

POLITYKA HANDLOWA TVS Sp. z o.o.

CZĘŚĆ I. POLITYKA HANDLOWA EMISJI REKLAM

1. WSTĘP

Polityka Handlowa stanowi informację o obowiązujących kalkulacjach cen emisji materiałów reklamowych w programach telewizyjnych TVS Sp. z o.o. (zwanej dalej TVS) oraz o zasadach świadczenia usług emisji tych materiałów określonych w:

- a) umowach zawartych z Reklamodawcami,
- b) zleceniach emisji,
- c) zasadach zawierania oraz realizacji umów,
- d) wymaganiach technicznych materiałów reklamowych.

Zmiana programów telewizyjnych każdorazowo ogłaszana jest przez TVS i nie stanowi zmiany zasad, określonych w *Polityce handlowej*.

2. SŁOWNICZEK

Użyte w *Polityce handlowej* określenia oznaczają kolejno:

1. **programy TVS Sp. z o.o.:**
 - pasmo telewizyjne TVS,
 - media interaktywne – strony portalu www.tvs.pl.
2. **reklamodawca** – podmiot, którego towary bądź usługi są przedmiotem reklamy; także podmiot zawierający z TVS Sp. z o.o. umowę o emisję materiałów reklamowych lub zlecający emisję materiału reklamowego na podstawie zlecenia emisji;
3. **materiał reklamowy** – film reklamowy, film telesprzedażowy, reklama w mediach interaktywnych oraz inny komunikat o charakterze komercyjnym;
4. **kampania reklamowa** – emisja reklam dotyczących towarów lub usług Reklamodawcy na podstawie odrębnych umów bądź zleceń emisji;
5. **kampania społeczna** – rodzaj kampanii reklamowej, realizującej ważne cele niekomercyjne, np. promocja wartości kulturowych, edukacyjnych i społecznych;
6. **cennik** – aktualny cennik emisji materiałów reklamowych, obowiązujący w okresie wskazanym w cenniku i podlegający wprowadzanym przez TVS Sp. z o.o. zmianom;
7. **wydatki na kampanię reklamową** – faktycznie poniesione wydatki netto, pomniejszone o wartość należnych rabatów (bez podatku VAT). Do kwoty tej nie wlicza się opłaty za ekspresowe wykonanie usługi emisji spotu reklamowego oraz opłaty anulacyjnej za odstąpienie od emisji spotu reklamowego;
8. **opłaty za emisję materiału reklamowego** – całkowite wynagrodzenie należne TVS Sp. z o.o. za wykonanie usług emisji materiału reklamowego, określone z Zleceniu emisji, obliczone zgodnie z aktualnym cennikiem lub uzgodnionymi między Stronami zasadami kalkulacji;
9. **rabat** – każde obniżenie ceny za emisję spotu reklamowego, określonej w cenniku TVS Sp. z o.o. – Biura Marketingu i Reklamy obowiązującym w dniu zawarcia umowy, jak również każde obniżenie opłaty za dodatkową usługę emisyjną;
10. **dopłata** – każde podwyższenie ceny za emisję materiału reklamowego, określonej w cenniku TVS Sp. z o.o. – Biura Marketingu i Reklamy obowiązującym w dniu zawarcia umowy, jak również każde podniesienie opłaty za dodatkową usługę emisyjną;

11. **dość emisyjna** – okres czasu, w trakcie którego emisje spotów reklamowych oraz billboardów sponsorskich są traktowane jako przypisane do jednego dnia kalendarzowego. Dość emisyjna zaczyna się o godzinie 6:00:00 danego dnia i kończy o godzinie 5.59:59 dnia następnego;
12. **pora dnia** – wydzielona część doby emisyjnej:

PRIME TIME	17.00 – 22.00
OFF PEAK	00.00 – 16.59 oraz 22.01 – 23.59

13. **siła wyższa** – zdarzenie zewnętrzne, niemożliwe do przewidzenia (co obejmuje również niktę prawdopodobieństwo jego zajścia w danej sytuacji) i niemożliwe do zapobieżenia (przy czym w zasadzie chodzi o niemożliwość zapobieżenia nie tyle samemu zjawisku, co jego następstwom).

3. MIEJSCE ROZPOWSZECHNIANIA MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH

TVS Sp. z .o.o. – Biuro Marketing i Reklamy świadczy usługi emisji spotów reklamowych oraz billboardów sponsorskich w programach TVS Sp. z o.o. , na stronach internetowych portalu www.tvs.pl oraz w radiach internetowych.

4. INFORMACJE OGÓLNE O CENNIKACH

A. CENA EMISJI MATERIAŁU REKLAMOWEGO A CZAS JEGO TRWANIA

Cenniki emisji określają koszt jednej emisji dla materiału reklamowego o długości wynoszącej 30 s. W przypadku, gdy czas emisji jest inny, cena obliczana jest na podstawie przedstawionej kalkulacji:

DŁUGOŚĆ MATERIAŁU REKLAMOWEGO	PRZELICZNIK
do 5 sekund	0,4
pow. 5 – 10 sekund	0,55
pow.10 – 15 sekund	0,7
pow.15 – 20 sekund	0,9
pow. 20 – 25 sekund	0,95
pow. 25 – 30 sekund	1,0
pow. 30 – 35 sekund	1,2
pow. 35 – 40 sekund	1,4
pow. 40 – 45 sekund	1,5
pow. 45 – 60 sekund	2,0

Dla kilku filmów reklamowych dostarczonych przez jednego Klienta, cena będzie kalkulowana za każdy z nich oddzielnie.

B. RODZAJE CENNIKÓW

Ceny emisji materiałów reklamowych mogą być kalkulowane na podstawie cenników:

- a) cennik godzinowy
- b) cennik pakietowy
- c) cennik reklam zamieszczanych w portalu internetowym

Ceny reklam przedstawione w cennikach emisji są cenami netto. Każdorazowo należy do nich doliczyć podatek VAT według obowiązującej stawki VAT.

Cenniki emisji spotów mogą być zmieniane. Zmiany w cennikach będą ogłaszane na 2 tygodnie przed rozpoczęciem ich obowiązywania.

CENNIK GODZINOWY

Reklamodawca ma prawo do wyboru czasu oraz miejsca (okalającego programu) emisji materiału reklamowego. Zaakceptowanie powyższego następuje poprzez parafowanie przesłanego przez TVS media planu. Wartość zlecenia obliczana jest na podstawie obowiązującego w danym okresie cennika emisji.

