

# REGULAMIN

## kampanii reklamowej

### Rozdział I

#### Postanowienia ogólne

##### § 1

1. Regulamin kampanii reklamowej (zwany dalej: „Regulaminem”), określa warunki i zasady zlecenia przez Klientów kampanii reklamowych poprzez Portal o nazwie „Centrum Direct Mail”.
2. Zleconą przez Klienta kampanię, realizują:
  - 1) Prografix Sp. z o.o. (zwana dalej: „Prografix”) – w zakresie wydruku materiałów reklamowych,
  - 2) Poczta Polska S.A. (zwana dalej: „Pocztą Polską”) – w zakresie dystrybucji materiałów reklamowych jako druków bezadresowych.
3. Kampania świadczona jest na obszarze kraju wyłącznie na rzecz Klientów niebędących konsumentami w rozumieniu art. 22<sup>1</sup> ustawy z 23 kwietnia 1964 r. kodeks cywilny.

##### § 2

Użyte w Regulaminie określenia oznaczają:

- 1) **dystrybucja druków bezadresowych** – przemieszczenie i doręczenie materiałów reklamowych przez Poczta Polską na wybrany przez Klienta obszar doręczeń do adresatów indywidualnych lub firm w ramach zleconej kampanii,
- 2) **dzień roboczy** – dzień od poniedziałku do piątku z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy oraz sobót,
- 3) **formularz zamówienia** – formularz udostępniony na Portalu, poprzez który Klient zleca realizację kampanii,
- 4) **kampania** – zleconą i opłaconą przez Klienta kampanię reklamową, nazwaną na Portalu kampanią zasięgową, obejmującą wydruk oraz dystrybucję materiałów reklamowych w liczbie nie mniejszej niż 500 sztuk,

- 5) **Klient** – osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą, osoba prawna, jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej zlecająca za pośrednictwem Portalu kampanię,
- 6) **materiał reklamowy** – materiał własny albo szablon przeznaczony do wydruku przez Prografix,
- 7) **materiał własny** – plik graficzny załączany poprzez Portal przez Klienta jako materiał reklamowy w ramach zlecanej kampanii,
- 8) **moje konto** – funkcjonalna część Portalu współtworząca profil Klienta, w ramach której Klient podaje (oraz odpowiednio modyfikuje zgodnie ze stanem faktycznym) podstawowe dane identyfikujące, w tym dane osobowe
- 9) **obszar doręczeń** - obszar, na którym mają być doręczone materiały reklamowe określany na Portalu przez Klienta, poprzez wybór obszaru na mapie lub filtr selekcji,
- 10) **opłata** – opłatę łączną za wydruk oraz dystrybucję materiałów reklamowych uiszczaną przez Klienta za zleconą kampanię,
- 11) **pakiet** – zbiorcze opakowanie materiałów reklamowych,
- 12) **placówka pocztowa** – jednostkę organizacyjną Poczty Polskiej o terenowym zasięgu działania, wykonującą czynności nadawcze, oddawcze lub nadawczo-oddawcze,
- 13) **Portal** - prowadzony i utrzymywany przez Poczta Polska portal internetowy, dostępny pod adresem internetowym <http://directmail.poczta-polska.pl>, za pomocą którego Klient może zlecić kampanię,
- 14) **punkty doręczeń** – oddawcze skrzynki pocztowe instalowane przez właścicieli lub współwłaścicieli nieruchomości gruntowych, na których znajduje się budynek mieszkalny lub budynek mieszkalny stanowiący odrębną nieruchomość lub oddawcze skrzynki pocztowe instalowane przez operatora wyznaczonego na obszarach wiejskich lub obszarach o rozproszonej zabudowie, do których ma być doręczony materiał reklamowy,
- 15) **sesja** – określone dni tygodnia, w których Klient może zlecić i opłacić daną kampanię,
- 16) **szablon** – plik graficzny udostępniony na Portalu i wykorzystany przez Klienta do samodzielnego zaprojektowania materiału reklamowego w ramach zlecanej kampanii.

### § 3

1. Klient może zlecić kampanię przez 24 godziny na dobę, we wszystkie dni roku, w tym w niedziele i święta.

2. Klient bez konieczności tworzenia konta na Portalu może dokonać wstępnej kalkulacji opłaty za kampanię, po wybraniu określonych parametrów.

