

## Sanoman yleiset myyntiehdot

Näitä myyntiehtoja sovelletaan, kun mainostaja, mediatoimisto, mainostoimisto tai muu mainonnan palveluyritys (jäljempänä "Mainostaja") ostaa mainontaa Sanoma Media Finland Oy:ltä tai sen tytäryhtiöltä (jäljempänä "Sanoma") niiden julkaisuista, tv- ja radiokanavilta, verkko- tai mobiilisivustoilta, sovelluksista taikka uutiskirjeistä. Ostaessaan mainostilaa Mainostaja sitoutuu noudattamaan näitä myyntiehtoja sekä osapuolten kulloinkin sopimia erityisehtoja.

### 1. Mainonnan myynti ja kampanjamääritys

Mainostajan on mainostilaa ja -aikaa tilatessaan ilmoitettava Sanoman mainosohjeissa yksilöidyt tiedot sekä toimitettava kampanja-aineisto Sanoman aineisto-ohjeissa määriteltyjen aikataulujen ja teknisten ohjeiden mukaisesti.

Verkkopaketteihin ostetuissa kampanjoissa Sanoma ei takaa näkyvyyttä kaikissa paketissa mainituissa medioissa. Sanoman kulloinkin voimassaolevat mainosohjeet ja mainosmuodot ovat löydettävissä osoitteessa [media.sanoma.fi](http://media.sanoma.fi).

Tv:ssä ja radiossa kampanjalla tarkoitetaan kokonaisuutta, joka varataan 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 joissa on käytetty samaa mainosta/mainoksia ja/tai kohderyhmää. Kampanja on vahvistettava sähköisesti tarjouksessa mainittuun viimeiseen voimassaolopäivään mennessä.

### 2. Kontaktitakuu

#### TV

Kontaktitakuu tuo kampanjoihin suoritevarmuuden: kanava takaa kampanjaan ennustetun määrän kontakteja. Kaikissa kampanjoissa on vain yksi takuu, joka on kampanjan kokonaiskontaktitakuu. Monikanavakampanjoissa kontaktitakuu on kanavakohtainen. TV Total –kampanjoilla on kokonaiskontaktitakuu, ei kanavakohtaista takuuta.

Kontaktitakuu myönnetään ostokohderyhmässä seuraavasti niihin kampanjoihin, joissa on Nelosella vähintään 35 grp/trp, Jimillä ja Livillä vähintään 20 trp, Herolla vähintään 10 trp.

TV Total -paketissa on koko kampanjalla yksi yhteinen kontaktitakuu, ei kanavakohtaisia takuita. 4 kanavan Total –paketissa, jossa on valmiiksi määritellyt kanavaosuudet, minimiostomäärä takuulle on yhteensä 85 trp. Räättälöidyssä 2-4 kanavan paketissa takuu määräytyy valittujen kanavien kanavatakuiden mukaan

Mikäli näyttää siltä, ettei ennustettua kontaktimäärää saavuteta, saa mainostaja kanavalta maksuttomia lisäaikoja. Seitsemän päivää kestäville tai sitä lyhyemmille kampanjoille ei myönnetä takuuta kampanjan aikana, vaan mahdolliset alle jääneet kontaktit korvataan seuraavassa kampanjassa tai asiakkaan suostumuksella kampanjaa jatkamalla. Kampanjan jäädessä alle 0,5 grp /trp, ei alituksia korvata. Kontaktitakuun alituksia ei hyvitetä rahassa.

#### Verkko- ja mobiilimedia

Sanoma antaa näyttöpohjaisesti myytävälle kampanjoille näyttötakuun alla mainittuja poikkeuksia lukuun ottamatta. Mikäli kampanja ei suorita ostettua näyttömäärää, kampanjaa jatketaan kunnes näytöt täyttyvät. Sanomalla on oikeus jatkaa kampanjaa, kunnes mainosnäytöt tulevat täyteen. Mikäli on erikseen sovittu, voidaan vajaaksi jääneet näytöt 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. Vastuu mainosten sisällöstä ja mainosmateriaalista

Mainostaja vastaa siitä, ettei Mainostajan tai sen käyttämän mediatoimiston tilaama ja Sanomalle välitettäväksi toimitettu mainos ole voimassaolevien lakien, viranomais- tai itsesääntelyohjeiden taikka Sanoman kirjallisesti antamien ohjeiden (kuten [Helsingin Sanomien julkaisusääntöjen](#)) vastainen. Sanomalla on oikeus ilman korvausvelvollisuutta kieltäytyä mainoksen esittämisestä, mikäli mainos on Sanoman tulkinnan mukaan edellä mainittujen vaatimusten vastainen.

