

obowiązuje od 1.05.2011 r.

ZASADY OGÓLNE PROWADZENIA KAMPANII REKLAMOWYCH NA NOŚNIKACH REKLAMOWYCH LIGHTHOUSE



- Rozdział I: Definicje
- Rozdział II: Postanowienia ogólne
- Rozdział III: Rezerwacja i przyjmowanie Zleceń
- Rozdział IV: Modyfikacja Zlecenia.
- Rozdział V: Anulowanie Zlecenia
- Rozdział VI: Cennik
- Rozdział VII: Warunki płatności
- Rozdział VIII: Ekspozycja
- Rozdział IX: Wykonanie Reklam
- Rozdział X: Reklamacje
- Rozdział XI: Postanowienia końcowe

Rozdział I. DEFINICJE

Ileokroć w niniejszym dokumencie występują poniżej zdefiniowane pojęcia należy je rozumieć w sposób następujący:

Zleceniobiorca - Polska Press Sp. z o.o. z siedzibą przy ulicy Domaniewskiej 45, 02-672 Warszawa, zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, KRS 0000002408, NIP: 522-01-03-609, Kapitał zakładowy: 42 000 000,00 zł.

Zleceniodawca - osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej zlecająca Zleceniobiorcy Ekspozycję Reklam. Zleceniodawcą jest również agencja lub inny pośrednik reklamy działający w imieniu własnym i na rzecz swoich klientów;

Reklama - materiał reklamowy (plakaty, winyle, folie, siatki) przeznaczony do umieszczenia na Nośnikach reklamowych;

Rezerwa – dodatkowe egzemplarze Reklam, dostarczone przez Zleceniodawcę, bądź wydrukowane przez Zleceniobiorcę, w celu uzupełnienia Reklam uszkodzonych w trakcie montażu i ekspozycji;

Layout Reklamy – projekt graficzny Reklamy;

Przeklejka Reklamy – zmiana Reklamy w trakcie Ekspozycji;

Ekspozycja – prezentacja Reklam Zleceniodawcy na Nośnikach reklamowych Zleceniobiorcy;

Kampania reklamowa – ogół czynności wykonywanych przez Zleceniobiorcę w celu przeprowadzenia Ekspozycji Reklam i czynności wykonywanych podczas samej Ekspozycji;

Zlecenie - oznacza oświadczenie Zleceniodawcy skierowane do Zleceniobiorcy, akceptujące ofertę Zleceniobiorcy na przeprowadzenie Kampanii reklamowej na rzecz Zleceniodawcy. Zlecenie składane jest na formularzu zlecenia wykonania Kampanii reklamowej, wraz z załącznikami;

Modyfikacja Zlecenia - zmiana treści Reklamy lub terminu jej Ekspozycji (pod warunkiem istnienia takiej możliwości po stronie Zleceniobiorcy), która nie powoduje zmniejszenia wartości Zlecenia;

Cennik - informacja o cenach i zasadach kalkulacji usług związanych z przeprowadzeniem Kampanii reklamowej;

Zapytanie ofertowe – zapytanie składane Zleceniobiorcy przez Zleceniodawcę dotyczące warunków przeprowadzenia konkretnie wskazanej Kampanii reklamowej;

Nośniki reklamowe - powierzchnie reklamowe znajdujące się w posiadaniu lub dyspozycji Zleceniobiorcy. Szczegółowe parametry Nośników reklamowych znajdują się w specyfikacji stanowiącej załącznik do Zamówienia;

Nośniki reklamowe systemowe – powierzchnie reklamowe na tablicach reklamowych typu Billboard, Citylight, Backlight, Frontlight:

- a) **Billboard** - nośnik reklamowy o wymiarach ekspozycji 5,04 m x 2,38 m lub 6 m x 3 m.
- b) **Citylight** - nośnik reklamowy o wymiarach ekspozycji 1,2 m x 1,8 m,
- c) **Backlight** - nośnik reklamowy o wymiarach ekspozycji 6 m x 3 m lub 8 m x 4 m,
- d) **Frontlight** – nośnik reklamowy naścienny o wymiarach ekspozycji 12 m x 4 m lub 12 m x 3 m;

