

Regulamin świadczenia usługi niepocztowej
Reklama produktowa
(tekst jednolity)



Obowiązuje od 3 kwietnia 2017 r.

Poczta Polska S.A.
<https://bip.poczta-polska.pl>

Rozdział I Postanowienia ogólne

§ 1

1. Regulamin świadczenia usługi niepocztowej Reklama produktowa, zwany dalej „**Regulaminem**”, określa warunki realizacji usługi niepocztowej Reklama produktowa zwanej dalej „**Usługą**” oraz sposób postępowania w przypadku jej niewykonania lub nienależytego wykonania.
2. Usługa, o której mowa w ust. 1 świadczona jest przez Spółkę Akcyjną Poczta Polska z siedzibą w Warszawie, ul. Rodziny Hiszpańskich 8, 00-940 Warszawa, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000334972, NIP: 525-000-73-13, REGON 010684960, kapitał zakładowy: 774 140 000,00 – w całości wpłacony, tel. 801-33-34-44, faks 22-656-59-18, e-mail: skargi@centrala.poczta-polska.pl, <http://bip.poczta-polska.pl>, <https://www.facebook.com/poczta-polska> zwaną dalej „**Pocztą Polską S.A.**”.

§ 2

Użyte w Regulaminie pojęcia oznaczają:

- 1) **cennik** – Cennik opłat za świadczenie usługi niepocztowej Reklama produktowa, dostępny na stronie internetowej <http://www.poczta-polska.pl> oraz w każdej placówce pocztowej,
- 2) **materiał reklamowy** - dane informacyjne w formie pisemnej, graficznej lub na nośnikach danych elektronicznych (np. CD, DVD) o ofertach handlowych, towarach i usługach jak również bezpłatne próbki towarów, przeznaczone do wydania odbiorcom,
- 3) **odbiorca** – klient, któremu w placówce pocztowej wydawany jest materiał reklamowy,
- 4) **pakiet** – zbiorcze opakowanie materiałów reklamowych,
- 5) **placówka pocztowa** – jednostkę organizacyjną Poczty Polskiej S.A., świadczącą Usługę, z wyłączeniem agencji pocztowej,
- 6) **umowa** – umowa zawarta w formie pisemnej przez Poczta Polska S.A. i zleceniodawcę, na podstawie której Poczta Polska S.A. świadczy Usługę,
- 7) ¹**ustawa** – ustawę z dnia 25 sierpnia 2006 r. o bezpieczeństwie żywności i żywienia z późn zm.,
- 8) ²**zleceniodawca** – podmiot niebędący konsumentem w rozumieniu art. 22¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny z późn. zm., który zawarł z Poczta Polska S.A. umowę.

§ 3

1. Usługa realizowana jest na podstawie umowy i polega na wydaniu odbiorcy materiału reklamowego, we wskazanej w umowie placówce pocztowej, z zastrzeżeniem ust. 2.
2. Poczta Polska S.A. zastrzega sobie prawo do odmowy zawarcia umowy, jeżeli z uwagi na wskazany przez zleceniodawcę termin jej wykonania lub sposób doboru docelowej grupy odbiorców oceni, że Usługa nie może być zrealizowana.

¹ W brzmieniu ustalonym w § 1 pkt 2 lit. a decyzji wprowadzającej niniejszy tekst jednolity,

² W brzmieniu ustalonym w § 1 pkt 2 lit. b decyzji wprowadzającej niniejszy tekst jednolity,

