

POLITYKA SPRZEDAŻY WIDOWNI CLEAR CHANNEL POLAND NA ROK 2021

1. POSTANOWIENIA OGÓLNE

- 1.1. Polityka Sprzedaży Widowni Clear Channel Poland sp. z o.o. (Polityka Sprzedaży Widowni) reguluje warunki cenowe zakupu Kampanii Reklamowych na Nośnikach Reklamowych z portfolio Clear Channel Poland sp. z o.o. (CCP), z wyłączeniem nośników tranzytowych i nośników cyfrowych (tzw. digitali).
- 1.2. Polityka Sprzedaży Widowni nie dotyczy ogłoszeń społecznych, płatnych ogłoszeń wyborczych/ogłoszeń partii politycznych, transakcji z jednostkami z sektora finansów publicznych zawieranych bezpośrednio pomiędzy tymi jednostkami a CCP, umów o wzajemnej wymianie świadczeń i kompensacie a także umów zawieranych z wszelkimi instytucjami państwowymi lub samorządowymi, w tym instytucjami kultury.
- 1.3. Polityka Sprzedaży Widowni jest skierowana do osób nie będących konsumentami w rozumieniu przepisów art. 22[1] ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku – Kodeks cywilny. Osoby zainteresowane produktami reklamowymi CCP, które są konsumentami w rozumieniu ww. ustawy proszone są o kontakt z Clear Channel Poland sp. z o.o. w celu zawarcia umowy na warunkach określonych indywidualnie.

2. DEFINICJE

- 2.1. **Agencja** – podmiot działający w imieniu Reklamodawcy na podstawie pełnomocnictwa.
- 2.2. **CCP** – Clear Channel Poland sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Krucza 16/22, 00-526 Warszawa, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000039559, której akta rejestrowe są przechowywane przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, wysokość kapitału zakładowego Spółki 24.126.000,00 zł, NIP 526-02-10-599.
- 2.3. **CPM** (Cost per Mille) – koszt dotarcia do tysiąca kontaktów VAC wynikających z badania IBO Outdoor Track.
- 2.4. **CPP** (Cost per Point) – koszt dotarcia do 1% grupy rozliczeniowej.
- 2.5. **Deklaracja** – deklaracja wydatków netto na Kampanie Reklamowe Klienta.
- 2.6. **Dopłata** – zwiększenie ceny za świadczoną przez CCP usługę zgodnie z Polityką Sprzedaży Widowni.
- 2.7. **Ekspozycja** – ekspozycja Reklam Klienta na Nośnikach reklamowych CCP, obejmująca także usługę jednokrotnego umieszczenia Reklamy na Nośniku lub uruchomienia cyklu wyświetleń na Nośnikach elektronicznych.
- 2.8. **Grupa rozliczeniowa** – grupa zgodna z definicją populacji, na której zostało wykonane badanie IBO Outdoor Track.
- 2.9. **GRP** – dla Grupy rozliczeniowej, procent (%) Grupy rozliczeniowej dla danego Nośnika reklamowego, liczona jako VAC / liczebność Grupy rozliczeniowej * 100.
- 2.10. **IBO** – Instytut Badań Outdooru IBO sp. z o. o.
- 2.11. **Inne usługi** – usługi świadczone przez CCP na warunkach uzgodnionych z Klientem dotyczące usług reklam w transycie, Digital OOH (Nośniki elektroniczne), druku Reklam, Przeklejek.
- 2.12. **Jednostki sektora finansów publicznych** – podmioty sektora finansów