## **Rozdział II**

### **Szczegółowe warunki i zasady zlecenia kampanii**

#### **§ 4**

1. Warunkiem zlecenia kampanii jest utworzenie przez Klienta konta na Portalu.
2. Informacje podane przez Klienta podczas tworzenia konta muszą być zgodne ze stanem rzeczywistym.
3. Konto Klienta na Portalu może zostać zlikwidowane lub zablokowane przez administratora Portalu, którym jest Poczta Polska, a zamówienie może zostać niezrealizowane w przypadku nieprzestrzegania przez Klienta Regulaminu, w szczególności w zakresie § 8.
4. Klient może zlecić kampanię w jednej z dwóch sesji:
  - 1) sesja pierwsza - zlecenia złożone i opłacone w dniach od poniedziałku do środy,
  - 2) sesja druga - zlecenia złożone i opłacone od czwartku do niedzieli.
5. Kampania zostanie zrealizowana najpóźniej do dwunastego dnia roboczego licząc od pierwszego dnia roboczego po zakończeniu sesji, o której mowa w ust. 4 pkt 1 lub 2, z zastrzeżeniem § 5.
6. W ramach jednej zlecanej kampanii Klient może wykorzystać jeden z dostępnych na Portalu formatów wydruku, tj.:
  - 1) rozmiar: A5 (148 mm x 210 mm); papier kreda (130 g); wydruk cyfrowy/offsetowy dwustronny (CMYK 4+4),
  - 2) rozmiar: A6 (148 mm x 105 mm); papier kreda (130 g); wydruk cyfrowy/offsetowy dwustronny (CMYK 4+4),
  - 3) rozmiar: DL (99 mm x 210 mm); papier kreda (130 g); wydruk cyfrowy/offsetowy dwustronny (CMYK 4+4),
  - 4) rozmiar: A4 złożony do DL (99 mm x 210 mm); papier kreda (130 g); wydruk cyfrowy/offsetowy dwustronny (CMYK 4+4),
  - 5) rozmiar: A4 złożony do A5 (148 mm x 210 mm); papier kreda (130 g); wydruk cyfrowy/offsetowy dwustronny w poziomie (CMYK 4+4),
  - 6) Selfmailer A4 składany (130 mm x 210 mm) z perforacją i klapką; papier kreda (130 g); wydruk cyfrowy/offsetowy dwustronny w poziomie (CMYK 4+4).
7. W ramach zlecanej kampanii Klient może:
  - 1) wykorzystać materiał własny pod warunkiem, iż odpowiada on formatom wydruku, o których mowa w ust. 6, lub

- 2) skorzystać z jednego z dostępnych na Portalu szablonów.
8. W toku realizacji zlecenia wydrukowany materiał reklamowy zostanie opatrzony indywidualnym unikatowym identyfikatorem, który zostanie naniesiony przez Prografix. Miejsce naniesienia identyfikatora uzależnione jest od wyboru formatu wydruku przez Klienta, o którym mowa w ust. 6 (wzory formatów ze wskazaniem miejsca naniesienia identyfikatora stanowią Załącznik nr 1A-1F do Regulaminu).

## **§ 5**

1. Poczta Polska oraz Prografix zastrzegają, iż termin rozpoczęcia realizacji kampanii Klienta w sesji pierwszej albo sesji drugiej, o których mowa w § 4 ust. 4, uzależniony jest od otrzymania przez Pocztcę Polską w danym dniu tygodnia potwierdzenia prawidłowo opłaconej kampanii.
2. Potwierdzeniem dla Klienta zlecenia kampanii w danym dniu jest otrzymanie na wskazany przez Klienta adres e-mail potwierdzenie o prawidłowo dokonanej płatności za zleconą kampanię na kwotę wyliczoną na Portalu.
3. Dokonanie przez Klienta wpłaty na kwotę wyższą bądź niższą niż kwota wyliczona na Portalu za zleconą kampanię będzie skutkowało brakiem jej realizacji przez Pocztcę Polską oraz Prografix.

