



## Warunki zamówienia emisji reklamy TwojeInnowacje.pl i DomInnowacji.pl aktualizacja na dzień 10.12.2012 r.

1. Złożenie zamówienia realizacji emisji reklamy jest równoznaczne z zawarciem umowy o jej realizację.

1.1. Sprzedaż reklamy przez Wydawcę odbywa się według następujących kryteriów:

- a) liczby emisji (odśłon, wyświetleń) – CPM;
- b) czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee;
- c) liczby kliknięć przez użytkownika w reklamę – CPC;

1.2. Do rozliczenia reklamy stosuje się następujące jednostki rozliczeniowe:

- a) 1000 odśłon;
- b) dzień, tydzień, miesiąc emisji;
- c) jedno kliknięcie.

1.3. W przypadku wykorzystania narzędzi reklamowych takich, jak mailing i SMS, jednostką rozliczeniową jest jeden list poczty elektronicznej lub SMS wysłany do aktywnego użytkownika konta lub telefonu.

2. Zlecenie Emisji Reklam i warunki płatności.

Zlecenia Emisji Reklam dokonuje się pisemnie (w formie listu, skanu lub faksu przesyłanego przez Zleceniodawcę do Wydawcy) na odpowiednim formularzu przygotowanym przez Wydawcę.

2.1. Zlecenie Emisji Reklam musi zawierać:

- a) listę zamawianych powierzchni reklamowych (serwisów) oraz miejsc w ich obrębie (strona główna, podstrony, góra, dół itp.);
- b) jednostkę rozliczeniową (odśłony, czas, kliknięcia, działania);
- c) liczbę zamawianych jednostek rozliczeniowych na poszczególnych serwisach;
- d) wartość jednostki rozliczeniowej na poszczególnych serwisach, ewentualne rabaty, wartości po udzielonych rabatach;
- e) czas trwania Emisji Reklam na poszczególnych serwisach;
- f) ewentualne dodatkowe założenia dotyczące emisji reklamy (targetowanie, ograniczanie liczby kontaktów jednego użytkownika z reklamą itp.);
- g) nazwę kampanii;
- h) dane identyfikujące klienta, w którego imieniu jest zamawiana emisja reklam (jeżeli ma to miejsce);
- i) dane identyfikujące Zleceniodawcę: imię i nazwisko osoby zlecającej; dane firmy zamawiającej: adres, telefon, faks, NIP;
- j) dane Wydawcy: imię i nazwisko osoby przyjmującej zlecenie, adres, telefon, faks, NIP;
- k) termin wystawienia FV PRO-FORMA, termin jej płatności, nazwę banku i numer konta, na które powinny zostać przelane pieniądze przez Zleceniodawcę;
- l) podpis i pieczęć Zleceniodawcy.

2.2. Podpisując Zlecenie Emisji Reklam, przygotowane przez Wydawcę, Zleceniodawca oświadcza, że:

- a) posiada odpowiednie umocowanie do składania zamówienia oraz podpisania umowy o emisję reklam;
- b) jest uprawniony do posługiwania się - użytymi w zleconych do emisji materiałach reklamowych - informacjami, danymi, fragmentami utworów, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorcami zdobniczymi albo innymi elementami stanowiącymi przedmiot ochrony prawnej na podstawie prawa autorskiego i praw pokrewnych, prawa własności przemysłowej, prawa do znaków towarowych lub wzorów zdobniczych, prawa do tajemnicy przedsiębiorstwa lub innych praw wymaganych w prowadzeniu kampanii.
- c) zlecana emisja reklam jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa i nie narusza praw autorskich oraz innych praw osób trzecich;
- d) zapoznał się z treścią niniejszego dokumentu tj.: Warunki zamówienia emisji reklamy TwojeInnowacje.pl i DomInnowacji.pl.

2.3. Zleceniodawca zobowiązuje się uregulować płatność należną Wydawcy z tytułu emisji reklamy w serwisie internetowym przed jej emisją, w terminie 7 dni od daty złożenia zamówienia na emisję reklamy, na podstawie faktury VAT PRO FORMA, wystawionej przez Wydawcę.