- publicznych w rozumieniu Ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych.
- 2.13. **Kampania reklamowa** – usługa Ekspozycji reklam i/lub inne usługi zrealizowane przez CCP na rzecz Klienta.
 - 2.14. **Kategorie** – 6 kategorii Nośników Reklamowych o określonej widowni wyrażonej parametrem liczby kontaktów VAC (A-F).
 - 2.15. **Klient** – podmiot, który składa zamówienie przeprowadzenia Kampanii reklamowej na Nośnikach reklamowych, w tym Agencja lub Reklamodawca.
 - 2.16. **Nośnik reklamowy** – powierzchnia reklamowa, na której CCP eksponuje Reklamę Klienta.
 - 2.17. **Outdoor Track** – badanie widoczności Nośników reklamowych wykonane przez IBO.
 - 2.18. **Pakiet** – zaproponowany przez CCP zbiór Nośników reklamowych, na których realizowana jest Kampania reklamowa.
 - 2.19. **Pakiet kontaktów / GRP** – zbiór nośników o określonej sumarycznej liczbie kontaktów (wielkość widowni) kampanii, dostarczonej poprzez wybrane przez CCP Nośniki reklamowe, dobrane w taki sposób, aby zoptymalizować zasięg kampanii w ramach poszczególnych aglomeracji. Minimalna liczba aglomeracji do przygotowania pakietu to pięć (5) aglomeracji oraz min. 150 GRP, przy czym Klient ma prawo do dokonania Selekcji w zakresie nieprzekraczającym 10 % łącznej liczby GRP w ramach zaoferowanego pakietu Nośników reklamowych.
 - 2.20. **Przeklejka** – zmiana Reklamę na tym samym Nośniku reklamowym w trakcie Ekspozycji.
 - 2.21. **Rabat** - każde obniżenie ceny za Ekspozycję reklamy i/lub Inne usługi zgodnie z zasadami zawartymi w Polityce Sprzedaży Widowni.
 - 2.22. **Reklama** – materiał reklamowy na Nośniku reklamowym.
 - 2.23. **Rotacja** – zmiana Lokalizacji Nośnika reklamowego w trakcie Ekspozycji.
 - 2.24. **Reklamodawca** – podmiot, którego towary lub usługi są przedmiotem Reklamę.
 - 2.25. **Selekcja** – proces wyboru Nośników reklamowych dokonywany przez Klienta na bazie zaproponowanej przez CCP listy dostępnych Nośników reklamowych.
 - 2.26. **Sieć Dedykowana** – gotowy pakiet Nośników reklamowych przygotowany przez CCP określony odpowiednimi charakterystykami umiejscowienia lub grup docelowych.
 - 2.27. **Suma Budżetów Klienta** – suma wydatków Klienta na reklamę w CCP od początku danego roku kalendarzowego do momentu złożenia Deklaracji.
 - 2.28. **Umowa ramowa roczna** – umowa zawarta pomiędzy Klientem a CCP, dotycząca wykonania Kampanii reklamowych, obejmująca okresem obowiązywania rok kalendarzowy, zawierająca istotne warunki handlowe.
 - 2.29. **Warunki Ogólne** – Warunki Ogólne Ekspozycji Reklam na Nośnikach Reklamowych Clear Channel Poland Sp. z o.o., opublikowane na stronach internetowych CCP.
 - 2.30. **Wydatki na Kampanię Reklamową netto** – kwoty zafakturowane przez CCP, czyli z uwzględnieniem należnych Rabatów i Dopłat za ekspozycję Reklam, bez podatku VAT, w tym wydatki z tytułu wynagrodzenia za Inne usługi, z wyjątkiem kary umownej za odstąpienie od Zlecenia przewidzianej w Warunkach Ogólnych.
 - 2.31. **Wydatki roczne netto** – roczna suma wydatków na Kampanie reklamowe netto, bez podatku VAT, w tym wydatki z tytułu wynagrodzenia za Inne usługi.
 - 2.32. **Wyłącznie branżowa** – Ekspozycja Reklam Reklamodawcy na Nośnikach reklamowych typu Citylight zamontowanych na pojedynczej wiacie przystankowej lub na pojedynczym słupie reklamowym, z wyłączeniem eksponowania na danej wiacie lub słupie Reklam dotyczących usług lub towarów

tego samego rodzaju.

- 2.33. **VAC** (Visibility Adjusted Contacts) – dla Grupy rozliczeniowej, liczba kontaktów dla danego Nośnika reklamowego określona na bazie badania Outdoor Track.
- 2.34. **Zasady Sprzedaży Widowni** – aktualne zasady i ceny sprzedaży Nośników reklamowych CCP w oparciu o pomiar widowni, stanowiące załącznik do niniejszej Polityki Sprzedaży Widowni.
- 2.35. **Zlecenie / Umowa** – zawarty z Klientem stosunek prawny, którego integralną część stanowią Warunki Ogólne, a także załączniki i aneksy jeżeli występują (np. specyfikacje techniczne, lista lokalizacji, plan kampanii itp.).