Mainostaja vastaa myös aineiston omistus- ja/tai käyttöoikeuksien hankkimisesta ja siitä, että mainoksen esittäminen voi tapahtua kenenkään tekijän-, patenti- tai muuta immateriaalioikeutta tai muuta oikeutta loukkaamatta. Mainostaja vastaa kaikista em. oikeuksien hankkimisesta tai käyttämisestä aiheutuvista kustannuksista. Mainostaja vastaa kaikista kolmannelle osapuolelle tekijän-, patenti-, ja muiden immateriaali- sekä muiden oikeuksien loukkaamisesta tai puuttumisesta aiheutuvista vahingoista tai niihin perustuvista muista vaatimuksista. Sanoma ei vastaa Mainostajaan tai kolmanteen osapuoleen nähden mistään kustannuksista tai vahingoista, jotka Mainostajalle tai kolmannelle osapuolelle aiheutuvat yllä mainittujen ehtojen rikkomisesta.

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, ammatteja 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 tv:ssä tai radiossa 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 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. Mainosaineiston lähettäminen Sanomalle tapahtuu Mainostajan vastuulla.

### 4. Tietosuoja ja verkkokampanjoiden kohdentaminen

Mainostaja vakuuttaa, että se noudattaa kulloinkin voimassaolevaa henkilötietolakia, tietoyhteiskuntakaarta sekä muuta soveltuvaa lainsäädäntöä mainoksessa, mainoksen kohdesivuilla sekä mainonnan kohdentamistekniikoita hyödyntäessään. Erityisesti Mainostaja sitoutuu alla lueteltujen vaatimusten noudattamiseen:

- **Evästeet:** Mainostaja saa käyttää evästeitä tai muita vastaavia tunnistamistekniikoita Sanoman verkko- ja mobiilipalveluissa yksinomaan kampanjansa mainosnäyttöjen, tavoitavuuden ja konversion mittaamiseen.
- **Kohdentaminen:** Sanoman verkko- ja mobiilipalveluita tai niiden käyttäjiä koskeva tieto on käytettävissä ainoastaan kohdentamiseen tai uudelleenkohdentamiseen Sanoman verkoston sisäpuolella.

- **Tietojen käyttäminen:** Sanoman verkko- ja mobiilipalveluita tai niiden käyttäjiä taikka tarjottua mainosnäyttöä koskevaa tietoa saa käyttää yksinomaan a) tehdäkseen tarjouksen ko. mainosnäytöstä; tai b) rakentaakseen kampanjan nettopeiton ja globaalin frekvenssin Mainostajan datan perusteella. Uudelleenkohdentaminen Sanoman verkko- tai mobiilipalveluita tai niiden käyttäjiä taikka mainosnäyttöä koskevan tiedon perusteella on kiellettyä.
- **Tietojen luovuttaminen ja/tai yhdistäminen:** Sanoman verkko- ja mobiilipalveluita tai niiden käyttäjiä koskevia tietoja ei saa luovuttaa kolmansille osapuolille niiden omia tarkoituksia varten taikka yhdistää mihinkään muihin tietoihin.
- **Sanoman suostumus:** Poikkeukset edellä mainittuihin ehtoihin edellyttävät Sanoman kirjallista suostumusta.
- **Käyttäjän suostumus:** Sanoman verkko- tai mobiilipalvelun käyttäjän henkilötietojen käsittely taikka henkilötietojen yhdistäminen evästeillä tai muilla tunnistustekniikoilla kerättyyn tietoon tai kohdentaminen sijaintiedon perusteella edellyttää Sanoman kirjallisen suostumuksen lisäksi palvelun käyttäjän nimenomaista suostumusta tai muuta laillista käsittelyperustetta.
- **Itsesääntely:** Mainostaja sitoutuu noudattamaan Interactive Advertising Bureaun (IAB) [European Framework for Online Behavioural Advertising](#) tai muita vastaavia kulloinkin voimassaolevia itsesääntelyperiaatteita sekä suorittamaan tarpeelliset tekniset ja muut toimenpiteet periaatteiden toteuttamiseksi.
- **Alihankkijoiden käyttö:** Mainostaja vastaa järjestelmistään sekä alihankkijoistaan kuin omasta toiminnastaan. Mainostaja vastaa siitä, että Mainostajan alihankkija on tietoinen näiden myyntiehtojen rajoituksista ja noudattaa niitä. Mainostaja sitoutuu viipymättä ilmoittamaan Sanomalle havaitsemistaan väärinkäytöksistä.

