

## Warunki ogólne

### zamieszczania reklam w publikacjach i serwisach internetowych spółek Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media S.A. z dnia 28 sierpnia 2019 roku

#### DEFINICJE

##### § 1

Ilekoć w niniejszym dokumencie pojawiają się niżej wymienione określenia należy je rozumieć zgodnie z nadanym im wyjaśnieniem:

- 1) Warunki Ogólne – niniejszy dokument określający warunki przyjmowania i zamieszczania Reklam w Publikacjach i Serwisach Internetowych spółek Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media S.A.
- 2) Warunki Techniczne – dokument określający warunki techniczne zamieszczania reklam w Publikacjach lub Serwisach Internetowych poszczególnego Wydawców, ustalany przez danego Wydawcę, dostępny w biurze reklamy i na stronie internetowej danego Wydawcy.
- 3) Grupa Kapitałowa PMPG Polskie Media S.A., GK PMPG Polskie Media S.A. – grupa powiązanych spółek w skład której wchodzi podmiot dominujący spółka pod firmą PMPG Polskie Media S.A. z siedzibą w Warszawie przy ul. Aleje Jerozolimskie 212, 02-486 Warszawa (KRS: 0000051017) oraz spółki zależne, w szczególności:
  - a) Agencja Wydawniczo-Reklamowa „WPROST” sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. al. Jerozolimskie 212, 02-486 Warszawa (KRS: 0000008283),
  - b) Orle Pióro sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Aleje Jerozolimskie 212, 02-486 Warszawa (KRS: 0000279301),przy czym ilekoć w Warunkach Ogólnych jest mowa o Grupie Kapitałowej PMPG Polskie Media S.A. lub podmiotach wchodzących w jej skład to mowa jest również o spółkach będących brokerami reklamowymi Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media S.A., które faktycznie nie należą do tej grupy kapitałowej w rozumieniu właściwych przepisów prawa.
- 4) Wydawca – podmiot wchodzący w skład Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media S.A. wydający poszczególną Publikację lub Serwis Internetowy.
- 5) Zamawiający – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, prowadząca działalność gospodarczą, która zgłosi zamówienie publikacji Reklamy w Publikacji lub Serwisie Internetowym.
- 6) Publikacja – czasopismo lub inny materiał drukowany, ukazujące się w sposób regularny, w określonych odstępach czasu lub w sposób nieregularny, okazjonalny, wydawane przez Wydawcę.
- 7) Serwis Internetowy – grupa powiązanych ze sobą stron internetowych udostępnianych przez Wydawcę, których odbiór możliwy jest za pomocą przeglądarki internetowej, zawierający m.in. treści, pliki graficzne oraz multimedialne.
- 8) Reklama – płatna informacja, zachęcająca do nabycia towaru lub usługi, zamieszczona (mająca być przedmiotem zamieszczenia) w Publikacji lub Serwisie Internetowym, przygotowana przez Zamawiającego zgodnie z obowiązującymi w poszczególniej Publikacji lub Serwisie Internetowym Warunkami technicznymi, zgodna z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa oraz zasadami współżycia społecznego.
- 9) Materiał Reklamowy – nadający się do zamieszczenia w Publikacji lub w Serwisie Internetowym jako Reklama materiał, przygotowany przez Zamawiającego zgodnie z Warunkami technicznymi odpowiednimi dla danej Publikacji lub Serwisu Internetowego.

## **POSTANOWIENIA OGÓLNE**

### **§ 2**

1. Warunki Ogólne dotyczą przyjmowania i zamieszczania Reklam w Publikacjach i Serwisach Internetowych Wydawców. Podstawę realizacji zamówienia przez Wydawcę stanowią umowy zawierane z Zamawiającym na podstawie niniejszych Warunków Ogólnych. Zawierając umowę strony doręczają sobie wzajemnie kopie aktualnych odpisów z właściwych rejestrów dokumentujące istnienie firmy, sposób jej reprezentacji oraz uprawnienia dla osób zawierających umowę do jej zawarcia.
2. W wypadku podjęcia się przez Wydawcę innych usług, niż standardowe wymienione w ust. 1, szczegółowe warunki dostarczenia materiałów reklamowych przez Zamawiającego, terminy i sposób realizacji zamówienia, wycenę i sposób płatności określa stosowna umowa, a w kwestiach w niej nie unormowanych stosowane będą odpowiednio postanowienia niniejszych Warunków Ogólnych.

