

# **Regulamin świadczenia usług reklamowych przez o2 Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie w ramach portalu o2.pl i komunikatora tlen.pl**

## **I. Definicje**

Poniższe pojęcia rozumiane będą następująco:

1. „Cennik” – cennik świadczonych przez o2 usług reklamowych dostępny do pobrania ze strony <http://reklama.o2.pl/cennik/>,
2. „Dni robocze” – dni od poniedziałku do piątku z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy,
3. „Kampania” – usługi reklamowe o2 skonkretyzowane co do powierzchni reklamowej, formy (lub form), ilości, czasu trwania oraz innych właściwości dostępnych zgodnie z Ofertą; pod pojęciem Kampanii rozumie się również materiały reklamowe w formie gotowej do realizacji przekazane przez Zleceniodawcę do o2;
4. „Komunikator” – komunikator internetowy Tlen.pl,
5. „o2” - o2 Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą i adresem w Warszawie, ul. Jutrzenki 177, 02-231 Warszawa, NIP:527-26-45-593, REGON 142742958, zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000373814,
6. „Portal” – portal, strony i serwisy: o2.pl, go2.pl, tlen.pl, kafeteria.pl i inne, w tym strony wskazane w Cenniku,
7. „Oferta” – proponowane przez o2 formy i właściwości usług reklamowych świadczonych przez o2,
8. „Regulamin” – niniejszy Regulamin świadczenia usług reklamowych przez o2 w ramach Portalu i Komunikatora, dostępny na stronie internetowej <http://reklama.o2.pl/regulamin/>,
9. „Rezerwacja” – dokonana przez o2 rezerwacja przeprowadzenia dla Zleceniodawcy Kampanii, w szczególności jej formy, czasu trwania oraz powierzchni reklamowej,
10. „Specyfikacja” – dokument o nazwie „Reklama w Portalu o2.pl – Opis form reklamowych i ich specyfikacja” dostępny do pobrania ze strony <http://reklama.o2.pl/specyfikacja/> określający w szczególności sposób przygotowania oraz parametry techniczne, jakim powinny odpowiadać materiały reklamowe w formie gotowej do realizacji przesyłane przez Zleceniodawców,
11. „Treść Zlecenia” – dokument przygotowany przez o2 i zawierający co najmniej elementy określone w pkt III.3 Regulaminu,
12. „Zleceniodawca” – podmiot dokonujący Rezerwacji, otrzymujący Treść Zlecenia lub podmiot, z którym została zawarta Umowa,
13. „Zlecenie” – podpisana przez umocowanego przedstawiciela lub przedstawicieli Zleceniodawcy Treść Zlecenia,
14. „Umowa” – umowa zawarta zgodnie z Regulaminem pomiędzy Zleceniodawcą a o2, na mocy której o2 zobowiązuje się do realizacji Kampanii na warunkach określonych w Zleceniu, Regulaminie i Specyfikacji, a Zleceniodawca zobowiązuje się do zapłaty wynagrodzenia określonego w Zleceniu.

## **II. Postanowienia ogólne**

1. Przedmiotem Regulaminu jest określenie zasad świadczenia przez o2 usług reklamowych na rzecz osób trzecich, w szczególności określenie usług reklamowych świadczonych przez o2, sposobu zawierania umów dotyczących usług reklamowych, zasad rezygnacji z usług reklamowych, odpowiedzialności o2 związanej ze świadczeniem usług reklamowych oraz zasad zgłaszania reklamacji dotyczących niewykonania lub nienależytego wykonania usług reklamowych.
2. o2 świadczy usługi reklamowe w oparciu o obowiązujące prawo, Regulamin, Ofertę, Cennik i Specyfikację.
3. Warunkiem świadczenia usług reklamowych przez o2 jest zgodność treści i formy Kampanii z Regulaminem, Ofertą, Cennikiem, Specyfikacją, obowiązującym prawem, w tym zasadami współżycia społecznego.

