

**Zasady Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych**  
POLSAT MEDIA Sp. z o.o.

POLSAT MEDIA Sp. z o.o (dalej: POLSAT MEDIA), z siedzibą w Warszawie, ul. Ostrobramska 77, działa jako biuro reklamy Telewizji Polsat S.A., Polskich Mediów S.A. oraz innych podmiotów. POLSAT MEDIA prowadzi działalność w zakresie emisji Reklam i Wskazań sponsorskich w następujących programach telewizyjnych (dalej: Programy Telewizyjne):

**Program Telewizyjny**

Polsat

Polsat Sport

Polsat Sport Extra

Polsat2

Polsat News

Polsat Café

Polsat Play

Polsat Film

Polsat Futbol

Czwórka

Superstacja

Zmiana listy Programów Telewizyjnych ogłaszana jest przez POLSAT MEDIA i nie stanowi zmiany Zasad. Programy Telewizyjne są rozpowszechniane drogą emisji telewizyjnej, w sposób bezprzewodowy (naziemny, satelitarny), przewodowy, za pośrednictwem platformy cyfrowej, sieci kablowej oraz sieci komputerowej (internet). Sprzedaż usług emisji Reklam prowadzona jest według dwóch metod sprzedaży: cennikowej i pakietowej, opisanych w dalszej części Zasad. Definicje pojęć stosowanych w Zasadach określone są w pkt IX Zasad.

**I – Ogólne warunki współpracy z Reklamodawcą**

1. Usługa emisji Reklam/Wskazań sponsorskich odbywa się na podstawie Zleceń podpisanych przez Reklamodawcę i POLSAT MEDIA. Jeżeli na rzecz Klienta działa Agencja, Klient wraz z Agencją ponosi odpowiedzialność solidarną za zobowiązania wynikające ze Zlecenia.
2. POLSAT MEDIA rozpoczyna sprzedaż usług emisji Reklam na dany miesiąc kalendarzowy pierwszego dnia roboczego po udostępnieniu Reklamodawcom Cennika na ten miesiąc. W pierwszej kolejności prowadzona jest sprzedaż cennikowa, a następnie sprzedaż pakietowa. POLSAT MEDIA udostępniając Cennik na dany miesiąc informuje Reklamodawców o terminach rozpoczęcia sprzedaży według poszczególnych metod.
3. Zlecenia przygotowywane są przez POLSAT MEDIA na podstawie otrzymanego od Reklamodawcy zamówienia. Po otrzymaniu zamówienia POLSAT MEDIA dokonuje rezerwacji czasu reklamowego/sponsorskiego w zakresie opisanym w zamówieniu i potwierdza fakt dokonania rezerwacji przesyłając Reklamodawcy Zlecenie do akceptacji.
4. Akceptacja Zlecenia przez Reklamodawcę odbywa się przez podpisanie go przez osoby upoważnione i dostarczenie podpisanego Zlecenia do POLSAT MEDIA, wraz z dokumentami, oświadczeniami wymienionymi w Zasadach, w terminie 3 dni roboczych od dnia przesłania przez POLSAT MEDIA Zlecenia do Reklamodawcy, jednak nie później niż czwartego dnia roboczego przed pierwszą emisją Reklamy ze Zlecenia. Zlecenie uważa się za dostarczone również wtedy, jeżeli w wyżej określonym terminie zostanie przesłane do POLSAT MEDIA faksem lub pocztą elektroniczną. Zawarcie Zlecenia następuje po podpisaniu przez POLSAT MEDIA.
5. Wszelkie zmiany wprowadzane przez Reklamodawcę do podpisanego Zlecenia regulowane są przez postanowienia Zasad w części dotyczącej rezygnacji z usługi.

**II – Wycena Zlecenia**

1. Zlecenia na emisję Reklam/Wskazań sponsorskich przygotowywane są przez POLSAT MEDIA na drukach odrębnych dla każdego rodzaju sprzedaży. Wzory druków Zleceń znajdują się w Załączniku nr 3 (a-c) do Zasad. Kalkulacja wartości netto Zlecenia dokonywana jest przez POLSAT MEDIA zgodnie z zapisami Zasad odpowiednio dla każdego rodzaju sprzedaży.
2. Jeżeli w ramach Zlecenia emitowana jest Reklama napoju alkoholowego, wówczas wartość tego Zlecenia jest dodatkowo powiększana o 11,11% w związku z obowiązkiem poniesienia opłaty z tytułu świadczenia usług, których przedmiotem jest Reklama napojów alkoholowych. POLSAT MEDIA zastrzega, że w przypadku powstania zobowiązania do naliczania innych niż wymieniona w tym punkcie publicznoprawna należność naliczana z tytułu emisji Reklam, wartość Zlecenia powiększana jest również o te należności.

### Sprzedaż cennikowa

3. Sprzedaż cennikowa polega na wycenie usług emisji Reklam na podstawie cen emisji reklam opublikowanych w Cenniku. Wyboru emisji w ramach sprzedaży cennikowej dokonuje Reklamodawca przesyłając do POLSAT MEDIA w zamówieniu listę emisji, które chce zarezerwować. Na podstawie zamówienia POLSAT MEDIA przygotowuje tzw. Zlecenie cennikowe.
4. Należność za emisje Reklam w ramach Zlecenia cennikowego obliczana jest na podstawie cen publikowanych w Cenniku obowiązującym na dany okres emisyjny.
5. POLSAT MEDIA może udzielić Reklamodawcom następujących rabatów:
  - a. rabat Klienta – rabat udzielany Klientowi na podstawie umowy długoterminowej zawieranej pomiędzy Klientem a POLSAT MEDIA,
  - b. rabat agencyjny – rabat udzielany Agencji w związku z reprezentowaniem Klienta przez Agencję; rabat ten wynosi do 15%,
  - c. inne rabaty – rabaty udzielane przez POLSAT MEDIA w indywidualnych przypadkach (np. rabat sezonowy).
6. Wycena Zlecenia cennikowego dokonywana jest w następujący sposób:  
Cena opublikowana w Cenniku obowiązującym na dany okres emisyjny mnożona jest przez przelicznik długości Reklamy, a następnie powiększana o opłaty dodatkowe wynikające z Zasad. Opłaty dodatkowe naliczane są w następującej kolejności: jako pierwsza naliczana jest opłata wynikająca z treści Reklamy, a jako druga – opłata za emisję Reklamy na wybranej pozycji w bloku, przy czym opłata za emisję Reklamy na wybranej pozycji w bloku naliczana jest od kwoty powstałej po naliczeniu opłaty wynikającej z treści Reklamy. Tak obliczona wartość zostaje obniżona o przysługujące Reklamodawcy rabaty. Każdy kolejny rabat obliczany jest od kwoty pozostałej po odjęciu rabatu poprzedzającego, przy czym jako ostatni naliczany jest rabat agencyjny, a jako przedostatni – rabat Klienta. Wartość powstała po odjęciu rabatów stanowi wartość netto Zlecenia cennikowego. Wartość netto Zlecenia powiększana jest o publicznoprawne należności, o których mowa w pkt II.2 Zasad, a następnie o należny podatek VAT.

### Sprzedaż pakietowa

7. Sprzedaż pakietowa polega na wycenie usług emisji Reklam na podstawie osiągniętego poziomu oglądalności. Reklamodawca przesyła do POLSAT MEDIA zamówienie określając przedmiot Reklamy, okres emisyjny, poziom zamawianego GRP dla każdej długości Reklamy, podział na prime-time i resztę dnia. POLSAT MEDIA przyjmuje rezerwację wystawiając tzw. Zlecenie pakietowe. W ramach Zlecenia pakietowego POLSAT MEDIA dokonuje wyboru bloków reklamowych, w których emitowane będą Reklamy.
8. Okres emisyjny w Zleceniu pakietowym powinien wynosić co najmniej 7 dni, a zamawiane GRP powinno mieć co najmniej określony poniżej poziom dla danego Programu Telewizyjnego, chyba że w Cenniku na dany okres emisyjny zostanie określony inny minimalny poziom GRP.