Nośnik wielkoformatowy – powierzchnia ekspozycji powyżej 18 m²;

Nośniki reklamowe mobilne – powierzchnie reklamowe na lub w środkach komunikacji miejskiej (autobusy, tramwaje, SKM) udostępnionych Zleceniobiorcy przez podmioty trzecie, następującego typu:

- a) nośnik reklamowy całopojazdowy (na składach SKM),
- b) ramki reklamowe w gdyńskich autobusach;

Lokalizacje Nośników reklamowych – w zależności od typu Nośnika reklamowego: dane adresowe poszczególnych Nośników reklamowych systemowych i wielkoformatowych, numery taborowe autobusów, tramwajów, składów SKM, na których zamontowane są Nośniki reklamowe mobilne;

Dzień roboczy - każdy dzień tygodnia z wyjątkiem sobót i dni ustawowo wolnych od pracy (niedziel i świąt określonych ustawą o dniach wolnych od pracy);

Siła wyższa – zdarzenia pozostające poza kontrolą Zleceniobiorcy, w szczególności, choć nie wyłącznie: wybuch wojny lub zagrożenie wybuchem wojny, strajki lub inne działania protestacyjne, decyzje instytucji rządowych i samorządowych, powodzie, pożary, eksplozje, awarie elektroenergetyczne, które pozostają w zależności od czynnościami opisanymi w niniejszym dokumencie.

Grupa Kapitałowa Polska Press – spółka Polska Press Sp. z o.o. wraz z wszystkimi spółkami zależnymi od Polska Press Sp. z o.o.

Rozdział II. POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Zlecenie i realizacja Kampanii reklamowych jest dokonywana w oparciu o niniejsze Zasady Ogólne, odpowiednie szczegółowe zasady produkcji Reklam oraz przepisy prawa.
2. Dostarczenie przez Zleceniodawcę podpisanego Zlecenia przeprowadzenia Kampanii reklamowej jest równoznaczne z akceptacją postanowień niniejszych Zasad Ogólnych i zasad produkcji Reklam.
3. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za treść Reklamy.
4. W przypadku gdyby w wyniku Ekspozycji Reklamy Zleceniobiorca poniósł jakiegokolwiek koszty z tytułu roszczeń osób, których prawa (w tym w szczególności dobra osobiste, prawa autorskie, prawa pokrewne, prawa własności przemysłowej lub inne) zostały naruszone wskutek Ekspozycji Reklamy, Zleceniodawca jest zobowiązany pokryć te koszty w całości łącznie z kosztami postępowań spornych, kosztów zastępstwa procesowego i innych wydatków Zleceniobiorcy poniesionych w związku z roszczeniami osób trzecich.
5. Zleceniodawca jest wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie, że przysługują mu prawa na dobrach niematerialnych do posługiwania się użytymi w Reklamach informacjami, danymi, utworami, wizerunkami, znakami towarowymi, wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej. Zlecenie przeprowadzenia Kampanii reklamowej jest równoznaczne z oświadczeniem, że powyższy obowiązek jest spełniony, zaś treści Reklam nie są sprzeczne z prawem lub zasadami współżycia społecznego.

6. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia lub odmowy przeprowadzenia Kampanii reklamowej albo też wstrzymania Ekspozycji Reklamy, w szczególności gdy:
 - a. treść lub forma Reklamy jest niezgodna z prawem (m.in. z zakazami reklamy, dotyczącymi np. napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych, gier hazardowych), zasadami współżycia społecznego, narusza godność człowieka lub może być uznana za czyn nieuczciwej konkurencji;
 - b. zgłoszone zostaną zastrzeżenia przez osobę trzecią lub właściwy organ lub instytucję powołaną do czuwania nad przestrzeganiem zasad etyki reklamy, w szczególności przez Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy, bądź Izbę Gospodarczą Reklamy Zewnętrznej;
 - c. wystąpi Siła wyższa,
 - d. zleceniodawca zalega z zapłatą w terminie ustalonym w Zleceniu za przeprowadzane wcześniej Kampanie reklamowe.
 - e. parametry (między innymi wymiary) jakichkolwiek Nośników reklamowych, w tym Nośników reklamowych systemowych, Nośników reklamowych mobilnych i Nośników wielkoformatowych, które planowo miały służyć do Ekspozycji, staną się niezgodne z powszechnie obowiązującym prawem, prawem miejscowym (w tym z uchwałą organu jednostki samorządu terytorialnego), ostateczną decyzją właściwego organu administracji, prawomocnym postanowieniem organów ścigania, prawomocnym wyrokiem sądu powszechnego lub administracyjnego
7. Zleceniodawca zobowiązany jest doręczyć Zleceniobiorcy Layout Reklamy na minimum 10 dni roboczych przed rozpoczęciem Ekspozycji Reklam.
8. Niedotrzymanie przez Zleceniodawcę terminu odpowiednio wskazanego w ust. 7 powyżej może spowodować opóźnienie w zamontowaniu Reklam na Nośnikach reklamowych i tym samym skrócenie okresu Ekspozycji, z jednoczesnym prawem Zleceniobiorcy do obciążenia Zleceniodawcy pełnymi kosztami zleczonej Kampanii reklamowej.
9. Uprawnienia wskazane powyżej w ust. 8 przysługują analogicznie Zleceniobiorcy w przypadku, gdy odpowiednio do zapisów ust. 6 lit. a-b niniejszego paragrafu Zleceniodawca odmówi dokonania zmiany treści Reklamy lub dokona jej w sposób niezgodny ze wskazówkami Zleceniobiorcy.
10. Jeżeli w wyniku oceny Layoutu Reklamy, dokonanej przez Zleceniobiorcę, bądź innych przyczyn leżących po stronie Zleceniodawcy konieczne jest dokonanie zmian lub poprawek w treści przekazanego Zleceniobiorcy Layoutu, Zleceniodawcy nie przysługuje wobec Zleceniobiorcy jakiegokolwiek roszczenie związane ze zwrotem kosztów poniesionych w związku z ponownym przygotowaniem projektów Reklam i drukiem Reklam.
11. Zleceniobiorca może uzależnić przyjęcie Zlecenia i realizację Kampanii reklamowych od przedstawienia przez Zleceniodawcę dokumentów wskazanych przez Zleceniobiorcę. W szczególności Zleceniobiorca może żądać przedstawienia dowodu tożsamości Zleceniodawcy, dokumentów potwierdzających prawo do reprezentacji osoby prawnej lub jednostki organizacyjnej nieposiadającej osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną oraz koncesji, licencji lub zezwolenia na prowadzenie określonej działalności gospodarczej.
12. Zleceniodawca oświadcza, że wyraża zgodę na posługiwanie się przez Zleceniobiorcę zdjęciami Nośników reklamowych z zamontowanymi na ich powierzchni Reklamami w celach marketingowych i autopromocyjnych oraz na wykorzystanie w celach marketingowych i autopromocyjnych przez Zleceniobiorcę wyników badań marketingowych dotyczących przeprowadzanych Kampanii reklamowych włącznie z podaniem do publicznej wiadomości danych określających liczbę i rodzaj Nośników reklamowych, na których przeprowadzono Kampanie reklamowe, zasięg geograficzny Kampanii reklamowych oraz firmę Zleceniodawcy. Powyższa zgoda nie jest ograniczona ani czasowo, ani terytorialnie.