## **§ 6**

1. Zlecenie kampanii przez Klienta następuje poprzez formularz zamówienia, przy czym wymagane jest aby Klient:
  - 1) dokonał wyboru parametrów wymaganych do zlecenia kampanii, w szczególności wyboru formatu wydruku oraz obszaru dystrybucji na terenie kraju na jaki mają być doręczone materiały reklamowe,
  - 2) dokonał poprawnego wypełnienia wymaganych pól formularza zamówienia,
  - 3) w przypadku wykorzystania do kampanii materiału własnego - załączył plik do druku zgodny z wymaganiami technicznymi stanowiącymi Załącznik Nr 1G do Regulaminu oraz zaakceptował go (zlecenie z wykorzystaniem materiału własnego niezgodnego z wymaganiami technicznymi stanowiącymi Załącznik nr 1G do Regulaminu nie będzie realizowane),
  - 4) w przypadku wykorzystania do kampanii jednego z dostępnych na Portalu szablonów - utworzył materiał reklamowy oraz go zaakceptował.
2. Po uzupełnieniu przez Klienta wszystkich niezbędnych danych, wyświetlone zostanie podsumowanie zlecenia kampanii, zawierające m.in.: opis przedmiotu zamówienia, łączną opłatę brutto za realizację kampanii oraz dane i adres Klienta.

3. Procedura przyjęcia zlecenia zostanie zakończona w momencie dokonania przez Klienta płatności z góry przelewem elektronicznym na łączną kwotę zleconej kampanii. Na potwierdzenie zlecenia kampanii na wskazany adres e-mail Klienta zostaną wysłane komunikaty o:
  - 1) zleceniu kampanii,
  - 2) opłaceniu kampanii.
4. Po otrzymaniu dokonanej przez Klienta wpłaty za zleconą kampanię:
  - 1) Prografix - wystawi dla Klienta e-fakturę VAT za wydruk materiałów reklamowych,
  - 2) Poczta Polska - wystawi dla Klienta e-fakturę VAT za dystrybucję materiałów reklamowych,– zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa w zakresie podatku od towarów i usług.
5. E-faktury VAT, o których mowa w ust. 4, będą dostępne do pobrania na Portalu w zakładce dotyczącej danej kampanii.
6. Zlecona przez Klienta kampania otrzyma indywidualny numer identyfikacyjny.
7. Brak dokonania płatności z góry za zleconą kampanię oznacza, że zlecenie nie zostanie przyjęte do realizacji.

## **§ 7**

1. Zlecenie kampanii jest równoznaczne ze złożeniem przez Klienta oświadczenia, że:
  - 1) zapoznał się z Regulaminem oraz akceptuje bez zastrzeżeń wszystkie zawarte w nim warunki,
  - 2) wyraża zgodę na przetwarzanie swoich danych dla potrzeb realizacji kampanii,
  - 3) zleca kampanię w sposób dobrowolny,
  - 4) dane wpisane w formularzu zamówienia są zgodne ze stanem rzeczywistym i są poprawne,
  - 5) akceptuje warunek dokonania płatności z góry przelewem elektronicznym za zleconą kampanię,
  - 6) wyraża zgodę, iż e-faktury VAT będą dostępne do pobrania na Portalu.
2. Brak akceptacji przez Klienta któregokolwiek z warunków, o których mowa w ust. 1, skutkuje brakiem możliwości zlecenia kampanii.

## **§ 8**

1. Niedozwolone jest zlecenie kampanii na wydruk materiałów reklamowych, których treść stanowią napisy, wizerunki, rysunki lub inne znaki graficzne, materiały naruszające prawo lub dobra osób trzecich (np. treści propagujące przemoc, zniesławiające lub naruszające dobra osobiste i inne prawa osób trzecich).