#### Minimalny poziom GRP w zamówieniu pakietowym:

Program Telewizyjny	poziom GRP
Polsat	50
Polsat Sport	1
Czwórka	2
Inne	poziom ustalany indywidualnie

9. Poziom CPP dla danego Zlecenia określany jest w Umowie długoterminowej zawieranej przez POLSAT MEDIA z Reklamodawcą. Do sprzedaży według metody pakietowej nie stosuje się rabatów, a w szczególności rabatu agencyjnego.
10. Wycena Zlecenia pakietowego dokonywana jest w następujący sposób:  
CPP na dany miesiąc dla danej pory dnia mnożone jest przez przelicznik długości Reklamy, a następnie powiększane o opłaty dodatkowe wynikające z Zasad. Opłaty dodatkowe naliczane są w następującej kolejności: jako pierwsza naliczana jest opłata wynikająca z treści Reklamy, a jako druga – opłata za emisję Reklamy na wybranej pozycji w bloku, przy czym opłata za emisję Reklamy na wybranej pozycji w bloku naliczana jest od kwoty powstałej po naliczeniu opłaty wynikającej z treści Reklamy. Tak obliczona wartość zostaje pomnożona przez GRP zamówione na dany okres emisyjny dla danej Grupy celowej i pory dnia i stanowi wartość netto Zlecenia pakietowego. Wartość netto Zlecenia powiększana jest o publicznoprawne należności, o których mowa w pkt II.2 Zasad, a następnie o należny podatek VAT.
11. Po zakończeniu emisji Reklam ze Zlecenia pakietowego POLSAT MEDIA dokonuje rozliczenia należności za emisję Reklam: POLSAT MEDIA ponownie oblicza wartość netto Zlecenia pakietowego przyjmując w miejsce zamawianego poziomu GRP – GRP osiągnięte poprzez emisję Reklam z tego Zlecenia.
  - a. Jeżeli tak określona wartość netto jest niższa niż wartość netto obliczona dla zamawianego poziomu GRP i ta różnica przekracza poziom określony w tabeli poniżej, wówczas należność za takie Zlecenie pakietowe obliczana jest w oparciu o GRP osiągnięte poprzez emisję Reklam.

- b. Jeżeli tak określona wartość netto różni się od wartości netto obliczonej dla zamawianego poziomu GRP i ta różnica nie przekracza poziomu określonego w tabeli poniżej, takie Zlecenie pakietowe uznaje się za zrealizowane zgodnie z zamówieniem, a powstałą różnicę w wartościach netto POLSAT MEDIA wyrówna w następnym Zleceniu pakietowym lub innym terminie uzgodnionym z Reklamodawcą.
- c. Jeżeli tak określona wartość netto jest wyższa niż wartość netto obliczona dla zamawianego poziomu GRP i ta różnica przekracza poziom określony w tabeli poniżej, wówczas należność za takie Zlecenie pakietowe obliczana jest w oparciu o zamówione GRP.

**różnica wartości netto Zlecenia pakietowego; zamawiana vs. rozliczana:**

okres emisji podany w Zleceniu	różnica wartości
do 10 dni	8%
od 11 do 20 dni	5%
powyżej 20 dni	3%

12. POLSAT MEDIA dokonuje rozliczenia Zlecenia pakietowego na podstawie danych telemetrycznych dostarczanych przez niezależny instytut badawczy określony przez POLSAT MEDIA. Jeżeli dla danej emisji Reklamy osiągnięta liczba GRP wynosi mniej niż 0.01 GRP, wówczas należność za tę emisję jest stała i wynosi 5 złotych (plus należny podatek VAT).

**Przeliczniki długości Reklamy**

13. Jeżeli Reklama jest krótsza lub dłuższa niż 30 sekund, wówczas cena emisji danej Reklamy/ CPP mnożone jest przez przelicznik długości Reklamy podany w tabeli poniżej.

**przeliczniki długości Reklamy:**

czas trwania Reklamy (w sekundach)	przelicznik
5	40%
od 6 do 10	55%
od 11 do 15	70%
od 16 do 20	90%
od 21 do 30	100%
od 31 do 35	120%
od 36 do 40	140%
od 41 do 45	150%
od 46 do 60	200%

Emisja Reklam krótszych niż 5 sekund dokonywana jest na podstawie indywidualnych ustaleń. Dla Reklam dłuższych niż 60 sekund przelicznik długości Reklamy ustalany jest indywidualnie.

14. Jeżeli dwie lub więcej Reklam zostanie połączone w jeden materiał emisyjny, wówczas cena emisji każdej Reklamy/ CPP będzie kalkulowana oddzielnie zgodnie z przelicznikami długości Reklamy.

**Opłaty dodatkowe**

15. Jeżeli Reklama zawiera elementy promujące więcej niż jeden produkt/usługę Klienta, inny podmiot lub produkty/usługi innego niż Klient podmiotu, wówczas należność za emisję Reklamy zostanie podwyższona o opłatę określoną w tabeli poniżej.

dodatkowe elementy w Reklamie	dopłata
logotyp patrona medialnego lub sponsora	5%
nagroda w konkursie (bez podania cech nagrody)	5%
drugi i każdy następny produkt/usługa Klienta	po 5%
jeden produkt/usługa innego Klienta	20%
drugi i każdy następny produkt/usługa innego Klienta	po 10%
pozostałe przypadki	25%

16. Reklamodawca może nabyć dodatkową usługę polegającą na emisji Reklamy na wybranej pozycji w bloku reklamowym. W takim przypadku należność za emisję Reklamy zostaje podwyższona o opłatę określoną w tabeli poniżej.

pozycja w bloku reklamowym	dopłata
pierwsza	25%
ostatnia	25%
pierwsza i ostatnia *	15%
pierwsza, druga, przedostatnia i ostatnia *	10%

\* grupa wybranych pozycji; usługa dostępna dla dwóch lub więcej Reklam; Reklamy emitowane są na wszystkich wymienionych pozycjach w ramach takiej grupy w taki sposób, aby wartości cen emisji Reklam

(a w przypadku Zlecenia pakietowego – poziomy GRP osiągniętego przez emisję Reklam) na każdej pozycji w ramach grupy w przybliżeniu sobie odpowiadały.

### Sponsoring

17. W ramach sponsoringu POLSAT MEDIA przygotowuje pakiety sponsorskie obejmujące emisję Wskazań sponsorskich przed lub po wybranych audycjach telewizyjnych. Pakiet sponsorski może być dodatkowo poszerzony o emisję Wskazań sponsorskich przy zapowiedziach sponsorowanej audycji; liczba emisji takich Wskazań sponsorskich jest indywidualnie ustalana z Reklamodawcą.
18. Pakiet sponsorski może dotyczyć jednej lub kilku audycji telewizyjnych. Klient decydując się na pakiet sponsorski dotyczący danej audycji telewizyjnej zostaje jej sponsorem. Jednorazowe Wskazanie sponsorskie może być emitowane nie dłużej niż 8 sekund w przypadku jednego sponsora, 15 sekund - w przypadku dwóch sponsorów i 25 sekund - w innych przypadkach. Wskazanie sponsorskie może zawierać tylko nazwę, firmę, znak towarowy lub inne oznaczenie indywidualizujące sponsora lub jego działalność, widok jednego towaru sponsora lub usługi sponsora.
19. Wartość netto pakietu sponsorskiego jest uzależniona m.in. od pory emisji Wskazań sponsorskich, ich liczby oraz okresu obowiązywania pakietu sponsorskiego. POLSAT MEDIA dokonuje rezerwacji pakietu sponsorskiego dla Klienta wystawiając tzw. Zlecenie sponsorskie.

### III – Umowy długoterminowe

1. Współpraca pomiędzy Klientem a POLSAT MEDIA może zostać określona w Umowie długoterminowej, która określa zobowiązania stron oraz dodatkowe warunki współpracy, nie objęte Zasadami.
2. Zobowiązania Klienta w ramach Umowy długoterminowej obejmują zobowiązanie do nabycia usługi emisji Reklam lub Wskazań sponsorskich w danym Programie Telewizyjnym wraz z określeniem wysokości zobowiązania finansowego Klienta w okresie obowiązywania Umowy długoterminowej.
3. Zobowiązania POLSAT MEDIA w ramach Umowy długoterminowej obejmować mogą następujące elementy:
  - a. rezerwację czasu reklamowego lub sponsorskiego w okresie obowiązywania Umowy długoterminowej,
  - b. ustalenie rabatu Klienta na okres obowiązywania Umowy długoterminowej,
  - c. ustalenie poziomów CPP na potrzeby sprzedaży pakietowej na każdy miesiąc obowiązywania Umowy długoterminowej w zdefiniowanych porach dnia,
  - d. ustalenie rabatu agencyjnego w przypadku realizowania Umowy długoterminowej za pośrednictwem Agencji.
4. Wartości CPP określone w Umowie długoterminowej obowiązują pod warunkiem, że w okresie obowiązywania tej Umowy nie nastąpi:
  - a. istotna zmiana podaży czasu reklamowego na emisje reklam w programach telewizyjnych, powstała na skutek regulacji prawnych zmieniających możliwości emisji reklam w programach telewizyjnych lub
  - b. zmiana instytutu badawczego dostarczającego dane telemetryczne, na podstawie których POLSAT MEDIA określa GRP osiągane poprzez emisję Reklam.W wypadku takiej zmiany Klient i POLSAT MEDIA ustalają w terminie 14 dni nowe wartości CPP na okres począwszy od wystąpienia zmiany.
5. Jeżeli Klient nie wykona zobowiązań finansowych określonych w Umowie długoterminowej, POLSAT MEDIA oblicza różnicę pomiędzy poziomem zobowiązania a łączną wartością netto usługi emisji Reklam/Wskazań sponsorskich przekazaną POLSAT MEDIA za emisje Reklam/Wskazań sponsorskich Klienta w okresie obowiązywania Umowy długoterminowej. Klient zobowiązany jest zapłacić POLSAT MEDIA połowę obliczonej w ten sposób kwoty tytułem zmniejszenia rabatu Klienta i podniesienia poziomu CPP w związku z niewykonaniem przez Klienta zobowiązania. Zapłata następuje w terminie 3 tygodni od przedstawienia Klientowi przez POLSAT MEDIA stosownego rozliczenia.