Rozdział II

Zasady i warunki realizacji Usługi

§ 4

1. Maksymalna masa jednostkowa materiału reklamowego nie może przekroczyć 500 g.
2. Maksymalne wymiary materiału reklamowego nie mogą przekroczyć wymiarów: grubość – 20 mm, długość – 325 mm i szerokość – 230 mm.
3. Materiał reklamowy wydawany jest w placówce pocztowej wskazanej w umowie oraz w terminie wskazanym w umowie, nie dłuższym niż 30 dni kalendarzowych, licząc od dnia przekazania materiału reklamowego przez zleceniodawcę.
4. Materiał reklamowy co do zasady wydawany jest wszystkim odbiorcom w danej placówce pocztowej albo wybranej grupie odbiorców określonej według płci, wskazanej przez zleceniodawcę w umowie, z zastrzeżeniem ust. 5.
5. Dopuszcza się możliwość doboru innej grupy odbiorców w sposób uzgodniony i określony w umowie.
6. W przypadku, gdy zakończył się termin realizacji Usługi, a materiał reklamowy nie został wydany w całości, zleceniodawca zobowiązany jest do odbioru z placówki pocztowej pozostałej ilości materiału reklamowego, w terminie 3 dni roboczych, zwany dalej „**terminem odbioru**” licząc od dnia następnego po dniu zgłoszenia tego faktu przez placówkę pocztową realizującą Usługę.
7. Zgłoszenie, o którym mowa w ust. 6, placówka pocztowa realizująca Usługę przekazuje za pośrednictwem jednego z kanałów komunikacji wskazanego przez zleceniodawcę w umowie.
8. W przypadku niezgłoszenia się zleceniodawcy po odbiór pozostałej ilości materiału reklamowego w terminie, o którym mowa w ust. 6, placówka pocztowa postępuje zgodnie z postanowieniami § 10.
9. W przeciągu 5 dni roboczych, licząc od dnia następnego po dniu zakończenia realizacji Usługi, zleceniodawca otrzymuje raport z wykonania zlecenia, określający w szczególności ilość wydanych materiałów reklamowych i termin zakończenia realizacji Usługi przez placówki pocztowe.
10. Raport, o którym mowa w ust. 9 sporządzany jest i przekazywany zleceniodawcy przez jednostkę organizacyjną Poczty Polskiej S.A. wskazaną w umowie. Wzór raportu z wykonania zlecenia stanowi załącznik do umowy.

Rozdział III

Zawieranie umów

§ 5

Poczta Polska S.A. odmawia zawarcia umowy jeżeli:

- 1) treść umieszczoną na materiale reklamowym stanowią napisy, wizerunki, rysunki lub wszelkie inne znaki graficzne naruszające prawo,
- 2) materiał reklamowy, w tym zawartość próbki towaru naraża osoby trzecie lub Poczta Polska S.A. na szkodę,
- 3) materiał reklamowy nie spełnia warunków i wymogów określonych w Regulaminie oraz w umowie,
- 4) zawartość próbki towarów stanowią narkotyki, substancje psychotropowe oraz odurzające, rzeczy niebezpieczne, kruche, łamiące się, mogące wyrządzić szkodę osobom, mieniu, lub środowisku

naturalnemu,

- 5) materiał reklamowy z zawartością próbek towarów żywnościowych nie spełnia wymogów określonych w ustawie,
- 6) materiał reklamowy z zawartością inną niż próbki towarów żywnościowych nie są opakowane odpowiednio do zawartości i kształtu,
- 7) próbki towarów nie posiadają oznaczeń: nazwy producenta, wykazu składników występujących w produkcie, daty minimalnej trwałości,
- 8) przekazane próbki towarów wymagają specjalnego traktowania w przewozie lub specjalnego przechowywania, np. w chłodnym miejscu,
- 9) przekazywanie i przemieszczanie materiału reklamowego jest zabronione na podstawie odrębnych przepisów.

§ 6

Umowa powinna zawierać w szczególności:

- 1) zobowiązanie zleceniodawcy do każdorazowego dostarczenia przy przekazywaniu materiału reklamowego zestawienia liczby i rodzaju materiału reklamowego; wzór zestawienia stanowi załącznik do umowy,
- 2) oświadczenie zleceniodawcy, że próbki towarów nie zawierają rzeczy wyłączonych z zakresu świadczenia usługi na podstawie Regulaminu, a także wyłączonych z przewozu pocztowego na podstawie odrębnych przepisów,
- 3) oświadczenie zleceniodawcy, iż zapoznał się z treścią Regulaminu, na podstawie których Usługa będzie realizowana,
- 4) terminy dostawy materiału reklamowego do placówki pocztowej,
- 5) formy i zasady dokonywania rozliczeń finansowych,
- 6) zobowiązanie zleceniodawcy do dokonywania wpłat za Usługę z takim wyprzedzeniem, by środki pieniężne w dniu przekazania przez zleceniodawcę materiału reklamowego do placówki pocztowej znajdowały się na wskazanym w umowie rachunku bankowym Poczty Polskiej S.A.,
- 7) zobowiązanie zleceniodawcy do każdorazowego przekazania Poczcie Polskiej S.A. egzemplarza okazowego materiału reklamowego,
- 8) wskazanie przez zleceniodawcę kanału komunikacji (numer telefonu i adresu e-mail).

Rozdział IV

Uiszczanie opłat

§ 7

1. Wysokość opłat za Usługę określona jest w cenniku.
2. Uiszczanie opłat, o których mowa w ust. 1, zleceniodawca realizuje bezgotówkowo z góry.