3. ZASADY OGÓLNE

- 3.1. Aktualnie dostępne opcje zakupu Kampanii reklamowych określa Polityka Sprzedaży Widowni i Zasady Sprzedaży Widowni, każdorazowo publikowane na stronach internetowych CCP.
- 3.2. CCP zastrzega sobie prawo dokonywania zmian w przyjętych opcjach zakupu Kampanii reklamowych.
- 3.3. Ceny opublikowane w Zasadach Sprzedaży Widowni dotyczą miesięcznej Ekspozycji Reklam. W przypadku, gdy okres Ekspozycji Reklam wynosi pół miesiąca, stawka wynagrodzenia obliczana jest z zastosowaniem mnożnika 0,70 dla opcji: Cennik oraz mnożnika 0,50 dla opcji: Pakiet Widowni oraz opcji: Super Mix.
- 3.4. Inne usługi świadczone przez CCP i nie uwzględnione w Zasadach Sprzedaży Widowni są wyceniane na bazie indywidualnie podjętych negocjacji z Klientem.
- 3.5. Zasady realizacji Kampanii reklamowych opisane są szczegółowo w Warunkach Ogólnych.

4. OPCJE ZAKUPU KAMPANII REKLAMOWYCH

- 4.1. Możliwe są następujące opcje zakupu Kampanii Reklamowej w CCP:
 - 4.1.1. Opcja: Pakiet Widowni
 - 4.1.1.1. Zakup Kampanii Reklamowej według opcji: Pakiet Widowni, oznacza, że Klient otrzymuje Pakiet Nośników reklamowych o określonej widowni wyrażonej parametrem liczby kontaktów VAC / GRP.
 - 4.1.1.2. Każdy pakiet kontaktów opisany jest formatem / formatami Nośników reklamowych oraz wartością parametru CPP, realizowaną przez zbiór Nośników reklamowych.
 - 4.1.1.3. Do wyceny pakietu kontaktów na danym rodzaju Nośników reklamowych stosuje się uwzględnioną w Zasadach Sprzedaży Widowni cenę CPP.
 - 4.1.1.4. Pakiety kontaktów nie podlegają Selekcji ze strony Klienta.
 - 4.1.1.5. Możliwa jest wymiana maksymalnie 10% liczby GRP w ramach Pakietu, z uwzględnieniem regulacji ujętych w zasadach naliczania Rabatów i Dopłat w ramach niniejszej Polityki Sprzedaży Widowni.
 - 4.1.1.6. Formaty reklamowe objęte tym sposobem zakupu wskazują Zasady Sprzedaży Widowni.
 - 4.1.1.7. CCP gwarantuje realizację Kampanii reklamowej w ramach Pakietu GRP co najmniej w 50% na Nośnikach reklamowych z Kategorii A – C.

4.1.2. Opcja: Cennik

- 4.1.2.1. Zakup Kampanii reklamowej według opcji: Cennik oznacza, że Klient ma prawo do dokonania Selekcji Nośników reklamowych w stosunku do wszystkich zaoferowanych przez CCP Nośników reklamowych w granicach ich dostępności.
- 4.1.2.2. CCP przygotowuje propozycję dostępnych nośników reklamowych na bazie parametrów przekazanych przez Klienta takich jak format Nośnika, zasięg geograficzny Kampanii, POI, a Klient ma prawo dokonania Selekcji nośników.
- 4.1.2.3. Każdy nośnik przekazany do Selekcji opisany jest Kategorią.
- 4.1.2.4. Nośniki nieprzebadane w ramach badania Outdoor Track nie są przypisane do żadnej z Kategorii. Cenę Nośników nieprzebadanych wskazują Zasady Sprzedaży Widowni.