CENNIK PAKIETOWY

Pakiet emisji określa liczbę oraz cenę emisji należnych Reklamodawcy w ramach stałej oferty pakietowej. Obowiązują dwa cenniki pakietowe:

- a) **pakiet VIP**, określający:
 - minimalną ilość zakupu spotów reklamowych: 100 spotów;
 - proporcje rozłożenia spotów reklamowych:
 - 65% ilości spotów będzie emitowanych przy audycjach mieszczących się w zestawieniu TOP 10 oglądanych programów na antenie TVS w danym miesiącu kalendarzowym,
 - 35% ilości spotów emitowanych będzie w ciągu dnia, tj. w godzinach między 6.00 a 22.00;
 - koszt emisji jednego spotu reklamowego w pakiecie VIP będzie dwukrotnie droższy niż koszt emisji jednego spotu reklamowego w pakiecie elastycznym;
- b) **pakiet elastyczny**, określający:
 - minimalną ilość zakupu spotów reklamowych: 50 spotów,
 - proporcje rozłożenia spotów reklamowych:
 - 30% ilości spotów reklamowych będzie emitowanych przy programach wybranych przez Klienta,
 - o pozycjonowaniu pozostałej ilości spotów reklamowych decydować będzie TVS (Biuro Marketingu i Reklamy).
 - koszt emisji jednego spotu reklamowego w pakiecie elastycznym będzie każdorazowo publikowany w cenniku emisji pakietu elastycznego.
- c) **pakiet patronat medialny**, określający:
 - minimalną ilość zakupu spotów reklamowych: 20 spotów,
 - proporcje rozłożenia spotów reklamowych:
 - 20% ilości spotów reklamowych będzie emitowanych przy programach wybranych przez Klienta,
 - o pozycjonowaniu pozostałej ilości spotów reklamowych decydować będzie TVS (Biuro Marketingu i Reklamy),

- koszt emisji jednego spotu reklamowego w pakiecie patronat medialny będzie każdorazowo publikowany w cenniku emisji tegoż pakietu.

C. CENNIK REKLAM ZAMIESZCZANYCH W PORTALU INTERNETOWYM

Istnieje możliwość zamieszczania materiałów reklamowych w portalu internetowym www.tvs.pl, zarówno na stronie głównej, jak i podstronach serwisu.

Sprzedaż miejsca reklamowego odbywa się według dwóch cenników emisji:

- pakiet okresowy, określający:
 - minimalny okres trwania umowy; w zależności od specyfiki zamieszczonego materiału reklamowego wynosi on: 1 miesiąc, 3 miesiące, 6 miesięcy, 12 miesięcy,
- pakiet liczby wyświetleń, określający:
 - minimalną liczbę zakupu wyświetleń danego materiału reklamowego przez okres 1 miesiąca; w zależności od specyfiki zamieszczonego materiału reklamowego wynosi ona wielokrotności 10 000 wyświetleń.

Koszt emisji danego materiału reklamowego będzie każdorazowo publikowany w cenniku emisji pakietu.

5. OPCJE ZAKUPU CZASU ANTENOWEGO ORAZ ZASADY EMISJI

Istnieją dwie opcje zakupu czasu antenowego w TVS – cennik godzinowy oraz cenniki pakietowe (Część I.4.C). TVS nie prowadzi sprzedaży czasu reklamowego według ceny za jeden punkt GRP.

A. PORY EMISJI MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH

TVS przyjmuje podział dnia na następujące pory emisji:

PORA DNIA	GODZINY EMISJI	
	PONIEDZIAŁEK-PIĄTEK	SOBOTA-NIEDZIELA
dzień	6.00 – 13.59	6.00 – 14.59
popołudnie	14.00 – 16.59	15.00 – 16.59
prime time	17.00 – 22.00	17.00 – 23.00
wieczór	22.01 – 0.30	23.01 – 0.59
noc	0.31 – 5.59	1.00 – 5.59

TVS zastrzega sobie jednocześnie prawo do dokonywania zmian w powyższym podziale oraz do ograniczenia dostępności wskazanych godzin emisji dla sprzedaży pakietowej.

B. DOPLĄTY ORAZ RABATY

Dopłaty oraz rabaty obliczane są na podstawie cen netto. TVS zastrzega sobie prawo do zmian wysokości dopłat oraz rabatów.

Jednocześnie TVS przysługuje prawo do cofnięcia udzielonego wcześniej rabatu i prawo żądania zwrotu kwoty udzielonego rabatu w przypadku nie wwiązania się przez Reklamodawcę ze zobowiązań, od których przyznanie danego rabatu było uzależnione.

DOPLATY

Do cen emisji materiałów reklamowych dolicza się następujące dopłaty:

1. dopłata za umieszczenie materiału reklamowego w określonej pozycji w bloku reklamowym;
2. dopłata za umieszczenie logotypów/znaków innych podmiotów, m.in. sponsorów, innych mediów itp.

Ad.1.

Umieszczenie materiału reklamowego na wskazanej pozycji w bloku reklamowym wiąże się z dopłatą do ceny wyjściowej materiału reklamowego w wysokości:

- c) + 25% za pierwszą pozycję w bloku reklamowym,
- d) + 25% za ostatnią pozycję w bloku reklamowym,
- e) +20% za pierwszą lub ostatnią pozycję w bloku reklamowym,
- f) +25% za wskazanie pozycji bądź kolejności emisji dwóch materiałów w jednym bloku reklamowym.

Ad.2.

Umieszczenie w materiale reklamowym logotypu/znaku innego podmiotu współpracującego z Reklamodawcą (np. sponsor, patron medialny itp.) wiąże się z dopłatą do ceny emisji tegoż materiału w wysokości 5% za każdy ze znaków.

RABATY

TVS może udzielić Reklamodawcy następujących rabatów:

1. **rabat za przedpłatę:**
TVS może udzielić rabatu za przedpłatę kosztów związanych z emisją wszystkich materiałów reklamowych w danym okresie rozliczeniowym. Wysokość rabatu jest stała i wynosi 2,5%;
2. **rabat agencyjny:**
rabat agencyjny w wysokości do 10% może zostać udzielony w związku zawieraniem umowy/zlecenia z agencją reklamową, reprezentującą Reklamodawcę.
3. **rabat specjalny:**
rabaty specjalne mają charakter okazjonalny oraz/lub okresowy, a ich wysokość jest każdorazowo ogłaszana w cenniku emisji bądź ofercie specjalnej.

KOLEJNOŚĆ NALICZANIA DOPLAT ORAZ RABATÓW

W pierwszej kolejności do cen dolicza się dopłaty, a następnie kwota zostaje pomniejszona o rabaty. Kolejność doliczania rabatów przedstawia się następująco:

1. rabat specjalny,
2. rabat za przedpłatę lub rabat agencyjny.