## **III. Zawarcie i zmiana umowy**

1. Usługi polegające na realizacji Kampanii świadczone są na podstawie Zlecenia przekazanego przez Zleceniodawcę do o2. Postanowienia pkt 2 – 5 określają sposób postępowania o2 oraz Zleceniodawcy związany z zawieraniem Umowy. Postanowienia pkt 6 określają zasady postępowania o2 oraz Zleceniodawcy w razie przekazania przez Zleceniodawcę do o2 zlecenia

- świadczenia usług reklamowych, którego treść została przygotowana przez Zleceniodawcę we własnym zakresie.
2. Zleceniodawca zainteresowany usługami reklamowymi przekazuje o2 informacje dotyczące właściwości jednej lub większej liczby Kampanii. Informacje takie mogą zostać przekazane o2 w jakiegokolwiek formie, w tym w formie ustnej lub telefonicznie, faxem, pocztą elektroniczną. Na podstawie uzgodnień ze Zleceniodawcą o2 dokona Rezerwacji w systemie o2 wspierającym zarządzanie usługami reklamowymi. o2 odmówi dokonania Rezerwacji w szczególności w razie braku możliwości realizacji Kampanii w danym terminie, przy czym w takim przypadku wskaże Zleceniodawcy możliwy najbliższy termin wykonania Kampanii. o2 może odmówić dokonania Rezerwacji bez podania przyczyny. o2 jest związana Rezerwacją przez 14 dni kalendarzowych od dnia jej złożenia, nie dłużej jednak niż do 15 (piętnastego) dnia poprzedzającego termin rozpoczęcia Kampanii określony w Rezerwacji.
  3. Na podstawie przekazanych przez Zleceniodawcę informacji o2 generuje Treść Zlecenia. Treść Zlecenia zawiera co najmniej:
    - 3.1. nazwę Kampanii,
    - 3.2. dokładne określenie nazwy (firmy) Zleceniodawcy, w tym jego formy prawnej,
    - 3.3. adres Zleceniodawcy oraz jego numer identyfikacji podatkowej (NIP),
    - 3.4. imię i nazwisko osoby upoważnionej ze strony Zleceniodawcy do kontaktów w sprawie Kampanii, numer jej telefonu, faxu, adres poczty elektronicznej,
    - 3.5. opis Kampanii, cenę jednostkową (cenę za jednostkę rozliczeniową) oraz wynagrodzenie netto i brutto należne o2 z tytułu realizacji Kampanii,
    - 3.6. upoważnienie o2 do wystawienia faktury VAT bez podpisu odbiorcy,
    - 3.7. oświadczenie o zapoznaniu się przez Zleceniodawcę z Regulaminem, Cennikiem, Ofertą i Specyfikacją, akceptacji ich postanowień oraz potwierdzeniu, że stanowią one integralną część Zlecenia;
    - 3.8. oświadczenie Zleceniodawcy o braku jakichkolwiek modyfikacji w stosunku do Treści Zlecenia.
- Jeżeli Kampania nie mieści się w ramach jednego miesiąca kalendarzowego, o2 przygotowuje odrębnie Treść Zlecenia w odniesieniu do każdego miesiąca kalendarzowego. Ilekroć postanowienia Regulaminu odnoszą się do Treści Zlecenia lub Zlecenia rozumie się przez to (w przypadku Kampanii wykraczającej poza ramy jednego miesiąca kalendarzowego) Treści Zleceń lub Zlecenia w liczbie mnogiej (odpowiadającej liczbie miesięcy kalendarzowych, w czasie których trwać będzie Kampania).
4. Przesłanie na wskazany adres poczty elektronicznej Zleceniodawcy Treści Zlecenia stanowi ofertę o2 zawarcia umowy dotyczącej Kampanii. o2 jest związana ofertą zawarcia umowy dotyczącej Kampanii:
    - w przypadku przesłania Treści Zlecenia w okresie do 15 (piętnastego) dnia przed terminem rozpoczęcia Kampanii określonym w Treści Zlecenia – przez okres 7 (siedmiu) dni od dnia przesłania Zleceniodawcy Treści Zlecenia nie dłużej jednak niż do końca 15 (piętnastego) dnia poprzedzającego termin rozpoczęcia Kampanii określony w Treści Zlecenia,
    - w przypadku przesłania Treści Zlecenia w okresie od 14 dnia przed terminem rozpoczęcia Kampanii określonym w Treści Zlecenia – przez okres 2 Dni roboczych od dnia przesłania Zleceniodawcy Treści Zlecenia, nie dłużej jednak niż do momentu przyjęcia przez podmiot trzeci (innego Zleceniodawcę) oferty o2 (lub przyjęcia przez o2 oferty podmiotu trzeciego złożonej na zasadach opisanych w pkt 6) na wykonanie usługi reklamowej na powierzchni reklamowej przewidzianej w Treści Zlecenia dla realizacji Kampanii. O przyjęciu oferty o2 przez podmiot trzeci lub o przyjęciu przez o2 oferty podmiotu trzeciego o2 niezwłocznie zawiadomi Zleceniodawcę.
  5. Z chwilą otrzymania przez o2 od Zleceniodawcy Zlecenia (przesłanego przez Zleceniodawcę w formie pisemnej, faxem lub pocztą elektroniczną) zgodnego z Treścią Zlecenia przesłanego przez o2 do Zleceniodawcy dochodzi do zawarcia pomiędzy Zleceniodawcą a o2 Umowy, z zastrzeżeniem postanowień pkt 4. Zleceniodawca jest uprawniony do przyjęcia oferty (podpisania Zlecenia i przekazania go do o2) jedynie bez zastrzeżeń (bez jakichkolwiek zmian) w stosunku do Treści Zlecenia przesłanego Zleceniodawcy przez o2.
  6. Postanowienia pkt 2 – 5 nie znajdują zastosowania w przypadku braku postępowania przez Zleceniodawcę zgodnie z trybem tam opisanym i przysłania do o2 zlecenia sporządzonego i podpisanego w oparciu o inny dokument niż Treść Zlecenia przygotowana przez o2. Przysłanie przez Zleceniodawcę takiego zlecenia:
    - 6.1. stanowi jego ofertę zawarcia umowy dotyczącej Kampanii opisanej w takim zleceniu, jeżeli zlecenie zawiera postanowienia, o których mowa w pkt 3 pdpkt 3.1. – 3.8.,
    - 6.2. powoduje brak związania ofertą o2 dotyczącą Kampanii (niniejsze postanowienie znajduje zastosowanie w sytuacji, jeżeli o2 przesłało Zleceniodawcy Treść Zlecenia),