4.1.3. Opcja: Super Mix

- 4.1.3.1. Zakup Kampanii Reklamowej według opcji: Super Mix oznacza, że Klient otrzymuje Pakiet Nośników reklamowych o określonej widowni wyrażonej parametrem liczby kontaktów VAC / GRP.
- 4.1.3.2. Zakup w opcji: Super Mix jest realizowany na nośnikach Citylight oraz Supernet 6x3 w proporcji ustalonej przez Klienta, przy czym minimalny udział liczby GRP realizowanych na jednym formacie nośnika wynosi 30%.
- 4.1.3.3. Do wyceny pakietu kontaktów na danym rodzaju Nośników reklamowych stosuje się uwzględnioną w Zasadach Sprzedaży Widowni cenę CPP pomniejszoną o rabat 10%, odpowiednio do proporcji wykorzystania danego formatu Nośnika zastosowanego w pakiecie GRP.
- 4.1.3.4. Pakiety kontaktów nie podlegają Selekcji ze strony Klienta.
- 4.1.3.5. Możliwa jest wymiana maksymalnie 10% liczby GRP w ramach Pakietu, z uwzględnieniem regulacji ujętych w zasadach naliczania Rabatów i Dopłat w ramach niniejszej Polityki Sprzedaży Widowni.

5. ZASADY NALICZANIA DOPŁAT I RABATÓW

5.1. Zasady ogólne

- 5.1.1. W przypadku zakupu Kampanii reklamowej cena opublikowana w Zasadach Sprzedaży Widowni powiększana jest w pierwszej kolejności o należną Dopłatę za Wyłącznie branżową, o ile znajdzie zastosowanie. Tak obliczona wartość zostaje następnie obniżona o przysługujące Klientowi Rabaty. Każdy kolejny Rabat obliczany jest od kwoty pozostałej.
- 5.1.2. Rabaty i Dopłaty ujęte w Polityce Sprzedaży Widowni naliczane są kaskadowo – każdy kolejny Rabat obliczany jest od kwoty pozostałej po odjęciu Rabatu poprzedzającego. W pierwszej kolejności naliczone są Dopłaty, następnie Rabaty, zgodnie z poniższą kolejnością:
 - 5.1.2.1. rabat agencyjny;
 - 5.1.2.2. rabat za wydatki Reklamodawcy;
 - 5.1.2.3. rabaty dodatkowe;
 - 5.1.2.4. rabat handlowy.
- 5.1.3. W przypadku reklamy napoju alkoholowego, po naliczeniu wszystkich Dopłat i Rabatów, zostanie doliczona Dopłata za umieszczenie Reklamy napoju alkoholowego.
- 5.1.4. Podstawą naliczania Rabatów są całkowite deklarowane wydatki Klienta w

CCP (tzn. na Nośniki reklamowe oraz na nośniki cyfrowe, tzw. digitale i nośniki tranzytowe) w danym roku kalendarzowym, wskazane w Deklaracji. Rabaty wskazane w niniejszej Polityce Sprzedaży Widowni naliczane są tylko w stosunku do Nośników reklamowych (tzn. bez nośników cyfrowych i tranzytowych). Rabaty mogą zostać zwiększone w przypadku zwiększenia bieżących Deklaracji i Sumy Budżetów Klienta od momentu złożenia Deklaracji, zgodnie z tabelą rabatową, jednakże bez możliwości przeliczenia Rabatów za okres od początku roku kalendarzowego, którego dotyczą do momentu złożenia Deklaracji.

5.1.5. W przypadku braku faktycznej realizacji przez Klienta rocznej Deklaracji, Rabaty zostaną przeliczone w oparciu o faktyczne sumy Wydatków netto Klienta na kampanie reklamowe od początku danego roku kalendarzowego na podstawie niniejszej Polityki Sprzedaży Widowni. Przedmiotowe przeliczenie będzie podstawą do korekty wzajemnych rozliczeń z Klientem za dany rok kalendarzowy.

6. DOPŁATY

6.1. Do cen za Ekspozycję Reklam dolicza się następujące Dopłaty, zgodnie z zasadami określonymi w pkt 5 niniejszej Polityki Sprzedaży Widowni:

6.1.1. Dopłata za Wyłącznie branżową - wynosi 20% wartości cennikowej Ekspozycji na wszystkich Nośnikach reklamowych w danej wiacie lub na słupie reklamowym, objętych Wyłączeniem branżową.

