

Sanoman yleiset myyntiehdot

Näitä myyntiehtoja sovelletaan, kun mainostaja, mediatoimisto, mainostoimisto tai muu mainonnan palveluyritys (jäljempänä "Mainostaja") ostaa mainostilaa ja/tai -aikaa Sanoma Media Finland Oy:ltä tai sen tytäryhtiöltä (jäljempänä "Sanoma") julkaisuista, Sanoma Media Finlandin myymiltä TV- ja radiokanavilta, verkko- tai mobiilisivustoilta, sovelluksista taikka uutiskirjeistä (jäljempänä "Mainosalustat").

Ehtoja sovelletaan, kun Mainostaja ostaa Sanomalta mainostilaa ja/tai -aikaa Sanoman omilta Mainosalustoilta, sekä muiden erikseen mainittujen mediayhtiöiden kuin Sanoman Mainosalustoilta.

Ostaessaan mainostilaa ja/tai -aikaa (ml. mainosaineiston toimittaminen) Mainostaja sitoutuu noudattamaan näitä myyntiehtoja sekä osapuolten kulloinkin sopimia erityisehtoja.

1. Mainonnan myynti

Mainostajan on mainostilaa ja -aikaa tilatessaan ilmoitettava mainostaja ja mainostettava tuote tai palvelu sekä toimitettava kampanjan mainosaineisto Sanoman aineisto-ohjeissa määriteltyjen aikataulujen ja teknisten ohjeiden mukaisesti. Sanoman kulloinkin voimassaolevat aineisto-ohjeet ja mainosmuodot sekä Mainosalustat on määritelty osoitteessa www.media.sanoma.fi.

Mainostaja ei ole oikeutettu myymään ostamaansa mainostilaa ja/tai -aikaa edelleen kolmannelle osapuolelle. Display ja instream -kampanjoissa Sanoma ei takaa näkyvyyttä kaikilla pakettissa mainituilla Mainosalustoilla.

2. Kampanjamääritys sekä kontakti- ja näyttötakuu

Kampanja

TV:ssä ja radiossa kampanjalla tarkoitetaan kokonaisuutta, joka varataan ja vahvistetaan kerralla, ja jolla mainostetaan samaa tuotetta tai palvelua. Saman Mainostajan erilliset kampanjat katsotaan yhdeksi kampanjakokonaisuudeksi, jos kampanjoiden välinen tauko on seitsemän (7) päivää tai vähemmän, ja niissä on käytetty samaa mainosta/mainoksia ja/tai ostokohderyhmää.

Kontakti- ja näyttötakuu

Sanoma myöntää TV-kampanjoille kontaktitakuun. Tällöin Sanoma takaa, että kampanjassa toteutuu Mainostajan ostokohderyhmässä vahvistama määrä kontakteja sovitulla kampanjan aikajaksolla (jäljempänä "Kontaktitakuu"). Tarvittaessa Sanoma esittää veloituksetta mainoksia sovitulla kampanjan aikajaksolla Mainostajan vahvistaman kontaktimäärän saavuttamiseksi. Sanoman kulloinkin voimassaolevat Kontaktitakuun myöntämisen ehdot on määritelty osoitteessa www.media.sanoma.fi. Mahdollinen Kontaktitakuun alitus korvataan Mainostajan suostumuksella joko kampanjaa jatkamalla tai seuraavassa kampanjassa. Mahdollista Kontaktitakuun alitusta ei hyvitetä rahassa. Kontaktitakuu todennetaan Finnpanelin toimittamista TV-mittaritutkimuksen lopullisista luvuista.

Sanoma myöntää näyttöpohjaisesti myytävälle display ja instream -kampanjoille näyttötakuun. Mikäli kampanja ei suorita ostettua näyttömäärää, kampanjaa jatketaan kunnes sovitut mainosnäytöt täyttyvät. Sanomalla on oikeus jatkaa kampanjaa, kunnes sovitut mainosnäytöt tulevat täyteen. Mikäli on erikseen sovittu, voidaan vajaaksi jääneet mainosnäytöt korvata seuraavan kampanjan yhteydessä. Mikäli mainosnäytöt jäävät kampanjan loputtua tavoitteesta korkeintaan viisi (5) prosenttia, ei mainosnäyttöjä korvata. Kampanjan näyttöjen ja klikkien kertymistä seurataan Sanoman käyttämän mainonnanhallintajärjestelmän kautta.

3. Hinnat ja tarjoama

Sanoma pidättää itsellään oikeuden julkaisemiensa hintojen muuttamiseen. Hintojen korotus koskee myös Mainostajan tekemiä mainosvarauksia ja niistä Sanoman tekemiä vahvistamattomia tarjouksia, ellei Sanoma ole erikseen ilmoittanut Mainostajalle Sanoman tarjouksen olevan sitova.

Mainostajalla on oikeus koko mainosvarauksen tai sen osan peruuttamiseen tai lyhentämiseen korvauksetta kuuden (6) vuorokauden kuluessa siitä päivästä, jolloin hintojen korotuksesta on kirjallisesti ilmoitettu Mainostajalle.

Lainsäädännön tai viranomaisten toimenpiteiden aiheuttamat hinnankorotukset koskevat kaikkia hintoja (myös jo tehtyjä aikavaroja ja ulkona olevia tarjouksia). Mikäli TV-mainoksen lähetysaikaa on jouduttu Sanomasta riippumattomista syistä siirtämään muuhun kuin varattuun ajankohtaan ja Mainostaja on hyväksynyt siirron, Mainostajaa laskutetaan uuden lähetysajan hinnan mukaan.

Kanavavalikon muuttuessa Sanoma pidättää itsellään oikeuden siirtää mainonnan Sanoman myymille kanaville.

4. Alennukset

Yleistä alennusehdoista

Sanoma myöntää alennuksia eri perustein. Alennukseen oikeuttava sopimus on tehtävä ennen sopimukseen kuuluvan kampanjan aloittamista.

Yhteiskunnallisen mainostajan alennus

Sanoma myöntää yhteiskunnalliselle mainostajalle 35 % alennuksen. Yhteiskunnallisen mainostajan alennuksen lisäksi voidaan myöntää myös suora-asiakasalennus tai mainos- ja mediatoimistokorvaus.

Yhteiskunnallinen mainonta:

- Vaikuttaa kansalaisten elämänlaatuun ja hyvinvointiin
- Vaikuttaa asenteisiin, arvoihin ja toimintatapoihin
- Ei tavoittele taloudellista hyötyä
- Kannustaa, tiedottaa, varoittaa riskeistä tai ohjaa omatoimisuuteen

Yhteiskunnallisen mainonnan alennus edellyttää, että ilmoitus ei sisällä sponsoreiden logoja. Alennus ei koske yhteiskunnallisen tahon liiketoiminta-, rekrytointi-, kiinteistö- tai vastaavaa hallinnollista ilmoittelua.

Yhteiskunnallisen mainostajan alennusta ei myönnetä tulospohjaisesta (CPC) eikä ohjelmallisesta mainonnasta.

Suora-asiakasalennus

Mikäli suoraan Sanomalta ostava Mainostaja täyttää näissä ehdoissa tarkemmin mainitut toiminnalliset ja laadulliset kriteerit, Sanoma myöntää suora-asiakkaan alennuksen kokonaislaskutuksen mukaisessa suhteessa alla olevan taulukon mukaisesti:

Asiakkaan kokonaislaskutus (€)			Asiakkaan nettokorvaus (%)
3 kk	6 kk	12 kk	
8 750	17 500	35 000	6
16 250	32 500	65 000	7
33 750	67 500	135 000	8
46 250	92 500	185 000	9
58 750	117 500	235 000	10
71 250	142 500	285 000	11

85 000	170 000	340 000	12
--------	---------	---------	----

Alennukseen oikeuttava Mainostajan kokonaislaskutuksen perustaso lasketaan ilmoitusten nettohinnoista. Nettohinnalla tarkoitetaan hintaa, josta on vähennetty kaikki mahdolliset alennukset. Suora-asiakasalennusta ei myönnetä tulospohjaisesta (CPC) eikä ohjelmallisesta mainonnasta.

