizowanych emisji oraz liczby kliknięć (jeżeli reklama jest klikana) oraz screenshotów prezentujących emitowane reklamy.
3. W przypadku kampanii reklamowej rozliczanej na podstawie zewnętrznego systemu kontrolującego zleceniodawcy, dla poprawnej optymalizacji emisji reklam, zleceniodawca umożliwi TVP S.A. swobodny dostęp do statystyk systemu kontrolującego. Podstawą rozliczenia będą dane zliczane przez kod zliczający emisję, który wywoływany jest w momencie startu materiału reklamowego. W przypadku nieumożliwienia przez zleceniodawcę dostępu do statystyk, rozliczenie kampanii reklamowej nastąpi na podstawie danych dostarczonych przez adserwer TVP S.A.

§25

TVP S.A. zastrzega sobie możliwość specjalnego oznaczenia emitowanego materiału reklamowego przy użyciu słów "reklama", "ogłoszenie reklamowe", "ogłoszenie płatne", „materiał sponsorowany”, „ audycja zawiera/ła lokowanie produktu” itp.

§26

1. Za zamówioną reklamę zleceniodawca zobowiązany jest zapłacić TVP S.A. wynagrodzenie na podstawie wystawionej faktury VAT po zakończeniu kampanii reklamowej w ciągu 14 dni od momentu wystawienia faktury na podstawie zamówienia, chyba że TVP S.A. i zleceniodawca uzgodnią inny termin zapłaty.
2. TVP S.A. zastrzega sobie prawo do pobierania przedpłat za zamówioną kampanię. W takim przypadku zleceniodawca jest zobowiązany do zapłacenia całości wynagrodzenia za emisję reklamy **nie później niż trzeciego** dnia roboczego poprzedzającego rozpoczęcie emisji reklamy określonego w treści zamówienia, chyba że Strony ustalą inny termin płatności.

§27

Wynagrodzenie za zamówioną reklamę ustalane jest na podstawie obowiązującego cennika zawierającego ceny oraz opłaty dodatkowe. Cennik publikowany się na stronie Biura Reklamy TVP S.A.

§28

TVP S.A. zastrzega sobie prawo do zmian Zasad, a w szczególności prawo do zmian cenników.

§29

Minimalna wartość zamówienia (po opustach) wynosi 1 000 zł netto plus podatek od towarów i usług we właściwej stawce obowiązującej na dzień wystawiania faktury przez TVP SA.

§30

Wszystkie ceny podane w cenniku są cenami netto. Wartość zamówienia wskazana na fakturze będzie odpowiednio powiększona o podatek od towarów i usług we właściwej, obowiązującej zgodnie z przepisami prawa stawce.

§31

W celu zasięgnięcia dodatkowych informacji prosimy o kontakt z Biurem Reklamy TVP S.A.: online@tvp.pl

Stosowanie przez zleceniodawcę jakichkolwiek systemów, skryptów lub kodów pozyskujących informacje o użytkownikach mediów interaktywnych TVP S.A., a także wykorzystywanie tych informacji w sposób i w celach wykraczających poza potrzeby wynikające z realizacji zamówienia dotyczącego emisji reklamy, w ramach której informacje zostały pozyskane, wymaga uzyskania odrębnej zgody TVP SA.

§32

W przypadku emisji reklamy napoju alkoholowego TVP S.A. nalicza dopłatę w wysokości **11,11%** od całości kwoty wartości emisji kreacji reklamowych zawierających reklamę napoju alkoholowego, z uwzględnieniem należytych dopłat określonych w cenniku.

V. REKLAMACJE

§33

Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji zamówienia, zleceniodawca zobowiązany jest zgłaszać wyłącznie na piśmie w terminie nie dłuższym niż 15 dni od daty zakończenia kampanii. Jeśli reklamacja jest uzasadniona, TVP S.A. po konsultacjach ze zleceniodawcą, zobowiązana jest naprawić nieprawidłowości związane z emisją reklamy. Jeśli w ustalonym okresie z przyczyn niezależnych od TVP S.A. kampania nie zostanie w pełni zrealizowana, czas jej realizacji ulega wydłużeniu lub na wniosek zleceniodawcy za zgodą TVP S.A. niezrealizowana część może zostać wykorzystana w kolejnej kampanii.

§34

TVP S.A. zastrzega sobie prawo do zmiany terminów i cen emisji reklamy w przypadku działania siły wyższej (w szczególności działania siły natury, i wszystkich działań spowodowanych działaniem osób trzecich, na które TVP S.A. nie ma wpływu).

§35

Emisja reklamy w ramach reklamacji oraz złożenie reklamacji nie zwalnia zleceniodawcy z obowiązku zapłaty należności za jej emisję.

VI. UWAGI KOŃCOWE

W celu zasięgnięcia dodatkowych informacji prosimy o kontakt z Biurem Reklamy TVP S.A.: online@tvp.pl

§36

W trakcie emisji reklamy oraz w ciągu 14 dni od jej zakończenia zleceniodawca ma możliwość wglądu do szczegółowych statystyk dotyczących kampanii po wcześniejszej informacji przesłanej drogą mailową na adres online@tvp.pl.

§37

1. W sprawach nieuregulowanych niniejszymi Zasadami zastosowanie mają obowiązujące przepisy, w szczególności ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną i Kodeksu Cywilnego oraz dokument „Zasady Sprzedaży w Biurze Reklamy TVP S.A.” (dostępny na stronie Biura Reklamy TVP S.A.).
2. Niniejsze Zasady oraz umowy zawarte na ich podstawie, a także oświadczenia stron z nimi związane podlegają prawu polskiemu.
3. Wszelkie spory wynikające ze stosowania Zasad, umów z nimi związanych, rozstrzygane będą przez sąd powszechny właściwy miejscowo dla TVP S.A.
4. TVP S.A. zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszych Zasad w każdym czasie.
5. W przypadku odmowy akceptacji nowych warunków przez zleceniodawcę w trakcie trwania umowy zawartej przed datą zmiany niniejszych Zasad, umowa pomiędzy zleceniodawcą a TVP S.A. wygasa, chyba że emisja reklamy została rozpoczęta przed zmianą lub jeśli Strony ustalą odmiennie. W przypadku, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym, emisja reklamy będzie prowadzona do jej zakończenia na dotychczasowych zasadach.