Rozdział III. REZERWACJA I PRZYJMOWANIE ZLECEŃ

1. Realizacja Kampanii reklamowych na Nośnikach reklamowych dokonywana jest na podstawie Zlecenia, zgodnie z Zasadami Ogólnymi oraz w oparciu o obowiązujące przepisy prawa. Integralną częścią Zlecenia jest treść i Layout Reklamy, oraz inne materiały graficzne lub materiały gotowe do druku w formie zgodnej z warunkami technicznymi Zleceniobiorcy.
2. Przed złożeniem Zlecenia, Zleceniodawca powinien uzyskać od Zleceniobiorcy informację dotyczącą możliwości przeprowadzenia Kampanii reklamowej w terminie oraz w sposób przez siebie wybrany. Zapytanie to może nastąpić poprzez przesłanie na adres Zleceniobiorcy (pocztą, faksem, pocztą elektroniczną) zapytania ofertowego, zawierającego następujące dane:
 - a. nazwa, adres i NIP
 - b. liczba i Lokalizacje Nośników reklamowych
 - c. terminy planowanej Kampanii reklamowej

- d. branża, której Reklama dotyczy
3. Jeżeli Ekspozycja Reklamy będzie możliwa w sposób i w terminie wskazanym przez Zleceniodawcę, Zleceniobiorca prześle Zleceniodawcy druk Zlecenia, zawierający szczegółowe warunki Ekspozycji Reklamy. Przesłanie druku Zlecenia Zleceniodawcy podpisanego przez Zleceniobiorcę jest równoznaczne z rezerwacją terminu Ekspozycji Reklamy, przy czym jeżeli druk Zlecenia nie zostanie podpisany i doręczony Zleceniobiorcy najpóźniej w terminach:
 - a. 30 dni – dla rezerwacji na 90 i więcej dni przed planowanym rozpoczęciem Ekspozycji Reklam
 - b. 20 dni – dla rezerwacji na 61-90 dni przed planowanym rozpoczęciem Ekspozycji Reklam
 - c. 10 dni – dla rezerwacji na 31-60 dni przed planowanym rozpoczęciem Ekspozycji Reklam
 - d. 5 dni – dla rezerwacji na 15-30 dni przed planowanym rozpoczęciem Ekspozycji Reklamprzed datą rozpoczęcia Kampanii reklamowej rezerwacja ta zostaje automatycznie anulowana.
4. Podpisanie druku Zlecenia i doręczenie go za pomocą poczty elektronicznej, poczty tradycyjnej lub faksu przez Zleceniodawcę do Biura Reklamy Zleceniobiorcy jest jednoznaczne ze złożeniem Zleceniobiorcy przez Zleceniodawcę oferty o treści odpowiadającej treści Zlecenia. Przyjęcie tej oferty przez Zleceniobiorcę następuje przez podpisanie Zlecenia i przesłanie do Zleceniodawcy.
5. Przeniesienie przez Zleceniodawcę uprawnień wynikających ze Zlecenia może nastąpić wyłącznie po uprzednim powiadomieniu Zleceniobiorcy i uzyskaniu jego pisemnej zgody, pod rygorem nieważności.
6. Agencje reklamowe i inni pośrednicy reklamowi działający w imieniu i na rzecz swoich klientów są solidarnie odpowiedzialni z osobami, które reprezentują, wobec Zleceniobiorcy za regulowanie należności wynikających z przyjętych Zleceń.
7. Warunki techniczne realizacji Zleceń na przeprowadzenie Kampanii reklamowych zawiera załącznik nr 1 – Warunki techniczne przeprowadzania Kampanii reklamowych na Nośnikach reklamowych.