6.1.2. Dopłata za umieszczenie Reklamy napoju alkoholowego - wynosi 11,11% wartości cennikowej Ekspozycji Reklam dotyczących napoju alkoholowego

7. RABATY

7.1. Możliwe są następujące rabaty:

7.1.1. Rabat agencyjny;

7.1.2. Rabat za wydatki Reklamodawcy;

7.1.3. Rabaty dodatkowe:

7.1.3.1. Rabat przedsprzedażowy;

7.1.3.2. Rabat wieloFORMATowy;

7.1.3.3. Rabat wieloGRPsowy;

7.1.3.4. Rabat wieloZŁOTYwkowy

7.1.3.5. Rabat sezonowy;

7.1.3.6. Rabat ekspozycyjny

7.1.3.7. Rabat za brak zmian;

7.1.4. Rabat handlowy.

7.2. Rabat agencyjny

7.2.1. Rabat agencyjny udzielany jest jedynie Klientom, którzy są Agencjami.

7.2.2. Rabat agencyjny jest możliwy do uzyskania w wyniku złożenia rocznej Deklaracji wydatków, od dnia złożenia rocznej Deklaracji, tj. z zaliczeniem faktycznych wydatków na reklamę dokonanych od początku roku kalendarzowego, jednakże bez możliwości przeliczenia Rabatów za okres od początku roku kalendarzowego, którego dotyczą, do momentu złożenia Deklaracji.

7.2.3. Jeżeli nie zostanie zrealizowana deklarowana suma Wydatków rocznych

netto, wówczas zostanie dokonana korekta Rabatu do stawki wynikającej z faktycznego poziomu wydatków Klienta. Po zakończeniu roku kalendarzowego zostanie dokonana korekta faktur do każdego Zlecenia objętego Rabatem agencyjnym.

- 7.2.4. Istnieje możliwość złożenia korekty Deklaracji Klienta. Rabaty na nowym poziomie wynikającym ze zmienionej Deklaracji będą naliczane dla Kampanii reklamowych zleconych po złożeniu korekty Deklaracji.
- 7.2.5. Wysokość Rabatu agencyjnego dla Klientów, którzy nie złożyli Deklaracji, jest wyliczana progresywnie, zgodnie z tabelą nr 1 określoną w Polityce Sprzedaży Widowni. Metoda progresywnego naliczania Rabatu agencyjnego oznacza, że wysokość Rabatu za kolejne Kampanie reklamowe wyliczana jest na podstawie sumy Wydatków netto planowanej Kampanii klienta oraz już zrealizowanych od 1 stycznia 2021 roku.

Tabela nr 1 – Rabat agencyjny

Poziom całkowitych deklarowanych obrotów rocznych w CCP w PLN netto		
Od (>=)	Do (<)	% Rabatu
50.000	100.000	3%
100.000	1.000.000	6%
1.000.000	2.000.000	9%
2.000.000	3.500.000	11%
3.500.000	5.000.000	12%
5.000.000	6.500.000	13%
6.500.000	8.000.000	14%
8.000.000	powyżej	15%

7.3. Rabat za wydatki Reklamodawcy

- 7.3.1. Rabat za wydatki Reklamodawcy jest możliwy do uzyskania jedynie przez Klientów będących Reklamodawcami.
- 7.3.2. Rabat za wydatki Reklamodawcy jest możliwy do uzyskania w wyniku złożenia rocznej Deklaracji wydatków, od dnia złożenia rocznej Deklaracji tj. z zaliczeniem faktycznych wydatków na reklamę dokonanych od początku roku kalendarzowego, jednakże bez możliwości przeliczenia Rabatów za okres od początku roku kalendarzowego, którego dotyczą, do momentu złożenia Deklaracji.
- 7.3.3. Jeżeli nie zostanie zrealizowana deklarowana suma Wydatków rocznych netto to zostanie dokonana korekta Rabatu do stawki wynikającej z faktycznego poziomu wydatków Klienta. Po zakończeniu roku kalendarzowego zostanie dokonana korekta faktur do każdego Zlecenia objętego Rabatem za wydatki Reklamodawcy.
- 7.3.4. Istnieje możliwość złożenia korekty Deklaracji Reklamodawcy. Rabaty na nowym poziomie wynikającym ze zmienionej Deklaracji będą naliczane dla Kampanii reklamowych zleconych po złożeniu korekty Deklaracji.

