

ZASADY OGÓLNE EMISJI REKLAM NA NOŚNIKACH CITYINFO TV

I. POSTANOWIENIA OGÓLNE

§ 1.

Ilekróć w niniejszych Zasadach Ogólnych Emisji Reklam na Nośnikach Cityinfo TV lub w Zamówieniu stosuje się poniższe określenia i definicje, należy je rozumieć jak następuje:

1. „**Zasady Ogólne**” - niniejsze zasady ogólne emisji reklam na nośnikach Cityinfo TV;
 2. „**Zleceniodawca**” - osoba fizyczna, osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej zlecająca przeprowadzenie Kampanii reklamowej na nośnikach Cityinfo TV;
 3. „**Zleceniobiorca**” - Art Marketing Syndicate S.A. (AMS S.A. lub AMS) z siedzibą w Warszawie, ul. Bobrowiecka 1, 00-728 Warszawa, NIP 782-00-21-306, REGON 630933936, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000079299, kapitał zakładowym w wysokości 9.797.370,00 zł. wpłacony w całości;
 4. „**Strona**” – Zleceniodawca lub Zleceniobiorca;
 5. „**Nośniki Cityinfo TV**” – ekrany LCD o wielkości monitora 19 cali i rozdzielczości 1280x900 zamontowane w wagonach warszawskiego metra;
 6. „**Reklama**” - materiał reklamowy lub o innym charakterze, w formie i formacie wymaganych przez Zleceniobiorcę, bez dźwięku, o długości 5 sekund lub stanowiącej wielokrotność 5 sekund;
 7. „**Blok informacyjno – reklamowy**” – emitowana na Nośnikach Cityinfo TV pętla informacyjno – reklamowa o określonej przez Zleceniobiorcę strukturze, trwająca 5 minut każda, z czego Reklamy nie mogą stanowić 50 % czasu jednej pętli;
 8. „**Częstotliwość Emisji**” – częstotliwość Emisji Reklam w ciągu jednej godziny, od 1 do 12 Emisji na godzinę;
 9. „**Emisja**” – świadczona przez Zleceniobiorcę usługa emisji Reklam na Nośnikach Cityinfo TV zamontowanych w wagonach warszawskiego metra eksploatowanych w okresie trwania danej Kampanii reklamowej, zgodnie z ustaloną w Zamówieniu Częstotliwością Emisji przez siedem kolejnych dni lub przez okres stanowiący wielokrotność siedmiu dni w Blokach informacyjno - reklamowych, w godzinach rozkładu jazdy warszawskiego metra.
 10. „**Kampania reklamowa**” – ogół czynności wykonywanych przez Zleceniobiorcę w celu przeprowadzenia Emisji Reklam i czynności wykonywanych podczas samej Emisji;
 11. „**Zamówienie**” – umowa dotycząca zlecenia wykonania Kampanii reklamowej, zawarta na piśmie pomiędzy Zleceniodawcą a Zleceniobiorcą na obowiązującym u Zleceniobiorcy formularzu wraz z załącznikami i aneksami;
-

-
12. „Zapytanie ofertowe” - (brief) – zapytanie składane Zleceniobiorcy przez Zleceniodawcę dotyczące warunków przeprowadzenia konkretnie wskazanej Kampanii reklamowej;
 13. „Grupa Kapitałowa Agora” – spółka Agora S.A. wraz z wszystkimi spółkami zależnymi od Agora S.A.;
 14. „Dzień roboczy” - każdy dzień tygodnia, z wyłączeniem sobót, niedziel i dni ustawowo wolnych od pracy.

§ 2.

1. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za treść emitowanych Reklam.
2. Po stronie Zleceniodawcy pozostaje zapewnienie, że ma on prawo posługiwać się użytymi w zleconych do Emisji Reklamach informacjami, danymi, znakami towarowymi oraz wszelkimi pozostałymi elementami chronionymi prawem. Złożenie przez Zleceniodawcę Zamówienia jest równoznaczne z oświadczeniem Zleceniodawcy, że powyższy obowiązek został spełniony, zaś zlecone do Emisji Reklamy nie są sprzeczne z prawem (m. in. z zakazami reklamy, dotyczącymi np. gier hazardowych, napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych) lub dobrymi obyczajami, jak też, że złożenie Zamówienia nie narusza przepisów o zamówieniach publicznych. Zleceniodawca ponadto oświadcza i gwarantuje, że Emisja Reklamy nie wiąże się z obowiązkiem zapłaty przez Zleceniobiorcę jakiegokolwiek wynagrodzenia, w szczególności tantiem na rzecz twórców i/ lub podmiotów praw pokrewnych uczestniczących przy tworzeniu i produkcji Reklamy, pobieranych przez nich bezpośrednio lub za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i prawami pokrewnymi.
3. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia lub odmowy prowadzenia dalszej Emisji Reklamy bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu, jeżeli:
 - a) Reklama dotyczy alkoholu,
 - b) Reklama jest sprzeczna z przepisami prawa, (m.in. z zakazami reklamy, dotyczącymi np. gier hazardowych, napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych), dobrymi obyczajami, lub może prowadzić do naruszenia jakichkolwiek praw osób trzecich lub uzasadnionych interesów Zleceniobiorcy, uchybia godności człowieka lub z innych przyczyn może być uznana za czyn nieuczciwej konkurencji,
 - c) osoba trzecia lub uprawniony do tego organ zgłosi na piśmie zastrzeżenia dotyczące treści Reklamy,
 - d) instytucja powołana do czuwania nad przestrzeganiem zasad etyki mediów lub etyki reklamy, zgłosi zastrzeżenia dotyczące Reklamy.
4. Zleceniobiorcy przysługuje także prawo niewyemitowania Reklamy w uzgodnionym terminie z przyczyn technicznych, programowych lub innych uzasadnionych powodów. Odmowa lub wstrzymanie Emisji Reklamy z przyczyn określonych powyżej nie skutkuje obowiązkiem zapłaty przez Zleceniobiorcę jakiegokolwiek odszkodowania na rzecz Zleceniodawcy.
5. W przypadku, gdyby Emisja Reklamy spowodowała naruszenie jakichkolwiek przepisów prawa lub praw osób trzecich, a w szczególności: dóbr osobistych, praw autorskich lub praw pokrewnych, praw do znaków towarowych lub stanowiła czyn

nieuczciwej konkurencji, Zleceniodawca zobowiązuje się do pokrycia wszelkich szkód i zaspokojenia jakichkolwiek roszczeń zarówno osób trzecich jak i Zleceniobiorcy. Zleceniodawca zobowiązany jest ponadto do zwrotu Zleceniobiorcy wszelkich kwot, które ten zobowiązany będzie ponieść tytułem jakichkolwiek świadczeń, opłat lub kar, wskutek Emisji Reklamy.

6. Zleceniodawca oświadcza, że wyraża zgodę na posługiwanie się przez Zleceniobiorcę przekazaną do Emisji Reklamą w celach marketingowych i autopromocyjnych Zleceniobiorcy. Powyższa zgoda nie jest ograniczona ani czasowo, ani terytorialnie.

II. WARUNKI REALIZACJI ZAMÓWIEŃ KAMPANII REKLAMOWEJ NA NOŚNIKACH CITYINFO TV

§ 3.