2. Prografix oraz Poczta Polska nie odpowiadają za ewentualne naruszenia praw autorskich, innych praw i dóbr osobistych oraz nie odpowiadają za treści materiałów reklamowych przesłanych przez Klienta. Jeżeli jednak w toku realizacji zlecenia na jakimkolwiek jego etapie zostanie ujawnione, iż zlecenie będzie zawierało treści niezgodne z prawem lub naruszające normy obyczajowe, Prografix oraz Poczta Polska wstrzymują dalszą realizację zlecenia, bez względu na etap na którym znajduje się realizacja zlecenia.
3. W przypadku, jeżeli Klient niezgodnie z Regulaminem zlecił kampanię zawierającą materiały, o których mowa w ust. 1 i 2, Poczta Polska poinformuje Klienta o wstrzymaniu dalszej realizacji zlecenia na wskazany w zamówieniu adres e-mail.
4. W przypadku, o którym mowa w ust. 3, wniesioną przez Klienta opłatę z tytułu zlecenia kampanii Poczta Polska i Prografix zaliczy w całości na poczet poniesionych kosztów obsługi zlecenia i jego wstrzymania.
5. Wszelkie konsekwencje naruszenia zakazu, o którym mowa w ust. 1 i 2, ponosi Klient. W przypadku skierowania jakichkolwiek roszczeń wobec Poczty Polskiej lub Prografix wynikłych z takiego naruszenia, Klient zobowiązany jest do pokrycia wszelkich kosztów poniesionych przez Poczta Polską lub Prografix w związku z takim naruszeniem.

## **§ 9**

Materiały reklamowe doręczane są do punktów doręczeń, a jeżeli nie jest to możliwe, doręczenie odbywa się w sposób zwyczajowo przyjęty nienaruszający przepisów prawa.

## **Rozdział III**

### **Odpowiedzialność**

## **§ 10**

1. Odpowiedzialność za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zleconej kampanii w zakresie wydruku - ponosi Prografix wyłącznie na warunkach i w zakresie określonym w Regulaminie.
2. Odpowiedzialność za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zleconej kampanii w zakresie dystrybucji materiałów reklamowych - ponosi Poczta Polska wyłącznie na warunkach i w zakresie określonym w Regulaminie.
3. Prografix oraz Poczta Polska nie ponoszą odpowiedzialności za błędy merytoryczne lub ortograficzne materiałów reklamowych zleconych przez Klienta w ramach kampanii.
4. Prografix oraz Poczta nie odpowiadają za szkody pośrednie i zyski niezrealizowane Klienta związane z niewykonaniem lub nienależytym wykonaniem kampanii.

## § 11

1. Prografix w zakresie wydruku nie ponosi odpowiedzialności za wady lub błędy związane z:
  - 1) przygotowaniem przez Klienta w ramach kampanii materiałów własnych niezgodnie z wymogami technicznymi, o których mowa w Załączniku Nr 1G do Regulaminu,
  - 2) brakiem zgodności kolorów wydruku z obrazem ekranowym (porównywanie kolorystyki wydruku CMYK z kolorystyką prezentowaną na monitorze jest niepoprawne technologicznie),
  - 3) nieznaczną różnicą kolorystyczną przy druku tych samych plików graficznych, wynikającą z technologii druku offsetowego (pomiar desytmetryczny Delta E nie przekraczający 5 jednostek) lub druku cyfrowego (Delta E nie przekraczający 7 jednostek),
  - 4) nieznaczną różnicą kolorystyczną przy druku tych samych plików graficznych, która wynika z technologii druku cyfrowego (pomiar desytmetryczny Delta E nie przekraczający 5 jednostek) lub druku cyfrowego (Delta E nie przekraczający 7 jednostek),
  - 5) różnicą we wzorniku papierów kredowych wykorzystanych przy druku danego produktu,
  - 6) innymi przyczynami wynikającymi z niezastosowania się Klienta do wymogów Regulaminu.
2. Prografix w zakresie wydruku nie ponosi odpowiedzialności za wady lub błędy, które nastąpiły wskutek siły wyższej.

## § 12

Poczta Polska w zakresie dystrybucji materiałów reklamowych nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie, które nastąpiło:

- 1) wskutek siły wyższej,
- 2) z przyczyn występujących po stronie Klienta, niewywołanych winą Poczty Polskiej,
- 3) na skutek działań podejmowanych przez właścicieli nieruchomości, spółdzielnie mieszkaniowe, administracje domów mieszkalnych lub wspólnoty mieszkaniowe, które mogą opóźniać, ograniczać lub uniemożliwiać Poczcie Polskiej wykonanie usługi,
- 4) z powodu naruszenia przez Klienta zasad określonych w Regulaminie, w tym treści zamieszczonych na materiałach reklamowych,
- 5) na skutek skonfiskowania lub zniszczenia materiałów reklamowych przez kompetentne władze, na podstawie odrębnych przepisów.