- 6.3. uprawnia o2 do przyjęcia oferty Zleceniodawcy (co skutkuje zawarciem pomiędzy Zleceniodawcą a o2 umowy na warunkach określonych w zleceniu przesłanym przez Zleceniodawcę) albo przesłania Zleceniodawcy własnej oferty celem przyjęcia jej przez Zleceniodawcę (wówczas znajdują zastosowanie postanowienia pkt 4 i pkt 5, co w szczególności oznacza, iż do zawarcia Umowy dochodzi po przesłaniu przez Zleceniodawcę do o2 Zlecenia spełniającego warunki, o których mowa w pkt 5). Przesłanie przez o2 własnej oferty (Treści Zlecenia przygotowanego przez o2) do Zleceniodawcy jest jednoznaczne z brakiem przyjęcia oferty Zleceniodawcy, o której mowa w pdpkt 6.1.
7. Zleceniodawca jest zobowiązany do zapłacenia całości wynagrodzenia za realizację Kampanii nie później niż do 3 (trzeciego) dnia poprzedzającego rozpoczęcie Kampanii określonego w Treści Zlecenia (lub w zleceniu, o którym mowa w pdpkt 6.1.). Płatności takiej Zleceniodawca dokonuje na podstawie faktury pro forma wystawionej przez o2. Z obowiązku zapłacenia wynagrodzenia przed realizacją Kampanii Zleceniodawca może zostać zwolniony przez o2. O zwolnieniu Zleceniodawca jest informowany przez osobę prowadzącą Kampanię ze strony o2.
  8. Zmiana umowy wymaga zgody Zleceniodawcy oraz o2. o2 przewiduje możliwość wprowadzania zmian do umowy, jeżeli zmiana będzie możliwa ze względu na dostępność powierzchni reklamowej, przy czym zawsze o2 może nie wyrazić zgody na wprowadzenie zmian do umowy bez podania przyczyny.
  9. o2 zastrzega sobie prawo – bez jakiegokolwiek odszkodowania dla Zleceniodawcy z tego tytułu – niewyemitowania Kampanii sprzecznej z linią programową lub interesem o2, w szczególności takiej, której emisji nie jest władna na mocy zawartych umów z podmiotami trzecimi lub takiej, która promuje podmioty konkurencyjne względem o2.