## 5. Kilpailijoiden mainonta

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

## 6. Alennukset

### Suora-asiakasalennus

Mikäli suoraan Sanomalta ostava Mainostaja täyttää myöhemmin 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 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 (delcredere-vastuu) välittämistään mainoksista sekä valvoo ja vastaa siitä, että sen välittämien mainosten sisältö on lain, hyvän tavan, mainonnan itsesääntelyelinten ja muiden vaatimusten mukainen. Tv-kampanjoiden osalta mainostoimistokorvauksen saava mediatoimisto hoitaa X4-järjestelmän kautta asiakkaansa kampanjoiden suunnittelun, varauksen ja seurannan ja hyödyntää näissä ammattimaista mediaostamista varten tuotettuja tutkimuspalveluja.

Mainos- tai mediatoimiston kokonaislaskutus (€)

Nettokorvaus (%)

| <b>3 kk</b> | <b>6 kk</b> | <b>12 kk</b> |    |
|-------------|-------------|--------------|----|
| 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 nettohinnosta. 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 toimitaan digitaalisesti, määritellyn liittymärajoituksen mukaisesti / EDI / OVT tai www-väylä
- 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. Mediasuunnittelyyhteistyö

- 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.

Itsepalvelukorvaus tv-mainonnan osalta

Itsepalvelukorvaus myönnetään näiden myyntiehtojen ja hyvän kauppatavan mukaan suunnitelluista tv-mainoskampanjoista, joiden varaamisen, vahvistamisen ja ajo-ohjeiden sekä spottien toimituksen Mainostaja hoitaa sovittujen toimintatapojen ja aikataulujen mukaisesti. Ajo-ohjeet voidaan lähettää OVT-sanomalla tai X4 Extranetin välityksellä. Spottitoimitukset toimitetaan Spotgaten kautta. Kampanjat vahvistetaan OVT-sanomalla tai X4 Extranetissä. Korvaus lasketaan tilaajan korvaukseen oikeuttavien kampanjoiden nettovolyymista. Itsepalvelukorvauksen määrä on 0,8 % em. nettovolyymista.

Raportointi tapahtuu kuukausittain ja korvaus maksetaan puolivuositain heinä- ja tammikuussa. Tarkemmat tiedot toimintamallista saatavilla Sanoma Media Finlandin TV- ja Radio Asiakaspalvelusta.

**7. Kampanjan vahvistaminen**TV

Valtakunnallinen kampanjakokonaisuus tulee vahvistaa sähköisesti (OVT, X4 Extranet) viimeistään tarjouksessa mainittuna voimassaolopäivänä klo 23:een mennessä. Alueelliset kampanjat tulee vahvistaa klo 10:een mennessä.

Aikaisen vahvistajan etu: Mikäli tv-kampanja vahvistetaan kanavalle viimeistään 50 päivää ennen kampanjan ensimmäistä esitystä, 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.

Kampanjatarjouksen voimassaoloaika määrittyy alla olevan taulukon mukaisesti:

| Varausajankohdasta aikaa kampanjan alkuun | Tarjous voimassa varausajankohdasta eteenpäin |
|---|---|
| 28 päivää tai enemmän                     | 2 viikkoa                                     |
| 14–27 päivää                              | 1 viikko                                      |
| 7–13 päivää                               | 3 päivää                                      |
| 3–6 päivää                                | 1 päivä                                       |
| 1–2 päivää                                | 1 päivä                                       |

Pyhäpäivien tai mainosajan korkean kysynnän ajankohtina Sanoma pidättää oikeuden lyhentää normaaleja vahvistusaikoja.

Tarjous on voimassa vahvistuspäivänä valtakunnallisissa kampanjoissa klo 23:een saakka ja alueellisissa kampanjoissa klo 10:een saakka. Voimassaoloajat lasketaan alkuperäisen varausajankohdan mukaan; vaikka tarjoukseen tehdään muutoksia, vahvistuspäivä ei muutu. Jos tarjoukseen tehdään muutoksia, kampanjan hinnat ja estimaatit päivitetään ja ohjelmayhteyksille tehdään tilatarkistus.

Jo vahvistetun kampanjan lisätilauksissa kampanjan vahvistusaika on puolet alkuperäisestä tarjouksen voimassaoloajasta.