Mainos- ja mediatoimistokorvaus

Kampanjan hinnasta myönnetään Sanoman erikseen hyväksymille mainos- ja mediatoimistoille mainostoimistokorvaus alla määritellyn taulukon mukaisesti. Sanoma edellyttää, että mainostoimistokorvauksen saava toimisto noudattaa näitä myyntiehtoja, huolehtii tilaus- ja maksuaikataulujen noudattamisesta, esitysohjeista, vastaa täydellä luottotappiovastuulla (del credere -vastuu) välittämistään mainoksista. TV-kampanjoiden osalta mainostoimistokorvauksen saava mediatoimisto hoitaa X4 Extranet -järjestelmän kautta asiakkaansa kampanjoiden suunnittelun, varauksen ja seurannan ja hyödyntää näissä ammattimaista mediaostamista varten tuotettuja tutkimuspalveluja.

Mainos- tai mediatoimiston kokonaislaskutus (€)			Nettokorvaus (%)
3 kk	6 kk	12 kk	
8 750	17 500	35 000	9
16 250	32 500	65 000	10
33 750	67 500	135 000	11
46 250	92 500	185 000	12
58 750	117 500	235 000	13
71 250	142 500	285 000	14
85 000	170 000	340 000	15

Alennukseen oikeuttava Mainostajan kokonaislaskutuksen perustaso lasketaan ilmoitusten nettohinnoista. Nettohinnalla tarkoitetaan hintaa, josta on vähennetty kaikki mahdolliset alennukset. Mainos- ja mediatoimistokorvausta ei myönnetä tulospohjaisesta (CPC) eikä ohjelmallisesta mainonnasta.

Suora-asiakasalennukseen ja mainos- ja mediatoimistokorvaukseen oikeuttavat toiminnalliset ja laadulliset kriteerit

1. Tilausten toimittaminen ja vastuu prosessin hallinnasta

- Tilaukset toimitetaan digitaalisesti, määritellyn liittymärajoituksen (EDI, OVT tai www-väylä) mukaisesti.
- Tietosisällöltään määriteltujen spesifikaatioiden mukaisesti sovitussa aikataulussa

2. Aineistojen toimittaminen ja vastuu prosessin hallinnasta ja valvonnasta

- Aineistot toimitetaan määritellyn teknisen ohjeistuksen ja sovitun aikataulun mukaisesti.
- Aineiston mukana toimitetaan yksilöivät tunnistetiedot, joiden avulla aineiston yhdistäminen ilmoitustilaukseen voidaan automatisoida.

3. Mediasuunnittelu yhteistyö

- Sanoman mediatietojen ylläpito omassa organisaatiossa ja informointi tapahtuvista muutoksista ja tarjouksista
- Mainostajalla on käytössään mediasuunnittelun luotettavuutta ja ammattimaisuutta tukevat tutkimukset (KMT) näiden jälkikäyttöohjelmistoinen tai Mainostaja pystyy muuten osoittamaan ammatillisen osaamisensa ja riittävät resurssit toimintaan.

TV-mainonnan itsepalvelukorvaus

Itsepalvelukorvaus myönnetään näiden myyntiehtojen ja alan hyvän kauppatavan mukaan suunnitelluista TV-mainoskampanjoista, joiden varaamisen, vahvistamisen ja ajo-ohjeiden sekä mainospottien toimituksen Mainostaja hoitaa sovitujen toimintatapojen ja aikataulujen mukaisesti. Korvaus lasketaan tilaajan korvaukseen oikeuttavien TV-kampanjoiden nettovolyyminä. Itsepalvelukorvauksen määrä on 0,8 % em. nettovolyyminä.

Itsepalvelukriteerit tai itsepalvelun ehdot voivat muuttua vuoden 2020 aikana. Tarkemmat tiedot toimintamallista ovat saatavilla Sanoman TV- ja radiosuunnittelusta.

5. Kampanjan vahvistaminen

Sanoma tekee Mainostajan varauksen perusteella TV-, radio-, display ja instream -kampanjasta tarjouksen, joka tulee vahvistaa näiden ehtojen mukaisesti.

TV ja radio

TV-kampanjatarjouksen voimassaoloaika määräytyy alla olevan taulukon mukaisesti:

Varausajankohdasta aikaa TV-kampanjan alkuun	Tarjous voimassa varausajankohdasta eteenpäin
28 päivää tai enemmän	2 viikkoa
14–27 päivää	1 viikko
8–13 päivää	3 päivää
6–7 päivää	1 päivä
3–5 päivää	Tarjous vahvistettava samana varauspäivänä

Radiokampanjatarjouksen voimassaoloaika määräytyy seuraavasti:

Varausajankohdasta aikaa radiokampanjan alkuun	Tarjous voimassa varausajankohdasta eteenpäin
28 päivää tai enemmän	2 viikkoa
14–27 päivää	1 viikko
7–13 päivää	3 päivää
5–6 päivää	1 päivä
2–4 päivää	Tarjous vahvistettava samana varauspäivänä

Voimassaoloajat lasketaan alkuperäisen varausajankohdan mukaan; vaikka tarjoukseen tehdään muutoksia, vahvistuspäivä ei muutu. Pyhäpäivien tai mainosajan korkean kysynnän ajankohtina Sanoma pidättää oikeuden lyhentää normaaleja vahvistusaikoja.

Kampanjakokonaisuus tulee vahvistaa sähköisesti (OVT, X4 Extranet) viimeistään tarjouksessa mainittuna voimassaolopäivänä klo 23.00 mennessä. Jos Mainostaja tarvitsee Sanoman TV- ja radiosuunnittelun apua vahvistuksen kanssa, tulee yhteyttä ottaa viimeistään klo 15.00 tarjouksessa mainittuna voimassaolopäivänä. Huom. Mikäli radiokampanjan alkuun on aikaa sen varauksesta alle viisi (5) päivää, tulee se vahvistaa kyseisen radiokampanjan varauspäivänä klo 11.00 mennessä. Jos vahvistus saapuu klo 11.00 jälkeen, siirtyy radiokampanjan mahdollinen aloitus yhdellä päivällä eteenpäin.

Mikäli TV-kampanja vahvistetaan Sanomalle viimeistään 50 päivää ennen kampanjan ensimmäistä esitystä ja näissä myyntiehdossa kuvatut Sanoman Kontaktitakuun ehdot täyttyvät, saa Mainostaja kampanjan Kontaktitakuuseen 5 % lisää kontakteja. Kampanjaan voi tehdä muutoksia normaalisti näiden myyntiehtojen mukaisesti, kuitenkin niin, että jos kampanjan alkuun on alle 50 päivää, ei 5 %:n lisäkontakteja enää myönnetä.

Display ja instream

Kampanjatarjous on voimassa 14 päivää tai kunnes kampanjan alkuun on viisi (5) päivää, jonka jälkeen inventaari vapautetaan automaattisesti, jos tarjousta ei ole vahvistettu. Jos varaus tehdään alle viisi (5) päivää ennen kampanjan alkua, on varaus automaattisesti vahvistettu.

Uutis- ja aikakausmedia

Määräpaikkoja (ml. HS monikanavainen etusivu) varatessa Mainostaja sitoutuu ostamaan varaamansa määräpaikan, ts. varaus on automaattisesti vahvistettu. Muut varaukset on tehtävä viimeiseen varausaikaan mennessä. Uutis- ja aikakausmedian varausaikataulut on määritelty osoitteessa www.media.sanoma.fi.