Rozdział IV. MODYFIKACJA ZLECENIA

1. Oświadczenie modyfikujące Zlecenie Zleceniodawca zobowiązany jest dostarczyć Zleceniobiorcy na piśmie z dokładnym określeniem zakresu zmian, nie później niż na 3 dni przed rozpoczęciem Ekspozycji bądź druku Reklam przez Zleceniobiorcę.
2. Oświadczenie modyfikujące Zlecenie wykraczające poza definicję przyjętą w Rozdziale I jest równoznaczne z anulowaniem Zlecenia, do którego stosuje się postanowienia Rozdziału V niniejszych Zasad Ogólnych.
3. W przypadku przekroczenia określonych w ust. 1 powyżej terminów zgłaszania zmian, a także w przypadku wątpliwości i niejasności co do zakresu i rodzaju zgłoszonych zmian, których nie da się rozstrzygnąć w terminach określonych w ust. 1 powyżej, Zleceniobiorca ma prawo do realizacji Zlecenia w jego pierwotnej wersji. W takiej sytuacji Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za skutki Ekspozycji Reklamy w wersji pierwotnej, a Zleceniodawca zobowiązany jest do zapłaty 100% wartości zrealizowanego Zlecenia.
4. Oświadczenie modyfikujące Zlecenie zgłoszone w terminach określonych w ust. 1 powyżej stanowi ofertę w rozumieniu art. 66 k.c. Zleceniobiorca przyjmie taką ofertę w miarę istniejących możliwości. W przypadku gdy dokonanie modyfikacji okaże się niemożliwe ze względów technicznych lub innych zobowiązań Zleceniobiorcy Zleceniodawca według własnego wyboru może zrezygnować z modyfikacji Zlecenia lub anulować Zlecenie zgodnie z zasadami opisanymi w Rozdziale V.

Rozdział V. ANULOWANIE ZLECENIA

1. Zleceniodawca może zrezygnować z przeprowadzenia Kampanii reklamowej. Rezygnacja musi zostać zgłoszona Zleceniobiorcy na piśmie pod rygorem nieważności.
2. W przypadku, gdy oświadczenie o anulowaniu przyjętego przez Zleceniobiorcę Zlecenia zostanie złożone Zleceniobiorcy później niż w terminach określonych poniżej, przed ustaloną datą Ekspozycji Reklamy, Zleceniodawca ma prawo żądać od Zleceniobiorcy zapłaty kar umownych obliczanych wg następujących zasad:
 - a. iloczyn liczby Nośników reklamowych w stosunku, do których nastąpiło odstąpienie i 90% ceny netto miesięcznej Ekspozycji na jednym Nośniku reklamowym, którego odstąpienie dotyczy - gdy odstąpienie nastąpiło 30 i mniej dni przed terminem rozpoczęcia Ekspozycji, której dotyczy odstąpienie,
 - b. iloczyn liczby Nośników reklamowych w stosunku, do których nastąpiło odstąpienie i 60% ceny netto miesięcznej Ekspozycji na jednym Nośniku reklamowym, którego odstąpienie dotyczy - gdy odstąpienie nastąpiło 60 - 31 dni przed terminem rozpoczęcia Ekspozycji, której dotyczy odstąpienie,

- c. iloczyn liczby Nośników reklamowych w stosunku, do których nastąpiło odstąpienie i 30% ceny netto miesięcznej Ekspozycji na jednym Nośniku reklamowym, którego odstąpienie dotyczy - gdy odstąpienie nastąpiło 90 - 61 dni przed terminem rozpoczęcia Ekspozycji, której dotyczy odstąpienie,
 - d. 10% ogólnego wynagrodzenia netto należnego Zleceniobiorcy z tytułu przeprowadzenia całej Kampanii reklamowej - gdy odstąpienie nastąpiło w okresie po złożeniu przez Zleceniodawcę Zamówienia, a więcej niż 90 dni przed terminem rozpoczęcia okresu Ekspozycji.
3. Zleceniodawca zapłaci karę umowną określoną w ust. 2 powyżej, na podstawie noty wystawionej przez Zleceniobiorcę, w terminie 14 dni od jej otrzymania.
4. Do pierwszego dnia montażu Reklam, Zleceniobiorcy przysługuje dodatkowe 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 Polska Press.
5. W przypadku odstąpienia Zleceniobiorcy od Zamówienia zgodnie z ust. 4, Zleceniodawcy nie przysługuje jakiegokolwiek roszczenie związane ze zwrotem kosztów poniesionych w związku z drukiem Reklam i innych kosztów związanych z Zamówieniem.