Verkko- ja mobiilimedia

Alustava varaus on voimassa 14 päivää tai kunnes kampanjan alkuun on 5 päivää, jonka jälkeen inventaari vapautetaan automaattisesti, jos varausta ei ole vahvistettu. Jos varaus tehdään alle 5 päivää ennen kampanjan alkua, pitää varaus tehdä vahvistettuna.

## 8. Tv- ja radiomainosaineiston esitysohjeet ja vastuu lähetysvirheistä

### TV

Mainokset toimitetaan internetin kautta lataamalla mainos videotiedostona [www.spotgate.fi](http://www.spotgate.fi) -sivustolla, jossa kerrotaan myös mainosten tarkat tekniset tiedot. Mainostajan tai mediatoimiston on toimitettava Sanomalle mainosta koskevat esitysohjeet riittävän selkeässä muodossa sähköisesti (OVT tai X4 Extranet) alla olevan tv-aikataulun mukaisesti.

| Esityspäivä | Aineisto ja esitysohjeet viimeistään |
|-------------|--------------------------------------|
| Maanantai   | Torstai klo 14:00                    |
| Tiistai     | Perjantai klo 14:00                  |
| Keskiviikko | Maanantai klo 14:00                  |
| Torstai     | Tiistai klo 14:00                    |
| Perjantai   | Keskiviikko klo 14:00                |
| Lauantai    | Torstai klo 14:00                    |
| Sunnuntai   | Torstai klo 14:00                    |

### Radio

Mainosaineisto ja esitysohjeet tulee toimittaa Sanoma Media Finlandille osoitteeseen [radiotrafiiikki@sanoma.fi](mailto:radiotrafiiikki@sanoma.fi) ao aikataulun mukaisesti:

| Esityspäivä | Aineisto ja esitysohjeet viimeistään |
|-------------|--------------------------------------|
| Maanantai   | Torstai klo 11:00                    |
| Tiistai     | Perjantai klo 11:00                  |
| Keskiviikko | Maanantai klo 11:00                  |
| Torstai     | Tiistai klo 11:00                    |
| Perjantai   | Keskiviikko klo 11:00                |
| Lauantai    | Keskiviikko klo 11:00                |
| Sunnuntai   | Keskiviikko klo 11:00                |

## 9. Ilmoitusaineistojen myöhästyminen ja ennakkotarkastus

### Printtijulkaisut

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

### Verkko- ja mobiilimedia

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

### TV ja radio

Määräajan jälkeen toimitetuista mainoksista tai esitysohjeista peritään pikatoimitusmaksuna 250 € + alv jokaiselta myöhästymispäivältä per myöhästynyt mainos. Juhlapyhien poikkeusaikatauluista tiedotetaan erikseen ja ovat nähtävissä mm X4 Extranetissa.

Mainostaja voi toimittaa mainoksen Sanomalle ennakkotarkastettavaksi. Ennakkotarkastuksessa mainos hyväksytään tarkastusajan tilanteen mukaisesti. Mainoksen esittäminen voidaan keskeyttää tai kieltää myöhemmin, mikäli mainos 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 ilmoituksesta. Mikäli näin ei tapahdu, tai

aineisto ei vastaa mainosten sisältöä koskevia vaatimuksia, Sanomalla on oikeus jättää se kokonaan esittämättä.

Mainostaja on kuitenkin velvollinen maksamaan koko varaamastaan lähetysajasta eikä ole oikeutettu vaatimaan korvausta esityksen lyhentämisestä tai poisjättämisestä, jos lyhentäminen tai poisjättäminen on aiheutunut yllä mainitusta syystä.

## 10. Peruutusehdot ja muutokset kampanjoihin

Sanoma pidättää itsellään oikeuden ilman korvausvelvollisuutta siirtää tai peruuttaa kampanja, mainosnäyttö, mainosaika tai aikavaraus erityisten syiden niin vaatiessa. Sanoma ilmoittaa tällaisista muutoksista Mainostajalle välittömästi sekä pyrkii antamaan muuttuneen tai peruuntuneen ajan tai mainosnäyttöjen tilalle uuden vastaavan ajan tai mainosnäytöt.

Ellei toisin sovita tai ellei valitusta mainosmuodosta muuta johdu, Mainostaja ei voi tehdä muutoksia varattuihin kampanjoihin, eikä vaikuttaa siihen, missä toimituksellisessa yhteydessä mainos näytetään.