6. Muutokset kampanjoihin

Ellei toisin sovita, Mainostaja ei voi tehdä muutoksia varattuihin kampanjoihin, eikä vaikuttaa siihen, missä toimituksellisessa yhteydessä mainos näytetään. TV- ja radiokampanjoiden muutoksia koskevat seuraavat ehdot:

TV

Pakettiostaminen

TV Totalilla ostettaessa voi tarjoustilaiseen kampanjaan lisätä tai vähentää budjettia sekä lisätä yksittäisiä ohjelmia ohjelmaostamisella tai kiinteällä kohderyhmäkaupalla. Muita muutoksia, esim. spottipituuden muutoksia, ei tarjoustilaiseen kampanjaan voi tehdä, vaan mainosaika tulee varata uudelleen.

TV Totalilla ostettuun vahvistettuun kampanjaan voi lisätä budjettia, kunhan tämä tehdään ennen kampanjan aloitusta. Uusi tilaus on tällöin automaattisesti vahvistetussa tilassa, ts. erillistä vahvistusta ei tehdä. Mikäli vahvistettuun kampanjaan tulee muita muutoksia, on mainosaika varattava uudelleen. Alkuperäinen vahvistettu budjetti tulee tällöin säilyttää.

Kanavaostaminen

Jos tarjoustilaiseen kampanjaan ostetaan lisää esityksiä, eikä tehdä muita muutoksia tarjoustilan esitysriiveille, kampanjaa ei päivitetä. Jos spottipituus pitenee, päivitetään tarjoustilaisen kampanjan kaikki esitysriivit (estimaatit, hinnat ja tilatarkastus). Spottipituuden lyhentyessä ei tarjoustilaiselle kampanjalle suoriteta tilatarkastusta, vaan hinnat päivitetään pituuskertoimien mukaisesti.

Jos vahvistettuun kampanjaan ostetaan lisää esityksiä, mutta ei tehdä muita muutoksia, esitysriivejä ei päivitetä. Mikäli vahvistettuun kampanjaan halutaan tehdä spottipituuden muutoksia, tulee alkuperäinen vahvistettu budjetti säilyttää. Jos spotin pituutta pidennetään, vahvistetun kampanjan kaikki esitysriivit päivitetään (estimaatit, hinnat ja tilatarkastus). Jos spotin pituutta lyhennetään, vahvistetulle kampanjalle ei suoriteta tilatarkastusta, vaan hinnat päivitetään pituuskertoimien mukaisesti. Jos kyseessä on loppuunmyyty ajankohta eikä lisäesityksiä ole mahdollista ostaa, laskutetaan asiakkaalta kampanjan alkuperäinen budjetti.

Radio

Radio Velho

Radio Velholla ostettaessa voi tarjoustilaiseen kampanjaan lisätä tai vähentää budjettia. Vahvistettuun kampanjaan voi lisätä budjettia, kunhan tämä tehdään ennen kampanjan aloitusta. Uusi tilaus on tällöin automaattisesti vahvistetussa tilassa, ts. erillistä vahvistusta ei tehdä. Mikäli tarjoustilaiseen tai vahvistettuun kampanjaan tulee muita muutoksia, on mainosaika varattava uudelleen uusinta saatavilla olevaa KRT-dataa ja hinnastoa käyttäen. Vahvistetun kampanjan alkuperäinen budjetti tulee tällöin säilyttää.

Audioplanner

Mikäli tarjoustilaiseen tai vahvistettuun kampanjaan tehdään muutoksia, on mainosaika varattava uudelleen uusinta saatavilla olevaa KRT-dataa ja hinnastoa käyttäen. Vahvistetun kampanjan alkuperäinen budjetti tulee säilyttää. Jos kyseessä on loppuunmyyty ajankohta eikä lisäesityksiä ole mahdollista ostaa spottipituuden lyhentyessä, laskutetaan asiakkaalta kampanjan alkuperäinen budjetti.

7. Peruutusehdot

Sanoma

Sanoma pidättää itsellään oikeuden ilman korvausvelvollisuutta siirtää tai peruuttaa kampanja, mainostila, mainosnäyttö, mainosaika tai aikavaraus erityisten syiden niin vaatiessa. Sanoma ilmoittaa tällaisista

muutoksista Mainostajalle välittömästi sekä pyrkii antamaan muuttuneen tai peruuntuneen mainosajan, mainostilan tai mainosnäyttöjen tilalle uuden vastaavan mainosajan, mainostilan tai mainosnäytöt.

Mainostaja

Mikäli Mainostaja joutuu peruuttamaan tai siirtämään jo vahvistetun mainoskampanjan tai osan siitä, koskee Mainostajaa seuraavat peruutusehdot:

Uutismedia

- *HS monikanavainen etusivu (printti + digikanavat)*: Peruutukset on tehtävä 14 vuorokautta ennen julkaisua. Tämän jälkeen peruutuksista veloitetaan 50 % ilmoituksen nettohinnasta. Alle kaksi (2) vuorokautta ennen julkaisua peruutetusta ilmoituksesta veloitetaan ilmoituksen nettohinta.
- *Muut määräpaikat, IS-suurpainos ja erikoisnumerot*: Peruutukset on tehtävä 14 vuorokautta ennen julkaisua. Tämän jälkeen peruutuksista veloitetaan 50 % ilmoituksen nettohinnasta. Viimeisen varausajan jälkeen peruutetusta ilmoituksesta veloitetaan ilmoituksen nettohinta.
- *Muut varaukset*: Peruutukset on tehtävä ennen viimeistä varausaikaa. Tämän jälkeen peruutuksista veloitetaan ilmoituksen nettohinta.

Aikakausmedia

- *Määräpaikat*: Peruutukset on tehtävä 14 vuorokautta ennen lehden varauspäivää. Tämän jälkeen peruutuksista veloitetaan 50 % ilmoituksen nettohinnasta. Viimeisen varausajan jälkeen peruutetusta ilmoituksesta veloitetaan ilmoituksen nettohinta.
- *Muut varaukset*: Peruutukset on tehtävä ennen viimeistä varausaikaa. Tämän jälkeen peruutuksista veloitetaan ilmoituksen nettohinta.

Ilmoitusliitteet

- Peruutukset on tehtävä 31 vuorokautta ennen julkaisupäivää. HS Kuukausiliitteen liitteiden peruutus pitää tehdä kuitenkin neljä (4) kuukautta ennen julkaisupäivää. Tämän jälkeen veloitetaan 50 % jakelun nettohinnasta. Aineiston toimittamisen määräpäivän jälkeen peruutetuista ilmoitusliitteistä veloitetaan jakelun nettohinta.

Display ja instream

- Mikäli kampanja perutaan yli 10 vuorokautta ennen aiottua aloituspäivää, ei peruutusmaksua.
- Mikäli kampanja perutaan 6–10 vuorokautta ennen aiottua aloituspäivää, veloitetaan 25 % kampanjan nettohinnasta.
- Mikäli kampanja perutaan 4–5 vuorokautta ennen aiottua aloituspäivää, veloitetaan 50 % kampanjan nettohinnasta.
- Alle neljä (4) vuorokautta ennen aiottua aloituspäivää perutetuista kampanjoista veloitetaan 100 % kampanjan nettohinnasta.

Televisio

- Mikäli kampanja perutaan yli 30 vuorokautta ennen aiottua aloituspäivää, veloitetaan 25 % kampanjan nettohinnasta.
- Mikäli kampanja perutaan 15–30 vuorokautta ennen aiottua aloituspäivää, veloitetaan 50 % kampanjan nettohinnasta.
- Alle 15 vuorokautta ennen aloituspäivää perutetuista kampanjoista veloitetaan 100 % kampanjan nettohinnasta.

Radio

- Mikäli kampanja perutaan yli seitsemän (7) vuorokautta ennen aiottua aloituspäivää, veloitetaan 25 % kampanjan nettohinnasta.
- Seitsemän (7) vuorokautta tai alle ennen aiottua aloituspäivää perutetuista kampanjoista veloitetaan 100 % kampanjan nettohinnasta.