1. Realizacja Kampanii reklamowej dokonywana jest w oparciu o Zamówienie, zgodnie z Zasadami Ogólnymi oraz w oparciu o obowiązujące przepisy prawa.
2. Zleceniodawca w formie pisemnej lub elektronicznej (na udostępnione adresy poczty elektronicznej) przesyła Zleceniobiorcy Zapytanie ofertowe, zawierające co najmniej poniższe dane:
 - a) dane Zleceniodawcy (pełna firma, którą posługuje się Zleceniodawca, NIP, adres),
 - b) nazwa produktu, usługi lub branży, której Reklama ma dotyczyć,
 - c) termin Emisji, czas Reklamy, oraz Częstotliwość Emisji.
3. W terminie do 1 Dnia roboczego od otrzymania Zapytania ofertowego, Zleceniobiorca przedstawi Zleceniodawcy ofertę realizacji Kampanii reklamowej, a jeżeli w dniu otrzymania Zapytania ofertowego Zleceniobiorca nie dysponuje koniecznym wolnym czasem w Blokach informacyjno reklamowych, Zleceniobiorca wskaże Zleceniodawcy najbliższy możliwy termin realizacji Kampanii reklamowej.
4. W terminie do 1 Dnia roboczego od dnia otrzymania oferty, Zleceniodawca ma obowiązek pisemnie lub elektronicznie (na udostępnione adresy poczty elektronicznej) poinformować Zleceniobiorcę, czy akceptuje przedstawioną przez Zleceniobiorcę ofertę. Wraz z otrzymaniem oświadczenia Zleceniodawcy o akceptacji oferty Zleceniobiorca dokonuje na rzecz Zleceniodawcy rezerwacji czasu w Blokach informacyjno – reklamowych zgodnie z treścią oferty.
5. Zleceniodawca zobowiązany jest doręczyć Zleceniobiorcy Zamówienie prawidłowo wypełnione i podpisane przez osobę należycie umocowaną do reprezentowania Zleceniodawcy. Zamówienie to musi być dostarczone Zleceniobiorcy nie później niż na 14 Dni roboczych przed planowaną Emisją. Przyjmowane będą jedynie Zamówienia złożone na standardowym obowiązującym u Zleceniobiorcy formularzu.
6. Niezaakceptowanie przez Zleceniodawcę oferty lub niedoręczenie Zleceniobiorcy Zamówienia, zgodnie z treścią ust. 5 niniejszego paragrafu, a w szczególności niedochowanie wskazanego tam terminu, zwalnia Zleceniobiorcę z obowiązku rezerwacji i jest uważane za rezygnację przez Zleceniodawcę z Zamówienia.
7. Zleceniobiorca ma prawo powierzyć w całości lub w części wykonanie Kampanii reklamowej podwykonawcom.

§ 4.

1. Zleceniobiorca jest uprawniony do czasowej przerwy w Emisji z przyczyn technicznych. Zleceniobiorca dołoży najwyższej staranności, aby wskazane wyżej przerwy w Emisji trwały możliwie najkrócej. Przerwy w Emisji z przyczyn technicznych nie mają wpływu na ocenę wykonania przez Zleceniobiorca zobowiązań w zakresie Emisji Reklam. Emisja odbywać się będzie niezwłocznie po ustaniu przyczyn uniemożliwiających świadczenie usług.
2. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności wobec Zleceniodawcy za niewykonanie lub nienależyte wykonanie usługi Kampanii reklamowej z przyczyn leżących po stronie osób trzecich ani spowodowanych działaniami siły wyższej.
3. W przypadku, gdy przerwa w świadczeniu usług Emisji z przyczyn technicznych, jest dłuższa niż 1 godzina jednorazowo lub 24 godziny w ciągu jednego tygodnia świadczenia usług, Zleceniobiorca zobowiązuje się do dodatkowej Emisji w wymiarze proporcjonalnym do okresu, w którym usługi te nie były świadczone.

§ 5.