#### **IV. Wykonywanie umowy**

1. Zleceniodawca zobowiązany jest do doręczenia o2 kompletnych materiałów reklamowych w formie gotowej do realizacji Kampanii nie później niż:
  - na 7 (siedem) Dni roboczych przed terminem rozpoczęcia Kampanii, jeżeli materiały reklamowe dotyczą formy xhtml,
  - na 3 (trzy) Dni robocze przed terminem rozpoczęcia Kampanii, jeżeli materiały reklamowe dotyczą formy innej niż xhtml.
2. Materiały reklamowe w formie gotowej do realizacji:
  - mogą być doręczone o2 w jakikolwiek sposób (w szczególności pocztą elektroniczną, osobiście przez przedstawiciela Zleceniodawcy, pocztą kurierską lub w inny sposób) i
  - powinny być zgodne z Umową i
  - powinny spełniać kryteria określone w Ofercie, w szczególności warunki techniczne określone w Specyfikacji, przy czym o spełnieniu tych warunków decyduje o2.
3. Zleceniodawca jest zobowiązany do zapłacenia wynagrodzenia w pełnej wysokości określonej w Umowie (o2 nie jest zobowiązana do zwrócenia Zleceniodawcy zapłaconego przez niego wynagrodzenia przed realizacją Kampanii) w razie niewykonania Umowy przez o2 z przyczyn leżących po stronie Zleceniodawcy. Do przyczyn tych należy w szczególności brak dostarczenia do o2 spełniających wszystkie wymagania określone w Regulaminie materiałów reklamowych w formie gotowej do realizacji w terminie określonym w ust. 1.
4. Rozliczenie Kampanii nastąpi na podstawie odczytów z adserwerów Zleceniodawcy oraz adserwerów o2. W przypadku braku zgodności w odczytach rozliczenie Kampanii następuje według odczytów z adserwerów Zleceniodawcy.
5. W przypadku niepełnej realizacji Kampanii Zleceniodawca zobowiązany jest do zapłacenia wynagrodzenia stosunkowo obniżonego (tj. w wysokości odpowiedniej do stopnia realizacji Kampanii). Niniejszy punkt stosuje się odpowiednio w razie zapłacenia przez Zleceniodawcę wynagrodzenia przed realizacją Kampanii, z tym że wówczas o2 zwróci Zleceniodawcy odpowiednią kwotę, jeżeli wpłata dokonana przez Zleceniodawcę jest większa, aniżeli wynagrodzenie należne o2 z tytułu niepełnej realizacji Kampanii.
6. Po realizacji Kampanii Zleceniodawca otrzymuje fakturę VAT. W przypadku zwolnienia Zleceniodawcy z obowiązku zapłacenia wynagrodzenia przed realizacją Kampanii (tj. obowiązku opisanego w pkt III.7) Zleceniodawca zobowiązany jest do zapłaty wynagrodzenia w kwocie wskazanej w fakturze w terminie 14 dni od dnia otrzymania faktury. W razie opóźnienia w zapłacie o2 jest uprawniona do żądania odsetek ustawowych lub odsetek przewidzianych w przepisach o terminach zapłaty w transakcjach handlowych w zależności od tego, które odsetki są wyższe. Powyższe postanowienia niniejszego punktu stosuje się odpowiednio w razie zaistnienia okoliczności, o których mowa w pkt 3.

