

Regulamin

**zamieszczania reklam w serwisach
Bonnier Business Polska**



Obowiązuje od: 01.08.2026
Data aktualizacji: 09.07.2026

Rozdział I

Postanowienia ogólne i definicje

1. Niniejszy Regulamin określa ogólne zasady i warunki, na jakich Bonnier Business (Polska) sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Kijowskiej 1, 03-738 Warszawa (KRS: 0000028597), zwana dalej „Wydawcą”, przyjmuje oraz realizuje zlecenia na świadczenie usług reklamowych w swoich Serwisach.
2. Użyte w Regulaminie określenia oznaczają:
 - a) **Zleceniodawca** – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, zlecająca Wydawcy publikację Reklamy (reklamodawca bezpośredni, dom mediowy lub agencja reklamowa).
 - b) **Serwisy** – portale internetowe, w tym serwisy mobilne, aplikacje i newslettery, których właścicielem lub administratorem jest Wydawca (np. pb.pl, bankier.pl).
 - c) **Reklama** – każdy materiał o charakterze promocyjnym, wizerunkowym, ogłoszeniowym lub informacyjnym (m.in. banery, artykuły sponsorowane, formaty wideo, e-mailingi, linki tekstowe), przeznaczony do emisji w Serwisach.
 - d) **Zlecenie** – umowa o publikację Reklamy, zawierana pomiędzy Zleceniodawcą a Wydawcą, w szczególności poprzez dostarczenie Wydawcy prawidłowo wypełnionego i podpisanego formularza sporządzonego wg wzoru udostępnianego przez Wydawcę lub potwierdzenie warunków emisji drogą elektroniczną (e-mail).
 - e) **Cennik** – aktualnie obowiązujący wykaz formatów reklamowych i cen netto Reklamy udostępniany do publicznej wiadomości pod adresem: <https://bonnier.pl/reklama/cenniki/>.
 - f) **Specyfikacja Techniczna** – wymogi techniczne, które muszą spełniać materiały reklamowe, skrypty lub kody emisyjne, dostarczane przez Zleceniodawcę (lub podmioty na rzecz których działa Zleceniodawca), udostępniane przez Wydawcę do publicznej wiadomości pod adresem: <https://bonnier.pl/reklama/cenniki/>.

Rozdział II

Zasady składania Zleceń i rezerwacji

1. Emisja Reklamy odbywa się wyłącznie na podstawie Zlecenia.
2. Zlecenie uważa się za przyjęte w momencie jego pisemnego lub elektronicznego (e-mail) potwierdzenia przez upoważnionego pracownika Wydawcy.
3. Zlecenie powinno precyzyjnie określać m.in.:
 - a) pełne dane fakturowe Zleceniodawcy (nazwa, adres, NIP),
 - b) dokładne wskazanie Zleceniodawcy, na rzecz którego świadczone są usługi reklamowe, a w przypadku działania przez Zleceniodawcę na zlecenie osób trzecich wskazanie tej osoby,
 - c) format reklamowy, Serwisy oraz budżet Zlecenia (netto i brutto),
 - d) ramy czasowe Reklamy oraz model rozliczeniowy (np. CPM, Flat Fee, vCPM, CPA).
4. Zleceniodawca może dokonać wstępnej rezerwacji powierzchni reklamowej w Serwisach (tzw. „hold”). Zarezerwowany termin wygasa automatycznie w przypadku braku Zlecenia na minimum 7 dni roboczych przed planowaną emisją Reklamy (startem kampanii), chyba że Wydawca i Zleceniodawca ustalą inaczej.
5. Wydawca realizuje Zlecenia z uwzględnieniem możliwości technicznych Serwisów. Złożenie przez Zleceniodawcę Zlecenia jest równoznaczne z potwierdzeniem, iż Zleceniodawca zapoznał się z możliwościami technicznymi Serwisów oraz ze Specyfikacją Techniczną.