1. Reklamę w formie gotowej do Emisji Zleceniodawca zobowiązany jest dostarczyć Zleceniobiorcy łącznie z Zamówieniem lub najpóźniej na 3 Dni robocze przed planowaną Emisją.
 2. Zleceniodawca dostarczy Reklamę:
 - a) na nośniku CD-ROM lub DVD na adres AMS S.A., ul. Bobrowiecka 1, 00-728 Warszawa,
 - b) poprzez łącze <ftp.ams.com.pl>, posługując się loginem i hasłem każdorazowo generowanym przez Zleceniobiorcę dla danego Zleceniodawcy.
 3. Reklama przeznaczona do Emisji powinna spełniać następujące wymagania techniczne:
 - a) Reklama w formie statycznej planszy w formacie JPEG, GIF, PNG, szerokość x wysokość 1280 x 900 pikseli,
 - b) Reklama w formie video w formacie WMV; MPEG1/2, WMA/WMF, H.264, XVID (AVI), szerokość x wysokość 1280 x 900 pikseli,
 - c) Reklama w formie flash w formacie swf, szerokość x wysokość 1280 x 900 pikseli.
 4. Dostarczenie przez Zleceniodawcę Reklamy zostanie potwierdzone przez Zleceniobiorcę w formie pisemnej lub elektronicznej (na udostępnione adresy poczty elektronicznej).
 5. Niedotrzymanie przez Zleceniodawcę terminu dostarczenia Reklamy powoduje nie wyemitowanie zamówionej Reklamy z jednoczesnym obciążeniem Zleceniodawcy pełnymi kosztami zamówionej Kampanii reklamowej.
 6. Weryfikacji dostarczonych Reklam i oceny ich zgodności z wymaganiami technicznymi dokonuje Zleceniobiorca.
 7. Wszelkie odstępstwa od wymogów technicznych Reklam są dopuszczalne są wyłącznie za zgodą Zleceniobiorcy i na wyłączne ryzyko Zleceniodawcy na podstawie odrębnego pisemnego oświadczenia.
 8. Niedotrzymanie terminu dostarczenia Zamówienia bądź Reklamy oraz wszelkie inne uchybienia formalne Zamówienia zwalniają Zleceniobiorcę z obowiązku jego realizacji oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.
 9. Zleceniobiorca zobowiązany jest zwrócić Zleceniodawcy po zakończeniu Kampanii reklamowej dostarczony przez niego nośnik zawierający Reklamę wyłącznie na podstawie
-

pisemnego żądania Zleceniodawcy zgłoszonego nie później niż w terminie dwóch tygodni od zakończenia Emisji.

10. Zleceniobiorca ma wyłączne prawo do decydowania o kolejności emitowanych Reklam oraz o rodzaju i formie emitowanych na Nośnikach Cityinfo TV treści redakcyjnych.

§ 6.

1. Zleceniodawca w terminie do 1 dnia przed rozpoczęciem Emisji może odstąpić od całości lub części Zamówienia poprzez złożenie Zleceniobiorcy pisemnego oświadczenia, z zastrzeżeniem postanowień poniższych.
2. Oświadczenie o odstąpieniu od Zamówienia nie powoduje po stronie Zleceniodawcy konsekwencji finansowych, jeżeli nastąpiło w okresie do 14 (czternastu) dni przed terminem zaplanowanej pierwszej Emisji.
3. Oświadczenie o odstąpieniu od Zamówienia otrzymane przez Zleceniobiorcę po terminie określonym w ust. 2 niniejszego paragrafu, powoduje obowiązek zapłaty przez Zleceniodawcę na rzecz Zleceniobiorcy kar umownych w następującej wysokości:
 - a) 25 % kwoty netto wynagrodzenia z Kampanią reklamową – jeżeli odstąpienie nastąpiło w okresie od 13 do 7 dnia przed terminem zaplanowanej pierwszej Emisji,
 - b) 50 % kwoty netto wynagrodzenia z Kampanią reklamową – jeżeli odstąpienie nastąpiło w okresie od 6 do 3 dnia przed terminem zaplanowanej pierwszej Emisji,
 - c) 75 % kwoty netto wynagrodzenia z Kampanią reklamową – jeżeli odstąpienie nastąpiło w okresie od 2 do 1 dnia przed terminem zaplanowanej pierwszej Emisji.
4. Płatność powyższych kar umownych nastąpi na podstawie otrzymanej przez Zleceniodawcę noty księgowej w terminie 14 dni od jej otrzymania.
5. Zleceniobiorcy do pierwszego dnia Emisji, przysługuje prawo odstąpienia od Zamówienia, bez ponoszenia jakiejkolwiek odpowiedzialności z tego tytułu, w przypadku gdy Zleceniobiorca uzyska informację o wymagalnych i niezrealizowanych zobowiązaniach Zleceniodawcy w stosunku do jakiejkolwiek spółki wchodzącej w skład Grupy Kapitałowej Agora.
6. W przypadku odstąpienia Zleceniobiorcy od Zamówienia zgodnie z ust. 5 niniejszego paragrafu, Zleceniodawcy nie przysługuje jakiejkolwiek roszczenie związane ze zwrotem kosztów produkcji Reklam i innych kosztów związanych z Zamówieniem, oraz nie stosuje się postanowień ust. 3 niniejszego paragrafu.