#### **V. Rezygnacja Zleceniodawcy**

1. Zleceniodawca jest uprawniony do rezygnacji z Kampanii na następujących zasadach:
  - 1.1. w razie rezygnacji z Kampanii w okresie do 15 dni poprzedzających rozpoczęcie Kampanii zgodnie z Umową – bez konsekwencji finansowych,
  - 1.2. w razie rezygnacji z Kampanii w okresie od 14 (czternastego) do 7 (siódmego) dnia poprzedzającego rozpoczęcie Kampanii zgodnie z Umową – o2 ma prawo zażądać i w razie takiego żądania Zleceniodawca zobowiązany jest do zapłacenia kwoty odpowiadającej 15 % wynagrodzenia zastrzeżonego w Umowie za realizację Kampanii,
  - 1.3. w razie rezygnacji z Kampanii w okresie od 6 (szóstego) do 4 (czwartego) dnia poprzedzającego rozpoczęcie Kampanii zgodnie z Umową – o2 ma prawo zażądać i w razie takiego żądania Zleceniodawca zobowiązany jest do zapłacenia kwoty odpowiadającej 30 % wynagrodzenia zastrzeżonego w Umowie za realizację Kampanii,
  - 1.4. w razie rezygnacji z Kampanii w okresie od 3 (trzeciego) dnia do dnia poprzedzającego rozpoczęcie Kampanii zgodnie z Umową – o2 ma prawo zażądać i w razie takiego żądania Zleceniodawca zobowiązany jest do zapłacenia kwoty odpowiadającej 50 % wynagrodzenia zastrzeżonego w Umowie za realizację Kampanii,
  - 1.5. w razie rezygnacji z Kampanii w czasie przewidzianym na jej realizację (tj. począwszy od dnia przewidzianego na rozpoczęcie realizacji Kampanii) - Zleceniodawca zobowiązany jest do zapłacenia wynagrodzenia za zrealizowaną część Kampanii oraz o2 ma prawo zażądać i w razie takiego żądania Zleceniodawca zobowiązany jest do zapłacenia kwoty odpowiadającej 60 % wynikającego z Umowy wynagrodzenia za nierealizowaną część Kampanii.
2. Oświadczenie o rezygnacji z Kampanii wymaga zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności. Zleceniodawca zobowiązany jest do dostarczenia do o2 oświadczenia o rezygnacji z Kampanii w formie pisemnej z własnoręcznym(i) podpisem (podpisami) osoby (osób) upoważnionej (upoważnionych) do reprezentowania Zleceniodawcy. Brak dostarczenia oświadczenia o rezygnacji w takiej formie uprawnia o2 do kontynuowania przygotowywania Kampanii lub kontynuowania jej realizacji.
3. Niezależnie od obowiązku zapłaty przez Zleceniodawcę kwot, o których mowa w ust. 1, o2 jest uprawniona do dochodzenia odszkodowania w wysokości umożliwiającej pokrycie całości szkody poniesionej przez o2.

## **VI. Odpowiedzialność**

1. Za treść i formę Kampanii odpowiada Zleceniodawca. W żadnym wypadku za treść i formę Kampanii nie odpowiada o2, chyba że na skutek świadczenia usług reklamowych o2 wyrządziło szkodę z winy umyślnej.
2. Zleceniodawca jest wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie, iż jest uprawniony do zawarcia Umowy a realizacja Kampanii przez o2 nie naruszy jakichkolwiek praw osób trzecich. W szczególności Zleceniodawca zapewnia, że w zakresie zleconej Kampanii przysługują mu wszelkie prawa na dobrach niematerialnych, w tym m.in. prawa autorskie, pokrewne, prawa do wzorów zdobniczych i znaków towarowych. Zleceniodawca zlecając realizację Kampanii zapewnia, iż jej realizacja nie naruszy praw osób trzecich.
3. Zleceniodawca odpowiada za jakiegokolwiek szkody mogące powstać na skutek realizacji Kampanii. Zleceniodawca odpowiada za jakiegokolwiek naruszenia praw osób trzecich powstałe również w inny sposób aniżeli poprzez samą realizację Kampanii, w szczególności poprzez naruszenie praw do dóbr niematerialnych tych osób, a w przypadkach zgłaszania roszczeń przez osoby trzecie bezpośrednio do o2, Zleceniodawca jest zobowiązany zaspokoić te roszczenia. W przypadku gdyby o2 zaspokoiła roszczenia osób trzecich, Zleceniodawca ma obowiązek zwrotu wszelkich poniesionych przez o2 kosztów z tym związanych, w tym m.in. kwoty głównej, jaka została przez o2 wydatkowana na pokrycie tych roszczeń, należności ubocznych, kosztów sądowych, kosztów zastępstwa procesowego.
4. o2 nie ponosi jakiegokolwiek odpowiedzialności za ewentualne szkody spowodowane odmową realizacji Kampanii, czy też odmową świadczenia usług reklamowych. Powyższe dotyczy także odmowy wykonania usług reklamowych bez podania przyczyn. o2 ponosi jednak odpowiedzialność za szkody wyrządzone z winy umyślnej o2.
5. Wszelkie opóźnienia Zleceniodawcy w wykonaniu ciężących na nim obowiązków, w szczególności opóźnienia płatności lub opóźnienia w dostarczeniu odpowiednich materiałów koniecznych dla realizacji Kampanii, a także inne przypadki postępowania w sposób niezgodny z postanowieniami Umowy, w tym z postanowieniami Regulaminu, zwalniają o2 od odpowiedzialności za szkody wynikłe z tego tytułu.
6. o2 zastrzega sobie możliwość czasowej przerwy w realizacji Kampanii w przypadkach uzasadnionych przyczynami technicznymi. Niezwłocznie po ustaniu przyczyn powodujących przerwę realizacja Kampanii zostanie wznowiona. o2 dołoży wszelkich starań aby przerwy w