Rozdział V

Przekazanie materiałów reklamowych placówce pocztowej

§ 8

1. Zleceniodawca przekazuje materiał reklamowy placówce pocztowej wskazanej w umowie.
2. Materiał reklamowy może być przekazany bez opakowania lub w opakowaniu odpowiednim do ich zawartości i kształtu, z zastrzeżeniem ust. 3.
3. Materiał reklamowy, z wyłączeniem próbki towarów, który ze względu na swoje właściwości wymaga opakowania, zleceniodawca zobowiązany jest przekazać w opakowaniu, które powinno umożliwić sprawdzenie zawartości.

§ 9

1. Przeznaczony do wydania materiał reklamowy powinien być przekazany w pakietach o masie nie większej niż 10 000 gramów.
2. Pakiety powinny być oznaczone przez zleceniodawcę, poprzez umieszczenie uzupełnionego formularza, którego wzór stanowi załącznik do umowy.

Rozdział VI

Postępowanie z materiałami reklamowymi po terminie odbioru

§ 10

1. W przypadku braku odebrania materiału reklamowego przez zleceniodawcę w terminie odbioru wskazanym w § 4 ust. 6 Poczta Polska S.A. zwraca materiał reklamowy przesyłką służbową na adres zleceniodawcy wskazany w umowie na koszt i ryzyko zleceniodawcy.
2. Poczta Polska S.A. obciąża zleceniodawcę kosztami, o których mowa w ust. 1, zgodnie z obowiązującym cennikiem usług powszechnych w obrocie krajowym, w zależności od rodzaju przesyłanej zawartości. Z tytułu zwrotu Poczta Polska S.A. wystawi zleceniodawcy fakturę VAT.

Rozdział VII

Odpowiedzialność

§ 11

1. Poczta Polska S.A. ponosi odpowiedzialność z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Usługi w zakresie ustalonym w Regulaminie.
2. Zleceniodawca ponosi odpowiedzialność za wszelkie szkody wyrządzone przez przekazany przez niego materiał reklamowy.
3. Poczta Polska S.A. nie ponosi odpowiedzialności za zawartość i treść zamieszczoną w materiale reklamowym.

§ 12

1. Usługę uważa się za niewykonaną, jeżeli materiał reklamowy nie był wydawany odbiorcy, we wskazanej w umowie placówce pocztowej.
2. Usługę uważa się za nienależycie wykonaną, jeżeli:
 - 1) łączna liczba materiału reklamowego zwróconego po terminie odbioru przekroczyła 50 % liczby materiału reklamowego przekazanego do wydania w terminie określonym w umowie,
 - 2) materiał reklamowy był wydawany odbiorcom niezgodnie z określoną w umowie grupą odbiorców.

§ 13

1. Za niewykonanie usługi, o którym mowa w § 12 ust. 1, zleceniodawcy przysługuje kara umowna w wysokości 10% opłaty wniesionej za tę liczbę materiału reklamowego, co do której reklamacja została uznana za uzasadnioną.
2. Za nienależyte wykonanie usługi, o którym mowa w § 12 ust. 2, zleceniodawcy przysługuje kara umowna w wysokości 5% opłaty wniesionej za tę liczbę materiału reklamowego, co do której reklamacja została uznana za uzasadnioną.
3. W przypadku, o którym mowa w ust. 1, niezależnie od należnej kary umownej, zwrotowi podlega opłata pobrana za tę liczbę materiału reklamowego, wobec której reklamacja została uznana za uzasadnioną.

§ 14

Poczta Polska S.A. nie ponosi odpowiedzialności, jeżeli niewykonanie lub nienależyte wykonanie Usługi nastąpiło:

- 1) wskutek siły wyższej,
- 2) z przyczyn występujących po stronie zleceniodawcy, niewywołanych winą Poczty Polskiej S.A.,
- 3) z powodu naruszenia przez zleceniodawcę warunków określonych w Regulaminie i w umowie.

Rozdział VIII

Postępowanie reklamacyjne

§ 15

1. Reklamacją jest zgłoszenie niewykonania lub nienależytego wykonania Usługi złożone przez zleceniodawcę.
2. Reklamację z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania Usługi, w zakresie ustalonym w Regulaminie, można wnieść w placówce pocztowej wskazanej w umowie.
3. Reklamację wnosi się w postaci pisemnej.
4. Zgłoszenie reklamacji w formie pisemnej może być dokonane na druku Poczty Polskiej S.A. dostępnym na stronie internetowej: <http://www.ereklamacje.poczta-polska.pl>.