### Mainostajaa koskevat seuraavat peruutusehdot:

#### Sanomalehdet

- *HS etusivu ja HS monikanavainen etusivu (printti + digikanavat):* Peruutukset on tehtävä 31 vuorokautta ennen julkaisua. Tämän jälkeen peruutuksista veloitetaan 50 % ilmoituksen nettohinnasta. Viimeisen varausajan jälkeen peruutetusta ilmoituksesta veloitetaan ilmoituksen nettointa.
- *Muut määräraikat, 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 nettointa.
- *Kampanjapaketit:* Peruutukset on tehtävä 7 vuorokautta ennen julkaisua. Tämän jälkeen peruutuksista veloitetaan 100 % kampanjahinnasta.
- *Muut varaukset:* Peruutukset on tehtävä ennen viimeistä varausaika. Tämän jälkeen peruutuksista veloitetaan ilmoituksen nettointa.

#### Aikakauslehdet

- *Määräraikat:* Peruutukset on tehtävä 31 vuorokautta ennen julkaisua. Tämän jälkeen peruutuksista veloitetaan 50 % ilmoituksen nettohinnasta. Viimeisen varausajan jälkeen peruutetusta ilmoituksesta veloitetaan ilmoituksen nettointa.
- *Muut varaukset:* Peruutukset on tehtävä ennen viimeistä varausaika. Tämän jälkeen peruutuksista veloitetaan ilmoituksen nettointa.

#### Ilmoitusliitteet:

- Peruutukset on tehtävä 31 vuorokautta ennen julkaisupäivää. Kuukausiliitteen liitteiden peruutus pitää tehdä kuitenkin neljä (4) kuukautta ennen julkaisupäivää. Tämän jälkeen veloitetaan 50 % jakelun nettohinnasta. Aineistopäivän jälkeen perutetuista ilmoitusliitteistä veloitetaan jakelun nettointa.

#### Verkko- ja mobiilimedia

- 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
- Mikäli kampanja perutaan 3 vuorokautta tai vähemmän ennen aiottua aloituspäivää, veloitetaan 100 % kampanjan nettohinnasta

### Televisio

- 31 vuorokautta tai enemmän ennen kampanjan alkua 25 %
- 15–30 vuorokautta ennen kampanjan alkua 50 %
- 14 vuorokautta tai vähemmän ennen kampanjan alkua 100 %

### Radio

- 8 vuorokautta tai enemmän ennen kampanjan alkua 25 %
- 7 vuorokautta tai vähemmän ennen kampanjan alkua 100 %

### Ohjelmayhteistyöt tai promootiot

- Mikäli kampanja/yhteistyö perutaan 31 vuorokautta tai aikaisemmin Sanoma laskuttaa 50 % yhteistyön hinnasta. Mikäli peruutus tehdään 30 vuorokautta tai vähemmän 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.

### Muutokset tv- ja radio -kampanjoihin

#### *Muutokset tarjoustilaiseen kampanjaan*

Jos tarjoustilaiseen kampanjaan tehdään spottipituuden muutoksia, ei spottipituuden lyhentyessä kampanjalle suoriteta tilatarkastusta, vaan hinnat päivitetään pituuskertoimien mukaisesti. Tarjouksen alkuperäinen voimassaoloaika, mahdollinen aikaisen vahvistajan etu ja itsepalvelukorvaus säilyvät. Jos spottipituus pitenee, päivitetään kampanjan kaikki esitysrivit (estimaatit, hinnat ja tilatarkastus). Jos kampanjaan ostetaan lisää esityksiä, eikä tehdä muita muutoksia nykyisille esitysriveille, ei kampanjaa päivitetä ja tarjouksen alkuperäinen voimassaoloaika, mahdollinen aikaisen vahvistajan etu ja itsepalvelukorvaus säilyvät.

#### *Muutokset vahvistettuun kampanjaan*

Mikäli vahvistettuun kampanjaan halutaan tehdä spottipituuden muutoksia, tulee alkuperäinen vahvistettu budjetti säilyttää. Jos spotin pituutta lyhennetään, kampanjalle ei suoriteta tilatarkastusta, vaan hinnat päivitetään pituuskertoimien mukaisesti. Jos spotin pituutta pidennetään, kampanjan kaikki esitysrivit päivitetään (estimaatit, hinnat ja tilatarkastus) ja alkuperäisen ja uuden budjetin erotuksella voidaan ostaa lisää mainosesityksiä. Loppuunmyytyinä ajankohtina ei kuitenkaan ole mahdollista ostaa lisäesityksiä, jolloin kampanjan alkuperäinen budjetti laskutetaan asiakkaalta. Jos vahvistettuun kampanjaan ostetaan lisää esityksiä, mutta ei tehdä muita muutoksia, esitysrivejä ei päivitetä ja mahdollinen aikaisen vahvistajan etu ja itsepalvelukorvaus säilyvät.