Rozdział VI. CENNIK

1. Podstawą do obliczania ceny za przeprowadzenie Kampanii reklamowej jest Cennik.
2. Zleceniobiorca zastrzega sobie w każdym momencie prawo do modyfikowania Cennika bez obowiązku powiadamiania o tym fakcie Zleceniodawców, chyba, że odrębna umowa zawarta z Zleceniodawcą określi dokładnie termin powiadamiania o takiej zmianie.
3. Zleceniobiorca zobowiązuje się ogłaszać nowy Cennik, na co najmniej 2 tygodnie przed jego wprowadzeniem.
4. W okresie 7 dni, licząc od daty ogłoszenia nowego Cennika, istnieje możliwość złożenia Zleceń zaplanowanej przez Klienta kampanii według poprzedniego Cennika pod warunkiem uiszczenia przedpłaty w wysokości 20% brutto wartości kampanii, przed datą wejścia w życie nowego Cennika.
5. Zlecenia złożone po tym okresie, lecz przed wejściem w życie nowego Cennika, obejmujące zarówno jeden, jak i drugi okres, będą posiadały różne ceny, w zależności od terminu Ekspozycji reklam.

Rozdział VII. WARUNKI PŁATNOŚCI

1. Cenę i warunki płatności za przeprowadzenie Kampanii reklamowej określa Zlecenie, o ile treść samego Zlecenia nie stanowi inaczej.
2. Faktury za realizację Zlecenia są wystawiane przez Zleceniobiorcę w cyklach miesięcznych w ostatnim dniu miesiąca i/lub nie później niż 7 dni od zakończenia Ekspozycji reklamy.
3. W przypadku niezapłacenia faktury w terminie w niej wskazanym Zleceniobiorca może naliczać odsetki ustawowe za opóźnienie. Jednocześnie w przypadku opóźnienia płatności, Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo wstrzymania Ekspozycji reklamy oraz prawo do zaniechania prowadzenia dalszych Kampanii reklamowych w całości lub w części, a Zleceniodawca zobowiązany będzie do zapłaty na rzecz Zleceniobiorcy kary umownej w wysokości 100% wartości Zlecenia.
4. W Zleceniach na przeprowadzenie kampanii reklamowych mogą być stosowane rabaty, niezależnie od bonifikat wynikających z Cennika.
5. Zleceniobiorca może nie przyznać rabatu, jeżeli Zleceniodawca jest agencja reklamowa działająca na rzecz innej agencji reklamowej.
6. Jeżeli uzgodniony został rabat, a w trakcie realizacji Zlecenia okaże się, że Zleceniodawca – agencja reklamowa, działa na rzecz innej agencji, rabat ulega cofnięciu ze skutkiem od pierwszego zrealizowanego Zlecenia.

Rozdział VIII. EKSPOZYCJA

1. Zleceniobiorca zobowiązuje się do dołożenia należytej staranności przy realizacji Ekspozycji.
2. Zleceniobiorca zobowiązuje się do zakończenia montażu Reklam w terminie 2 dni roboczych od pierwszego dnia Ekspozycji.
3. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo pozostawienia Reklam na Nośnikach reklamowych po zakończeniu Ekspozycji, chyba że Zleceniodawca zastrzeże w zleceniu wymóg demontażu Reklam, który Zleceniobiorca zrealizuje w terminie do 2 dni roboczych po zakończeniu Ekspozycji.
4. Zleceniodawca jest zobowiązany dostarczyć Zleceniobiorcy Reklamę nie później niż na 4 dni robocze przed rozpoczęciem Ekspozycji, w ilości wynikającej z zamówionej liczby Nośników reklamowych,