### IV – Materiały emisyjne

1. Reklamy/Wskazania sponsorskie przeznaczone do emisji dostarczane są do POLSAT MEDIA na nośnikach zgodnie z wymaganiami technicznymi określonymi w Załączniku nr 4 do Zasad. Każdy przekaz (Reklama/Wskazanie sponsorskie) powinien być utwalony na osobnym nośniku. Wraz z nośnikiem Reklamodawca zobowiązany jest dostarczyć metrykę praw autorskich według wzoru określonego w Załączniku nr 5 do Zasad. Realizacja Zlecenia bez dostarczonej metryki praw autorskich może nastąpić warunkowo; w takim wypadku POLSAT MEDIA zastrzega sobie prawo zaprzestania w każdym czasie emisji Reklam/Wskazań sponsorskich - bez ponoszenia jakichkolwiek konsekwencji finansowych z tego tytułu.

2. Reklamodawca jest zobowiązany posiadać zaświadczenia o dopuszczeniu reklamowanych produktów do obrotu w Polsce i dostarczyć je na każdorazowe żądanie POLSAT MEDIA.
3. Reklamy/Wskazania sponsorskie powinny być dostarczane do POLSAT MEDIA nie później niż czwartego dnia roboczego przed dniem emisji Reklamy/Wskazania sponsorskiego do godziny 15.00. W tym samym terminie Reklamodawca zobowiązany jest określić wersję przekazu, który ma być emitowany, jeśli POLSAT MEDIA otrzymało wcześniej materiały emisyjne od Reklamodawcy.
4. Dostarczenie nośników lub określenie wersji Reklamy/Wskazania sponsorskiego później niż w terminie wymienionym w pkt 3 powyżej, lecz nie później niż drugiego dnia roboczego przed dniem emisji Reklamy/Wskazania sponsorskiego do godziny 10:00 jest możliwe wyłącznie za uprzednią zgodą POLSAT MEDIA. W takim przypadku Reklamodawca będzie zobowiązany do zapłaty opłaty ekspresowej w wysokości 200 złotych (plus należny podatek VAT) za każdą emisję Reklamy/Wskazania sponsorskiego, dla której został przekroczony termin dostarczenia nośnika lub określenia wersji Reklamy/Wskazania Sponsorskiego.
5. Reklamodawca jest zobowiązany do odbioru nośników, na których zostały dostarczone Reklamy/Wskazania Sponsorskie, na własny koszt w terminie 3 miesięcy od ich ostatniej emisji. Po tym terminie POLSAT MEDIA jest uprawniona do zniszczenia nośników na koszt Reklamodawcy.
6. Jeżeli Reklama/Wskazanie sponsorskie nie zostanie zaakceptowane z powodów merytorycznych (niezgodność z przepisami prawa lub inne uzasadnione powody), technicznych lub nie zostaną spełnione inne wymagania określone w Zasadach, w szczególności pkt IV.1, Reklama/Wskazanie sponsorskie będzie traktowane jak niedostarczone. W takim wypadku zastosowanie ma pkt VII.1 Zasad. POLSAT MEDIA zastrzega sobie również prawo do wstrzymania realizacji Zleceń na emisję takiej Reklamy/Wskazanie sponsorskiego. POLSAT MEDIA jest uprawniona do zaprzestania emisji Reklamy/Wskazania sponsorskiego, w stosunku do którego Stowarzyszenie Rada Reklamy zwróci się pisemnie z takim żądaniem na podstawie opinii działającej w ramach Związku Stowarzyszeń Rady Reklamy Komisji Etyki Reklamy.

#### **V – Prawa autorskie**

1. Podpisanie Zlecenia jest równoznaczne ze złożeniem przez Reklamodawcę oświadczenia o posiadaniu majątkowych praw autorskich i pokrewnych do Reklamy/Wskazania sponsorskiego w zakresie niezbędnym do nadawania i reemitowania w Programie Telewizyjnym, oraz do rozpowszechniania w Programie Telewizyjnym za pośrednictwem sieci komputerowej (internet). Ponadto podpisanie Zlecenia oznacza, że przekazana do rozpowszechniania Reklama/Wskazanie sponsorskie jest zgodne z prawem i nie narusza praw osób trzecich.
2. Podpisanie Zlecenia jest równoznaczne ze złożeniem oświadczenia, że na dołączonej do dostarczonej Reklamy/Wskazania sponsorskiego metryce praw autorskich wymienione są wszystkie osoby, którym – odnośnie do wskazanych utworów – przysługują prawa do wynagrodzeń wynikających z przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wypłacanych za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania, w tym także do wynagrodzeń na podstawie art. 70 i art. 18 teże ustawy. Reklamodawca oświadcza, że poza wymienionymi w metryce osobami, nie są z tą Reklamą/Wskazaniem sponsorskim, z utworami w nich zawartymi, ani z ich wykorzystaniem, związane czyjekolwiek prawa do wynagrodzeń wynikających z przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wypłacanych za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania, w tym także do wynagrodzeń na podstawie art. 70 i art. 18 teże ustawy.
3. W przypadku dostarczenia do emisji Reklamy/Wskazania sponsorskiego bez prawidłowo wypełnionej metryki praw autorskich, podpisanie Zlecenia jest równoznaczne ze złożeniem oświadczenia, że z dostarczoną Reklamą/Wskazaniem sponsorskim (i z utworami w nich zawartymi) oraz z ich wykorzystaniem nie są związane czyjekolwiek prawa do wynagrodzeń wynikających z przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wypłacanych za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania, w tym także do wynagrodzeń na podstawie art. 70 i art. 18 teże ustawy.
4. W wypadku naruszenia prawa lub praw osób trzecich, o których mowa w pkt. 1-3 powyżej, a w szczególności: dóbr osobistych, praw autorskich lub pokrewnych, praw do znaków towarowych, Reklamodawca zobowiązany jest do pokrycia w pełnej wysokości szkód związanych z takim naruszeniem, poniesionych przez POLSAT MEDIA lub osoby trzecie, w szczególności Nadawców, w tym kosztów zastępstwa procesowego.
5. Reklamodawca zobowiązuje się do refundacji tantiem, odszkodowań, kar, jakie ewentualnie musiałyby zapłacić Nadawca Programu Telewizyjnego lub POLSAT MEDIA z tych tytułów oraz do zwrotu wszelkich kosztów związanych z tym naruszeniem, w tym kosztów zastępstwa procesowego.

#### **VI – Płatność**

1. Należność za emisje Reklam/Wskazań sponsorskich obliczana jest każdorazowo przy składaniu Zleceń. W przypadku Zleceń pakietowych po zakończeniu emisji zostaje ponadto dokonane rozliczenie Zlecenia.

2. Zapłata należności za poszczególne Zlecenia następuje najpóźniej na 7 dni przed pierwszą emisją w Zleceniu.
3. Zapłata będzie dokonywana na rachunek bankowy POLSAT MEDIA wskazany w Zleceniu.
4. Jeżeli Reklamodawca nie dokona płatności w terminie, POLSAT MEDIA jest uprawniona do naliczania odsetek ustawowych za każdy dzień opóźnienia.
5. POLSAT MEDIA może potraktować opóźnienie w płatności jako odstąpienie od Zlecenia – w takim przypadku stosuje się postanowienia Zasad w części dotyczącej rezygnacji z usługi.

## VII – Rezygnacja z usługi emisji Reklam

1. Odstąpienie przez Reklamodawcę od Zlecenia, jego części lub rezygnacja z dodatkowych usług emisyjnych zobowiązuje Reklamodawcę do zapłaty opłaty anulacyjnej w wysokości określonej w tabeli poniżej.