§ 16

1. Reklamacja powinna zawierać:
 - 1) imię i nazwisko albo nazwę, adres zleceniodawcy oraz numer umowy,
 - 2) przedmiot reklamacji,
 - 3) datę i miejsce przekazania Poczcie Polskiej S.A. materiału reklamowego oraz jego ilość,
 - 4) uzasadnienie reklamacji, w tym dowód potwierdzający niewykonanie lub nienależyte wykonanie Usługi,
 - 5) wysokość odszkodowania oraz numer rachunku bankowego w przypadku gdy reklamujący żąda wypłaty odszkodowania,
 - 6) datę sporządzenia reklamacji,

- 7) podpis reklamującego,
 - 8) potwierdzenie opłaty wniesionej za Usługę,
 - 9) wykaz załączonych dokumentów.
2. Reklamacja może zostać wniesiona w dniu, w którym nastąpiło zdarzenie niewykonania lub nienależytego wykonania Usługi, jednak nie później niż przed upływem 5 dni kalendarzowych po terminie uzgodnionym ze zleceniodawcą, jako termin wykonania Usługi.
 3. Jeżeli zgłoszona reklamacja nie spełnia wymogów określonych w ust. 1 lub istnieje potrzeba uzupełnienia reklamacji o dowody, o których mowa w ust. 5, jednostka rozpatrująca reklamację wzywa reklamującego do usunięcia braków formalno-prawnych w terminie 7 dni od dnia doręczenia wezwania. Okresu tego nie wlicza się do terminu rozpatrzenia reklamacji.
 4. Reklamację zgłoszoną po terminie, o którym mowa w ust. 2, lub niespełniającą warunków, o których mowa w ust. 1, jak również reklamację wniesioną przez osobę nieuprawnioną, pozostawia się bez rozpatrzenia, o czym Poczta Polska S.A. informuje wnoszącego reklamację.
 5. Przedstawienie dowodów potwierdzających niewykonanie lub nienależytego wykonania Usługi leży po stronie zleceniodawcy.

§ 17

1. Reklamację rozpatruje właściwa jednostka organizacyjna Poczty Polskiej S.A.
2. Postępowanie reklamacyjne jest jednoinstancyjne.
3. Jednostka organizacyjna Poczty Polskiej S.A. rozpatruje reklamację niezwłocznie i udziela odpowiedzi na reklamację w formie pisemnej, w terminie nie dłuższym niż 30 dni, od dnia wniesienia reklamacji.
4. Odpowiedź na reklamację powinna zawierać:
 - 1) nazwę jednostki organizacyjnej Poczty Polskiej S.A., właściwej do rozpatrywania reklamacji,
 - 2) powołanie podstawy prawnej,
 - 3) rozstrzygnięcie o uwzględnieniu lub odmowie uwzględnienia reklamacji,
 - 4) w przypadku uwzględnienia roszczeń – wysokość przyznanej kwoty kary umownej oraz informację o terminie jej wypłaty,
 - 5) w przypadku odmowy uwzględnienia reklamacji w całości lub w części – uzasadnienie faktyczne i prawne,
 - 6) imię, nazwisko i stanowisko służbowe pracownika jednostki organizacyjnej Poczty Polskiej S.A. upoważnionego do udzielenia odpowiedzi na reklamację,
 - 7) pouczenie o wyczerpaniu drogi postępowania reklamacyjnego i prawie dochodzenia roszczeń w postępowaniu sądowym,
 - 8) datę udzielenia odpowiedzi.

§ 18

Karę umowną oraz zwrot opłat wypłaca się zgodnie z pisemną dyspozycją reklamującego, w terminie nie dłuższym niż 30 dni od daty uznania reklamacji.

³**Rozdział IX**
Ochrona danych osobowych
uchylony

Rozdział X
Postanowienia końcowe

§ 20

Poczta Polska S.A. w uzasadnionych przypadkach, w zawartej pisemnej umowie ze zleceniodawcą może ustalić indywidualne zasady realizacji Usługi odmienne od określonych w Regulaminie, dostosowane do potrzeb zleceniodawcy, w szczególności w zakresie:

- 1) indywidualnego doboru grupy odbiorców,
- 2) trybu wnoszenia opłat, np. zastosowanie formy opłaty z dołu,
- 3) formy sporządzania raportu z realizacji Usługi,
- 4) odbioru materiału reklamowego z miejsca wskazanego przez zleceniodawcę,
- 5) kompletowania pakietów z materiałami reklamowymi.

§ 21

W sprawach nieuregulowanych w Regulaminie mają zastosowanie przepisy prawa powszechnie obowiązującego, w szczególności Kodeksu cywilnego.

³ Uchylony zgodnie z § 1 ust. 2 Decyzji Nr 9/2018/PS Dyrektora Zarządzającego Pionem Sprzedaży z dnia 15 marca 2018 roku zmieniającej decyzję w sprawie pilotażowego świadczenia usługi Reklama produktowa.