Rozdział III

Wymogi techniczne i dostarczanie materiałów niezbędnych do realizacji Zlecenia

1. Zleceniodawca zobowiązany jest do dostarczenia Wydawcy gotowych i zgodnych ze **Specyfikacją Techniczną** materiałów reklamowych, skryptów lub kodów emisyjnych:
 - a) najpóźniej na **3 dni robocze** przed rozpoczęciem świadczenia usług reklamowych zgodnie ze Zleceniem (emisją Reklamy) – w przypadku formatów standardowych (np. display, double billboard, rectangle).
 - b) najpóźniej na **5 dni roboczych** przed rozpoczęciem świadczenia usług reklamowych zgodnie ze Zleceniem (emisją Reklamy) – w przypadku formatów niestandardowych (np. rich media, mailingi, screening, wideo) oraz artykułów sponsorowanych i natywnych.
2. Niedotrzymanie terminów, o których mowa w ust. 1, zwalnia Wydawcę z obowiązku rozpoczęcia emisji Reklamy w terminie określonym w Zleceniu, przy czym Zleceniodawca ponosi pełne koszty zarezerwowanej powierzchni reklamowej w Serwisach tak, jakby Reklama została zrealizowana zgodnie ze Zleceniem.
3. Wymiana kreacji reklamowych w trakcie trwania realizacji Zlecenia jest dopuszczalna na wniosek Zleceniodawcy. Wydawca zastrzega sobie 2 dni robocze na implementację nowych kreacji reklamowych.
4. Zleceniodawca ma obowiązek poinformować Wydawcę o wykorzystaniu sztucznej inteligencji do wygenerowania całości lub istotnej części treści Reklamy (w tym tekstów, grafik, materiałów wideo). Wydawca zastrzega sobie prawo do oznaczenia takich materiałów odpowiednią notą informacyjną, co Zleceniodawca przyjmuje do wiadomości i na co wyraża zgodę.

Rozdział IV

Odpowiedzialność za treść i prawo odmowy emisji

1. Zleceniodawca ponosi wyłączną odpowiedzialność za treść Reklam, artykułów sponsorowanych oraz linków docelowych (landing page), w szczególności za ich zgodność z obowiązującym prawem (np. prawo farmaceutyczne, ustawa o wychowaniu w trzeźwości), dobrymi obyczajami oraz prawami własności intelektualnej osób trzecich.
2. Treści reklamowe o charakterze natywnym lub artykuły sponsorowane muszą być wyraźnie oznaczone przez Wydawcę jako „Materiał partnera”, „Reklama” lub „Artykuł sponsorowany” bądź w inny uzgodniony przez Zleceniodawcę i Wydawcę sposób, zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie przepisami prawa.
3. Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy emisji Reklamy lub wstrzymania trwającej kampanii, jeżeli:
 - a) treść i forma Reklamy naruszają politykę redakcyjną Wydawcy (szczególnie charakter pism i serwisów biznesowo-gospodarczych, jak „Puls Biznesu” czy „Bankier.pl”),
 - b) Reklama powoduje błędy techniczne na stronach Serwisów lub drastycznie spowalnia ich działanie,
 - c) osoba trzecia lub organ państwowy zgłosi uzasadnione roszczenia w stosunku do emitowanych treści.
4. Zleceniodawca gwarantuje, że dostarczone materiały, kody (w tym tagi śledzące) oraz skrypty emisyjne są wolne od złośliwego kodu, podatności i mechanizmów naruszających integralność infrastruktury

Wydawcy. W przypadku wykrycia incydentu bezpieczeństwa związanego z dostarczonymi materiałami, Zleceniodawca zobowiązuje się do niezwłocznego współdziałania z Wydawcą w celu ograniczenia skutków incydentu oraz dostarczenia niezbędnych wyjaśnień w terminie umożliwiającym Wydawcy dochowanie obowiązków notyfikacyjnych wynikających z przepisów o cyberbezpieczeństwie.

5. W przypadku, gdy Zleceniodawca implementuje w Serwisach własne mechanizmy śledzące (np. piksele, tagi), Zleceniodawca występuje w roli samodzielnego Administratora Danych Osobowych w zakresie danych pozyskiwanych za ich pośrednictwem i ponosi pełną odpowiedzialność za realizację obowiązków informacyjnych oraz prawną podstawę przetwarzania (zgodnie z RODO). W przypadku zgłoszenia przez osoby trzecie jakichkolwiek roszczeń (w tym w szczególności roszczeń z tytułu naruszenia dóbr osobistych, praw autorskich, praw pokrewnych, praw własności przemysłowej, praw związanych z ochroną danych osobowych lub innych) na skutek emisji Reklamy lub wykorzystania materiałów reklamowych dostarczonych przez Zleceniodawcę (bądź przygotowanych przez Zleceniodawcę – na ich podstawie i z ich wykorzystaniem – form reklamowych), Zleceniodawca zobowiązuje się do podjęcia na swój koszt i ryzyko wszelkich kroków prawnych, zapewniających należytą ochronę Wydawcy przed takimi roszczeniami osób trzecich, a w szczególności zobowiązuje się wstąpić w miejsce Wydawcy lub w przypadku braku takiej możliwości przystąpić do powyższych postępowań toczących się przeciwko Wydawcy, a także zobowiązuje się zrekompensować wszelkie koszty, jakie Wydawca będzie zobowiązany zapłacić osobie trzeciej w związku z roszczeniami, o których mowa powyżej.