CZĘŚĆ II. ZASADY ZAWIERANIA ORAZ REALIZACJI UMÓW I ZLECEŃ

1. ZASADY OGÓLNE

1. Zasady zawierania oraz realizacji umów (zwane dalej Zasadami) określają procedury zawierania umów i zleceń na emisję materiałów reklamowych oraz umów i zleceń o sponsorowanie audycji bądź innych przekazów (w tym o ekspozycję reklam i komunikatów komercyjnych w mediach interaktywnych: w portalu internetowym www.tvs.pl oraz w radiach internetowych).
2. Umowy o emisję materiałów reklamowych mogą być zawierane w formie:
 - a) umów o emisję spotów reklamowych,
 - b) umów o sponsorowanie audycji,
 - c) umów o emisję materiałów reklamowych w portalu www.tvs.pl,
 - d) zleceń emisji,zwanych dalej łącznie Umowami.
3. Zawierane umowy mogą być:
 - a) terminowe – z terminem obowiązywania nie przekraczającym 12 miesięcy,
 - b) terminowe – z terminem obowiązywania powyżej 12 miesięcy.
4. Umowy o emisję materiałów reklamowych z TVS mogą być zawierane przez:
 - a) Reklamodawców,
 - b) Agencje Reklamowe działające w imieniu i na rzecz Reklamodawców,zwanych dalej łącznie Reklamodawcami.
5. Umowa/zlecenie może także wskazywać na dodatkowe uwarunkowania emisji, zwane dodatkowymi usługami emisji, za które TVS może żądać dodatkowej opłaty, zgodnej z obowiązującymi cennikami oraz niniejszą *Polityką handlową*. Zawarcie z Reklamodawcą
6. Umowy o emisję materiału reklamowego następuje z chwilą podpisania przez strony stosownej umowy bądź zlecenia emisji. Umowa/zlecenie dla swojej ważności wymaga formy pisemnej, powinna być złożona na formularzu – wzorze (patrz: Część 5.) w dwóch egzemplarzach, a jej przyjęcie powinno zostać potwierdzone przez Biuro Marketingu i Reklamy TVS.
7. Umowa/zlecenie (2 egzemplarze) powinno być wysłane na adres: Biuro Marketingu i Reklamy TVS, Plac Grunwaldzki 12, 40-126 Katowice.
8. TVS zastrzega sobie następującą kolejność przyjmowania zleceń emisji:
 - a) zlecenia na emisję reklam według cennika godzinowego emisji,
 - b) zlecenia na emisję reklam według cenników pakietowych.

NIEZBĘDNE DOKUMENTY

1. Do zawieranej Umowy Reklamodawca zobowiązany jest dołączyć (w zależności od statusu Reklamodawcy) następujące dokumenty:
 - a) w przypadku Reklamodawców zarejestrowanych w Polsce:
 - aktualny wyciąg z odpowiedniego rejestru lub zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej albo dokument potwierdzający uzyskanie koncesji przez podmiot gospodarczy nie posiadający osobowości prawnej i nie wpisany do ewidencji działalności gospodarczej,
 - zaświadczenie o nadaniu numeru statystycznego REGON podmiotowi gospodarczemu , dla którego taki obowiązek wynika z przepisów prawa,
 - zaświadczenie o numerze identyfikacji podatkowej (NIP),
 - inny dokument urzędowy, który wskazuje osoby upoważnione do działania w imieniu Reklamodawcy,
 - inny dokument, z którego wynika forma prawna działalności Reklamodawcy oraz i sposób jego reprezentacji;
 - b) w przypadku Reklamodawców zarejestrowanych za granicą – dokumenty stwierdzające formy działalności i sposób reprezentacji oraz NIP UE, uwierzytelnione przez uprawniony

organ lub polskie przedstawicielstwo dyplomatyczne oraz ich tłumaczenia na język polski prze tłumacza przysięgłego.

2. Reprezentowanie Reklamodawcy przez Agencję Reklamową/pełnomocnika uzależnione jest od złożenia pełnomocnictwa oraz stosownych dokumentów określonych w punkcie 1, dotyczących zarówno Reklamodawcy, jaki i Agencji Reklamowej/pełnomocnika. Jednocześnie Reklamodawca zobowiązany jest do niezwłocznego pisemnego informowania o zmianach w sposobie reprezentacji, formie prawnej prowadzonej działalności etc. Skutki zaniechania przez Reklamodawcę informacji o w/w zmianach obciążają Reklamodawcę.

POUFNOŚĆ

1. Reklamodawcy zobowiązani są do zachowania pełnej poufności w okresie trwania Umowy oraz do pięciu lat od daty zakończenia obowiązywania danej umowy.
2. Za naruszenie obowiązku zachowania poufności uznawane będzie w szczególności:
 - ujawnienie osobie trzeciej treści Umowy,
 - ujawnienie osobie trzeciej treści dokumentów księgowych (faktur, not księgowych etc.) dotyczących realizacji umów,
 - ujawnienie osobie trzeciej innych warunków handlowych wynegocjowanych przez Stronę.
3. Reklamodawcy ponoszą odpowiedzialność za zachowanie poufności przez swoich pracowników oraz inne osoby, które mają dostęp do informacji związanych z realizacją Umowy.
4. W przypadku naruszenia obowiązku zachowania poufności informacji TVS ma prawo domagać się od Reklamodawcy odszkodowania na drodze sądowej.
5. Zastrzeżenie poufności nie dotyczy informacji, których ujawnienie jest wymagane stosownymi nakazami, zgodnymi z obowiązującym prawem (np. poleceniem sądu).

WARUNKI EMISJI MATERIAŁU REKLAMOWEGO

Warunkami emisji materiału reklamowego są:

1. zawarcie Umowy o emisję materiału reklamowego – następuje poprzez dostarczenie do Biura Marketingu i Reklamy Umowy opatrzonej czytelnym podpisem na imiennej pieczęci na ostatniej stronie oraz parafowane na pozostałych stronach przez osoby upoważnione do reprezentowania Reklamodawcy. Podpisana w powyższy sposób Umowa powinna być złożona w Biurze Marketingu i Reklamy najpóźniej na 7 dni roboczych przed datą pierwszej emisji, chyba że w Umowie zostanie podany inny termin jej złożenia,
2. dostarczenie do TVS najpóźniej na 7 dni roboczych przed dniem pierwszej emisji:
 - materiałów reklamowych spełniających wymogi techniczne, określone w Części 4 niniejszej *Polityki handlowej*,
 - metryki materiału reklamowego według określonego wzoru (w Części 4),
 - decyzji administracyjnych o dopuszczeniu reklamowanych produktów do obrotu w Polsce.

PŁATNOŚCI

1. Zapłatę wynagrodzenia za emisję materiału reklamowego uważa się za dokonaną z dniem uznania rachunku TVS kwotą należności.
2. Wpłaty należy dokonywać przelewem na wskazany na fakturze numer konta TVS.
3. Rozliczenie winno nastąpić w terminie do 7 dni od zakończenia kampanii, chyba że Umowa stanowi inaczej.
4. W przypadku niedotrzymania przez Reklamodawcę terminu płatności, TVS ma prawo żądania kary umownej w wysokości 7% wartości Umowy za każdy jeden miesiąc zwłoki.