Ohjelmayhteistyöt ja promootiot

- Mikäli kampanja/yhteistyö perutaan 31 vuorokautta tai aikaisemmin, Sanoma laskuttaa 50 % yhteistyön hinnasta. Mikäli peruutus tehdään alle 31 vuorokautta ennen kampanjan alkua, Sanoma laskuttaa 100 % yhteistyön hinnasta.

TV:n, radion ja ohjelmayhteistyön peruutusmaksut lasketaan kampanjan/yhteistyön ensimmäisen esityksen mukaan. Yhdessä kampanjassa on käytössä vain yksi peruutusmaksuprosentti.

8. Laskutus ja maksuehdot

Kampanjat laskutetaan heti mainosten julkaisun tai esityksen jälkeen tiistaina ja/tai torstaina tai kuukauden ensimmäisenä arkipäivänä. Laskutus tapahtuu Sanoman laskutuskäytännön mukaan tuote- ja palvelukohtaisesti.

TV- ja radiokampanjat laskutetaan viikon jaksossa (ma–su) mainoksen todellisen lähetysajan perusteella niin, että vähintään peritään vahvistetun aikavarauksen mukainen hinta. Klikkipohjainen mainonta (CPC) laskutetaan kuukausittain kuun viimeisessä laskutuksessa. Datapalvelutilaukset laskutetaan kerran kuussa tilausjakson päättymistä seuraavana laskutuspäivänä.

Sanoma voi edellyttää Asiakkaalta käteismaksua ennen mainonnan julkaisua tai toteutusta esim. maksuhäiriötilanteissa. Normaalista prosessista poikkeavasta laskutuksesta veloitetaan laskutuslisä 15,00€.

Laskuun lisätään kulloinkin voimassa olevan hinnaston mukainen laskutuslisä sekä kulloinkin voimassaoleva arvonnlisävero. Maksun viivästyksestä peritään viivästysajalta kymmenen (10) prosentin vuotuinen viivästyskorke. Laskutusta koskevat huomautukset on tehtävä kirjallisesti kahdeksan (8) vuorokauden kuluessa laskun päiväyksestä.

Maksuajat ovat määritetty eri medioiden osalta alla olevassa taulukossa:

Media	Yritykset	Mainos- ja mediatoimisto	Kuluttajat
Uutismedia, aikakausmedia, display, instream	14 vrk netto	14 vrk -1 %, 30 vrk netto	14 vrk netto
TV, radio	14 vrk netto	14 vrk -1 %, 30 vrk netto	

Jos TV- tai radiokampanja laskutetaan ennakoon, maksuehtona on seitsemän (7) vuorokautta netto. Toiminnallisen ja laatuyhteistyösopimuksen tehneiden ja luottokelpoisuuskriteerin täyttävien (IYN tai vakuus Sanomalle) mainos- ja mediatoimistojen maksuaika on 14 vuorokautta -1 %, 30 vuorokautta netto.

9. Vakuus

Sanoma sopii Mainostajan kanssa vakuus- ja maksuehtojärjestelyistä käyttäen hyväkseen Sanoman reskontraa ja luottotietoyhtiöiden ylläpitämiä luottotietorekistereitä. Mikäli Mainostajan luottokelpoisuus ei vastaa Sanoman edellyttämää tasoa, Sanoma voi edellyttää vakuuden asettamista.

Jos Mainostaja laiminlyö maksuvelvollisuutensa, Sanomalla on oikeus Mainostajaa enempää kuulematta ja ilman tuomioistuimen tuomiota tai päätöstä ryhtyä tarpeellisiin toimiin pantinhaltija-asemansa turvaamiseksi ja realisoida pantti parhaaksi katsomallaan tavalla erääntyneiden saataviensa maksamiseksi.

10. Vastuu mainosten sisällöstä ja mainosmateriaalista

Mainostaja vastaa siitä, että Mainostajan tilaama ja Sanomalle välitettäväksi toimitettu mainos ei ole voimassaolevien lakien, viranomais- tai itsesääntelyohjeiden taikka Sanoman kirjallisesti antamien ohjeiden (kuten [Helsingin Sanomien julkaisusääntöjen tai näiden myyntiehtojen](#)) vastainen. Sanomalla on oikeus

ilman korvausvelvollisuutta kieltäytyä mainoksen esittämisestä, mikäli mainos on Sanoman tulokannan mukaan edellä mainittujen vaatimusten vastainen.

Mainostaja vastaa myös aineiston omistus- ja/tai käyttöoikeuksien hankkimisesta ja siitä, että mainoksen esittäminen ja muu käyttö voi tapahtua kenenkään tekijän-, tavaramerkki-, patentti- tai muuta immateriaalioikeutta taikka muuta oikeutta loukkaamatta. Mainostaja vastaa kaikista em. oikeuksien hankkimisesta tai mainoksen käyttämisestä aiheutuvista kustannuksista (mukaan lukien Teosto-maksut). Mainostaja vastaa kaikista kolmannelle osapuolelle tekijän-, tavaramerkki-, patentti-, ja muiden immateriaali- sekä muiden oikeuksien (kuten henkilön persoonaan liittyvät oikeudet) loukkaamisesta tai puuttumisesta aiheutuvista vahingoista tai niihin perustuvista muista vaatimuksista taikka kustannuksista. Sanoma ei vastaa Mainostajaan tai kolmanteen osapuoleen nähden mistään vahingoista tai kustannuksista, jotka Mainostajalle tai kolmannelle osapuolelle aiheutuvat näiden myyntiehtojen rikkomisesta. Niistä vastaa Mainostaja.

Mainokset on tuotettava hienotunteisesti ja hyvällä maulla. Mainosten tulee olla sellaisia, etteivät ne herätä kielteisiä asenteita mainontaa kohtaan. Mainoksissa ei pidä käyttää mitään sanontaa tai kuvaa, joka pyrkii halventamaan tai saattaa halventaa kilpailijoita, kilpailevia tuotteita tai muita elinkeinoelämän aloja, ammattajeja tai yhteisöjä. Lapsille tarkoitettujen mainosten sisältöä on harkittava tarkkaan ja otettava huomioon, että ne vetoavat lapsiin tuotteen käyttäjinä tai vaikuttavat esimerkillään heihin. Lääkemainokset on aina toimitettava ennakkotarkastettavaksi Lääkemainonnan tarkastusvaliokunnalle /co. Lääketeollisuus ry.

Erityisvastuita TV- ja radiomainonnassa

Tuotteet ja palvelut, joita ei saa mainostaa:

- Väkevät alkoholijuomat (yli 22 %)
- Tupakkavalmisteet
- Vain lääkärin määräyksellä saatavat lääkkeet tai lääkehoidot

Tuotteet ja palvelut, joiden mainonnassa on rajoituksia:

- K16-tuotteita saa mainostaa klo 21.00 jälkeen
- Mietoja alkoholijuomia saa mainostaa klo 22.00 jälkeen
- K18-tuotteita saa mainostaa klo 23.00 jälkeen

Mainosten on selvästi erotuttava varsinaisesta TV- ja radio -ohjelmistosta sekä teknisesti että sisällöltään ja esitystavaltaan. Mainosaineiston on täytettävä Sanoman/Spotgaten asettamat tekniset vaatimukset. Sanomalla on oikeus ilman korvausvelvollisuutta kieltäytyä mainosten esittämisestä, mikäli ne eivät ole em. vaatimusten mukaisia. Sanoma ei esitä radiokanavilla mainoksia, joissa käytetään tai imitoidaan kanavan juontajien ääniä. Lakisääteisen infotekstin vaativiin mainoksiin Sanoma myöntää maksimissaan 15 sekuntia veloitusettomaa aikaa infotekstiä varten. Varsinaisen mainospotin tulee olla pidempi kuin veloitusettoman osan. Infoteksti pitää olla selkeästi sijoitettuna mainoksen lopussa eikä sitä ajeta erillisenä mainospottinaan. Mainosaineiston lähettäminen Sanomalle tapahtuu Mainostajan vastuulla.