III. WYNAGRODZENIE

§ 7.

1. Za zleconą do wykonania Kampanią reklamową Zleceniodawca zobowiązany jest zapłacić Zleceniobiorcy wynagrodzenie.
2. Wynagrodzenie Zleceniobiorcy za przeprowadzenie Kampanii reklamowej jest ustalane na podstawie cennika (zawierającego ceny i rabaty) obowiązującego w dniu złożenia przez Zleceniodawcę Zamówienia.
3. Wynagrodzenie Zleceniobiorcy jest płatne z dołu w terminie 14 dni od dnia wystawienia faktury VAT, chyba, że Strony postanowią inaczej w Zamówieniu. Zleceniobiorca wystawi Zleceniodawcy fakturę VAT w ostatnim dniu Emisji.
4. Zleceniodawca jest zobowiązany do terminowej zapłaty wynagrodzenia na rachunek bankowy wskazany odpowiednio albo w fakturze albo w Zamówieniu. Uchybienie terminowi płatności spowoduje naliczenie odsetek ustawowych za cały okres opóźnienia.

-
5. Za dzień zapłaty wynagrodzenia przyjmuje się dzień uznania rachunku bankowego Zleceniobiorcy pełną kwotą należnego Zleceniobiorcy wynagrodzenia.
 6. W przypadku niedotrzymania terminu płatności, o którym mowa w ust. 3 powyżej, Zleceniobiorca ma prawo odmówić przyjęcia Zamówienia na Emisję następnych Reklam Zleceniodawcy.
 7. W przypadku Emisji Reklam o charakterze cyklicznym, w ramach jednego złożonego przez Zleceniodawcę Zamówienia, Zleceniobiorca ma prawo wstrzymać się z realizacją kolejnych Kampanii reklamowych, w tym Emisji Reklam z zamówionego przez Zleceniodawcę cyklu, jeżeli wynagrodzenie Zleceniobiorcy z tytułu realizacji poprzedniej Emisji lub cyklu Emisji nie zostało zapłacone w terminie, niezależnie od uprawnienia do naliczania odsetek ustawowych za cały okres opóźnienia.

IV. REKLAMACJE

§ 8.

1. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji Kampanii reklamowej Zleceniodawca powinien zgłaszać Zleceniobiorcy wyłącznie na piśmie, w terminie 2 dni od dnia powzięcia informacji o nieprawidłowym przebiegu Kampanii reklamowej. Reklamacja powinna zawierać opis wad lub usterek Emisji Reklam w stosunku do warunków Zamówienia.
2. W przypadku niedotrzymania terminu zgłoszenia reklamacji, o którym mowa w ust. 1, jak też niezachowania formy pisemnej, reklamacja nie będzie podlegała rozpatrzeniu przez Zleceniobiorcę.
3. Jeżeli reklamacja jest uzasadniona, Zleceniobiorca, po konsultacjach ze Zleceniodawcą, według własnego wyboru i możliwości, zobowiązany jest do realizacji rekompensaty.
4. W każdym przypadku o sposobie rozpatrzenia reklamacji Zleceniobiorca zobowiązany jest poinformować na piśmie Zleceniodawcę w terminie 5 Dni roboczych od dnia jej złożenia.
5. Złożenie reklamacji nie zwalnia Zleceniodawcy z obowiązku zapłaty wynagrodzenia przysługującego Zleceniobiorcy z tytułu zrealizowanej Kampanii Reklamowej. W przypadku braku płatności ze strony Zleceniodawcy stosuje się odpowiednio postanowienia § 7 ust. 4, 6 i 7 Zasad Ogólnych.

V. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

§ 9.