## **11. Laskutus ja maksuehdot**

Verkkomedian kampanjat laskutetaan kampanjan alettua. Printti-, tv- ja radiokampanjat laskutetaan jälkikäteen. Tv- ja radiokampanjat laskutetaan viikon jaksoissa (ma–su) mainoksen todellisen lähetysajan perusteella niin, että vähintään peritään vahvistetun aikavarauksen mukainen hinta. Laskuun lisätään kulloinkin voimassa olevan hinnaston mukainen laskutuslisä sekä kulloinkin voimassaoleva arvonlisävero. Maksun viivästyksestä peritään viivästysajalta 10 prosentin vuotuinen viivästyskorko. Muistutus virheellisestä laskusta on tehtävä viimeistään kahdeksan vuorokautta kuluessa laskun päiväyksestä.



Maksuajat ovat määritetty eri medioiden osalta alla olevassa taulukossa:

| Media  | Yritykset    | Mainos- ja mediatoimisto | Kuluttajat   |
|--|--------------|--------------------------|--------------|
| Helsingin Sanomat, Ilta-Sanomat, HS Metro, Sanoma Lifestyle, Kids Media, Blue Wings, Verkkomedia | 10 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 7 vuorokautta, netto.

Toiminnallisen ja laatuysteistyösopimuksen tehneiden ja luottokelpoisuus-kriteerin täyttävien (IYN tai vakuus Sanomalle) mainos- ja mediatoimistojen maksuaika on 14 vuorokautta -1 %, 30 vuorokautta netto.

## 12. Oikeus käyttää mainontaa

Ellei Mainostaja ole kirjallisesti toisin ilmoittanut viimeistään toimittaessaan mainosmateriaalia Sanomalle, ensiesityksen jälkeen Sanomalla on oikeus siirtää mainos kovalevyille tai muulle tallennusalustalle ja käyttää sitä esittely-, koulutus- ja tutkimuskoosteissa, sekä omilla internet- ja extranet-sivuillaan. Sanomalla ei ole oikeutta käyttää mainosta kaupallisiin tarkoituksiin muissa viestimissä.

## 13. 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.

## 14. 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 3 tai 4 rikkomisella.

## 15. Sopimuksen voimassaolo ja päättyminen

Sopimus astuu voimaan, kun Mainostaja on kirjallisesti (esim. sähköpostitse) hyväksynyt Sanoman antaman tarjouksen tai kun Sanoma on kirjallisesti (esim. sähköpostitse) vahvistanut hyväksyvänsä Mainostajan tekemän tilauksen. Sopimus on voimassa osapuolten sopiman kampanja-ajan päättymisen saakka, ellei näiden myyntiehtojen kohdasta 1 tai osapuolten sopimista erityisehdoista muuta johdu.

Osapuoli saa purkaa tämän sopimuksen välittömästi 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 4 ehtoja, Sanomalla on oikeus keskeyttää Mainostajan kampanja välittömästi 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.

## 16. Hinnat

Sanoma pidättää itsellään oikeuden julkaisemiensa hintojen muuttamiseen. Hintojen korotus koskee myös tehtyjä mainosvarauksia, mikäli Sanoma ei ole tehnyt Mainostajalle toisenlaista sitovaa tarjousta. Mainostajalla on tällöin 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 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.

## 17. Luottamuksellisuus

Osapuolet sitoutuvat pitämään salassa tämän toisiltaan saamat sellaiset aineistot ja sellaiset toista osapuolta tai tämän toimintaa koskevat tiedot, jotka on luottamuksellisiksi merkitty tai sellaiseksi 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.

## 18. 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 eräänntyneiden saataviensa maksamiseksi.

## 19. Alihankkijat

Mainostaja vastaa käyttämistään järjestelmistä sekä alihankkijoidensa toimista kuin omistaan. Mainostaja huolehtii siitä, että alihankkija on tietoinen tämän sopimuksen ehdoista ja noudattaa niitä.

## 20. 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.

## 21. Erimielisyydet

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

Sanoma pidättää oikeuden näiden myyntiehtojen muutoksiin.