Mainosaineiston ennakkotarkastus

Mainostaja voi toimittaa mainosaineiston Sanomalle ennakkotarkastettavaksi. Mainostaja vastaa siitä, että aineisto ehtii Sanoman ennakkotarkastukseen viimeistään seitsemän (7) vuorokautta ennen aineistotoimituksen määräaika.

Ennakkotarkastuksessa aineisto hyväksytään tarkastusajan tilanteen mukaisesti. Mainoksen esittäminen voidaan keskeyttää tai kieltää myöhemmin, mikäli mainoksen sisältö ei enää vastaa yleisiä periaatteita tai viranomaiset niin edellyttävät. Ennakkotarkastus ei rajoita Mainostajan vastuuta mainoksen sisällöstä. Mikäli mainosaineistoa tai sen osaa ei hyväksytä esitettäväksi, siitä ilmoitetaan välittömästi Mainostajalle. Mainostajan on toimitettava uusi tai uusittu aineisto Sanomalle kahden (2) päivän kuluessa Sanoman ilmoituksesta tai viimeistään aineistotoimituksen normaaliin määräaikaan mennessä. Mikäli näin ei tapahdu, tai aineisto ei vastaa mainosten sisältöä koskevia vaatimuksia, Sanomalla on oikeus jättää se kokonaan esittämättä. Mainostaja on kuitenkin velvollinen maksamaan sovitun hinnan koko varaamastaan lähetysajasta tai muusta mainostilasta eikä ole oikeutettu vaatimaan korvausta esityksen lyhentämisestä, muuttamisesta tai poisjättämisestä, jos lyhentäminen, muuttaminen tai poisjättäminen on aiheutunut yllä mainitusta syystä.

11. Mainosaineiston myöhästyminen

Mainostajan on toimitettava kampanjan mainosaineisto Sanoman aineisto-ohjeissa (www.media.sanoma.fi) määriteltyjen aikataulujen ja teknisten ohjeiden mukaisesti.

Uutis- ja aikakausmedia

Määräajan jälkeen jätetyn ilmoituksen julkaisua ei voida taata. Jättöajan jälkeen toimitetuista aineistoista veloitetaan 200 €/aineisto. Mikäli aineistoa ei toimiteta, veloitetaan ilmoituksen nettointa.

Display ja instream

Jos aineisto toimitetaan myöhässä, vähennetään kampanjan näyttöjä myöhästymisen suhteessa kampanjan pituuteen (laskutus silti 100 %).

TV ja radio

Määräajan jälkeen toimitetuista mainoksista tai esitysohjeista peritään pikatoimitusmaksuna 250 € jokaiselta myöhästymispäivältä per myöhästynyt mainos. Juhlapyhien poikkeusaikatauluista tiedotetaan erikseen.

12. Vastuu lähetysvirheistä TV- ja radiomainonnassa

Mikäli esitysohjeita ei ole saatu, ne tulevat myöhässä tai ne ovat epäselviä tai virheellisiä, Sanoma ei vastaa mahdollisesta TV- ja radiomainoksen lähetysvirheestä. Sanomasta johtuvan lähetysvirheen sattuessa hyvityksen tavasta ja määrästä sovitetaan erikseen Sanoman kanssa. Hyvitys on enintään vastaava mainos aika tai virheellisesti esitetyn mainoksen laskuttamatta jättäminen. Lähetystä koskevat huomautukset on tehtävä kirjallisesti viiden (5) päivän kuluessa mainoksen esittämisestä tai tarkoitetusta esityspäivästä lukien.

Sanoma varaa oikeuden vaaratiedotteen välittämiseen kanavillaan kulloinkin voimassaolevan lainsäädännön mukaisesti. Jos vaaratiedote osuu mainoskatkelle ja mainos jää tästä syystä esittämättä, Sanoma ei ole velvollinen korvaamaan mainoksen esitystä.

13. Oikeus käyttää mainosta

Ellei Mainostaja ole kirjallisesti toisin ilmoittanut Sanomalle viimeistään toimittaessaan mainosaineistoa Sanomalle, ensiesityksen tai -julkaisun jälkeen Sanomalla on oikeus siirtää aineisto kovalevylle tai muulle tallennuslaitteelle ja käyttää sitä esittely-, koulutus- ja tutkimuskoosteissa, sekä omilla internet- ja extranet-sivuillaan. Sanomalla ei ole oikeutta käyttää mainosta kaupallisiin tarkoituksiin muissa viestimissä. Selvyyden vuoksi todetaan, että Sanomalla on aina oikeus käyttää mainosaineistoa osana niitä mediasisältöjä, joissa mainosaineisto on julkaistu tai esitetty (ns. arkistokäyttö).

14. Ylivoimainen este

Mainokset näytetään force majeure -varauksin eli kaikki ennalta arvaamattomat seikat kuten lakko, tekniset häiriöt, alihankkijoiden viivästykset sekä muut sellaiset Sanoman kohtuullisten vaikutusmahdollisuuksien ulkopuolella olevat, Sanomasta riippumattomat seikat, ovat Sanoman korvausvelvollisuuden ulkopuolella.

15. Tietosuoja ja display ja instream -kampanjoiden kohdentaminen

Mainostaja vakuuttaa, että se noudattaa kulloinkin voimassaolevaa tietosuoja-asetusta (GDPR), tietoyhteiskuntakaarta sekä muuta soveltuvaa lainsäädäntöä mainoksessa, mainoksen kohdesivuilla sekä mainonnan kohdentamistekniikoita hyödyntäessään. Mainostaja sitoutuu noudattamaan Henkilötietojen käsittelyssä *Sanoman verkkomainonnan ja mainonnan lisäpalveluiden tietosuojaliitettä* (näiden myyntiehtojen liitteinä).

16. Kilpailijoiden mainonta

Kohdemedioissa voidaan näyttää samanaikaisesti Mainostajan ja Mainostajan kilpailijoiden kampanjoita. Asiakassuhteen luottamuksellisuuden sekä mainospaikkojen rajallisuuden vuoksi Sanoma ei voi antaa ennakkotietoa kilpailijoiden kampanjoista. Mikäli päällekkäisiä kampanjoita esiintyy, niistä ei hyvitetä mitään.

17. Kampanjatietojen luovuttaminen

Mikäli Sanoma on luovuttanut kampanjan päätyttyä Mainostajan käyttöön yhteenvedon kampanjasta, voi Mainostaja oman liiketoimintansa kehittämiseksi luottamuksella luovuttaa sen kolmannen osapuolen käyttöön. Edellä mainitun yhteenvedon sisältämiä kampanjatietoja ei saa kopioida, tallentaa kolmannen osapuolen ylläpitämään tietopankkiin tai muuten hyödyntää kaupallisessa yhteydessä.

Selvyyden vuoksi todetaan, että Sanoma omistaa Sanoman Mainosalustojen käyttäjistä tai tilaajista kerätyt taikka Sanoman Mainosalustojen käyttöön liittyvät henkilö- ja muut tiedot.

18. Vahingonkorvaus ja vastuunrajoitus

Osapuolet eivät vastaa toiselle osapuolelle aiheutuneista välillisistä vahingoista. Sanoman vastuu välittömistä vahingoista rajoittuu ostetun kampanjan hintaan. Edellä mainittuja vastuunrajoituksia ei sovelleta, mikäli vahingot on aiheutettu tahallisella tai törkeällä tuottamuksella tai näiden myyntiehtojen kohdan 10 tai 15 rikkomisella.

19. Sopimuksen voimassaolo ja päättymisen

Kampanjaa koskeva sopimus astuu voimaan, kun Mainostaja on kirjallisesti vahvistanut Sanoman antaman tarjouksen tai kun Sanoma on kirjallisesti vahvistanut hyväksyvänsä Mainostajan tekemän tilauksen/varauksen. Kampanjaa koskeva sopimus on voimassa osapuolten sopiman kampanja-ajan päättymisen saakka, ellei näiden myyntiehtojen kohdasta 1 tai osapuolten sopimista erityisehdoista muuta johdu.