### opłaty anulacyjne:

termin dokonania anulacji	opłata
do 5. dnia roboczego przed pierwszą emisją (włącznie)	20%
później niż 5. dnia roboczego przed pierwszą emisją	100%

2. Opłata anulacyjna obliczana jest na podstawie wartości netto emisji objętych rezygnacją, a w przypadku zmiany Reklamy na krótszą – opłata anulacyjna równa jest różnicy pomiędzy wartością netto emisji dłuższej Reklamy, a wartością netto emisji Reklamy krótszej. Jeżeli Reklamodawca odstępuje od części Zlecenia pakietowego, dla potrzeb obliczenia wartości netto emisji objętych rezygnacją przyjmuje się: w przypadku skrócenia okresu kampanii, że rozkład GRP na okres emisyjny objęty Zleceniem jest proporcjonalny, zaś w przypadku zmniejszenia liczby GRP zamawianej w danym okresie, że Reklamodawca odstępuje od Zlecenia do wartości netto emisji objętych rezygnacją.

## VIII – Reklamacje

1. Jeżeli emisja Reklamy z winy POLSAT MEDIA lub Nadawcy Programu Telewizyjnego nie zostanie dokonana lub zostanie dokonana z usterkami, wówczas POLSAT MEDIA spowoduje ponowną emisję tej Reklamy o takiej samej wartości emisji w najbliższym możliwym terminie, w przedziale godzinowym podobnym jak ten, w którym miała nastąpić emisja. Warunkiem ponownej emisji Reklamy będzie zgłoszenie POLSAT MEDIA pisemnej reklamacji w terminie 28 dni od daty emisji podlegającej reklamacji. Emisja Reklamy w ramach reklamacji nie zwalnia Reklamodawcy z obowiązku zapłaty należności za emisję Reklamy podlegającej reklamacji.
2. Na pisemny wniosek Reklamodawcy POLSAT MEDIA dokona nagrania bloku reklamowego. W wypadku gdy reklamacja nie była uzasadniona koszt nagrania w wysokości 100 złotych (plus VAT) ponosi Reklamodawca.
3. Emisja Reklamy do dwudziestu minut wcześniej lub później, licząc od planowanej godziny rozpoczęcia emisji bloku reklamowego, w którym zlecona jest emisja Reklamy, będzie uważana za dokonaną zgodnie ze złożonym Zleceniem. Ponadto POLSAT MEDIA zastrzega sobie prawo jednostronnej zmiany godziny emisji bloku reklamowego w trakcie lub po emisji audycji niesformatowanych (w szczególności: transmisje, filmy fabularne) lub w innych szczególnych przypadkach.

## IX – Definicje pojęć stosowanych w Zasadach, Umowach długoterminowych i Zleceniach

1. Zasady – niniejsze Zasady Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych POLSAT MEDIA Sp. z o.o.
2. Klient – producent, dystrybutor lub inny podmiot, którego produkty lub usługi są przedmiotem Reklam/Wskazań sponsorskich emitowanych w programach telewizyjnych POLSAT MEDIA; Klient może składać zlecenia bezpośrednio w POLSAT MEDIA lub za pośrednictwem działającej na jego rzecz Agencji.
3. Agencja – agencja reklamowa lub dom mediowy; podmiot prowadzący działalność reklamową, działający na rzecz Klienta i przez niego upoważniony do składania i podpisywania Zleceń oraz zapłaty wynikających z nich należności. Wzór upoważnienia znajduje się w Załączniku nr 1 do Zasad.
4. Reklamodawca – Klient lub działająca na jego rzecz Agencja.
5. Nadawca – podmiot, który tworzy lub zestawia Program Telewizyjny i rozpowszechnia go lub przekazuje innym podmiotom w celu rozpowszechnienia w całości i bez zmian.

6. Reklama – każdy przekaz, nie pochodzący od Nadawcy, zmierzający do promocji sprzedaży lub innych form korzystania z towarów lub usług, popierania określonych spraw, idei lub osiągnięcia innego efektu pożądanego przez Reklamodawcę.
7. Wskazanie sponsorskie – telewizyjny przekaz informujący o sponsorowaniu audycji telewizyjnej przez Klienta, będącego w takim przypadku sponsorem.
8. Zlecenie – umowa, której przedmiotem jest emisja Reklamy/Wskazania sponsorskiego w okresie miesiąca kalendarzowego, zawarta pomiędzy Reklamodawcą a POLSAT MEDIA; Zlecenie określa przedmiot Reklamy/Wskazania sponsorskiego, Program Telewizyjny, w którym ta Reklama/Wskazanie sponsorskie będzie emitowane, okres emisyjny oraz inne elementy wynikające z Zasad.
9. Cennik – cennik emisji Reklam obowiązujący dla Reklam emitowanych w danym Programie Telewizyjnym, obowiązujący zasadniczo na okres miesiąca kalendarzowego. Ceny podane w Cenniku dotyczą emisji Reklamy o długości 30 sekund i podlegają zmianie o przeliczniki długości, opłaty dodatkowe, rabaty, naliczane zgodnie z Zasadami oraz należności publicznoprawne, w tym podatek od towarów i usług. W Cenniku każdorazowo podany jest podział na pory dnia, tzw. pasma; w szczególności wyodrębnione jest pasmo największej oglądalności – prime-time (PT).
10. GRP – gross rating point; suma tzw. punktów ratingowych stanowiących miernik oglądalności Reklam przez populację określonej Grupy celowej. Uzyskanie jednego punktu ratingowego oznacza, że Reklama była oglądana przez jeden procent tej populacji. GRP podaje się z dokładnością do 0,01.
11. Grupa celowa – część populacji wyodrębniona na potrzeby kampanii reklamowej według podstawowych kryteriów demograficznych (płeć, wiek) lub uszczegółowiona o dodatkowe parametry: wielkość miejsca zamieszkania, zarobki itp. Grupę celową wskazuje Reklamodawca spośród określonych przez POLSAT MEDIA.
12. CPP – cost per point; koszt emisji Reklamy jaki ponosi Reklamodawca, aby jeden procent populacji danej Grupy celowej miał jednokrotny kontakt z Reklamą o długości 30 sekund emitowaną w danym Programie Telewizyjnym. CPP w Zleceniach pakietowych traktowane jest jak cena i podlega zmianie w trybie określonym w Zasadach.
13. Umowa długoterminowa – umowa dotycząca usługi emisji Reklamy/Wskazań sponsorskich, obejmująca okresem obowiązywania więcej niż jedno Zlecenie; Umowa długoterminowa zawierana jest pomiędzy Reklamodawcą i POLSAT MEDIA.

#### **X – Załączniki i obowiązywanie Zasad**

Integralną część Zasad stanowią Załączniki:

- a. Załącznik nr 1 – Wzór upoważnienia dla Agencji do reprezentowania Klienta wobec POLSAT MEDIA,
- b. Załącznik nr 2 – Wzór pełnomocnictwa dla przedstawicieli Reklamodawcy do podpisywania Zleceń,
- c. Załącznik nr 3 – Wzory Zleceń:
  - Zlecenie reklamowe cennikowe
  - Zlecenie reklamowe pakietowe
  - Zlecenie sponsorskie
- d. Załącznik nr 4 – Wymagania techniczne dotyczące materiałów emisyjnych przyjmowanych przez POLSAT MEDIA na nośnikach w standardzie SD
  - Wymagania techniczne dotyczące materiałów emisyjnych przyjmowanych przez POLSAT MEDIA na nośnikach w standardzie HD
  - Wzór karty nagrania
- e. Załącznik nr 5 – Metryka praw autorskich

Zmiana treści Załącznika nie stanowi zmiany Zasad.

**Załącznik nr 1  
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych  
POLSAT MEDIA Sp. z o.o.**

**Wzór upoważnienia dla Agencji do reprezentowania Klienta wobec POLSAT MEDIA**

---

....., dnia .....f.

**UPOWAŻNIENIE**

..... z siedzibą w ....., ul. ...., kapitał zakładowy ..... złotych, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla ..... Wydział .... Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS ....., NIP ....., (dalej „Mocodawca”), niniejszym upoważnia ....., z siedzibą w ....., ul. ...., kapitał zakładowy ..... złotych, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla ..... Wydział .... Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS ....., NIP ....., (dalej „Upoważniony”) do występowania na rzecz Mocodawcy w stosunkach prawnych z POLSAT MEDIA Sp. z o.o. w zakresie składania i podpisywania Zleceń, których przedmiotem jest emisja Reklam lub Wskazań sponsorskich w programach telewizyjnych, zapłaty należności związanych z realizacją tych Zleceń oraz dokonywania innych czynności faktycznych i prawnych w związku z realizacją Zleceń.