## **REKLAMA, MATERIAŁ REKLAMOWY, ODPOWIEDZIALNOŚĆ**

### **§ 3**

1. Wydawcy nie ponoszą odpowiedzialności za treść Reklam zamieszczonych w Publikacjach lub Serwisach Internetowych.
2. Wydawcy uprawnieni są do akceptowania Materiału Reklamowego i zawartości Reklam zamieszczanych w Publikacjach i Serwisach Internetowych i mogą odmówić ich publikacji bez podania przyczyny, w szczególności w przypadku gdy będą zawierały treści naruszające obowiązujące przepisy prawa bądź dobre obyczaje, linię programową Publikacji lub Serwisu Internetowego, ze względu na charakter publikacji, lub będą konkurencyjne w stosunku do działalności prowadzonej przez podmioty wchodzące w skład Grupy Kapitałowej PMPG Polskie Media S.A.
3. Zamawiający dostarczając Materiał Reklamowy zapewnia, że ten Materiał Reklamowy nie narusza czyichkolwiek praw autorskich lub wydawniczych, praw własności przemysłowej, dobrych obyczajów i nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji, praw do wizerunku i innych chronionych dóbr a w szczególności, że dostarczając tekst i materiał ilustracyjny (rysunki, fotografie etc.) dysponuje zgodą twórcy na rozporządzenie jego utworem w zakresie niezbędnym do realizacji zamówienia oraz że przekazany materiał nie podlega zarządowi lub pośrednictwu organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi.
4. Zamawiający zobowiązany jest do naprawienia wszelkich szkód poniesionych przez Wydawcę, pracowników Wydawcy lub podmioty wchodzące w skład GK PMPG Polskie Media S.A. w związku z publikacją Reklamy, a także do poniesienia lub zwrotu wszelkich kosztów postępowań spornych, sądowych, w tym kosztów zastępstwa procesowego oraz wszelkich innych uzasadnionych kosztów Wydawcy, pracowników Wydawcy lub podmiotów wchodzących w skład GK PMPG Polskie Media S.A. powstałych w związku z roszczeniami osób trzecich. Zamawiający zobowiązany jest do poniesienia opłat na rzecz organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi.
5. W przypadku wniesienia przez osobę trzecią roszczeń w stosunku do Wydawcy, pracowników Wydawcy lub podmiotów wchodzących w skład GK PMPG Polskie Media S.A. w związku z publikacją Reklamy Zamawiający zobowiązany jest do zwolnienia Wydawcy, pracowników Wydawcy lub podmiotów wchodzących w skład GK Polskie Media PMPG S.A. z obowiązku świadczenia wobec osoby trzeciej, zgodnie z art 392 kodeksu cywilnego.
6. W przypadku Reklamy w Serwisach Internetowych to Reklamy te są emitowane w okresach czasowych lub do osiągnięcia określonej ilości odsłon (w/g metodologii narzędzi Google) lub w okresach czasowych i do osiągnięcia określonej ilości odsłon, przy czym jeśli w umowie między Zamawiającym a Wydawcą wprost nie wskazano inaczej to Reklamy te są emitowane naprzemiennie z reklamami innych reklamodawców. Strony w umowie mogą uregulować odmiennie zasady emitowania Reklamy, w szczególności emitować Reklamę do osiągnięcia określonej ilości kliknięć (wynagradzanie za określoną ilość kliknięć przez użytkownika w

Reklamę) lub do osiągnięcia określonej ilości działań wykonanych przez użytkowników (wynagrodzenie za określoną ilość ustalonych aktywności użytkownika w kontekście Reklamy).