7.3.5. Wysokość Rabatu za wydatki Reklamodawcy dla Klientów, którzy nie złożyli Deklaracji, jest wyliczana progresywnie, zgodnie z tabelą nr 2 określoną w Polityce Sprzedaży Widowni. Metoda progresywnego naliczania Rabatu za wydatki Reklamodawcy oznacza, że wysokość Rabatu za kolejne Kampanie reklamowe wyliczana jest na podstawie sumy Wydatków netto planowanej Kampanii Reklamodawcy oraz już zrealizowanych od 1 stycznia 2021 roku.

Tabela nr 2 – Rabat za wydatki Reklamodawcy

Poziom całkowitych deklarowanych obrotów rocznych w CCP w PLN netto		
Od (>=)	Do (<)	% Rabatu
20.000	50.000	1%
50.000	100.000	2%
100.000	200.000	3%
200.000	350.000	4,5%
350.000	500.000	5,5%
500.000	650.000	6,5%
650.000	800.000	8%
800.000	powyżej	Do negocjacji

- 7.4. Rabat przedsprzedażowy - wynosi 10% i jest udzielany Klientom, którzy przedstawią należycie podpisane Zlecenie na kampanię przynajmniej 60 dni kalendarzowych przed jej rozpoczęciem.
- 7.5. Rabat wieloFORMATowy – jest udzielany Klientom jeśli dana Kampania reklamowa jest realizowana na wielu formatach nośników. Jeżeli udział formatów niedominujących wynosi między 10% a 20% wartości kampanii, rabat wynosi 5%, natomiast jeśli udział formatów niedominujących wynosi co najmniej 20% wartości kampanii, rabat wynosi 10%. Rabat wieloFORMATowy nie jest przydzielany w przypadku zakupu w opcji: Super Mix.
- 7.6. Rabat wieloGRPsowy – wynosi 5% i jest udzielany Klientom realizującym kampanię z wykorzystaniem nośników Citylight: GRP powyżej 500 lub Supernet 6x3: GRP powyżej 350. Rabat wieloGRPsowy przysługuje w przypadku zakupu w opcji: Pakiet Widowni lub opcji: Super Mix.
- 7.7. Rabat wieloZŁOTYwkowy – wynosi 5% i jest udzielany Klientom realizującym kampanię o wartości powyżej 250 000,00 złotych netto, niezależnie od formatów Nośników. Rabat wieloZŁOTYwkowy przysługuje w przypadku zakupu w opcji: Cennik.
- 7.8. Rabat sezonowy – wynosi 10% i może zostać udzielony Klientom realizującym Kampanie reklamowe w okresach: styczeń – luty lub lipiec – sierpień danego roku.
- 7.9. Rabat ekspozycyjny - wynosi 5% i jest przydzielany Klientom, którzy realizują Kampanie reklamowe w okresie co najmniej trzech (3) dowolnych miesięcy w trakcie roku kalendarzowego. Deklaracja realizacji powyższych kampanii musi

być jednorazowa i potwierdzona na jednym Zleceniu.

7.10. Rabat za brak zmian jest przydzielany Klientom, którzy dokonali zakupu Kampanii reklamowej w opcji: Pakiet Widowni lub opcji: Super Mix, zgodnie z zasadami określonymi w niniejszej Polityce Sprzedaży Widowni, tj. rabat 10% za brak zmian w przygotowanym przez CCP zestawieniu Nośników reklamowych.

7.11. Rabat handlowy przyznawany jest w wyniku indywidualnych negocjacji z Klientem.

8. SIECI DEDYKOWANE

8.1. Zakup Kampanii reklamowych według opcji Sieci Dedykowanych oznacza, że Klient kupuje gotowy pakiet Nośników Reklamowych przygotowany przez CCP określony odpowiednimi charakterystykami umiejscowienia, widowni oraz grup docelowych.

8.2. Sieci Dedykowane składają się z wcześniej ustalonej liczby nośników i nie podlegają zasadom Selekcji.

8.3. Lista oferowanych Sieci Dedykowanych jest publikowana na stronach internetowych CCP oraz w. Zasadach Sprzedaży Widowni.

9. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

9.1. Wszystkie uzgodnienia handlowe podejmowane w trakcie negocjacji, bez względu na ich formę, podobnie jak treść umów i porozumień zawieranych w formie dokumentowej lub innej oraz wszelkie informacje lub dane uzyskane przez strony w związku z ich zawarciem stanowią tajemnicę przedsiębiorstwa w rozumieniu ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i nie mogą być ujawniane jakimkolwiek osobom trzecim bez uprzedniej pisemnej zgody strony, której dotyczą, chyba że są one powszechnie znane, lub też obowiązek ich ujawnienia wynika z przepisów obowiązującego prawa lub prawomocnego orzeczenia sądu lub organu administracji lub jest związany z realizacją audytu wskazanego w ust. 2 poniżej.

9.2. CCP ma prawo do kwartalnej weryfikacji faktycznej realizacji przez Klientów zadeklarowanych Wydatków rocznych netto i w przypadku stwierdzenia w toku weryfikacji okoliczności stanowiących zagrożenie dla wykonania złożonych przez Klienta Deklaracji, CCP ma prawo do zmiany przyznanych wcześniej warunków handlowych na kolejne kwartały roku 2021.

9.3. Po zakończeniu roku kalendarzowego, CCP dokona weryfikacji faktycznie dokonanych przez Klientów Wydatków rocznych netto w danym roku oraz będzie uprawniona do wystawienia odpowiednich faktur korygujących wynikających ze zmienionych warunków handlowych zgodnie z niniejszą Polityką Sprzedaży Widowni.

9.4. Jeżeli w ciągu roku kalendarzowego zmianie ulegnie Agencja reprezentująca danego Reklamodawcę, jego wydatki realizowane przez nową Agencję będą zsumowane z wydatkami realizowanymi przez poprzednią Agencję z zastrzeżeniem, że niniejsze uzgodnienie nie spowoduje odstępstw od zasad zawartych w Polityce Sprzedaży Widowni.

10. OBOWIĄZYWANIE I ZMIANA POLITYKI SPRZEDAŻY WIDOWNI

- 10.1. Niniejsza Polityka Sprzedaży Widowni wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2021 roku i obowiązuje do dnia 31 grudnia 2021 roku, z wyjątkiem Kampanii reklamowych realizowanych na warunkach uzgodnionych z Klientem przed dniem wejścia w życie niniejszej Polityki Sprzedaży Widowni.
- 10.2. W przypadku sprzeczności postanowień Polityki Sprzedaży Widowni z postanowieniami Warunków Ogólnych stosuje się postanowienia Polityki Sprzedaży Widowni.
- 10.3. Zmiany Polityki Sprzedaży Widowni mogą następować w wyniku:
 - 10.3.1. Zmian w przepisach prawa istotnie zmieniających możliwość Ekspozycji Reklam bądź w inny istotny sposób zmieniających zasady funkcjonowania rynku mediów, powodujących konieczność zmianę zasad Polityki Sprzedaży Widowni;
 - 10.3.2. Decyzji CCP;
 - 10.3.3. Zmian regulacji lokalnych, które w istotnym zakresie wpływają na warunki lub możliwość prowadzenia Ekspozycji Reklam.
- 10.4. Zmiany Polityki Sprzedaży Widowni zostaną opublikowane na stronie internetowej CCP, a Klienci związani z CCP umowami zostaną ponadto powiadomieni o fakcie i zakresie zmiany poprzez wysłanie informacji na udostępniony przez Klienta adres poczty elektronicznej. Jeżeli w ciągu dwóch tygodni licząc od dnia otrzymania informacji, Klient nie wyrazi pisemnego sprzeciwu, uważa się, że wyraził zgodę na zmianę Polityki Sprzedaży Widowni, jednakże z zastrzeżeniem, że zmiana Polityki Sprzedaży Widowni skutkująca zmianą istotnych elementów Umowy wymaga zawarcia aneksu. Jeżeli zaś Klient w wyżej wskazanym terminie sprzeciwi się zmianie Polityki Sprzedaży Widowni, w zależności od podjętej przez CCP decyzji Umowa będzie realizowana na dotychczasowych warunkach lub ulegnie rozwiązaniu w części dotyczącej niezrealizowanych Kampanii reklamowych, których zmiana Polityki Sprzedaży Widowni dotyczy, bez prawa Klienta do zgłaszania względem CCP roszczeń z tytułu rozwiązania Umowy.

Załącznik nr 1 – Zasady Sprzedaży Widowni