Odwołanie upoważnienia dla swej skuteczności wymaga uprzedniego pisemnego zawiadomienia POLSAT MEDIA Sp. z o.o.

.....  
(pieczęć i podpis Mocodawcy)

.....  
(pieczęć i podpis upoważnionego)

**Załącznik nr 2  
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych  
POLSAT MEDIA Sp. z o.o.**

**Wzór pełnomocnictwa dla przedstawicieli Reklamodawcy do podpisywania Zleceń**

....., dnia .....f.

**PEŁNOMOCNICTWO**

..... z siedzibą w ....., ul. ...., kapitał zakładowy ..... złotych, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla ..... Wydział .... Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS ....., NIP ..... (dalej „Mocodawca”), niniejszym oświadcza, że następujący pracownicy Mocodawcy:

..... (imię i nazwisko upoważnionego)	— ..... (stanowisko)	..... (podpis upoważnionego)
..... (imię i nazwisko upoważnionego)	— ..... (stanowisko)	..... (podpis upoważnionego)
..... (imię i nazwisko upoważnionego)	— ..... (stanowisko)	..... (podpis upoważnionego)
..... (imię i nazwisko upoważnionego)	— ..... (stanowisko)	..... (podpis upoważnionego)
..... (imię i nazwisko upoważnionego)	— ..... (stanowisko)	..... (podpis upoważnionego)

są upoważnieni (każda z wyżej wymienionych osób samodzielnie) do występowania w imieniu i na rzecz Mocodawcy w stosunkach prawnych z POLSAT MEDIA Sp. z o.o. w zakresie składania i podpisywania Zleceń, których przedmiotem jest emisja Reklam lub Wskazań sponsorskich w okresie miesiąca kalendarzowego w programach telewizyjnych, oraz wykonywania wszelkich niezbędnych czynności faktycznych i prawnych związanych z realizacją Zlecenia.

Cofnięcie pełnomocnictwa dla swej skuteczności wymaga uprzedniego pisemnego zawiadomienia POLSAT MEDIA Sp. z o.o.

.....  
(pieczęćka i podpis Mocodawcy)

**Załącznik nr 3a  
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych  
POLSAT MEDIA Sp. z o.o.**

**Wzory Zleceń – Zlecenie reklamowe cennikowe**

Warszawa, wydruk z dnia: .....

Zlecenie: **123456/00/A1/AA**

Program Telewizyjny

Zleceniodawca:

.....  
.....

NIP: 00-00-000-00

KRS:1234567

kapitał zakładowy .....zł

Sąd Rejonowy dla ..... w .....

Klient: .....

Produkt: .....

Długości kaset: .....

Emisje od - do: .....

	kwota	VAT	z VAT
Wartość cennikowa zlecenia:	.....	-	-
Dopłaty łącznie	.....	-	-
Rabaty łącznie:	.....	-	-
Wartość zlecenia:	.....	.....	.....
Opłata piwna	.....	.....	.....
Ekspres	.....	.....	.....
<b>Do zapłaty:</b>	.....	.....	.....
słownie:	.....	.....	.....

<b>Dopłaty</b>		
Opłata dodatkowa	...%	.....
Dopłaty za pozycje	...%	.....
<b>Rabaty</b>		
Rabat klienta	...%	.....
Rabat agencji	...%	.....
<b>Ekspres</b>		
<b>Inne podatki:</b>		
Opłata piwna		.....

	liczba emisji	wartość cennikowa	wartość netto
..."	...	.....	.....
..."	...	.....	.....
<b>Razem</b>	...	.....	.....

- Zleceniobiorca: POLSAT MEDIA Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Ostrobramska 77, 04-175 Warszawa, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy Wydział XIII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000062952, NIP 113-21-73-100, kapitał zakładowy 50.000 PLN
- Zleceniodawca zobowiązuje się do uiszczenia należności na rachunek bankowy POLSAT MEDIA Sp. z o.o. prowadzony w banku Millennium nr 72 1160 2202 0000 0000 4090 3826 przelewem, w terminie do 7 dni roboczych przed pierwszą emisją oraz przesłać niezwłocznie kopię przelewu Zleceniobiorcy. Strony upoważniają się wzajemnie do wystawiania faktur bez podpisu osoby upoważnionej do odbioru. Niedotrzymanie terminu płatności podanego powyżej lub niespełnienie innych wymogów określonych w Zasadach na 4 dni robocze przed rozpoczęciem okresu emisji oznaczać będzie odwołanie Zlecenia.
- Zleceniodawca oświadcza, że Reklamy dostarczone do emisji w Programie Telewizyjnym, którego dotyczy Zlecenie, nie są obciążone wadami prawnymi i że ich emisja jest zgodna z prawem i nie narusza praw ani dóbr osób trzecich, a w szczególności że jako producent Reklam nabył i posiada wszelkie prawa autorskie i pokrewne do utworów i artystycznych wykonanych zawartych/utrwalonych w Reklamach. Zleceniodawca gwarantuje ponadto, że Zleceniobiorca ani Nadawca nie będą zobowiązani do uiszczenia jakichkolwiek wynagrodzeń/tantem z tytułu nadań Reklam. Zleceniodawca zobowiązuje się do zaspokojenia roszczeń skierowanych do Zleceniobiorcy lub Nadawcy z tytułu naruszeń praw, o których mowa powyżej (w szczególności refundacji tantiem i/lub odszkodowań), wraz z wszelkimi kosztami poniesionymi z tytułu naruszeń.
- Zleceniodawca oświadcza, że jest wyłącznie odpowiedzialny za treść emitowanych Reklam i że posiada wszelkie atesty i zezwolenia niezbędne do wprowadzenia do obrotu w Polsce reklamowanych produktów.
- Zleceniobiorca jest uprawniony do zaprzestania emisji Reklamy, w stosunku do której Stowarzyszenie Rada Reklamy zwróci się pisemnie z takim żądaniem na podstawie opinii działającej w ramach Stowarzyszenia Rady Reklamy Komisji Etyki Reklam. W takim wypadku stosować się będzie odpowiednie postanowienie Zasad dotyczące odwołania Zlecenia.
- W sprawach nieregulowanych stosować się będzie Zasady obowiązujące na okres emisyjny objęty Zleceniem. Zleceniodawca oświadcza, że otrzymał Zasady, zapoznał się z ich treścią oraz wyraża zgodę na włączenie Zasad do Zlecenia.
- Warunki udzielone Klientowi obowiązują pod warunkiem zawarcia do .....r. umowy długoterminowej ze Zleceniobiorcą na emisje w .....r. reklam w Programie Telewizyjnym, którego dotyczy Zlecenie.

Termin podpisania do: .....

.....  
Data i podpis handlowca

.....  
Data i podpis zleceniodawcy

Warszawa, wydruk z dnia: .....

Zlecenie: **123456/00/A1/AA**

Program Telewizyjny

Zleceniodawca: .....  
Produkt: .....

lp	Dzień	godz.	typ	Program	pasmo	czas	Kaseta	fix pozycja	cena cennikowa	opłata dodatkowa	fix opłata	uwagi
1	.....	.....	...	Program	LN	..."	R000000	1	.....	.....	...%	
2	.....	.....	...	Program	PT	..."	R000002		.....	...%		
3	.....	.....	...	Program	M	..."	R000000	99	.....	.....	...%	
4	.....	.....	...	Program	DT	..."	R000000		.....	.....		
5	.....	.....	...	Program	PT	..."	R000000		.....	.....		
6	.....	.....	...	Program	EF	..."	R000000		.....	.....		

Termin podpisania do: .....

.....  
Data i podpis handlowca

.....  
Data i podpis zleceniodawcy

**Załącznik nr 3b  
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych  
POLSAT MEDIA Sp. z o.o.**

**Wzory Zleceń – Zlecenie reklamowe pakietowe**

Warszawa, wydruk z dnia: .....

Zlecenie: **123456/00/A1/AA**

Program Telewizyjny

Zleceniodawca:

.....  
.....  
.....

NIP: 00-00-000-00  
KRS:1234567

kapitał zakładowy .....zł

Sąd Rejonowy dla ..... w .....

Klient: .....

Produkt: .....

Długości kaset: .....

