

ZASADY ZAWIERANIA UMÓW NA EMISJĘ FILMU REKLAMOWEGO w Biurze Reklamy TVP S.A. Oddział we Wrocławiu

1. Reklamodawca w formie pisemnej składa ofertę zakupów usług emisji filmu reklamowego (dalej: reklam) z określeniem reklamowego towaru lub usług, długości reklamy, liczby emisji oraz pasm reklamowych. Oferta może określać także inne dostarczane przez Biuro Marketingu i Reklamy TVP S.A. Oddział we Wrocławiu usługi emisyjne, których nabyciem – za określoną obowiązującym cennikiem dopłatą – Reklamodawca jest zainteresowany. Zawarcie umowy następuje z chwilą przyjęcia oferty przez Biuro Marketingu i Reklamy TVP S.A. Oddział we Wrocławiu.
2. Reklamodawca może być reprezentowany przez upoważnioną przez siebie agencję reklamową (agencja reklamowa składa odpowiednie pełnomocnictwa).
3. Jeżeli Reklamodawca będzie reprezentowany przez agencję reklamową, Biuro Marketingu i Reklamy TVP S.A. Oddział we Wrocławiu może udzielić do 15% Upustu (tzw. Upust agencyjny).
4. Niezależnie od Upustu określonego w punkcie 3, Biuro Marketingu i Reklamy TVP S.A. Oddział we Wrocławiu może stosować Upusty z tytułu:
 - Upustu dla nowych reklamodawców,
 - Upustu dla reklamodawcy produkującego film reklamowy w Telewizji Wrocław,
 - Upustu dla sponsorów audycji Telewizji Wrocław,
 - Upustu z tytułu wielkości zamówienia,
 - Upustu z tytułu zawarcia umowy długoterminowej,
 - Innych Upustów wprowadzanych w ofertach sezonowych.
5. TVP S.A. Oddział we Wrocławiu zastrzega sobie prawo nie emitowania reklamy w uzgodnionym terminie z przyczyn programowych lub technicznych. W takim przypadku reklama wyemitowana będzie w najbliższym terminie uzgodnionym przez strony.
6. Najpóźniej do godz. 15.00 trzeciego dnia roboczego przez dniem pierwszej emisji (nie licząc dnia emisji) należy dostarczyć:
 - a) komplet kopii dokumentów statutowych firmy (REGON statystyczny, wypis z rejestru handlowego lub ewidencji działalności gospodarczej),
 - b) reklamę na kasecie BETACAM SP (jedna reklama na jednej kasecie); kopia emisyjna musi spełniać wymogi techniczne, treść reklamy nie może naruszyć zasad działalności reklamowej TVP S.A. Oddział we Wrocławiu,
 - c) metryczkę reklamy, zawierającą: oświadczenie o posiadaniu autorskich i pokrewnych praw majątkowych do wykorzystania reklamy, oraz o tym, że przekazana do emisji reklama nie narusza niczyich praw autorskich i pokrewnych praw osobistych,
 - d) decyzje administracyjne o dopuszczeniu reklamowanych produktów do obrotu w Polsce (jeśli wynika to z przepisów prawa), a w szczególności:
 - artykułów spożywczych,
 - środków farmaceutycznych i materiałów medycznych,
 - artykułów chemicznych.

7. Płatność za emisję powinna być dokonana najpóźniej do godz. 15.00 drugiego dnia roboczego przed dniem emisji – jeżeli oferta nie przewiduje inaczej - przelewem na konto TVP S.A. Oddział we Wrocławiu w I Oddziale Banku Przemysłowo – Handlowego we Wrocławiu nr 10601679-320000400281.
8. Niedotrzymanie któregośkolwiek z warunków określonych w pkt. 6 traktowane będzie jako odstąpienie od umowy.
9. Przesunięcie terminów emisji przez Klienta traktowane będą jak odwołanie tych terminów.
10. Jeżeli Oferent odstąpi od umowy – zrezygnuje z całości lub części emisji – Telewizja Wrocław pobierać będzie opłatę stanowiącą określony procent wartości anulowanej emisji. Za wartość anulowanej emisji uważa się w każdym przypadku cenę podstawową spotu bez VAT, pomniejszoną o udzielone Upusty.

Liczba dni kalendarzowych od dnia odstąpienia od umowy do dnia emisji (nie licząc dnia emisji)	Wartość opłat stanowiąca określony procent anulowanej emisji
1 – 2	80%
3 – 5	30%

11. Zmiana zamówienia reklamy na reklamę o tej samej długości, promującą inny towar lub usługę tego samego Reklamodawcy jest możliwa pod warunkiem, że nie narusza to nabytej przez innego Reklamodawcę usługi zagwarantowania wyłączności w bloku reklamowym.
12. Zamiana przez Reklamodawcę reklamy na inną reklamę o tej samej długości lub dłuższą, nie pociąga za sobą opłaty anulacyjnej. Zamiana reklamy przez Reklamodawcę na krótszą, sankcjonowana jest opłatą. Wysokość opłaty jest równoważnością ceny podstawowej czasu zwolnionego (wg zawartego z cenniku indeksu cen reklam) pomniejszonego o opusty z tytułu umowy terminowej oraz agencyjnej.
13. W przypadkach nie omówionych w niniejszym dokumencie mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego i Kodeksu Handlowego i Rozporządzenia KRRiTv.