realizacji Kampanii oraz w świadczeniu usług reklamowych występowały możliwie rzadko i – o ile to możliwe – w porze nocnej. W przypadku Kampanii mierzonych liczbą godzin, dni lub miesięcy, świadczenie usług po przerwie uwzględni czas przerwy i o ten czas będzie wydłużone, chyba że przerwa trwała jednorazowo mniej niż 2 godziny lub mniej niż 8 godzin w ciągu tygodnia.

7. o2 odpowiada za szkody wynikłe w związku z realizacją Kampanii wyłącznie w przypadku, gdy są one następstwem winy umyślnej o2.

## **VII. Reklamacje**

1. Zleceniodawca jest uprawniony do zgłaszania reklamacji, jeżeli Kampania została zrealizowana w sposób niezgodny z Umową. Wszelkie uzasadnione reklamacje Zleceniodawca jest zobowiązany zgłosić faksem (nr 022 3988016) oraz potwierdzić e-mailem (reklama@firma.o2.pl) do godziny 17:00 w Dniu roboczym następującym po dniu zauważenia niezgodności realizowanej Kampanii z umową, jednakże nie później niż w ciągu 3 Dni roboczych od dnia zakończenia realizacji Kampanii. W przypadku Kampanii wykraczających poza miesiąc kalendarzowy Zleceniodawca zobowiązany jest do zgłaszania niezgodności Kampanii nie później niż w ciągu 3 Dni roboczych po upływie każdego miesiąca kalendarzowego realizacji Kampanii.
2. O wyniku postępowania reklamacyjnego Zleceniodawca zostanie powiadomiony w ciągu 14 dni od dnia zgłoszenia reklamacji. Roszczenia Zleceniodawcy wynikające z niezgodności Kampanii z Umową w żadnym wypadku nie mogą przekroczyć wynagrodzenia określonego w Umowie.
3. Zgłoszenie reklamacji nie zwalnia Zleceniodawcy z obowiązku uiszczania bieżących płatności, w tym płatności z tytułu świadczonych przez o2 usług.
4. Brak zgłoszenia reklamacji w terminie przewidzianym w pkt 1. powoduje utratę przez Zleceniodawcę prawa do podnoszenia wobec o2 zarzutów dotyczących niezgodności zrealizowanej Kampanii z Umową i zobowiązuje Zleceniodawcę do zapłacenia wynagrodzenia w wysokości określonej w Umowie.

## **VIII. Postanowienia końcowe i przejściowe**

1. W sprawach nieuregulowanych w Regulaminie zastosowanie mają przepisy obowiązującego prawa. Sądem właściwym do rozstrzygania sporów pomiędzy Zleceniodawcą a o2 jest sąd właściwy według siedziby o2.
2. Regulamin wchodzi w życie z dniem 1 grudnia 2011 roku. Umowy dotyczące świadczenia przez o2 usług reklamowych zawarte począwszy od tego dnia podlegają postanowieniom Regulaminu (Regulamin stanowi integralną część Umów).