### **§ 13**

Usługę wydruku uważa się za niewykonaną w przypadku:

- 1) niewydrukowania materiałów reklamowych danej kampanii i nieprzekazania ich do dystrybucji do Poczty Polskiej,
- 2) przekazania wydrukowanych materiałów reklamowych do Poczty Polskiej do doręczenia na inny obszar doręczeń, niż wynikający ze zleconej kampanii.

### **§ 14**

Usługę dystrybucji materiałów reklamowych uważa się za:

- 1) niewykonaną:
  - a) - jeżeli druki bezadresowe, nie zostały doręczone w terminie 7 dni po zakończeniu okresu wskazanego w § 4 ust. 5,
  - b) w przypadkach o których mowa w § 13,
- 2) nienależycie wykonaną - jeżeli doręczenie druków bezadresowych nie nastąpiło w terminie, o którym mowa w § 4 ust. 5.

### **§ 15**

1. W przypadku niewykonania usługi wydruku, o której mowa w § 13, przysługuje odszkodowanie - w żądanej wysokości, jednak nie wyższej niż 10% opłaty za wydruk.
2. W przypadku, o którym mowa w ust. 1, niezależnie od odszkodowania, Klientowi przysługuje zwrot opłaty wniesionej za wydruk.
3. W przypadku nienależytego wykonania usługi wydruku wysokość odszkodowania będzie ustalana indywidualnie, z zastrzeżeniem że kwota odszkodowania nie może być wyższa niż łączna kwota opłaty za wydruk w ramach danej kampanii.

### **§ 16**

1. W przypadku niewykonania usługi dystrybucji materiałów reklamowych, o którym mowa w § 14 pkt 1 przysługuje odszkodowanie – w żądanej wysokości, jednak nie wyższej niż 50% opłaty za dystrybucję materiałów reklamowych, które nie zostały doręczone.
2. W przypadku nienależytego wykonania usługi dystrybucji materiałów reklamowych, o którym mowa w § 14 pkt 2, przysługuje odszkodowanie - w żądanej wysokości, jednak nie wyższej niż 30% opłaty za dystrybucję materiałów reklamowych niedoręczonych w terminie, o którym mowa w § 4 ust. 5.
3. W przypadku, o którym mowa w ust 1, niezależnie od odszkodowania, Klientowi przysługuje zwrot opłaty wniesionej za dystrybucję materiałów reklamowych, za tę część materiałów reklamowych, wobec których reklamacja została uznana.



## **Rozdział IV**

### **Postępowanie reklamacyjne**

#### **§ 17**

1. Prawo dochodzenia roszczeń przysługuje Klientowi, który opłacił i zlecił kampanię za pośrednictwem Portalu.
2. Reklamację w zakresie wydruku lub dystrybucji materiałów reklamowych można zgłosić poprzez wypełnienie formularza reklamacyjnego dostępnego na Portalu przy danej kampanii.
3. Reklamacje z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania zleconej kampanii, rozpatruje w zakresie:
  - 1) wydruku - Prografix,
  - 2) dystrybucji materiałów reklamowych - Poczta Polska.
4. Zgłoszenie reklamacji ze wskazaniem przez reklamującego jego adresu poczty elektronicznej oznacza zgodę reklamującego na prowadzenie przez Poczta Polską lub Prografix korespondencji w sprawie, w tym m.in. przesyłanie wezwań do uzupełnienia braków, odpowiedzi na reklamację - w formie elektronicznej.