Emisje od - do: .....

	kwota	VAT	z VAT
Wartość zlecenia:	.....	.....	.....
Opłata piwna	.....	.....	.....
Ekspres	.....	.....	.....
<b>Do zapłaty:</b>	.....	.....	.....
słownie:	.....	.....	.....

	liczba emisji		GRP		CPP	
	prime-time	off peak	prime-time	off peak	prime-time	off peak
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
.....	.....	.....	.....	.....	.....	.....
<b>Razem</b>	.....	.....	.....	.....	.....	.....
grupa celowa:	wszyscy 16-49					

- Zleceniobiorca: POLSAT MEDIA Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Ostrobramska 77, 04-175 Warszawa, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy Wydział XIII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 000062952, NIP 113-21-73-100, kapitał zakładowy 50.000 PLN.
- Zleceniodawca zobowiązuje się do uiszczenia należności na rachunek bankowy POLSAT MEDIA Sp. z o.o. prowadzony w banku Millennium nr 72 1160 2202 0000 0000 4090 3826 przelewem, w terminie do 7 dni roboczych przed pierwszą emisją oraz przestać niezwłocznie kopię przelewu Zleceniobiorcy. Strony upoważniają się wzajemnie do wystawiania faktur bez podpisu osoby upoważnionej do odbioru. Niedotrzymanie terminu płatności podanego powyżej lub niespełnienie innych wymogów określonych w Zasadach na 4 dni robocze przed rozpoczęciem okresu emisji oznaczać będzie odwołanie Zlecenia.
- Zleceniodawca oświadcza, że Reklamy dostarczone do emisji w Programie Telewizyjnym, którego dotyczy Zlecenie, nie są obciążone wadami prawnymi i że ich emisja jest zgodna z prawem i nie narusza praw ani dóbr osób trzecich, a w szczególności że jako producent Reklam nabył i posiada wszelkie prawa autorskie i pokrewne do utworów i artystycznych wykonawców zawartych/utrwalonych w Reklamach. Zleceniodawca gwarantuje ponadto, że Zleceniobiorca ani Nadawca nie będą zobowiązani do uiszczenia jakichkolwiek wynagrodzeń/tantem z tytułu nadań Reklam. Zleceniodawca zobowiązuje się do zaspokojenia roszczeń skierowanych do Zleceniobiorcy lub Nadawcy z tytułu naruszeń praw, o których mowa powyżej (w szczególności refundacji tantiem i/lub odszkodowań), wraz z wszelkimi kosztami poniesionymi z tytułu naruszeń.
- Zleceniodawca oświadcza, że jest wyłącznie odpowiedzialny za treść emitowanych Reklam i że posiada wszelkie atesty i zezwolenia niezbędne do wprowadzenia do obrotu w Polsce reklamowanych produktów.
- Zleceniobiorca jest uprawniony do zaprzestania emisji Reklamy, w stosunku do której Stowarzyszenie Rada Reklamy zwróci się pisemnie z takim żądaniem na podstawie opinii działającej w ramach Stowarzyszenia Rady Reklamy Komisji Etyki Reklamy. W takim wypadku stosować się będzie odpowiednie postanowienie Zasad dotyczące odwołania Zlecenia.
- Plan emisji ustala Zleceniobiorca.
- Obliczenie liczby GRP będzie dokonywane na podstawie badań telemetrycznych dostarczonych przez AGB Nielsen Media Research z dokładnością do 0,01 GRP, przy czym liczbę punktów ratingowych oblicza się dla minuty, w której rozpoczęła się emisja Reklamy. Po zakończeniu realizacji Zlecenia Zleceniobiorca przekaże Zleceniodawcy wykaz wszystkich emisji wraz z liczbą GRP osiągniętych przez każdą emisję.
- W sprawach nieregulowanych stosować się będzie Zasady obowiązujące na okres emisyjny objęty Zleceniem. Zleceniodawca oświadcza, że otrzymał Zasady, zapoznał się z ich treścią oraz wyraża zgodę na włączenie Zasad do Zlecenia.
- Warunki udzielone Klientowi obowiązują pod warunkiem zawarcia do .....r. umowy długoterminowej ze Zleceniobiorcą na emisje w .....r. reklam w Programie Telewizyjnym, którego dotyczy Zlecenie.
- Lista emisji załączona do Zlecenia pakietowego może ulec zmianie. Uprawnionym do wprowadzania zmian do listy emisji jest wyłącznie Zleceniobiorca.

Termin podpisania do: .....

.....  
Data i podpis handlowca

.....  
Data i podpis zleceniodawcy

Warszawa, wydruk z dnia: .....

Zlecenie: **123456/00/A1/AA**

Program Telewizyjny

Zleceniodawca: .....  
Produkt: .....

lp	Dzień	godz.	typ	Program	pasmo	czas	Kaseta	fix pozycja	opłata dodatkowa	fix opłata	uwagi
1	.....	.....	...	Program	LN	..."	R000000	1		...%	
2	.....	.....	...	Program	PT	..."	R000002		...%		
3	.....	.....	...	Program	M	..."	R000000	99		...%	
4	.....	.....	...	Program	DT	..."	R000000				
5	.....	.....	...	Program	PT	..."	R000000				
6	.....	.....	...	Program	EF	..."	R000000				

...

Termin podpisania do: .....

.....  
Data i podpis handlowca

.....  
Data i podpis zleceniodawcy

**Załącznik nr 3c  
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych  
POLSAT MEDIA Sp. z o.o.**

**Wzory Zleceń – Zlecenie sponsorskie**

Warszawa, wydruk z dnia: .....

Zlecenie: **123456/00/A1/AA**

Program Telewizyjny

Zleceniodawca:

.....  
.....  
.....

NIP: 00-00-000-00

KRS:1234567

kapitał zakładowy .....zł

Sąd Rejonowy dla ..... w .....

Klient: .....

Produkt: .....

Nr kampanii: .....

Długości kaset: .....

Emisje od - do: .....

	kwota	VAT	z VAT
Wartość zlecenia:	.....	.....	.....
Opłata piwna	.....	.....	.....
Ekspres	.....	.....	.....
<b>Do zapłaty:</b>	.....	.....	.....
słownie:	.....	.....	.....

	liczba emisji	
	prime-time	off peak
.....	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....
<b>Razem</b>	.....	.....

- Zleceniobiorca: POLSAT MEDIA Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Ostrobramska 77, 04-175 Warszawa, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy Wydział XIII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000062952, NIP 113-21-73-100, kapitał zakładowy 50.000 PLN
- Zleceniodawca zobowiązuje się do uiszczenia należności na rachunek bankowy POLSAT MEDIA Sp. z o.o. prowadzony w banku Millennium nr 72 1160 2202 0000 0000 4090 3826 przelewem, w terminie do 7 dni roboczych przed pierwszą emisją oraz przesłać niezwłocznie kopię przelewu Zleceniobiorcy. Strony upoważniają się wzajemnie do wystawiania faktur bez podpisu osoby upoważnionej do odbioru. Niedotrzymanie terminu płatności podanego powyżej lub niespełnienie innych wymogów określonych w Zasadach na 4 dni robocze przed rozpoczęciem okresu emisji oznaczać będzie odwołanie Zlecenia.
- Zleceniodawca oświadcza, że Wskazania sponsorskie dostarczone do emisji w Programie Telewizyjnym, którego dotyczy Zlecenie, nie są obciążone wadami prawnymi i że ich emisja jest zgodna z prawem i nie narusza praw ani dóbr osób trzecich, a w szczególności że jako producent Wskazań sponsorskich nabył i posiada wszelkie prawa autorskie i pokrewne do utworów i artystycznych wykonań zawartych/utrwalonych we Wskazaniach sponsorskich. Zleceniodawca gwarantuje ponadto, że Zleceniobiorca ani Nadawca nie będą zobowiązani do uiszczenia jakichkolwiek wynagrodzeń/tantiem z tytułu nadeń Wskazań sponsorskich. Zleceniodawca zobowiązuje się do zaspokojenia roszczeń skierowanych do Zleceniobiorcy lub Nadawcy z tytułu naruszeń praw, o których mowa powyżej (w szczególności refundacji tantiem i/lub odszkodowań), wraz z wszelkimi kosztami poniesionymi z tytułu naruszeń.
- Zleceniodawca oświadcza, że jest wyłącznie odpowiedzialny za treść emitowanych Wskazań sponsorskich i że posiada wszelkie atesty i zezwolenia niezbędne do wprowadzenia do obrotu w Polsce produktów wymienionych we Wskazaniu sponsorskim.
- Zleceniobiorca jest uprawniony do zaprzestania emisji Wskazania sponsorskiego, w stosunku do którego Stowarzyszenie Rada Reklamy zwróci się pisemnie z takim żądaniem na podstawie opinii działającej w ramach Stowarzyszenia Rady Reklamy Komisji Etyki Reklamy. W takim wypadku stosować się będzie odpowiednie postanowienie Zasad dotyczące odwołania Zlecenia.
- Plan emisji ustala Zleceniobiorca.
- W sprawach nieregulowanych stosować się będzie Zasady obowiązujące na okres emisyjny objęty Zleceniem. Zleceniodawca oświadcza, że otrzymał Zasady, zapoznał się z ich treścią oraz wyraża zgodę na włączenie Zasad do Zlecenia.
- Warunki udzielone Klientowi obowiązują pod warunkiem zawarcia do ..... umowy długoterminowej ze Zleceniobiorcą na emisje reklam w Programie Telewizyjnym, którego dotyczy Zlecenie.