Rozdział V

Anulowanie Zlecenia i zmiany warunków

1. Zleceniodawca ma prawo do rezygnacji z emisji Reklamy po złożeniu Zlecenia wyłącznie w formie pisemnej.
2. Anulowanie Zlecenia (w całości lub części) wiąże się z obowiązkiem uiszczenia kary umownej (opłaty manipulacyjnej):
 - a) bez opłat – w przypadku anulacji na więcej niż **14 dni roboczych** przed określonym w Zleceniu terminem rozpoczęcia emisji Reklamy,
 - b) w wysokości **50% wartości zlecenia netto** – na **13 do 7 dni roboczych** przed określonym w Zleceniu terminem rozpoczęcia emisji Reklamy,
 - c) w wysokości **100% wartości zlecenia netto** – na **mniej niż 7 dni roboczych** określonym w Zleceniu terminem rozpoczęcia emisji Reklamy lub w trakcie trwania kampanii.
3. Zmiana terminu emisji przez Zleceniodawcę traktowane jest jak anulowanie Zlecenia, chyba że Wydawca wyrazi pisemną zgodę na zmianę harmonogramu bez naliczania opłat.

Rozdział VI

Reklamacje

1. Reklamacje dotyczące sposobu lub jakości realizacji Zlecenia (np. niezgodność liczby odseton, błędne statystyki) należy zgłaszać Wydawcy drogą elektroniczną w terminie do 7 dni kalendarzowych od dnia zakończenia kampanii lub wystąpienia wady. Reklamacje zgłaszane są na adres poczty elektronicznej Wydawcy: reklama@pb.pl.
2. Po upływie terminu wskazanego w ust. 1 prawo do złożenia reklamacji wygasa.

3. Wydawca rozpatruje reklamacje w terminie 14 dni od ich doręczenia. Uznana reklamacja jest rekompensowana w pierwszej kolejności poprzez dodatkową emisję Reklamy lub przyznanie rabatu na kolejne kampanie (tzw. *make-good*). Złożenie reklamacji nie zwalnia z terminowego opłacenia faktury.

Rozdział VII

Płatności i rozliczenia

1. Zleceniodawca zapłaci Wydawcy za zrealizowane Zlecenie wynagrodzenie zgodne z zawartym Zleceniem i obowiązującym Cennikiem, uwzględniające ewentualne rabaty przyznane na podstawie indywidualnych uzgodnień pomiędzy Zleceniodawcą i Wydawcą.
2. Podstawą rozliczeń (np. liczby wyświetleń, kliknięć) są statystyki serwerów reklamowych (adserverów) Wydawcy.
3. Płatność następuje na podstawie faktury VAT wystawionej zgodnie z obowiązującymi w tym zakresie przepisami prawa (w tym z uwzględnieniem obowiązków i zasad Krajowego Systemu e-Faktur), z terminem płatności wskazanym na fakturze (standardowo 14 lub 21 dni od daty wystawienia), przelewem na rachunek bankowy Wydawcy.
4. W przypadku zwłoki w zapłacie Wydawca ma prawo do naliczenia odsetek ustawowych za opóźnienie w transakcjach handlowych, a także prawo do wstrzymania emisji wszystkich bieżących kampanii Zleceniodawcy do czasu uregulowania zaległości.

Rozdział VIII

Postanowienia końcowe

1. Złożenie Zlecenia jest równoznaczne z akceptacją niniejszego Regulaminu.
2. Zmiany Zlecenia wymagają formy dokumentowej lub pisemnej (e-mail) pod rygorem nieważności.
3. W sprawach nieuregulowanych niniejszym Regulaminem zastosowanie mają odpowiednie przepisy prawa polskiego.
4. Ewentualne spory wynikające z realizacji Zleceń będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy miejscowo dla siedziby Wydawcy (Warszawa).