WARUNKI ODSTĄPIENIA OD UMOWY

1. W przypadku, gdy Reklamodawca odstąpi od Umowy przed rozpoczęciem emisji materiału reklamowego będzie zobowiązany do zapłaty na rzecz TVS kary umownej w wysokości:
 - 25% kwoty wynagrodzenia za emisję materiału reklamowego (wartości Umowy), jeśli odstąpienie nastąpiło między 25 a 16 dniem przed datą zaplanowanej pierwszej emisji,
 - 50% kwoty netto wynagrodzenia za emisję materiału reklamowego (wartości Umowy), jeśli odstąpienie nastąpiło między 15 a 8 dniem przed datą zaplanowanej pierwszej emisji,
 - 75% kwoty netto wynagrodzenia za emisję materiału reklamowego (wartości Umowy), jeśli odstąpienie nastąpiło między 7 a 4 dniem przed datą zaplanowanej pierwszej emisji,
 - 100% kwoty netto wynagrodzenia za emisję materiału reklamowego (wartości Umowy), jeśli odstąpienie nastąpiło w terminie krótszym niż 4 dni przed datą zaplanowanej pierwszej emisji,
 - 100% kwoty netto wynagrodzenia za emisję materiału reklamowego (wartości Umowy), jeśli odstąpienie nastąpiło w trakcie trwania emisji.
2. TVS ma prawo do odstąpienia od żądania zapłaty kary umownej.
3. Jednocześnie Reklamodawca ma prawo wypowiedzieć zwartą z TVS umowę z zachowaniem 3-miesięcznego okresu wypowiedzenia bez podawania przyczyn, chyba że Umowa stanowi inaczej.
4. TVS ma prawo wypowiedzieć umowę Reklamodawcy ze skutkiem natychmiastowym bez podawania przyczyn, co nie wiąże się z żadnymi zobowiązaniami finansowymi TVS na rzecz Reklamodawcy.

ZMIANY ZASAD

1. TVS zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian do niniejszych Zasad, w szczególności do zmiany cenników, okresów będących przedmiotem sprzedaży jak i zasad i form samej sprzedaży.
2. Informacja o zmianie zasad będzie każdorazowo ogłaszana przez TVS.
3. Reklamodawcy są związani postanowieniami Zasad obowiązujących w chwili zawarcia Umowy.
4. Wszelkie zmiany wprowadzane w Zasadach oraz w samych Umowach wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.

REKLAMACJE

1. Reklamodawca ma prawo do złożenia reklamacji w terminie do 14 dni od daty emisji materiału reklamowego, która budzi jego zastrzeżenia.
2. Złożenie reklamacji musi nastąpić w formie pisemnej.
3. Reklamacja musi zawierać:
 - numer zlecenia,
 - datę oraz godzinę emisji budzącej zastrzeżenia,
 - uzasadnienie złożenia reklamacji.
4. TVS zobowiązuje się do rozpatrzenia złożonej reklamacji w terminie do 7 dni od daty wpłynięcia pisma do TVS.
5. W przypadku pozytywnego rozpatrzenia reklamacji TVS zobowiązuje się do powtórnej emisji materiału reklamowego w najbliższym możliwym terminie zaakceptowanym przez obie Strony.

2. ZASADY ZAWIERANIA UMÓW NA EMISJĘ SPOTÓW REKLAMOWYCH

1. Umowy na emisję spotów reklamowych mogą być zawierane w dwóch przypadkach:
 1. w przypadku, gdy wartość zlecenia przekracza kwotę 50 000 zł netto,

2. jako umowa nadrzędna (długoterminowa) w stosunku do zleceń cząstkowych.
2. Umowy te mogą zostać zawierane zarówno w przypadku spotów rozliczanych wg cen za czas emisji oraz pakietowych.
3. Umowa może zostać zawarta tylko i wyłącznie na odpowiednim wzorze druku zamieszczonym w Części V niniejszej *Polityki handlowej*.
4. Każdorazowo załącznikami do Umowy będą media plany emisji spotów.
5. W przedmiocie umów mają zastosowanie również pozostałe zasady zawierania oraz realizacji umów.

3. ZASADY ZAWIERANIA ZLECEŃ EMISJI

1. Zlecenie emisji może zostać zawarte w dwóch przypadkach:
 1. jako zlecenie cząstkowe pod wykonanie umowy długoterminowej,
 2. jako samodzielne zlecenie wykonania danej usługi w przypadku, gdy koszt wykonanie tej usługi/usług nie przekracza kwoty 50 000 zł netto.
2. Zawarcie zlecenia emisji może dotyczyć tylko i wyłącznie emisji materiałów reklamowych w formie spotów telewizyjnych, reklam zamieszczanych w portalu internetowym oraz spotów radiowych, a także innych form promocji z pominięciem umów o sponsorowanie w formie przekazania nagród, sfinansowania produkcji oraz marketingu użyźczeniowego.
3. Zlecenie może zostać zawarte na wzorze druku zamieszczonym w części V niniejszej polityki handlowej.
4. Każdorazowo załącznik do zlecenia stanowi media plan emisji spotów bądź innych materiałów reklamowych.
5. W przedmiocie zleceń mają zastosowanie również pozostałe zasady zawierania oraz realizacji umów.

NADAWANIE NUMERÓW ZLECENIOM

1. Kolejne numery nadawane są zleceniom przez TVS.
2. Numer nadawany jest w systemie:

numer kolejny/dzień/miesiąc/rok/rodzaj umowy*/handlowiec**

* rodzaj umowy: SPG – spoty reklamowe – cennik godzinowy
SPP – spoty reklamowe – cennik pakietowy
B – barter
P – patronat
S – sponsoring
I – internet

** handlowiec – osoba odpowiedzialna ze strony TVS za realizację zlecenia

3. TVS zastrzega sobie prawo do zmiany osoby odpowiedzialnej za współpracę z Reklamodawcą.
4. Jednocześnie Reklamodawcy, w uzasadnionych przypadkach, przysługuje prawo żądania zmiany osoby kontaktowej. W takim wypadku należy przesłać na adres siedziby TVS stosowne pisemne zapytanie.

4. ZASADY ZAWIERANIA UMÓW O SPONSOROWANIE

A. ZASADY OGÓLNE

1. Stronami umów sponsorskich są:
 - a) sponsor – podmiot wnoszący wkład sponsorski,
 - b) TVS.
2. Umowy o sponsorowanie określają:
 - a) sponsorowaną audycję,
 - b) rodzaj wkładu sponsorskiego (wkład finansowy, wkład rzeczowy, w postaci przekazania nagród),
 - c) sposób wniesienia wkładu sponsorskiego,
 - d) zakres i formę informowania przez TVS o fakcie sponsorowania.
3. Wskazania sponsorskie dostarczone przez Sponsora powinny odpowiadać przepisom prawa. Sponsor oświadcza, że znane mu są przepisy ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji oraz Rozporządzenia Rady Radiofonii i Telewizji w sprawie sponsorowania audycji lub innych przekazów i zobowiązuje się do ich przestrzegania.
4. Zawierając umowę o sponsorowanie Sponsor jednocześnie oświadcza, że:
 - a) wykorzystanie dostarczonych materiałów nie narusza przepisów prawa ,
 - b) TVS z tytułu emisji materiałów nie jest zobowiązana do zapłaty na rzecz twórców i/lub podmiotów praw pokrewnych jakiegokolwiek wynagrodzenia płatnego bezpośrednio lub za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i pokrewnymi,
 - c) korzystanie z materiałów w zakresie określonych umową nie narusza praw autorskich i praw pokrewnych,
 - d) korzystanie z materiałów w zakresie określonym umową nie narusza praw osób trzecich,
 - e) posiada prawo do wykorzystywania materiałów w zakresie niezbędnym do wykonania danej umowy,
 - f) jego zasadniczej działalność nie stanowi produkcja lub sprzedaż towarów lub świadczenie usług, których reklamowanie jest zakazane,
 - g) spełnił wszystkie wymagane prawem warunki konieczne dla sprzedaży towaru lub świadczenia usługi upowszechnionej we wskazaniu sponsorskim.
5. W przypadku niezgodności oświadczeń zawartych w punkcie 4. Sponsor zobowiązuje się do wyłącznego i całkowitego naprawienia wszelkich szkód oraz zaspokojenia roszczeń wynikających z tego tytułu. Jednocześnie TVS przysługuje prawo do rozwiązania umowy ze skutkiem natychmiastowym oraz możliwość domagania się od Sponsora wpłaty wkładu sponsorskiego.