#### **§ 18**

1. Reklamacja powinna zawierać:
  - 1) imię i nazwisko lub nazwę oraz adres reklamującego,
  - 2) przedmiot reklamacji,
  - 3) uzasadnienie reklamacji,
  - 4) kwotę odszkodowania – w przypadku gdy reklamujący żąda odszkodowania,
  - 5) wykaz załączonych dokumentów.
2. Dowodami niewykonania lub nienależytego wykonania usługi dystrybucji materiałów reklamowych, może być w szczególności:
  - 1) oświadczenie Klienta o znalezieniu porzuconych pakietów z materiałami reklamowymi, wraz z załączeniem dokumentacji fotograficznej zdarzenia,
  - 2) przekazanie oświadczeń od mieszkańców konkretnego obszaru/ulicy/budynku, uzyskanych przez Klienta podczas rozmowy, dotyczących opóźnionego doręczenia lub niedoręczenia materiałów reklamowych w określonym terminie, z wyspecyfikowaniem danych adresowych tych osób.

#### **§ 19**

1. Reklamację można zgłosić:

- 1) nie wcześniej niż po upływie okresu, o którym mowa w § 14 pkt 1 – z tytułu niewykonania usługi dystrybucji materiałów reklamowych,
  - 2) nie wcześniej niż w następnym dniu roboczym, po terminie określonym w § 4 ust. 5 - z tytułu nienależytego wykonania usługi dystrybucji materiałów reklamowych,
  - 3) nie wcześniej niż w szóstym dniu roboczym licząc od dnia następnego po zakończeniu sesji 1 albo sesji 2, o której mowa w § 4 ust. 4 – z tytułu niewykonania usługi wydruku.
2. Reklamacja może zostać wniesiona nie później niż w terminie 60 dni od dnia zlecenia kampanii.
3. Reklamację:
- 1) wniesioną po terminie,
  - 2) niekompletną, która została uzupełniona po terminie,
- pozostawia się bez rozpatrzenia, o czym Poczta Polska lub Prografix niezwłocznie informuje reklamującego.

## **§ 20**

1. Reklamację w zakresie wydruku materiałów reklamowych rozpatruje Prografix i udziela odpowiedzi na reklamację, w terminie nie dłuższym niż 30 dni od dnia otrzymania reklamacji. Termin uważa się za zachowany, jeżeli Prografix w tym terminie wysłał odpowiedź na reklamację.
2. Nieudzielenie przez Prografix odpowiedzi na reklamację w terminie, o którym mowa w ust. 1, skutkuje uznaniem reklamacji.
3. Odpowiedź na reklamację w zakresie wydruku materiałów reklamowych, zawiera:
  - 1) nazwę firmy rozpatrującej reklamację,
  - 2) rozstrzygnięcie o uwzględnieniu lub odmowie uwzględnieniu reklamacji,
  - 3) w przypadku przyznania odszkodowania, wysokość przyznanej kwoty odszkodowania oraz informację o formie i terminie wypłaty nie dłuższym niż 30 dni od dnia uznania reklamacji,
  - 4) w przypadku odmowy uznania reklamacji w całości lub w części – faktyczne uzasadnienie.

## **§ 21**

Prografix zastrzega, że nie będzie uwzględniał reklamacji Klienta w zakresie materiałów własnych, dotyczących:

- 1) druku z plików graficznych przygotowanych niezgodnie z wymaganiami technicznymi określonymi w Załączniku nr 1G do Regulaminu,

- 2) zastosowania ramki w plikach graficznych (szczególnie na małej powierzchni np. materiał reklamowy A6) ze względu na tolerancję błędu krajarki wynoszącą do 1 mm,
- 3) zdjęć/bitmap osadzonych w plikach do druku w formacie PDF (do druku przyjmujemy rozdzielczość od 200 dpi, jednak reklamacje dotyczące jakości wydruku z plików poniżej 300 dpi nie będą uwzględniane). Zdjęcia/bitmapy umieszczone w pliku muszą być zapisane w trybie CMYK 8 bit na kanał. W przypadku zapisu 16 lub 32 bitów na kanał mogą wystąpić błędy w druku,
- 4) rozbieżności kolorów plików graficznych przygotowanych w kolorystyce RGB oraz z kolorami dodatkowymi PANTONE,
- 5) odchyłeń, które są dopuszczalne i nie mogą stanowić podstawy reklamacji:
  - a) tolerancja do 1 mm przy krojeniu pojedynczych użytków,
  - b) tolerancja do 1 mm przy falcowaniu i bigowaniu (odchylenie złamu od nominalnej linii jego usytuowania),
  - c) tolerancja do 1 mm przy perforacji (odchylenie wykonanej perforacji od nominalnego miejsca jej usytuowania),
  - d) tolerancja do 0,2 mm przy pasowaniu kolorów kolejno po sobie nadrukowywanych,
  - e) tolerancja do +- 1% różnic ilościowych zamówionego i dostarczonego produktu,
- 6) rozbieżności kolorów między materiałami reklamowymi drukowanymi na maszynach offsetowych, a maszynach cyfrowych z uwagi na różnice technologiczne,
- 7) na sumę odchyłeń wskazanych w pkt 5 składa się suma poszczególnych odchyłeń z poprzedzających procesów technologicznych,
- 8) dopuszczalnych odchyłeń w produkcie finalnym, które są wynikiem nakładania się poszczególnych odchyłeń wskazanych w pkt. 5.