1. Wszelkie spory mogące wynikać na tle wykonywania danego Zamówienia będą rozstrzygane w drodze negocjacji, a w ostateczności zostaną poddane pod rozstrzygnięcie sądu powszechnego właściwego miejscowo dla siedziby Zleceniobiorcy.
2. Z zastrzeżeniem postanowień ust. 4 niniejszego paragrafu zarówno Zleceniobiorca, jak i Zleceniodawca nie mogą bez uprzedniej pisemnej zgody drugiej Strony ujawniać jakiegokolwiek osobie trzeciej informacji dotyczących treści Zamówienia, jak i innych informacji uzyskanych od drugiej Strony w związku ze zleceniem wykonania Kampanii reklamowej. Informacje te traktowane są jako tajemnica przedsiębiorstwa Stron. Obowiązek zachowania poufności nie jest ograniczony czasowo.
3. W przypadku naruszenia obowiązku zachowania poufności, odpowiednia Strona będzie miała prawo żądać od Strony naruszającej powyższy obowiązek zapłaty kary umownej w wysokości 10.000 zł (słownie: dziesięć tysięcy złotych). Płatność powyższej kary umownej nastąpi na podstawie otrzymanej przez Stronę zobowiązaną do zapłaty, noty

-
- księgowej w terminie 14 dni od jej otrzymania. Niezależnie od prawa żądania zapłaty kary umownej Strona uprawniona ma prawo na zasadach ogólnych dochodzenia naprawienia szkody wynikającej z naruszenia obowiązku zachowania poufności.
4. Zobowiązanie do zachowania poufności nie dotyczy obowiązku przekazania informacji uprawnionym do tego organom państwowym lub osobom mającym do tego umocowanie w przepisach prawa oraz nie dotyczy przekazywania przez Zleceniobiorcę informacji poufnych podmiotom dominującym, zależnym i powiązanym.
 5. Zleceniodawca wyraża zgodę na otrzymywanie od Zleceniobiorcy informacji handlowych za pośrednictwem środków komunikacji i oświadcza, że ww. zgoda dotyczy wszystkich udostępnionych przez Zleceniodawcę oznaczeń środków komunikacji elektronicznej.
 6. Przeniesienie praw i obowiązków Zleceniodawcy wynikających z Zamówienia na podmiot trzeci wymaga uprzedniego uzyskania od Zleceniobiorcy pisemnej zgody.
 7. Zleceniodawca oświadcza, że nie będzie dokonywał potrąceń jakichkolwiek swoich wierzytelności z wierzytelnościami Zleceniobiorcy, chyba że Strony zgodnie postanowią inaczej.
 8. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian w niniejszych Zasadach Ogólnych. Zmiany Zasad Ogólnych zostaną umieszczone na stronie internetowej www.ams.com.pl, a o fakcie wprowadzenia zmian Zleceniodawca zostanie poinformowany w formie elektronicznej (na udostępnione adresy poczty elektronicznej). Jeżeli w ciągu dwóch tygodni licząc od dnia otrzymania informacji o dokonanych zmianach Zasad Ogólnych, Zleceniodawca nie wyrazi pisemnie sprzeciwu, uważa się, że wyraził zgodę na zmianę Zasad Ogólnych. Jeżeli zaś Zleceniodawca sprzeciwi się akceptacji wprowadzonych zmian Zasad Ogólnych, Strony będą kontynuować realizację aktualnie obowiązującego Zamówienia wedle dotychczas obowiązujących ich Zasad Ogólnych.
 9. W przypadku zaistnienia różnic pomiędzy treścią niniejszych Zasad Ogólnych, a treścią Zamówienia rozstrzygające znaczenie mają postanowienia Zamówienia.
 10. Niniejsze „Zasady Ogólne Emisji Reklam na Nośnikach Cityinfo TV” wchodzi w życie z dniem 01.09.2008 roku, a niniejsza wersja obowiązuje od dnia 30 kwietnia 2010 roku.
 11. W sprawach nieuregulowanych w niniejszych Zasadach Ogólnych zastosowanie mają odpowiednie przepisy Kodeksu Cywilnego oraz właściwe powszechnie obowiązujące przepisy prawa.