ZAWIERANIE UMÓW

1. Zawarcie ze Sponsorem umowy następuje z chwilą potwierdzenia przyjęcia przez TVS podpisanej przez Strony umowy.
2. Umowa winna zawierać w/w istotne postanowienia umowy oraz wskazywać na termin, do którego sponsor jest nią związany.

ZOBOWIĄZANIA STRON

1. Sponsor zobowiązany jest do przekazania TVS materiałów niezbędnych do realizacji Umowy, zgodnie ze specyfiką wkładu sponsorskiego, nie później niż na 7 dni roboczych przed planowaną datą pierwszej audycji sponsorowanej.
2. TVS zobowiązany jest do przekazania media planu wskazań sponsorskich.
3. TVS przysługuje prawo do niewyemitowania wskazania sponsorskie z przyczyn technicznych, programowych lub działania siły wyższej. W takim przypadku wskazanie sponsora zostanie

wyemitowane w innym, ustalonym przez Strony terminie (nie przekraczającym 14 dni), co wyczerpuje ewentualne dalsze roszczenia.

B. W FORMIE EMISJI PLANSZ SPONSORSKICH

1. Jednorazowe wskazanie sponsora może być emitowane nie dłużej niż:
 - a) 8 sekund w przypadku jednego sponsora,
 - b) 16 sekund w przypadku dwóch sponsorów,
 - c) 24 sekundy w przypadku trzech i więcej sponsorów.
2. Wskazanie sponsora nie może mieć charakteru reklamy.
3. Wskazanie sponsora może być zawarte w zapowiedzi audycji. Zapowiedź audycji ze wskazaniem sponsora jest rozpowszechniana wyłącznie przed pierwszym nadaniem tej audycji przez TVS w ilości nie przekraczającej 10 emisji.
4. Wskazanie sponsora nie może zawierać fragmentów dźwiękowych lub wizualnych przekazu reklamowego pochodzącego od sponsora, z którymi sponsor jest kojarzony, a które mogłyby utrudnić odróżnienie wskazania sponsorskiego od przekazu reklamowego.
5. Wskazanie sponsora musi zawierać wyraz sponsor w odpowiednim przypadku i liczbie oraz czytelne wskazanie sponsorowanej audycji, co powinno zajmować płaszczyznę stanowiącą nie mniej niż jedną czwartą powierzchni ekranu w taki sposób, aby tekst wyróżniał się od tła płaszczyzny. Był widoczny, czytelny, nieruchomy, umieszczony poziomo.
6. Zapowiedź sponsorska może występować w otoczeniu innych zapowiedzi, chyba że Umowa stanowi inaczej.

ZASADY DOTYCZĄCE WYŁĄCZNOŚCI SPONSORA

1. Rozróżnia się dwa rodzaje wyłączności:
 - a) wyłączność bezwzględna,
 - b) wyłączność branżowa.
2. Wyłączność bezwzględna oznacza, że wskazanie sponsora będzie jedynym emitowanym przy zapowiedziach danego programu oraz przed i/lub po programie. Prawo do wyłączności bezwzględnej wiąże się z dodatkową opłatą w wysokości 25% wkładu sponsorskiego.
3. Wyłączność branżowa oznacza, że wskazanie sponsora będzie jedynym z danej branży emitowanym przy zapowiedziach danego programu oraz przed i/lub po programie. Wyłączność branżowa daje TVS prawo do zamieszczenia innych wskazań sponsorskich (sponsorów reprezentujących inne branże niż branża danego sponsora) przy konkretnym programie. Prawo do wyłączności branżowej wiąże się z dodatkowo opłatą w wysokości 5% wkładu sponsorskiego.
4. TVS ma jednocześnie prawo do odmowy przyjęcia zlecenia na emisję wskazań sponsorskich z wyłącznością bezwzględną przy wybranych przez TVS programach.

W przedmiocie sponsorowania audycji przez emisję plansz sponsorskich mają zastopowanie również pozostałe zasady zawierania oraz realizacji umów.

C. W FORMIE PRZEKAZANIA NAGRÓD

ZASADY OGÓLNE

1. W każdym przypadku TVS przeprowadza konkurs w imieniu fundatora nagrody poprzez udostępnienie czasu antenowego dla przeprowadzenia danego konkursu.
2. Przedmiotem nagrody mogą być towary bądź usługi.
3. Ufundowana nagroda będzie do odbioru od dnia rozstrzygnięcia konkursu pod adresem fundatora nagrody lub też fundator nagrody zobowiąże się do dostarczenia jej do zwycięzcy na własny koszt. Jednocześnie fundator nagrody zobowiązuje się do obrendowania nagrody logotypem TVS.

4. Regulamin danego konkursu dostępny będzie na stronie www.tvs.pl w terminie od rozpoczęcia przeprowadzania konkursu do 14 dni od daty jego rozstrzygnięcia.

ZAWIERANIE UMÓW

1. Przyjęcie zlecenia emisji sponsorowania audycji przez ufundowanie nagród następuje na podstawie podpisanej przez strony umowy według wzoru załączonego w Części 4 niniejszej polityki handlowej.
2. Przedmiotem umowy o sponsorowanie audycji przez ufundowanie nagród jest ustalenie między innymi:
 - przedmiotu nagrody,
 - ilości przekazanych nagród,
 - wartości nagrody,
 - regulaminu konkursu,
 - programu, w którym konkurs zostanie przeprowadzony,
 - termin przeprowadzenia konkursu,
 - osobę odpowiedzialnej ze strony TVS,
 - osoby odpowiedzialnej ze strony fundatora nagrody,
 - oraz innych, niezbędnych do realizacji umowy.