Termin podpisania do: .....

.....  
Data i podpis handlowca

.....  
Data i podpis zleceniodawcy

Warszawa, wydruk z dnia: .....

Zlecenie: **123456/00/A1/AA**

Program Telewizyjny

Zleceniodawca: .....  
Produkt: .....

lp	Dzień	godz.	typ	Program	pasmo	czas	Kaseta	uwagi
1	.....	.....	...	Program	LN	..."	R000000	
2	.....	.....	...	Program	PT	..."	R000002	
3	.....	.....	...	Program	M	..."	R000000	
4	.....	.....	...	Program	DT	..."	R000000	
5	.....	.....	...	Program	PT	..."	R000000	
6	.....	.....	...	Program	EF	..."	R000000	

...

Termin podpisania do: .....

.....  
Data i podpis handlowca

.....  
Data i podpis zleceniodawcy

**Załącznik nr 4a**  
**do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych**  
**POLSAT MEDIA Sp. z o.o.****Wymagania techniczne dotyczące materiałów emisyjnych przyjmowanych przez POLSAT MEDIA na nośnikach w standardzie SD**

**Format** IMX, PAL 625 linii, 25 ramek na sekundę, wybieranie z przeplotem, 16:9 (anamorphic), stereo lub stereo i dźwięk przestrzenny zakodowany w systemie Dolby E. Dopuszcza się także format Digital Betacam.

**Sygnaly odniesienia**

<b>Sygnal wizji</b>	<b>Kod czasowy początku</b>	<b>Kod czasowy końca</b>
Pasy kolorowe 100% / 75%	09:58:50:00	09:59:49:24
Czerń	09:59:50:00	09:59:59:24
<b>Sygnal fonii</b>	<b>Kod czasowy początku</b>	<b>Kod czasowy końca</b>
Ton 1 kHz, zgodne fazy, kanał lewy przerywany dla identyfikacji kanałowej	09:58:50:00	09:59:49:24
Cisza	09:59:50:00	09:59:59:24
<b>Program</b>	<b>Kod czasowy początku</b>	
	10:00:00:00	

Po zakończeniu programu, min. 30 sekund czerni bez dźwięku.

**Kod czasowy** VITC (kod czasowy zapisany na nieaktywnych liniach obrazu telewizyjnego – linie 19 i 21 oraz 332 i 334) i LTC (kod czasowy wzdłużny zapisany na taśmie). Obydwa kody są zgodne i zachowują pełną ciągłość na całej audycji.

**Dźwięk**

Poziom nominalny: -18 dBfs

Poziom maksymalny: -9 dBfs

Zgodnie z przyjętą normą EBU R48-2003

**Dla materiałów stereo:**

Programowy stereofoniczny:

CH 1 - kanał lewy mix,

CH 2 - kanał prawy mix.

Jeżeli istnieje, wersja oryginalna:

CH 3 - kanał lewy,

CH 4 - kanał prawy.

**Dźwięk monofoniczny** dopuszczalny w wyjątkowych sytuacjach, po uprzednim uzyskaniu zgody:

CH 1 - mono mix,

CH 2 - mono mix.

**Dla dźwięku przestrzennego:**

Programowy stereofoniczny:

CH 1 - kanał lewy total (Dolby Prologic) lub mix,

CH 2 - kanał prawy total (Dolby Prologic) lub mix.

Dźwięk przestrzenny w postaci strumienia Dolby E musi zostać umieszczony na ścieżkach CH 3 i CH 4 i musi być ciągły od 30. sekundy przed rozpoczęciem audycji aż do 10. sekundy po zakończeniu audycji.

Strumień Dolby E musi być synchroniczny ze ścieżkami dyskretnymi sygnału stereofonicznego. Kompensacja opóźnienia dekodera zostanie wykonana w torze emisyjnym.

Rozkład ścieżek w strumieniu Dolby powinien być następujący:

1. kanał lewy

2. kanał prawy

3. kanał centralny

4. kanał niskotonowy (LFE)

5. kanał tylny lewy

6. kanał tylny prawy

7. kanał lewy total (Lt) - opcjonalnie

8. kanał prawy total (Rt) – opcjonalnie

Ustawienie normalizacji dialogu (Dialnorm) ma zawierać się w przedziale -22 do -26.

Dźwięk musi być zgodny z obrazem: maksymalne wyprzedzenie dźwięku nie może przekroczyć 20ms, akceptowalne jest opóźnienie do 20ms. Większe może mieć miejsce jedynie w sytuacjach, kiedy opóźnienie odwzorowuje odległość od źródła dźwięku.

W przypadkach spornych dotyczących głośności dźwięku (subiektywnego postrzegania poziomu dźwięku) zgodnie z zaleceniem technicznym ITU-R BS.1770-1 POLSAT MEDIA zastrzega sobie prawo do skorygowania poziomu dźwięku, tak aby odpowiadał on głośnością innym pozycjom na antenie.

### **Wizja**

Zgodnie z normami i zaleceniami ITU i EBU takimi jak: ITU-R BT 601 4:2:2 (625i, 50 Hz), ITU-R BT 470-7, EBU N10, EBU R95, EBU R103.

Głównymi powodami odrzucenia materiałów są usterki związane z przekroczeniem dopuszczalnych poziomów sygnałów. Poziom sygnału luminancji nie może być niższy niż poziom czerni (0mV). Niedopuszczalne są także przekroczenia wartości 104% sygnału wizyjnego (728mV). Poziomy sygnałów chrominancji nie mogą przekraczać 105% maksymalnej dopuszczalnej amplitudy (367,5mV).

Ważne jest unikanie „nielegalnych kolorów” (norma ITU-R BT.709-5 i pokrewne), mogących powstać w procesie postprodukcji przy dodawaniu elementów sygnału wizyjnego wygenerowanych przez komputer. Sygnał ten musi spełniać ograniczenia gammutu (według przyrządów pomiarowych Tektronix).

### **Karta nagrania**

Do każdej kasety musi być dołączona karta nagrania zawierająca następujące informacje:

- format, tytuł programu, datę nagrania,
- kod czasowy rozpoczęcia programu,
- kod czasowy zakończenia programu,
- czas trwania programu (z dokładnością do jednej ramki),
- parametry techniczne sygnałów wizji i fonii,

informacje o wykonanym przeglądzie technicznym po zakończeniu obróbki materiału całościowy, wrywkowy). Wzór karty nagrania stanowi Załącznik nr 4c do Zasad

**Załącznik nr 4b  
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych  
POLSAT MEDIA Sp. z o.o.**

**Wymagania techniczne dotyczące materiałów emisyjnych przyjmowanych przez POLSAT MEDIA na nośnikach w standardzie HD**

**Format** HDCAM 1080/50i (1080 linii, 25 ramek na sekundę, wybieranie z przeplotem), dźwięk stereo albo dźwięk stereo i dźwięk przestrzenny zakodowany w systemie Dolby E.

Niedopuszczalne jest stosowanie efektów typu Cinema. Jeżeli istnieje uzasadniona potrzeba uzyskania podobnego efektu wizyjnego, należy skorzystać z możliwości przełączenia kamery w tryb progresywny po uprzednim uzyskaniu zgody Zamawiającego.

Elementy audycji muszą być nagrywane, montowane i przetwarzane w rozdzielczości HD. W celu utrzymania najwyższej jakości, niedopuszczalne jest stosowanie w gotowej audycji więcej niż 20% materiału nie spełniającego parametrów HD.

Materiały z następujących źródeł są traktowane jako nie spełniające parametrów HD:

- wszystkie materiały SD po konwersji, również te przepisane na SD z materiałów HD lub taśmy filmowej,
- materiały nagrane w formacie HDV,
- materiały nagrane kamerami z przetwornikami optycznymi 1/2" i mniejszymi,
- materiały przebrane z taśm filmowych super 16mm, 16mm i węższych,

Wszelkie konwertowanie do HD musi odbywać się przy użyciu specjalizowanych urządzeń wysokiej klasy. Niedopuszczalne jest stosowanie konwerterów wbudowywanych w magnetowidy czy konwerterów wbudowanych w oprogramowanie edycyjne.