#### **§ 4**

1. Jeżeli w umowie nie postanowiono inaczej, Zamawiający zobowiązany jest dostarczyć Wydawcy, na własny koszt i ryzyko, gotowy Materiał Reklamowy przygotowany zgodnie z Warunkami Technicznymi odpowiednimi dla poszczególnej Publikacji lub Serwisu Internetowego, stanowiącymi załącznik do umowy lub zamówienia w terminie - w przypadku Publikacji - określonym harmonogramem emisji reklam, w przypadku Serwisu Internetowego - najpóźniej na 3 dni przed datą planowanej emisji Reklamy. Odpowiednie "Warunki techniczne" poszczególnych Publikacji lub Serwisów internetowych dostępne są w Biurach Reklamy Wydawców, których dotyczą oraz na stronach internetowych tychże Wydawców. Zamawiający może zlecić zamieszczenie Reklamy tylko w wielkości zgodnej z formatem odpowiednim dla danej Publikacji lub Serwisu Internetowego. Materiały Reklamowe przyjmowane są w dni robocze, w godzinach od 9.00 do 17.00.
2. W wypadku zamówienia wielokrotnego zamieszczenia reklamy Wydawca publikuje dostarczony pierwotnie (ostatnio) Materiał Reklamowy. Zamawiający zobowiązany jest do pisemnego zawiadomienia Wydawcy o zamiarze dokonania jakichkolwiek zmian w projekcie Reklamy w terminie określonym zgodnie z ust. 1.
3. Jeżeli dostarczony przez Zamawiającego Materiał Reklamowy (oryginał, w tym nośnik) ma być zwrócony po wykorzystaniu, Zamawiający musi zastrzec to w umowie, zamówieniu lub na druku przekazania Materiału Reklamowego. W wypadku złożenia tego zastrzeżenia, zwrot nastąpi bezzwłocznie po upływie terminu dochodzenia roszczeń z tytułu ewentualnych wad opublikowanego materiału. W innych wypadkach materiał przyjęty przez Wydawcę w celu wykonania umowy pozostaje własnością Wydawcy.
4. Wydawca zastrzega sobie prawo do oznaczania Reklam napisem REKLAMA lub PROMOCJA lub innym, stosownym napisem.
5. Wydawca ma prawo odmówić przyjęcia do realizacji Materiału Reklamowego nie nadającego się do publikacji z powodu złej jakości lub nie odpowiadającego "Warunkom technicznym".

#### **PRZYJĘCIE ORAZ WYCOFANIE ZAMÓWIENIA**

#### **§ 5**

1. Reklamy zamieszczane są w Publikacjach lub Serwisach Internetowych na podstawie zawartych umów lub jednorazowych zamówień według wzorów ustalonych przez Wydawcę, podpisanych przez Zamawiającego i nadesłanych do Wydawcy pocztą, faksem lub pocztą elektroniczną i przyjętych do realizacji przez upoważnionego pracownika Wydawcy, w terminie zgodnym z harmonogramem dostarczenia materiałów reklamowych lub zapisanym w odpowiednich Warunkach Technicznych. W przypadku złożenia zamówienia za pomocą faksu lub poczty elektronicznej wymagane jest nadesłanie, w terminie 14 dni od daty złożenia zamówienia, podpisanego przez Zamawiającego zamówienia drogą pocztową.
2. Podstawą realizacji zamówienia dla Zamawiającego, który w okresie ostatnich dwóch lat nie stosował się do postanowień Warunków Ogólnych dotyczących terminów i sposobów płatności za opublikowanie Reklamy lub innej płatnej informacji, jest dokonanie pełnej przedpłaty przed każdą zamówioną przez Zamawiającego emisją w terminie określonym przez Wydawcę.
3. W przypadku odmowy przyjęcia Materiału Reklamowego z przyczyn określonych w § 5.2 niniejszych Warunków Ogólnych lub gdy treść Materiału Reklamowego byłaby konkurencyjna dla interesów GK PMPG S.A., umowa ulega rozwiązaniu, a ewentualnie pobrana zaliczka podlega zwrotowi w terminie 14 dni na koszt Zamawiającego.
4. Zamawiający może wycofać zamówienie bez skutków odszkodowawczych:

- a) w przypadku Publikacji do 30 dni przed upływem terminu dostarczenia Materiału Reklamowego, określonego w odpowiednich Warunkach Technicznych, o których mowa w § 4 ust. 1 lub umowie zawartej pomiędzy Zamawiającym a Wydawcą.
- b) W przypadku Serwisów Internetowych do 3 dni przed ustaloną datą publikacji Reklamy.
5. Ponadto wycofanie/rezygnacja przez Zleceniodawcę ze zleconych umów /zleceń pakietowych ( tj. umów/zleceń które zawierają co najmniej jedną z form: reklamy patronackie, reklamy standardowe wraz z patronackimi, reklamy niestandardowe, formaty specjalne, formaty ekskluzywne w części redakcyjnej oraz ustalone świadczenia promocyjne wchodzące w skład zamówienia, reklamy z rabatem specjalnym) może nastąpić wyłącznie pod warunkiem zapłaty przez Zleceniodawcę całego wynagrodzenia wskazanego w zleceniu/umowie pomniejszonego o kwoty uiszczone do czasu rozwiązania umowy/zlecenia. W taki przypadku z dniem złożenia oświadczenia o odstąpieniu wynagrodzenie staje się wymagalne, zaś Zleceniodawca zobowiązuje się je uiszczyć w terminie kolejnych 14 dni. Ponadto GK PMPG SA będzie uprawniona do dochodzenia odszkodowania na zasadach ogólnych.
6. Wycofanie zamówienia powinno nastąpić w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
7. Wycofanie zamówienia z naruszeniem terminów, o których mowa w ust. 4 jest bezskuteczne, a Zamawiający jest zobowiązany uregulować całą należność za zamówioną Reklamę (za rezerwację powierzchni reklamowej). Odpowiednio stosuje się to do wniosku Zamawiającego o przyjęcie zmiany Materiału Reklamowego.
8. Opóźnienie w przekazaniu Materiałów Reklamowych lub dostarczenie ich niezgodnie z Warunkami Technicznymi nie gwarantuje ich publikacji. W takim przypadku Zamawiający zobowiązany jest uregulować całą należność za zamówioną Reklamę (za rezerwację powierzchni reklamowej), a Wydawca jest zwolniony z odpowiedzialności jaka mogłaby wynikać w związku z brakiem publikacji Reklamy.
9. W przypadku przyjęcia przez Wydawcę Materiału Reklamowego (w tym insertów lub wklejek) dostarczonego przez Zamawiającego z uchybieniem terminowi do dostarczenia Materiału Reklamowego lub dostarczenia go niezgodnie z Warunkami Technicznymi Wydawca uprawniony będzie do żądania od Zamawiającego zapłaty kary umownej w wysokości odpowiadającej 10% wartości brutto tego zamówienia. Kara umowna będzie płać w terminie 7 dni od dnia obciążenia nią Zamawiającego.

## **CENA, SPOSOBY I FORMA DOKONYWANIA PŁATNOŚCI**

### **§ 6**

1. Ceny za zamieszczanie Reklam określone są na podstawie cennika Wydawcy obowiązującego dla danej Publikacji lub Serwisu Internetowego, aktualnego w dniu zawarcia umowy lub złożenia zamówienia. Ceny podane w cenniku (oraz zawarta w umowie wartość zamówienia) są kwotami netto, do których zostanie doliczony podatek od towarów i usług (VAT) według stawki aktualnej w dniu fakturowania. Cena obejmuje także dowodowy egzemplarz Publikacji z zamieszczoną Reklamą, przekazywany Zamawiającemu; jeżeli Zamawiającym jest agencja reklamowa, dotyczy to także drugiego takiego egzemplarza dla Klienta agencji.
2. W cenniku określone są ceny usług jednorazowych, czyli dotyczące zamieszczenia Reklamy w jednym wydaniu poszczególnej Publikacji lub zamieszczenia Reklamy w Serwisie Internetowym (za 1000 odsłon, z wyjątkiem formatu Full Page).

### **§ 7**

Kwota za zamieszczenie Reklamy płatna jest w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury VAT wysyłanej do Zamawiającego po opublikowaniu Reklamy listem poleconym lub drogą elektroniczną chyba, że Wydawca i Zamawiający postanowią inaczej.