ZOBOWIĄZANIA STRON

1. TVS zobowiązuje się do:
 - przekazania danych zwycięzców konkursu do fundatora nagrody celem wydania nagród/nagrody zwycięzcy konkursu,
 - emisji 2 wskazań fundatora nagrody o treści zgodnej z postanowieniami ustawy,
 - do jednokrotnego wskazania przedmiotu nagrody w czasie trwania programu.
2. FUNDATOR NAGRODY oświadcza, że:
 - a) w przypadku nagród w postaci usług:
 - jest podmiotem uprawnionym do świadczenia usług,
 - usługi świadczone przez FUNDATORA NAGRODY nie są usługami których reklamowanie jest zakazane na podstawie przepisów prawa oraz ze spełnia wszelkie wymagane prawem warunki do świadczenia usług.
 - zaspokoi wszelkie roszczenia z tytułu szkody lub nieprawidłowego wykonania usługi i zaspokoi wszelkie roszczenia wynikające z tytułu,
 - posiada wszelkie prawa do dysponowania nazwą, firmą oraz usługami w zakresie niniejszej umowy,
 - zaspokoi wszelkie roszczenia z tytułu szkody spowodowanej wadliwym oświadczeniem i zaspokoi wszelkie roszczenia wynikające z tytułu;
 - b) w przypadku nagród w postaci towaru:
 - jest właścicielem towaru który jest wolny od wad prawnych i obciążeń osób trzecich,
 - przedmiotem jego działalności nie jest produkcja lub obrót towarami których reklamowanie jest zakazane na podstawie przepisów prawa oraz ze spełnia wszelkie wymagane prawem warunki do produkcji lub obrotu towarami.
 - posiada wszelkie prawa do dysponowania nazwą, firmą oraz towarem w zakresie niniejszej umowy,
 - towar przekazany na nagrodę jest nowy, wysokiej jakości, wolny od wad;
 - c) nagroda nie jest usługą/towarem której reklama jest zakazana.

KARY UMOWNE

1. W przypadku niedotrzymania warunków umowy przez fundatora nagrody, zapłaci on TVS karę umowną w wysokości podwójnej ogólnej wartości przekazanej nagrody.

2. W przypadku zastępczego wykonania usług bądź dostarczenia towarów, TVS może żądać pokrycia pełnych kosztów tego wykonania .
3. Kara umowna podlega zapłacie w terminie 7 dni od dnia doręczenia wezwania do zapłaty.
4. Żądanie zapłaty kary umownej nie wyłącza prawa dochodzenia odszkodowania przewyższającego wysokość kary umownej na zasadach ogólnych przewidzianych przepisami kodeksu cywilnego.
5. W przypadku niewyemitowania konkursu przez TVS z przyczyn technicznych, programowych lub w przypadku działania siły wyższej TVS zobowiązuje się do wyemitowania konkursu z uzgodnionym z fundatorem nagrody terminie (do 14 dni) co wyczerpuje ewentualne dalsze roszczenia.

W przedmiocie sponsorowania audycji prze ufundowanie nagrody mają zastopowanie również pozostałe zasady zawierania oraz realizacji umów.

D. W FORMIE MARKETINGU UŻYCZENIOWEGO

1. Sponsor może przekazać swoje towary bądź usługi do wykorzystania w programach TVS.
2. Sponsor przekazując towary oświadcza, że:
 - jest właścicielem towaru który jest wolny od wad prawnych i obciążeń osób trzecich,
 - przedmiotem jego działalności nie jest produkcja lub obrót towarami których reklamowanie jest zakazane na podstawie przepisów prawa oraz ze spełnia wszelkie wymagane prawem warunki do produkcji lub obrotu towarami.
 - posiada wszelkie prawa do dysponowania nazwą, firmą oraz towarem w zakresie niniejszej umowy,
 - towar przekazany na nagrodę jest nowy, wysokiej jakości, wolny od wad.
3. Sponsor przekazując usługi oświadcza, że:
 - jest podmiotem uprawnionym do świadczenia usług,
 - usługi świadczone przez Sponsora nie są usługami których reklamowanie jest zakazane na podstawie przepisów prawa oraz ze spełnia wszelkie wymagane prawem warunki do świadczenia usług,
 - zaspokoi wszelkie roszczenia z tytułu szkody lub nieprawidłowego wykonania usługi i zaspokoi wszelkie roszczenia wynikającego z tego tytułu,
 - posiada wszelkie prawa do dysponowania nazwą, firmą oraz usługami w zakresie niniejszej umowy,
 - zaspokoi wszelkie roszczenia z tytułu szkody spowodowanej wadliwym oświadczeniem i zaspokoi wszelkie roszczenia wynikającego z tego tytułu.
4. TVS zobowiązuje się do zamieszczenia podziękowań dla Sponsora w tyłówce danego programu.

KARY UMOWNE

1. W przypadku niedotrzymania warunków umowy przez sponsora, zapłaci on TVS karę umowną w wysokości podwójnej ogólnej wartości umowy.
2. W przypadku zastępczego wykonania usług bądź dostarczenia towarów, TVS może żądać pokrycia pełnych kosztów tego wykonania .
3. Kara umowna podlega zapłacie w terminie 7 dni od dnia doręczenia wezwania do zapłaty.
4. Żądanie zapłaty kary umownej nie wyłącza prawa dochodzenia odszkodowania przewyższającego wysokość kary umownej na zasadach ogólnych przewidzianych przepisami kodeksu cywilnego.

5. W przypadku niewyemitowania programu przez TVS z przyczyn technicznych, programowych lub w przypadku działania siły wyższej TVS zobowiązuje się do wyemitowania programu z uzgodnionym ze sponsorem terminie (do 14 dni) co wyczerpuje ewentualne dalsze roszczenia.

W przedmiocie sponsorowania audycji przez marketing użyczeniowy mają zastopowanie również pozostałe zasady zawierania oraz realizacji umów.