## **§ 22**

1. Reklamację w zakresie dystrybucji materiałów reklamowych rozpatruje właściwa jednostka organizacyjna Poczty Polskiej niezwłocznie i udziela odpowiedzi na reklamację, w terminie nie dłuższym niż 30 dni od dnia otrzymania reklamacji. Termin uważa się za zachowany, jeżeli Poczta Polska w tym terminie wysłała odpowiedź na reklamację.
2. Nieudzielenie przez Poczte Polską odpowiedzi na reklamację w terminie, o którym mowa w ust. 1 lub na odwołanie od reklamacji w terminie, o którym mowa ust. 7, skutkuje uznaniem reklamacji.
3. Jeżeli zgłoszona reklamacja nie spełnia wymogów określonych w § 18 ust. 1 lub istnieje potrzeba uzupełnienia reklamacji o dokumenty, o których mowa w § 18 ust. 2, Poczta Polska w terminie 7 dni poinformuje reklamującego o konieczności usunięcia braków. Okresu tego nie wlicza się do terminu rozpatrzenia reklamacji.
4. Odpowiedź na reklamację w zakresie dystrybucji materiałów reklamowych, zawiera:

- 1) nazwę jednostki organizacyjnej Poczty Polskiej rozpatrującej reklamację,
  - 2) powołanie podstawy prawnej,
  - 3) rozstrzygnięcie o uwzględnieniu lub odmowie uwzględnienia reklamacji,
  - 4) w przypadku przyznania odszkodowania – wysokość przyznanej kwoty odszkodowania oraz informację o formie i terminie wypłaty nie dłuższym niż 30 dni od dnia uznania reklamacji,
  - 5) w przypadku odmowy uwzględnienia reklamacji w całości lub części – uzasadnienie faktyczne i prawne,
  - 6) pouczenie o prawie odwołania się oraz wskazanie nazwy i adresu jednostki odwoławczej, do której można wnieść odwołanie, a także informację o możliwości wcześniejszego dochodzenia roszczeń w trybie, o którym mowa w § 23 ust. 2,
  - 7) imię, nazwisko i stanowisko służbowe upoważnionego pracownika jednostki organizacyjnej rozpatrującej reklamację.
5. Odwołanie w zakresie reklamacji dotyczącej dystrybucji materiałów reklamowych wnosi się w terminie 14 dni od dnia przesłania odpowiedzi na reklamację.
  6. W przypadku wniesienia odwołania po terminie, o którym mowa w ust. 5, pozostawia się je bez rozpoznania, o czym niezwłocznie informuje się reklamującego.
  7. Jednostka odwoławcza, do której wpłynęło odwołanie, w terminie nie dłuższym niż 30 dni od dnia otrzymania odwołania przez reklamującego, informuje reklamującego o:
    - 1) pozytywnym rozpatrzeniu reklamacji i przyznaniu odszkodowania oraz o przekazaniu dyspozycji do jednostki organizacyjnej rozpatrującej reklamację celem dokonania wypłaty należnego odszkodowania albo
    - 2) nieuwzględnieniu reklamacji i oddaleniu roszczenia oraz wyczerpaniu drogi postępowania reklamacyjnego i prawie dochodzenia roszczeń w postępowaniu sądowym, w postępowaniu mediacyjnym przed Prezesem Urzędu Komunikacji Elektronicznej lub w postępowaniu przed stałym polubownym sądem konsumenckim przy Prezesie Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