Osapuoli saa purkaa sopimuksen välittömin vaikutuksin, mikäli toisen osapuolen suoritus ei ole sopimuksen mukainen eikä virhettä korjata kirjallisesta huomautuksesta huolimatta 14 vuorokauden kuluessa mainitun huomautuksen vastaanottamisesta; tai mikäli toinen osapuoli joutuu konkurssiin, selvitystilaan tai muuten vakaviin taloudellisiin tai liiketoiminnallisiin vaikeuksiin, eikä tämän johdosta kykene suorittamaan sopimuksen mukaisia velvoitteitaan eikä myöskään aseta riittävää vakuutta velvoitteidensa täyttämiseksi. Jos Mainostaja rikkoo näiden myyntiehtojen kohdan 10 tai 15 ehtoja, Sanomalla on oikeus keskeyttää Mainostajan kampanja välittömin vaikutuksin sekä päättää kaikki Mainostajan ja Sanoman väliset sopimukset ilman korvausvelvollisuutta. Ehdot, jotka merkityksensä ja asiayhteytensä mukaisesti on tarkoitettu pysymään voimassa sopimuksen päättymisestä huolimatta, pysyvät voimassa päättymisen tai purkamisen jälkeen.

20. Luottamuksellisuus

Osapuolet sitoutuvat pitämään salassa tämän toisiltaan saamat sellaiset aineistot ja sellaiset toista osapuolta tai tämän toimintaa koskevat tiedot, jotka on luottamuksellisiksi merkitty tai luottamuksellisiksi ymmärrettävä, sekä olemaan luovuttamatta niitä ulkopuolisille ja käyttämättä niitä muihin kuin sopimuksen mukaisiin tarkoituksiin. Salassapitovelvollisuus on voimassa myös tämän sopimuksen päättymisen jälkeen niin kauan kuin tieto on luottamuksellista, eikä tule julkiseksi sitä koskevan osapuolen julkistamistoimin.

21. Alihankkijat

Mainostaja vastaa käyttämistään järjestelmistä sekä alihankkijoidensa toimista kuin omistaan. Mainostaja huolehtii siitä, että alihankkija on tietoinen Mainostajan ja Sanoman välisen sopimuksen ehdoista (ml. nämä myyntiehdot) ja noudattaa niitä.

22. Sopimuksen ja mainostilan siirto

Sanomalla on oikeus siirtää sopimus oikeuksineen ja velvoitteineen Sanoma-konsernin sisällä toiselle yhtiölle sekä liiketoimintakaupan tai muun yritysjärjestelyn yhteydessä yhtiölle, jolle Sanoman sopimukseen liittyvä

liiketoiminta siirtyy. Mainostajalla ei ole oikeutta siirtää sopimusta tai varaamaansa mainostilaa kolmannelle osapuolelle ilman Sanoman etukäteistä kirjallista suostumusta.

23. Erimielisyydet

Sanoman ja Mainostajan väliset mahdolliset erimielisyydet, joista ei päästä osapuolten neuvotteluin sopimukseen, ratkaistaan Helsingin käräjäoikeudessa.

Sanoma pidättää oikeuden näiden myyntiehtojen muutoksiin, muutetut myyntiehdot tulevat voimaan niiden julkaisusta alkaen.

SANOMAN VERKKOMAINONNAN JA MAINONNAN LISÄPALVELUIDEN TIETOSUOJALIITE**SOPIMUS**

Tätä liitettä (jäljempänä "Tietosuojaliite") sovelletaan, kun mainostaja, mediatoimisto, mainostoimisto tai muu mainonnan palveluyritys (jäljempänä "Mainostaja") ostaa mainontaa Sanoma Media Finland Oy:ltä tai sen tytäryhtiöltä niiden julkaisuista, tv- ja radiokanavilta, verkko- tai mobiilisivustoilta, sovelluksista taikka uutiskirjeistä (jäljempänä "Sanoma" tai "Sanoman verkosto").

Tietosuojaliitteessä määritellään Sanoman ja Mainostajan roolit ja vastuut, jotka liittyvät Sanoman verkostossa toteutettavan mainonnan yhteydessä käsiteltäviin Sanoman tai Mainostajan tietoihin.

Liitteen tarkoitus ja pääkohdat

- Sanoma on sitoutunut suojaamaan sivustojensa käyttäjien yksityisyyttä ja noudattamaan tietosuojalainsäädäntöä, kuten Euroopan unionin yleistä tietosuoja-asetusta (GDPR). GDPR edellyttää, että eri osapuolten välisestä henkilötietojen käsittelystä laaditaan tietojenkäsittelysopimus. Tässä liitteessä selvennetään tietojenkäsittelyn rooleja ja vastuita, Sanoman verkostossa mainostettaessa tai hyödynnettäessä muita mainonnan yhteydessä tarjottuja palveluita, kuten Sanoman verkostosta kerätyn datan käyttämistä muissa verkostoissa.
- Verkkomainonnan näyttämisen ja mittaamisen yhteydessä käsitellään tyypillisesti Henkilötietoja. Myös muita tietoja kuin henkilötietoja voidaan käsitellä. Tässä tietosuojaliitteessä tiedot luokitellaan niiden alkuperän mukaan. Sanoman verkostossa toteutettavan mainonnan yhteydessä käsiteltävät tiedot ovat joko Sanoman tai Mainostajan tietoa. Sekä Sanoman että Mainostajan tietoihin voi sisältyä henkilötietoja. Lisäksi mainonnassa on mahdollista käyttää kolmannen osapuolen tietoja. Kolmannen osapuolen tietojen vaatimustenmukaisuudesta ja käsittelyyn liittyvistä sopimuksista vastaa se osapuoli, joka tietoja mainonnassa käyttää.
- Mainonnassa käytetään henkilötietoja. Sanoma pitää esim. evästeiden ja mobiilitunnisteiden avulla kerättyjä tietoja henkilötietoina erityisesti, jos tietoja käytetään profiileiden keräämiseen tai mainonnan kohdentamiseen. Mainonnassa voidaan käsitellä myös muita tunnistetta, kuten sähköpostiosoitteesta tai puhelinnumerosta generoitua epäsuoraa tunnistetta.
- Sanoman verkostosta peräisin olevia ja/tai Sanoman rekisteröityjä, kuten sivuston käyttäjiä, koskevia tietoja voidaan käsitellä ainoastaan mainonnan näyttämiseen ja mittaamiseen. Sanoman tietoja ei saa käyttää mihinkään muuhun tarkoitukseen, ellei toisin ole sovittu.
- Kun Sanoma käsittelee Mainostajan tietoja, Sanoma noudattaa tietojen käsittelystä samoja periaatteita kuin Mainostajan edellytetään noudattavan sen käsitellessä Sanoman tietoja. Nämä vaatimukset kohdistuvat tässä Tietosuojaliitteessä Henkilötietojen käsittelijään.
- Henkilötietojen käsittelijä on vastuussa kaikesta tietojenkäsittelystä, jota tehdään sen järjestelmissä tai sen teknisillä ratkaisuilla tai jota tekevät sen alihankkijat.
- Olemme siirtäneet sopimusteknisen osuuden loppuun, jotta asiakirja olisi helppolukuisempi. Kohdassa 6. on tietoa tähän asiakirjaan sovellettavasta lainsäädännöstä ja käytetyistä määritelmistä.

1. Mitkä ovat osapuolten roolit?Rekisterinpitäjä:

- Sanoma on Rekisterinpitäjä sellaisten Henkilötietojen osalta, jotka ovat peräisin Sanoman verkostosta tai joita Sanoma tarjoaa mainonnan kohdentamiseksi (esim. segmentit).
- Mainostaja on Rekisterinpitäjä sellaisten Henkilötietojen osalta, joita kerätään Sanoman verkoston ulkopuolelta ja jotka ovat Mainostajan hallinnassa. Selvyyden vuoksi todettakoon, että Mainostajan oletetaan olevan Rekisterinpitäjä tai toimivan Rekisterinpitäjän lukuun sellaisten Mainostajan tietojen osalta, joita se käyttää mainonnan kohdentamiseen Sanoman verkostossa.