- 2.4. Po dokonaniu zapłaty wynagrodzenia z tytułu emisji reklamy przez Zleceniodawcę, Wydawca wystawi Zleceniodawcy fakturę VAT, zgodnie z obowiązującymi przepisami.
- 2.5. Zleceniodawca upoważnia Wydawcę do wystawiania faktur VAT bez podpisu Zleceniodawcy, która zostanie przekazana drogą elektroniczną w formacie PDF.
- 2.6. Anulowanie Zlecenia Emisji Reklamy następuje w przypadku braku płatności określonej w punkcie 2.3.
- 2.7. W przypadku anulowania Zlecenia Emisji Reklam po rozpoczęciu emisji Zleceniodawca jest zobowiązany zapłacić Wydawcy 100% wartości brutto przed rabatem wynagrodzenia przewidzianego za niezrealizowaną część umowy. Rezygnacja z całości lub części Zlecenia Emisji Reklam musi mieć formę pisemną pod rygorem nieważności.
3. Każdemu klientowi w trakcie kampanii jak również do 30 dni po jej zakończeniu Wydawca udostępnia statystyki przedstawiające liczbę emisji.
4. Podstawą oceny poziomu realizacji emisji reklam są dane pochodzące z AdSerwera Wydawcy.
5. Jeżeli z winy Wydawcy emisja reklam nie zostanie zrealizowana lub zostanie zrealizowana niewłaściwie, Wydawca zobowiązuje się do powtórnej emisji reklam w terminie ustalonym ze Zleceniodawcą. Inne roszczenia Zleceniodawcy z tego tytułu nie mogą być podnoszone.
6. Jeżeli z przyczyn obiektywnych emisja reklam nie została w pełni zrealizowana w zamówionym terminie:
  - a) czas jej realizacji zostanie odpowiednio wydłużony, albo;
  - b) Zleceniodawca może wykorzystać pozostałą liczbę emisji w kolejnym zamówieniu, albo;
  - c) kampania jest refakturowana (dokonuje się korekty Zlecenia Emisji Reklam oraz faktury VAT, jeśli została już wystawiona), albo
  - d) stosuje się kombinację powyższych rozwiązań.
7. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam przez Wydawcę jest dokonywana w czasie nie dłuższym niż 24 godziny od momentu otrzymania pisemnej informacji od Zleceniodawcy. Wydawca dokona ww. modyfikacji, o ile nie utrudni to lub uniemożliwi realizację usług na rzecz innych kontrahentów.
8. Wydawca jest zobowiązany sprawdzić poprawność otrzymanych materiałów w czasie nie dłuższym niż 24 godziny od chwili ich otrzymania oraz poinformować Zleceniodawcę o ewentualnych błędach zawartych w materiałach reklamowych lub ich poprawności.
9. Przyjęcie reklamy do emisji nie jest równoznaczne ze stwierdzeniem zgodności danej reklamy ze specyfikacją reklamową.
10. Niedostarczenie w terminie poprawnie wykonanych materiałów reklamowych jest jednoznaczne z akceptacją przez Zleceniodawcę faktu, iż rozpoczęcie emisji reklam może zostać opóźnione w stosunku do terminów zawartych w Zleceniu Emisji Reklam. Nie rodzi to dla Wydawcy obowiązków odszkodowawczych z tytułu niezrealizowania emisji reklam ani obowiązku zwrotu należności za niezrealizowaną z tego powodu część emisji reklam.
11. Jeżeli Zleceniodawca zdecyduje się na wymianę materiałów reklamowych po rozpoczęciu emisji reklam, Wydawca zobowiązuje się dokonać wymiany w terminie nie dłuższym niż 48 godzin od chwili otrzymania poprawnie wykonanych materiałów reklamowych.
12. Wydawca może odmówić lub wstrzymać emisję realizacji zlecenia bez podania przyczyny lub gdy dostarczony materiał zdaniem Wydawcy nie będzie się kwalifikował do emisji, z powodu złej jakości i/lub będzie

**alexandrite  
group**

Twoje Innowacje.pl

**RES NOVA**  
BIURO PROJEKTOWE

**DOM**

INNOWACJI.pl



**Adres:** Alexandrite Group, ul. Podkowińskiego 8 lok.29, 31-321 Kraków  
**Tel:** 012 350 48 11, **Fax:** 012 350 47 76, **Email:** [info@alexandrite.pl](mailto:info@alexandrite.pl)

| [www.alexandrite.pl](http://www.alexandrite.pl) | [www.twojeinnovacje.pl](http://www.twojeinnovacje.pl) |  
| [www.resnova.pl](http://www.resnova.pl) | [www.dominnowacji.pl](http://www.dominnowacji.pl) |  
| [www.projekty.dominnowacji.pl](http://www.projekty.dominnowacji.pl)

naruszał przepisy obowiązującego prawa i/lub będzie materiałem konkurencyjnym dla Wydawcy, czy też będzie sprzeczny z linią programową lub interesem Wydawcy lub z innych przyczyn, które zdaniem Wydawcy uniemożliwiają jego emisję bez ponoszenia odpowiedzialności odszkodowawczej. Wydawca może również wstrzymać emisję zamówionego ogłoszenia lub reklamy, jeżeli osoba trzecia zgłosi na piśmie zastrzeżenia do ich treści.

13. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za jakość emitowanych materiałów w serwisie, dostarczonych przez Zleceniodawcę, które zawierają błędy lub nie spełniają parametrów technicznych określonych przez Wydawcę, ani za ich kompletność, aktualność oraz rzetelność zamieszczonych informacji.

14. Ceny zawarte w cenniku oraz indywidualne wyceny nie uwzględniają podatku VAT. Wszystkie koszty związane z obowiązującymi w Polsce przepisami podatkowymi są pokrywane przez Zleceniodawcę. Wydawca zastrzega sobie prawo do modyfikowania cennika.

15. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających z umowy Zlecenia Emisji Reklam, jeśli jest ono następstwem zdarzeń pozostających poza jego kontrolą, w tym w szczególności, (choć nie wyłącznie): wybuchu lub groźby wybuchu wojny, aktów, decyzji lub weta instytucji rządowych, umów rządowych lub międzynarodowych, strajków lub innych działań protestacyjnych, powodzi, pożarów, eksplozji, awarii sieci Internet lub jej części, sieci energetycznej, awarii komputerowych systemów nadzoru i dystrybucji lub innych przejawów działań siły wyższej.

16. W przypadku wyżej wymienionych zdarzeń Wydawca zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić o nim Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne dogodne dla niego terminy emisji reklam.

17. Wydawca nie odpowiada za możliwe wahania w precyzyjnej dystrybucji geotargetowanej reklamy w oparciu o bazę geolokalizacyjną zewnętrznego dostawcy stosowaną przez systemy Wydawcy. Metody ustalania lokalizacji obciążone mogą być błędem np. ze względu na: dynamiczne IP, serwery proxy, dostęp mobilny do internetu oraz innego rodzaju brak wsparcia ze strony infrastruktury sieciowej w celu poprawnego określenia adresu IP użytkownika.

18. Wydawca zastrzega sobie zmianę warunków emisji reklamy.

19. We wszelkich sprawach nie uregulowanych w niniejszym Regulaminie mają zastosowanie przepisy kodeksu cywilnego.

20. Strony ustalają, że wszelkie spory wynikające z niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Wydawcy.