## **§ 23**

1. Drogę postępowania reklamacyjnego w zakresie dystrybucji materiałów reklamowych uważa się za wyczerpaną w przypadku odmowy uznania reklamacji przez jednostkę organizacyjną Poczty Polskiej, wyznaczoną do rozpatrywania odwołań albo niezapłacenia dochodzonej należności w terminie 30 dni od dnia uznania reklamacji.
2. Reklamujący może przed wyczerpaniem drogi reklamacyjnej dochodzić swoich roszczeń w postępowaniu sądowym, w postępowaniu mediacyjnym przed Prezesem Urzędu Komunikacji Elektronicznej lub w postępowaniu przed stałym polubownym sądem konsumenckim przy Prezesie Urzędu Komunikacji Elektronicznej.

## § 24

Odszkodowanie oraz zwrot opłat za usługę dystrybucji materiałów reklamowych Poczta Polska wypłaca zgodnie z dyspozycją reklamującego, w terminie nie dłuższym niż 30 dni od daty wydania decyzji, przyznającej odszkodowanie.

## Rozdział V

### Ochrona Danych

## § 25

1. Administratorem danych osobowych udostępnionych przez Klientów na Portalu jest:
  - 1) Prografix Sp. z o.o. z siedzibą w Dębicy ul. Drogowców 16, 39-200 Dębica – w zakresie wydruku materiałów reklamowych, o którym mowa w § 1 ust. 2 pkt. 1),
  - 2) Poczta Polska S.A. z siedzibą w Warszawie ul. Rodziny Hiszpańskich 8, 00-940 Warszawa – w zakresie dystrybucji materiałów reklamowych, o której mowa w § 1 ust. 2 pkt. 2).
2. Kontakt z Inspektorem ochrony danych:
  - 1) Inspektor ochrony danych Prografix Sp. z o. o., ul. Drogowców 16, 39-200 Dębica, e-mail: [inspektorODO@prografix.pl](mailto:inspektorODO@prografix.pl),
  - 2) Inspektor ochrony danych Poczta Polska S.A., ul. Rodziny Hiszpańskich 8, 00-940 Warszawa, e-mail: [inspektorodo@poczta-polska.pl](mailto:inspektorodo@poczta-polska.pl).
3. Dane osobowe, o których mowa w ust. 1, są przetwarzane na podstawie art. 6 ust. 1 lit. b i lit. c Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (Ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 4.05.2016) - w celu realizacji zlecenia, o którym mowa w regulaminie oraz w celu prowadzenia postępowań reklamacyjnych.
4. Podanie danych osobowych jest dobrowolne, jednak niezbędne do realizacji zlecenia.
5. Dane będą przechowywane do czasu likwidacji konta przez Klienta w funkcjonalnej części Portalu Moje konto z uwzględnieniem okresu niezbędnego do prowadzenia postępowań reklamacyjnych.
6. Informacje dotyczące praw przysługujących osobom, których dane dotyczą, są dostępne na stronie internetowej Poczty Polskiej: [www.poczta-polska.pl](http://www.poczta-polska.pl).
7. Dane osobowe mogą być przekazane do państwa trzeciego w związku z realizacją usługi przez podwykonawcę (usługi chmurowe) na podstawie standardowych klauzul ochrony

danych przyjętych przez Komisję Europejską. Osobie, której dane dotyczą przysługuje prawo do uzyskania kopii danych od administratora danych osobowych.

8. Dane osobowe Klienta będą przekazywane podmiotowi świadczącemu usługi płatnicze w celu przetwarzania płatności i informowania o potwierdzeniu zrealizowania płatności.
9. Szczegółowe informacje dotyczące ochrony danych osobowych nieujęte w Regulaminie, a wynikające z przepisów Ogólnego rozporządzenia o ochronie danych, są dostępne w każdej placówce pocztowej oraz na stronie internetowej Poczty Polskiej [www.poczta-polska.pl](http://www.poczta-polska.pl).

## **Rozdział VI**

### **Postanowienia końcowe**

#### **§ 26**

W sprawach nieuregulowanych niniejszym regulaminem stosuje się odpowiednio przepisy Kodeksu cywilnego.