Henkilötietojen käsittelijä:

- Mainostaja on Henkilötietojen käsittelijä käsitellessään Sanoman verkostosta peräisin olevia tietoja mainonnan näyttämistä ja mittaamista varten. Mainostajan käsittelemiin tietoihin kuuluvat muun muassa tiedot, joita kerätään Sanoman verkostosta evästeillä ja vastaavilla tekniikoilla mainonnan mittaamiseksi ja/tai jotka Sanoma tarjoaa mainonnan näyttämistä varten (esimerkiksi segmentit, tai muut Sanoman kohdentamiseen tarjoamat datatuotteet).
- Sanoma on Mainostajan tietojen osalta Henkilötietojen käsittelijä, kun se käsittelee Mainostajan verkko- ja mobiilipalveluita käyttävien Rekisteröityjen tietoja mainonnan uudelleenkohdentamiseksi kyseisille käyttäjille Sanoman verkostossa tai luodessaan Mainostajalle uusia kohderyhmiä vertailemalla Mainostajan verkko- ja mobiilipalveluita käyttävien Rekisteröityjen tietoja omiin tietoihinsa. Tällaisissa tilanteissa Mainostajan tulee ilmoittaa asiasta Rekisteröidyille ja/tai pyytää

heiltä suostumus Lakien mukaisesti. Kun Sanoma toimii Henkilötietojen käsittelijänä, Sanoma toimii Mainostajan kohtuullisten ohjeiden mukaisesti, eikä käsittele tietoja omiin tarkoituksiinsa. Selvyyden vuoksi todettakoon, että siinä määrin kun Mainostajan tietoja käsitellään mainonnan näyttämiseen tai mittaamiseen, Sanoma ei käsittele Mainostajan tietoja kuin mainonnan mahdollistamiseen Sanoman tarjoamissa mainospalveluissa. Jos Sanomalla on pääsy tällaisiin Mainostajan tietoihin, Sanoma on Henkilötietojen käsittelijä.

2. Kuvaus käsittelytoimista

- Mainonnan näyttäminen ja mittaaminen: Mainostaja voi käyttää evästeitä tai muita vastaavia tekniikoita Sanoman verkostossa ainoastaan sellaisiin tarkoituksiin, jotka liittyvät mainosten näyttämiseen tai kampanjan mainosnäyttöjen (impressionien), tavoitavuuden ja konversioasteen mittaamiseen.
- Kohdentamiseen käytettävät tiedot: Sanoman verkko- ja mobiilipalveluita sekä niiden käyttäjiä (Rekisteröityjä) tai mainosnäyttöjä koskevia Sanoman tietoja saa käsitellä ainoastaan mainosten kohdentamiseen tai uudelleenkohdentamiseen Sanoman verkoston sisällä. Sanoman tietoja saa käyttää mainosten kohdentamiseen muissa verkostoissa vain silloin, kun Sanoma on mahdollistanut tietojen käytön Mainostajalle Data-alustalla.
- Sanoman tietojen käyttö ohjelmallisessa ostamisessa: Sanoman verkko- ja mobiilipalveluita tai niiden käyttäjiä tai tarjottuja mainosnäyttöjä koskevia Sanoman tietoja saa käyttää yksinomaan a) tarjouksen tekemiseen kyseisistä mainosnäytöistä tai b) kampanjan nettopeiton ja globaalin frekvenssin rakentamiseen Mainostajan tietojen perusteella.
- Sanoman tietojen luovuttaminen ja/tai yhdistäminen: Sanoman tietoja ei saa luovuttaa kolmansille osapuolille näiden omiin käyttötarkoituksiin eikä yhdistää Henkilötietoihin yksilöintitarkoituksessa.
- Sanoman suostumus: Kaikki poikkeukset edellä kuvattuun käsittelyyn edellyttävät kirjallista suostumusta Sanomalta sekä hyväksyttävän oikeusperusteen käsittelylle (esimerkiksi Rekisteröidyn suostumuksen).

3. Voivatko osapuolet käyttää alihankkijoita tai siirtää tietoja EU/ETA-maiden ulkopuolelle?

- Alihankkijat: Henkilötietojen käsittelijä on vastuussa omista järjestelmistään, teknisistä ratkaisuistaan ja alihankkijoistaan samalla tavalla kuin omasta toiminnastaan. Pyydettyä Henkilötietojen käsittelijän on annettava Rekisterinpitäjälle lista käyttämistään alihankkijoista. Rekisterinpitäjällä on oikeus vastustaa tietyn alihankkijan käyttöä, jolloin mikäli Henkilötietojen käsittelijä ei pysty luopumaan kyseisestä alihankkijasta, sillä on oikeus irtisanoa sopimus.
- Tiedonsiirrot: Henkilötietojen käsittelijä ei saa (eikä sen alihankkija saa) siirtää henkilötietoja tai käsitellä niitä EU/ETA-maiden ulkopuolella sopimatta siitä etukäteen kirjallisesti tämän tietosuojaliitteen toisen osapuolen kanssa. Henkilötietojen käsittelijä saa kuitenkin siirtää henkilötietoja sillä edellytyksellä, että lakisääteisiä velvoitteita henkilötietojen käsittelystä EU/ETA-maiden ulkopuolella noudatetaan ja että Henkilötietojen käsittelijä on informoinut Rekisterinpitäjää tekemistään siirroista mukaan lukien siirron kohteena oleva maa sekä siirron tekevän alihankkijan nimi. Ilmoitukset tulee tehdä osoitteeseen cert (a) sanoma.com (Sanoma). Informaatio Sanoman tekemistä siirroista ja siirtojen oikeusperusteista on Liitteessä 1. Liitteen 1 päivitysten kautta Sanoma informoi Rekisterinpitäjää mahdollisista uusista tiedonsiirroista. Jos Lait sitä edellyttävät, Henkilötietojen käsittelijä sitoutuu allekirjoittamaan alihankkijansa kanssa Mallisopimuslausekkeet käyttäen moduulia "MODUULI 3: Siirto käsittelijältä käsittelijälle" ja toteuttamaan tarvittaessa lisätoimenpiteet Mallisopimuslausekkeiden täydentämiseksi valvontaviranomaisen Lakien nojalla antamien ohjeiden mukaisesti. Henkilötietojen käsittelijän on viipymättä ilmoitettava Rekisterinpitäjälle kyvyttömyydestään noudattaa Mallisopimuslausekkeita. Tällöin Rekisterinpitäjällä on oikeus keskeyttää Henkilötietojen siirto ETA:n ulkopuoliseen maahan.
- Dokumentointi: Henkilötietojen käsittelijän tulee Rekisterinpitäjän kirjallisesta pyynnöstä esittää Rekisterinpitäjälle luettelo alihankkijoista ja tiedonsiirroista sekä niiden oikeusperusteista.

4. Muut henkilötietojen käsittelyä koskevat vaatimukset

- Itsesääntely: Sanoma ja Mainostaja sitoutuvat noudattamaan Interactive Advertising Bureau (IAB) European Framework for Online Behavioural Advertising -itsesääntelyperiaatteita tai muita vastaavia kulloinkin voimassa olevia itsesääntelyperiaatteita sekä suorittamaan tarpeelliset tekniset ja muut toimet periaatteiden toteuttamiseksi.
- Tietojen poistaminen: Henkilötietojen käsittelijä ei saa käsitellä Rekisterinpitäjän Henkilötietoja pidempään kuin on tarpeellista mainosten tai kampanjoiden näyttämisen tai niiden mittaamisen taikka niihin liittyvien palveluiden tarjoamisen kannalta. Kaikki tiedot tulee poistaa viimeistään vuoden kuluttua niiden keräämisestä.
- Salassapito: Henkilötietojen käsittelijän tulee varmistaa, että kaikki henkilötietojen käsittelyyn valtuutetut henkilöt sitoutuvat salassapitoon ja ovat tietoisia tämän Tietosuojaliitteen vaatimuksista ja rajoituksista.