**Sygnaly odniesienia**

<b>Sygnal wizji</b>	<b>Kod czasowy początku</b>	<b>Kod czasowy końca</b>
Pasy kolorowe 100% / 75%	09:58:50:00	09:59:49:24
Czern	09:59:50:00	09:59:59:24
<b>Sygnal fonii</b>	<b>Kod czasowy początku</b>	<b>Kod czasowy końca</b>
Ton 1 kHz, zgodne fazy, Kanał lewy przerywany dla identyfikacji kanałowej	09:58:50:00	09:59:49:24
Cisza	09:59:50:00	09:59:59:24
<b>Program</b>	<b>Kod czasowy początku</b>	
	10:00:00:00	

Po zakończeniu programu, min. 30 sekund czerni bez dźwięku.

**Kod czasowy** VITC (kod czasowy zapisany na nieaktywnych liniach obrazu telewizyjnego – linie 9 i 571) i LTC (kod czasowy wzdłużny zapisany na taśmie). Obydwa kody są zgodne i zachowują pełną ciągłość na całej audycji.

**Dźwięk**

Poziom nominalny: -18 dBfs

Poziom maksymalny: -9 dBfs

Zgodnie z przyjętą normą EBU R48-2003

**Dla materiałów stereo:**

Programowy stereofoniczny:

CH 1 - kanał lewy mix,

CH 2 - kanał prawy mix.

Jeżeli istnieje, wersja oryginalna:

CH 3 - kanał lewy,

CH 4 - kanał prawy.

**Dźwięk monofoniczny** dopuszczalny w wyjątkowych sytuacjach, po uprzednim uzyskaniu zgody:

CH 1 - mono mix,

CH 2 - mono mix.

**Dla dźwięku przestrzennego:**

Programowy stereofoniczny:

CH 1 - kanał lewy total (Dolby Prologic) lub mix,

CH 2 - kanał prawy total (Dolby Prologic) lub mix.

Dźwięk przestrzenny w postaci strumienia Dolby E musi zostać umieszczony na ścieżkach CH 3 i CH 4 i musi być ciągły od 30. sekundy przed rozpoczęciem audycji aż do 10. sekundy po zakończeniu audycji.

Strumień Dolby E musi być synchroniczny ze ścieżkami dyskretnymi sygnału stereofonicznego. Kompensacja opóźnienia dekodera zostanie wykonana w torze emisyjnym.

Rozkład ścieżek w strumieniu Dolby powinien być następujący:

1. kanał lewy
2. kanał prawy
3. kanał centralny
4. kanał niskotonowy (LFE)
5. kanał tylny lewy
6. kanał tylny prawy
7. kanał lewy total (Lt) - opcjonalnie
8. kanał prawy total (Rt) – opcjonalnie

Ustawienie normalizacji dialogu (Dialnorm) ma zawierać się w przedziale -22 do -26.

Dźwięk musi być zgodny z obrazem: maksymalne wyprzedzenie dźwięku nie może przekroczyć 20ms, akceptowalne jest opóźnienie do 20ms. Większe może mieć miejsce jedynie w sytuacjach, kiedy opóźnienie odwzorowuje odległość od źródła dźwięku.

W przypadkach spornych dotyczących głośności dźwięku (subiektywnego postrzegania poziomu dźwięku) zgodnie z zaleceniem technicznym ITU-R BS.1770-1 POLSAT MEDIA zastrzega sobie prawo do skorygowania poziomu dźwięku, tak aby odpowiadał on głośnością innym pozycjom na antenie.

### **Wizja**

Zgodnie z normami i zaleceniami ITU i EBU takimi jak: ITU-R BT.709-5 czy SMPTE 274M/295M.

Głównymi powodami odrzucenia materiałów są usterki związane z przekroczeniem dopuszczalnych poziomów sygnałów. Poziomy sygnału luminancji nie może być niższy niż poziom czerni (0mV). Niedopuszczalne są także przekroczenia wartości 104% sygnału wizyjnego (728mV). Poziomy sygnałów chrominancji nie mogą przekraczać 105% maksymalnej dopuszczalnej amplitudy (367,5mV).

Ważne jest unikanie „nielegalnych kolorów” (norma ITU-R BT.709-5 i pokrewne), mogących powstać w procesie postprodukcji przy dodawaniu elementów sygnału wizyjnego wygenerowanych przez komputer. Sygnał ten musi spełniać ograniczenia gammutu (według przyrządów pomiarowych Tektronix).

### **Karta nagrania**

Do każdej kasety musi być dołączona karta nagrania zawierająca następujące informacje:

- format, tytuł programu, datę nagrania,
- kod czasowy rozpoczęcia programu,
- kod czasowy zakończenia programu,
- czas trwania programu (z dokładnością do jednej ramki),
- parametry techniczne sygnałów wizji i fonii,
- informacje o wykonanym przeglądzie technicznym po zakończeniu obróbki materiału całościowy, wrywkowy).

Wzór karty nagrania stanowi Załącznik nr 4c do Zasad

**Załącznik nr 4c  
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych  
POLSAT MEDIA Sp. z o.o.**

**Karta nagrania**

tytuł: \_\_\_\_\_

data: _____	TC start: ____:____:____	TC stop: ____:____:____	długość: ____:____:____
<b>BETACAM:</b>	<input type="checkbox"/> SP	<input type="checkbox"/> MPEG IMX	<input type="checkbox"/> DIGITAL
<b>KOD CZASOWY:</b>	<input type="checkbox"/> LTC	<input type="checkbox"/> VITC	<input type="checkbox"/> BRAK
<b>STANDARD:</b>	<b>DŹWIĘK:</b>		
<input type="checkbox"/> COMPONENT	<input type="checkbox"/> MONO	<input type="checkbox"/> A1	<input type="checkbox"/> A3
<input type="checkbox"/> COMPOSITE	<input type="checkbox"/> STEREO	<input type="checkbox"/> A2	<input type="checkbox"/> A4

**PRZEGLĄD TECHNICZNY:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**UWAGI:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Załącznik nr 5  
do Zasad Prowadzenia Sprzedaży w Programach Telewizyjnych  
POLSAT MEDIA Sp. z o.o.**

**Metryka praw autorskich**

Nazwa reklamy .....  
Tytuł reklamy .....  
Wersja, numer .....  
Długość reklamy .....

**Informacje dotyczące wykorzystanych w reklamie utworów muzycznych:**

Lp.	Tytuł	Kompozytor	Autor słów	Autor wersji polskiej	Wykonawca	Długość
1						
2						
3						

Producent .....  
Reżyser .....  
Autor scenariusza .....  
Operator .....

Data ważności praw autorskich .....

**Oświadczenie:**

Oświadczam, że posiadamy prawa majątkowe do filmu nie obciążone prawami osób trzecich, oraz że ponosimy pełną odpowiedzialność w przypadku, jeśli emisja naruszy prawa autorskie osób trzecich oraz w przypadku, jeśli emisja filmu naruszy dobra osobiste osób trzecich.

Oświadczam, że powyżej wymienione są wszystkie osoby, którym – odnośnie do wskazanych utworów – przysługują prawa do wynagrodzeń wynikających z przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wypłacanych za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania, w tym także do wynagrodzeń na podstawie art. 70 i art. 18 tejże ustawy.

Oświadczam, że poza wymienionymi w metryce osobami, nie są z tym filmem reklamowym, z utworami w nim zawartymi, ani z ich wykorzystaniem, związane czyjejkolwiek prawa do wynagrodzeń wynikających z przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wypłacanych za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania, w tym także do wynagrodzeń na podstawie art. 70 i art. 18 tejże ustawy.

W przypadku, gdyby mimo tego oświadczenia naruszone zostały (w tym również z powodu zawarcia w metryce błędnych lub niepełnych danych) majątkowe prawa autorskie osób, do których one należą, oświadczam, że przyjmujemy na siebie zobowiązanie do pokrycia wszelkich kosztów związanej z tym obrony praw Telewizji Polsat S.A. oraz do zaspokojenia, związanych z tym roszczeń zgłoszonych wobec Telewizji Polsat S.A.

Oświadczam, że przyjmujemy na siebie zobowiązanie do naprawienia na żądanie Telewizji Polsat S.A. wszelkich szkód poniesionych przez nią w wyniku z tak określonego naruszenia majątkowych praw autorskich.

.....  
(data, podpis i pieczęć Zleceniodawcy)

**Uwaga:**

Wszystkie rubryki metryki praw autorskich powinny zostać wypełnione. W przypadku konieczności pozostawienia rubryki niewypełnionej należy wpisać informację: „nie dotyczy”.