## **§ 8**

1. Zamawiający dokonuje płatności przelewem na rachunek bankowy Wydawcy. Koszty przelewu należności, a w wypadku dokonywania wpłaty z zagranicy także koszty banku zagranicznego, ponosi Zamawiający.
2. Za dodatkowe usługi związane z zamieszczaniem i przygotowaniem Reklamy, w szczególności usługi graficzne, fotograficzne, przygotowania do druku, poligraficzne, mailingowe, wysyłkę dodatkowych egzemplarzy oraz koszty odbioru materiałów reklamowych Wydawca obciąży Zamawiającego odrębną fakturą VAT, płatną w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury, według stawek z cennika aktualnych w dniu wystawienia faktury lub według stawek ustalonych przez Strony.
3. Nieterminowe płatności powodować będą utratę umówionych upustów oraz naliczanie odsetek w maksymalnej wysokości określonej zgodnie z przepisem art. 359 § 2(1) kodeksu cywilnego.

## **§ 9**

Jeżeli Zamawiający zleca w umowie więcej niż jedną emisję Reklamy, Wydawca może udzielić upustu od wartości cennikowej Reklam opublikowanych na podstawie tego samego zamówienia. Przyznanie i wysokość ewentualnego upustu podlega obustronnym pisemnym ustaleniom.

## **REKLAMACJE**

### **§ 10**

1. Zamawiający traci uprawnienia z tytułu wadliwości opublikowanej Reklamy, jeżeli nie zawiadomi Wydawcy o wadzie (nie zgłosi reklamacji) w terminie 14 dni od daty ukazania się na rynku Publikacji w której zamieszczona została Reklama lub ukazania się Reklamy w Serwisie Internetowym. Reklamacja powinna być zgłoszona Wydawcy w formie pisemnej pod rygorem nieważności. Reklamacja powinna zwierać rodzaj wad lub usterek oraz uzasadnienie.
2. Wydawca w terminie 21 dni od daty doręczenia reklamacji odpowie pisemnie Zamawiającemu na reklamację. W przypadku gdy rozpatrzenie reklamacji wymaga przeprowadzenia dodatkowych ekspertyz podmiotów zewnętrznych wskazany powyżej termin ulega przedłużeniu o czas niezbędny do przeprowadzenia ekspertyz, o czym Wydawca powiadomi Zamawiającego.
3. Oceny przedmiotu reklamacji oraz jej zasadności dokonuje pracownik lub upoważniony przedstawiciel Wydawcy.
4. Złożenie reklamacji nie wstrzymuje obowiązku zapłaty za publikację Reklamy wynikającego z zawartej umowy. Wydawca rozpatrzy wyłącznie reklamacje dotyczące opłaconych emisji Reklam i tych, w przypadku Publikacji wobec których zgłoszono reklamację dotyczącą kolorów opublikowanego materiału, do jakich dostarczona była próba kolorystyczna np. cromalin.
5. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności jeżeli wada lub usterka Reklamy wynika z niezgodności Materiału Reklamowego z Warunkami Technicznymi lub jest skutkiem dostarczenia Materiału Reklamowego z naruszeniem obowiązującego Zamawiającego terminu na jego dostarczenie.
6. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie świadczenia jeżeli spowodowane zostało działaniem osób trzecich, zaprzestaniem wydawania określonej Publikacji lub Serwisu Internetowego, lub było wynikiem działania siły wyższej.
7. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za utracone korzyści Zamawiającego w związku z niewykonaniem lub nienależytym wykonaniem świadczenia.

## **POZOSTAŁE POSTANOWIENIA**

### **§ 11**

1. Umowy pomiędzy Wydawcą a Zamawiającym zawierane są w formie pisemnej.
2. Wszelkie zmiany i uzupełnienia umów zawartych w formie pisemnej wymagają również formy pisemnej pod rygorem nieważności.
3. Zamawiający ma obowiązek bezzwłocznego powiadomienia na piśmie (za pokwitowaniem lub listem poleconym za zwrotnym poświadczaniem odbioru) Wydawcy o zmianie swojego adresu (w tym również faksu i telefonu) pod rygorem uznania za skuteczne doręczeń dokonywanych pod dotychczasowy adres.

### **§ 12**

1. W kwestiach nie unormowanych w umowie oraz w Warunkach Ogólnych stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego.
2. Zamówienie ogłoszenia lub reklamy oznacza akceptację niniejszych Warunków Ogólnych i akceptację ich stosowania do zamówień oraz umów, których przedmiotem jest publikacja Reklamy w Publikacjach lub Serwisach Internetowych.
3. Niniejsze Warunki Ogólne obowiązują od dnia 28 sierpnia 2019 roku.