- **Tietoturva:** Henkilötietojen käsittelijän on toteutettava ja ylläpidettävä asianmukaisia organisatorisia, operatiivisia, menetelmällisiä, fyysisiä ja teknisiä toimenpiteitä suojatakseen Henkilötiedot asiattomalta pääsylvä, vahingossa tai laittomasti tapahtuvalta tietojen hävittämiseltä ja muuttamiselta, siten että kaikki käsittely täyttää Lakien vaatimukset.
- **Henkilötietojen tietoturvaloukkaus:** Henkilötietojen käsittelijän on välittömästi saatuaan sen tietoonsa ilmoitettava Rekisterinpitäjälle kirjallisesti (Lakien määritelmän mukaisesti) henkilötietojen tietoturvaloukkauksesta. Henkilötietojen käsittelijän tulee tehdä Rekisterinpitäjän kanssa yhteistyötä pikaisen ratkaisun löytämiseksi ja lisävahinkojen välttämiseksi. Ilmoitus tulee lähettää sähköpostitse osoitteeseen: cert@sanoma.com.
- **Rekisteröityjen oikeudet ja tietosuoja koskevat vaikutustenarvioinnit:** Mikäli tietojenkäsittelyn luonteen kannalta on tarpeen, Henkilötietojen käsittelijän tulee avustaa Rekisterinpitäjää kohtuullisella tavalla tähän sopimukseen liittyvien Rekisterinpitäjän velvollisuuksien täyttämässä, kuten Rekisteröityjen oikeuksien ja tietosuoja koskevien vaikutustenarviointien toteuttamisessa.
- **Auditointi:**
 - Sanomalla on oikeus suorittaa evästeiden käyttöä koskevia tarkastuksia Sanoman verkostoon kuuluvissa palveluissa. Jos tarkastuksessa selviää, että Mainostaja (tai sen asiakas ja/tai jokin Mainostajan valtuuttama kolmas osapuoli) toimii tämän Tietosuojaliitteen vastaisesti, Sanoma ilmoittaa asiasta Mainostajalle, jolloin Mainostajan on korjattava käytäntöjään välittömästi.
 - Rekisterinpitäjän pyynnöstä Henkilötietojen käsittelijän on osoitettava Rekisterinpitäjälle, miten Henkilötietojen käsittelijä ja sen mahdolliset alihankkijat noudattavat tämän Tietosuojaliitteen vaatimuksia.
- **Käytetyt teknologiat:** Mainostajalla ei ole oikeutta käyttää Flash-evästeitä eikä selaimen sormenjälkitunnistamista tai vastaavatyypisiä seurantatekniikoita mainostaessaan Sanoman verkostossa. Mainostaja sitoutuu kampanjan päätyttyä poistamaan mahdolliset uudelleenkohdennuskampanjassa käytetyt seurantakoodit, jotka viittaavat Sanoman järjestelmiin.

5. Mitä tapahtuu, jos Tietosuojaliitettä ei noudateta?

- Jos Henkilötietojen käsittelijä rikkoo tämän Tietosuojaliitteen ehtoja, Rekisterinpitäjällä on oikeus oman harkintansa mukaan lakkauttaa välittömästi kaikki mainoskampanjat ja/tai irtisanoa kaikki Tietosuojaliitteen osapuolten väliset sopimukset päättymään välittömästi.
- Henkilötietojen käsittelijä on velvollinen korvaamaan kaikki vahingot, jotka aiheutuvat Rekisterinpitäjälle ja/tai sen verkkopalveluiden käyttäjille Tietosuojaliitteen rikkomisesta.

6. Mitä lakeja tulee noudattaa ja mitkä ovat Tietosuojaliitteen määritelmät?

Lait: tarkoittavat kaikkia Tietosuojaliitteen mukaiseen henkilötietojen käsittelyyn soveltuvia tietosuojaan, yksityisyyden suojaan ja tietoturvaan liittyviä lakeja, kuten EU-direktiivejä 95/46/EY ja 2002/58/EY (yhdessä "EU-direktiivit") sekä niihin tehtyjä muutoksia, korvauksia ja uusimisia, esimerkiksi EU:n yleinen tietosuoja-asetus 2016/679 sekä kaikkia sitovia kansallisia lakeja, joilla pannaan täytäntöön edellä mainittuja EU-direktiivejä ja muita sovellettavia sitovia tietosuojaan, yksityisyyden suojaan ja tietoturvaan liittyviä direktiivejä, lakeja, asetuksia tai määräyksiä.

Määritelmät:

- "Rekisterinpitäjä" tarkoittaa yritystä, joka määrittää henkilötietojen käsittelyn tarkoitukset ja keinot.
- "Henkilötietojen käsittelijä" tarkoittaa yritystä, joka käsittelee henkilötietoja Rekisterinpitäjän lukuun.
- "Sanoman tiedot" tarkoittaa kaikkia tietoja ja segmenttejä (mukaan lukien, mutta ei rajoittuen henkilötietoja), jotka ovat peräisin Sanoman verkostosta tai ovat Sanoman kontrolloimia tai muulla tavoin Sanoman toimittamia.
- "Mainostajan tiedot" tarkoittaa kaikkia tietoja ja segmenttejä (mukaan lukien, mutta ei rajoittuen henkilötietoja), jotka ovat Mainostajan kontrolloimia tai joita Mainostaja käsittelee Rekisterinpitäjän lukuun ja/tai, jotka ovat peräisin Mainostajan verkko- ja mobiilipalveluista.
- "Henkilötiedot" ovat tietoja, jotka koskevat tunnistettua tai tunnistettavissa olevaa luonnollista henkilöä ("Rekisteröityä") Lakien määritelmän mukaisesti. Tunnistettavissa olevana pidetään luonnollista henkilöä, joka voidaan suoraan tai epäsuorasti tunnistaa erityisesti tunnistetietojen, kuten nimen, henkilötunnuksen, sijaintitiedon tai verkkotunnistetietojen perusteella. Sanoma pitää evästeiden tai vastaavien tekniikoiden ja mobiilitunnisteiden avulla kerättyjä tietoja henkilötietoina etenkin silloin, kun kyseisiä tietoja käytetään rekisteröityjen profiloimiseen tai mainonnan kohdentamiseen.
- "Käsittely" tarkoittaa kaikkea toimintaa, jossa Mainostaja tai sen kanssa samaan konserniin kuuluva tai alihankintasuhteessa oleva yritys käsittelee henkilötietoja esimerkiksi keräämällä, tallentamalla, säilyttämällä, yhdistämällä, järjestämällä, muuttamalla, laskemalla, analysoimalla, käyttämällä, luovuttamalla tietoja siirtämällä, levittämällä, poistamalla tai tuhoamalla niitä.

- "Data-alusta" tarkoittaa alustaa tai ohjelmistoa, joka mahdollistaa ensimmäisen, toisen ja kolmannen osapuolen tietojen yhdistämisen ja niiden hyödyntämisen mainonnan panostusten päätöksenteossa.
- "Mallisopimuslausekkeet" tarkoittavat mallisopimuslausekkeita, jotka on liitetty 4. päivänä kesäkuuta 2021 annettuun EU-komission päätökseen 2021/914 vakiosopimuslausekkeista, jotka koskevat henkilötietojen siirtämistä kolmansiin maihin Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksen (EU) 2016/679 mukaisesti.

Liite 1**Sanoman alihankkijat ja Sanoman toteuttamat tiedonsiirrot:**

Amazon Web Services (AWS) / Yhdysvallat (tiedonsiirron peruste: Mallisopimuslausekkeet)
Salesforce DMP / Yhdysvallat (tiedonsiirron peruste: Mallisopimuslausekkeet)
Xandr / Yhdysvallat (tiedonsiirron peruste: Mallisopimuslausekkeet)