5. INNE

A. UMOWY O PATRONAT MEDIALNY

1. TVS ma prawo do obejmowania patronatem medialnym imprez, wydarzeń, osób (zwanymi dalej wydarzeniem) etc.
2. Warunkiem objęcia patronatem medialnym wydarzenia jest zwrócenie się organizatora bądź osoby odpowiedzialnej do TVS poprzez wysłanie pisma z prośbą o patronat medialny na podany na stronie internetowej adres mailowy bądź na adres korespondencyjny: TVS Sp. z o.o. - PATRONATY, Plac Grunwaldzki 12, 40-126 Katowice.
3. Pismo o patronat winno znaleźć się w Biurze Marketingu i Reklamy najpóźniej na 4 tygodnie od daty planowanej imprezy.
4. Pismo o patronat medialny musi zawierać następujące informacje dotyczące:
 - organizatora (m.in. dane kontaktowe, adres mailowy),
 - charakteru wydarzenia (otwarta/zamknięta, biletowana/ wstęp wolny, komercyjna/charytatywna i inne),
 - innych patronów medialnych,
 - czasu i miejsca wydarzenia,
 - występujących artystów, sportowców itp.
5. TVS zobowiązuje się do odpowiedzi na wybrane pisma.
6. Organizator wyraża zgodę, aby TVS posługiwał się oficjalnym tytułem „Patrona Medialnego Wydarzenia” w środkach masowego przekazu oraz na materiałach promocyjnych, marketingowych i reklamowych.
7. W przypadku posługiwania się przez Organizatora osobami trzecimi przy organizacji wydarzenia, w tym przy przygotowaniu i rozpowszechnianiu materiałów reklamowych lub promocyjnych, całkowitą odpowiedzialność za działania tych osób ponosi Organizator.
8. Organizator jest wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie bezpieczeństwa organizowanego wydarzenia, zdobycie wymaganych zezwoleń i dokonanie odpowiednich zgłoszeń.
9. TVS ma prawo do kontrolowania przebiegu organizacji Wydarzenia i w tym zakresie Organizator jest zobowiązany do przekazania TVS wszelkich żądanych przez nią informacji. Osobą uprawnioną do kontaktów z Organizatorem ze strony TVS jest przedstawiciel Działu Marketingu i Reklamy TVS.
10. Wszelkie materiały zawierające logotyp i/lub nazwę TVS oraz informacje dotyczące TVS będą przekazywane do akceptacji TVS przed ich rozpowszechnieniem. Organizator zobowiązuje się do nie stosowania w promocji wydarzenia tych form, które nie zostały ostatecznie zaakceptowane przez TVS.
11. Organizator przyjmuje jednocześnie do wiadomości, że logotyp TVS przedstawia ogromną wartość rynkową ze względu na jego renomę i potwierdza, że wszelkie prawa do jakichkolwiek logotypów i znaków TVS stanowią wyłączną własność TVS Sp. z o.o. Organizator zobowiązuje się nie posługiwać się jakimkolwiek logotypem lub znakiem TVS w sposób, który w ocenie TVS jest sprzeczny z dobrymi obyczajami, jest niezgodny z publicznym obrazem TVS lub w który mógłby naruszać reputację TVS.
12. Organizator jest upoważniony do wykorzystania nazwy i logotypu TVS tylko w zakresie objętym daną umową. Organizator, w terminie do 14 dni od zakończenia obowiązywania danej umowy, zwróci lub trawle usunie wszelkie formaty logotypu oraz grafik z nazwą TVS wraz z ich nośnikami.

13. Organizatorowi nie będą przysługiwały żadne prawa w odniesieniu do nazwy, logotypu lub znaku TVS, niezależnie od sposobu i formy jego użycia oraz wykorzystania w związku z wydarzeniem.
14. Organizator nie może oferować lepszych warunków współpracy innym Patronom od środków oferowanych TVS.
15. Niezależnie od powyższego, Organizator zobowiązuje się powstrzymać od jakiejkolwiek działalności promocyjnej i reklamowej w ramach wydarzenia na rzecz innego podmiotu, prowadzącego działalność konkurencyjną wobec działalności prowadzonej przez TVS lub podmioty z nią powiązane (w rozumieniu kodeksu spółek handlowych). Przez działalność konkurencyjną w stosunku do działalności TVS rozumie się działalność prowadzoną w zakresie telewizji.
16. Organizator zobowiązany jest do naprawienia szkody wynikłej z niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązań wynikających z danej Umowy, chyba że niewykonanie lub nienależyte wykonanie jest następstwem siły wyższej lub okoliczności, za które odpowiedzialność ponosi wyłącznie TVS.
17. W przypadku nie dojścia danego Wydarzenia do skutku w określonym terminie, Organizator zapłaci TVS karę umowną w wysokości równej kwocie określonej w umowie w ciągu 7 dni od doręczenia Organizatorowi stosownego wezwania do zapłaty.
18. Przeniesienie praw i obowiązków jednej Strony wynikających z niniejszej Umowy na osobę trzecią wymaga pisemnej zgody drugiej Strony.
19. Zwyczajowo TVS gwarantuje w ramach objęcia wydarzenia patronatem medialnym zamieszczenia informacji o wydarzeniu na stronie internetowej www.tvs.pl w specjalnie przygotowanej zakładce (Patronaty). Organizator jest zobowiązany do dostarczenia informacji w formie pliku tekstowego (1 strona A4, czcionka 12) oraz plakatu/zdjęcia w formacie pliku JPG. W przypadku dostarczenia informacji w innych formatach nie zostaną one zamieszczone na stronie internetowej.
20. TVS zamieszcza informacje na stronie internetowej w terminie nie przekraczającym 7 dni roboczych od daty otrzymania. Materiały dostarczone po godzinie 16.00 będą rejestrowane w następnym dniu roboczym. TVS odsyła drogą mailową link do zamieszczonej informacji.
21. Dodatkowo Organizator może skorzystać ze specjalnie przygotowanej oferty – pakiet patronat medialny, która będzie każdorazowo ogłaszana przez Biuro Marketingu i Reklamy TVS.

CZĘŚĆ III. ZASADY PRZYJMOWANIA DO EMISJI MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH

1. EMISJA W TELEWIZJI

1. Przyjęcie zlecenia emisji materiału reklamowego następuje na podstawie podpisanej przez Strony umowy/zlecenia.
2. Reklamodawca zobowiązuje się dostarczyć materiał reklamowy na własny koszt na adres:

TVS Sp. z o.o.
Biuro Marketingu i Reklamy
Traffic z dopiskiem (materiał reklamowy dot. zlec. <numer zlecenia>)
Pl. Grunwaldzki 12,
40-126 Katowice

lub w sposób elektroniczny

<ftp://89.25.214.67>
username: wymiana
hasło: TvS!l3si@24

Drogą mailową na adres: **reklama@tvs.pl**

W przypadku dostarczenia w sposób elektroniczny spot uważa się za dostarczony po mailowym potwierdzeniu TVS o fakcie otrzymania materiału reklamowego.

3. Reklamodawca przekazując materiał reklamowy TVS gwarantuje, że:
 - posiada wszelkie prawa autorskie i pokrewne do przekazywanego materiału,
 - materiał reklamowy nie narusza jakichkolwiek przepisów prawa,
 - materiał reklamowy nie narusza jakichkolwiek praw osób trzecich,
 - emisja materiału reklamowego nie wiąże się z obowiązkiem zapłaty przez TVS wynagrodzenia (w tym tantiem) na rzecz twórców i/lub podmiotów praw pokrewnych uczestniczących przy tworzeniu i produkcji materiału reklamowego, pobieranych przez nich bezpośrednio lub za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi lub prawami pokrewnymi,
 - materiał reklamowy zostanie przekazany TVS zgodnie z wymaganiami technicznymi określonymi w Części 4. niniejszej *Polityki handlowej*.
4. W przypadku, gdyby emisja materiału reklamowego naruszała jakiegokolwiek przepisy prawa, Reklamodawca zobowiązuje się do pokrycia wszelkich szkód oraz zaspokojenia roszczeń a także do zwrotu TVS wszelkich kosztów, które TVS będzie zobowiązana ponieść tytułem jakiegokolwiek świadczeń, opłat i/lub kar.
5. TVS ma prawo do odmowy lub wstrzymania emisji materiału reklamowego w przypadku, gdy materiał reklamowy jest sprzeczny z wyżej wymienionymi postanowieniami lub w przypadku uzasadnionego naruszenia interesów TVS.
6. TVS automatycznie wstrzymuje emisję materiału reklamowego na wniosek organów takich jak sąd, prokuratura, Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji etc.
7. TVS zastrzega sobie prawo do nie wyemitowania materiału reklamowego w uzgodnionym terminie z przyczyn technicznych, programowych lub innych uzasadnionych powodów (działanie siły wyższej). W takim przypadku TVS wyemituje tenże materiał w innym, uzgodnionym z Reklamodawcą terminie.
8. Odmowa lub wstrzymanie emisji materiału reklamowego z powyższych przyczyn nie skutkuje obowiązkiem zapłaty przez TVS jakiegokolwiek odszkodowania na rzecz Reklamodawcy.
9. Reklamodawca zobowiązany jest do dostarczenia materiału reklamowego do TVS nie później niż na 2 dni robocze przed planowaną emisją. Materiały, które dotrą do TVS po godzinie 16.00 będą zapisywane w kolejnym dniu roboczym. W przypadku niedotrzymania przez Reklamodawcę powyższego terminu, TVS ma prawo do nie wyemitowania danego materiału, a emisje które przepadną nie będą zwracane.
10. Reklamodawca ma obowiązek dostarczenia do TVS metryki praw autorskich danego materiału reklamowego według ustalonego wzoru (patrz Część 5.) oraz wszelkich zaświadczeń, atestów itp. o dopuszczeniu towarów lub usług do obrotu bądź świadczenia na terenie Polski. Podobnie rzecz ma się z pozwoleniami na wykorzystanie wizerunku osoby w materiale reklamowym.
11. Przyjęty materiał reklamowy zostaje zarejestrowany w Biurze Marketingu i Reklamy TVS i zostaje mu nadany numer identyfikacyjny, gdzie kolejne znaki oznaczają:
 - w przypadku telewizji:

11 – W – 001			11 – Z – 002		
rok przyjęcia do emisji	produkcja TVS	numer kolejny materiału reklamowego	rok przyjęcia do emisji	produkcja zewnętrzna	numer kolejny materiału reklamowego

- w przypadku Internetu

11 – W – I – 001				11 – Z – I – 002			
rok przyjęcia do emisji	produkcja TVS	internet	numer kolejny materiału reklamowego	rok przyjęcia do emisji	produkcja zewnętrzna	internet	numer kolejny materiału reklamowego

TVS dostarcza Reklamodawcy pisemną informację o numerze identyfikacyjnym materiału reklamowego, którym to Reklamodawca jest zobowiązany się posługiwać w dalszej korespondencji z TVS.

12. W przypadku, gdy przesunięcie pory emisji materiału reklamowego, przedstawionej w zaakceptowanym przez Reklamodawcę media planie, będzie nie większe niż 30 minut, materiał ten uważa się za wyemitowany w terminie.

CZĘŚĆ IV. WYMAGANIA TECHNICZNE MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH

1. SPECYFIKACJA TECHNICZNA MATERIAŁÓW Z ŹRÓDEŁ ZEWNĘTRZNYCH

Standardem nadawczym programów w TVS jest format HD 1080i50 w proporcjach 16 na 9 w związku z tym wszystkie dostarczone z zewnątrz materiały, a w szczególności w formacie 4/3 zostaną przekonwertowane do standardu nadawczego TVS

WYMAGANIA TECHNICZNE DLA MATERIAŁÓW DOSTARCZONYCH W FORMIE PLIKOWEJ

Docelowy Format

Proporcje obrazu: 16:9 PAL

Rozdzielczość obrazu: HD 1920x1080i50

Kodowanie: DVCPRO HD 1080i50 1440x1080 4:2:2

Parametry Dźwięku: Stereo 16 bit 48 kHz

Akceptowane Formaty

Proporcje Obrazu 16:9 PAL

Rozdzielczość obrazu: HD 1080i50

Kodowanie: Wszystkie popularne kodeki AVI DV, QuickTime, MPEG 2

Wszystkie popularne formaty plików graficznych

Nośniki: Pliki MOV, AVI, MPEG2, MPEG HD

XDCAM, SxS

Parametry dźwięku: Stereo 16 bit 48, 44 kHz

Kodowanie: aaf, aiff, wav, mp3, mpeg

Nośniki Pliki, CD

UWAGA !!!

Materiały zawierające zarówno muzykę jak i mowę muszą uwzględniać zrównoważony, fizjologiczny odbiór dźwięku, tzn.: subiektywne odczucie słuchacza przy odsłuchiwaniu materiału powinno być zrównoważone (*poziom głośności na zbliżonym poziomie*).

1. W związku z powyższym TVS zastrzega sobie prawo do emisji materiału z poziomem fonii odpowiadającym poziomowi programowemu innych materiałów emisyjnych (poprzedzających i następujących bezpośrednio po reklamie)
2. Sygnały nagrania muszą być ułożone w następujący sposób:
 - Zapis audycji - czas sieciowy (TC 00:00:00:00 – wx:yz:ab:cd) początek i koniec audycji w kodzie czasowym (TC) musi być identyczny ze wskazaniem na opisie programu. Początek materiału musi zaczynać się od TC: 00:00:00:00.
3. Opóźnienie pomiędzy wizją a fonią musi być skorygowane nie przekraczalna jest wartość 20ms zgodnie z zaleceniami CCIR.

4. Wszystkie impulsy synchronizacyjne (po odtworzeniu pliku i konwersji do postaci sygnału użytecznego na potrzeby TV), zwłaszcza H i sekwencja sygnałów „burst”, jak również sygnał chrominancji, muszą pozostawać niezmiennie w stosunku do czasu i fazy. Liniowe sfalowania (line rip-outs) lub brakujące linie, jak również wypadanie modulacji są niedopuszczalne.
5. Poziom całkowitego sygnału wideo (po odtworzeniu pliku i konwersji do postaci sygnału użytecznego na potrzeby TV) nie może w żadnym przypadku przekroczyć poziomu 107 % b/w, to jest 750 mV i wartości -25% b/w, to znaczy 175 mV ponad i poniżej impulsu wygaszania. Zakłada się, że 700 mV jest równe 100% b/w sygnału wizji.
6. Płyta i opakowanie muszą być oznakowane identycznymi naklejkami. Minimum informacji zawartych na naklejce musi zawierać:
 - firmę i siedzibę producenta audycji,
 - firmę i siedzibę agencji reklamowej/ klienta,
 - nazwę audycji (łącznie z numerem części i podtytułem),
 - początek i koniec audycji w kodzie czasowym (TC),
 - dźwięk: mono, stereo, dolby,
 - nr telefonu do osoby odpowiadającej za materiał.Płyta musi być opakowana w sposób odpowiadający właścicielowi rzeczy.
7. Do pliku standardowo należy dołączyć plik *.txt z opisem materiału;
 - rodzaj pliku (np. MPEG-2 I-only, 60Mbps, 25fps, 1920 x 1080 – interlace, audio 48kHz, 16Bit,
 - źródło pochodzenia materiału (np. Avid v 3.5.1 lub FC 6.0).