- powiększoną o ustaloną w zleceniu Rezerwę. Powyższa zasada nie ma zastosowania w przypadku realizacji zlecenia druku Reklamy przez Zleceniobiorcę.
5. Niedotrzymanie przez Zleceniodawcę terminu określonego w ust. 4 powyżej, może spowodować opóźnienie w montażu Reklamy na Nośnikach reklamowych, które nie wpłynie na obniżenie wynagrodzenia dla Zleceniobiorcy z tytułu przeprowadzonej Kampanii reklamowej.
 6. W przypadku opóźnień w montażu Reklamy zawinionych przez Zleceniobiorcę, Zleceniodawcy przysługiwają od będzie proporcjonalnie obniżenie ceny o iloraz liczby dni zwłoki i zamówionej liczby dni Ekspozycji reklamy.
 7. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności z tytułu niemożności prawidłowego przeprowadzenia Ekspozycji reklam, a Zleceniodawcy przysługuje odpowiednie zmniejszenie wartości zlecenia, w przypadku:
 - a. uszkodzenia Nośników Reklamowych lub Reklam;
 - b. zużycia przez Zleceniobiorcę wszystkich Reklam zapasowych;
 - c. decyzji administracyjnych, w szczególności zarządców dróg, urzędów właściwych dla spraw architektonicznych bądź budowlanych;
 - d. wystąpienia warunków atmosferycznych, uniemożliwiających prawidłowy montaż reklam, w tym:
 - silne opady atmosferyczne,
 - wiatr wiejący z prędkością ponad 30 km/h,
 - spadek temperatury poniżej 8^o C,
 - e. wystąpienia siły wyższej.

Rozdział IX. WYKONANIE REKLAM

1. Zleceniodawca może zlecić Zleceniobiorcy wykonanie usług przygotowania Layoutu oraz druku Reklam. Zlecenie dodatkowych usług powinni być ujęte na druku Zlecenia, wraz z ustaloną wcześniej między stronami ceną i terminami realizacji.
2. W przypadku zlecenia druku Zleceniodawca powinien dostarczyć Zleceniobiorcy materiały do druku w terminie najpóźniej 7 dni roboczych przed rozpoczęciem Ekspozycji.
3. Niedotrzymanie terminu określonego w ust. 2. może skutkować niedotrzymaniem terminu rozpoczęcia montażu Reklam, jednakże bez wymogu obniżenia wynagrodzenia przysługującego Zleceniobiorcy z tytułu Ekspozycji.
4. Specyfikacja techniczna materiałów do druku określona jest w Załączniku 1.

Rozdział X. REKLAMACJE

1. W trakcie trwania Kampanii reklamowej Zleceniobiorca zobowiązuje się do utrzymywania Nośników reklamowych oraz Reklam w należyłym stanie technicznym i estetycznym oraz do usuwania stwierdzonych usterek Nośników reklamowych oraz Reklam, w terminie do 48 godzin od dnia poinformowania go przez Zleceniodawcę lub od dnia wykrycia ich przez Zleceniobiorcę.
2. Powyższy obowiązek usuwania usterek nie dotyczy Reklam, dla których Zleceniobiorca nie dysponuje rezerwą. Jednakże Strony mogą odrębnie pisemnie ustalić warunki druku i montażu nowych Reklam.
3. W przypadku niemożności usunięcia usterki w terminie 48 godzin od jej wykrycia, Zleceniobiorca informuje na piśmie Zleceniodawcę o zaistnieniu tych okoliczności, przedstawiając jednocześnie Zleceniodawcy adresy zastępczych lokalizacji Nośników.
4. Wystąpienie okoliczności, o których mowa w ust. 3 niniejszego paragrafu, nie oznacza odstąpienia przez Zleceniobiorcę od Zamówienia w rozumieniu zapisów Rozdziału V Zasad Ogólnych.
5. W wypadku zwłoki w usunięciu usterek Nośników reklamowych lub Reklam zgodnie z zasadami z ust. 1 niniejszego paragrafu wynagrodzenie Zleceniobiorcy ulega zmniejszeniu stosownie do zasady określonej w Rozdz. VIII ust. 6.
6. Wszelkie reklamacje dotyczące nienależytego wykonania umowy należy składać Zleceniobiorcy w formie pisemnej w terminie do w terminie 2 dni od dnia powzięcia informacji o nieprawidłowości w przebiegu Kampanii reklamowej, jednak nie później niż w ostatnim dniu Ekspozycji Reklamy, przy czym decydujące znaczenie ma data wpływu reklamacji do Zleceniobiorcy. Reklamacja powinna zawierać informację o rodzaju usterki, wraz jej opisem i wskazaniem lokalizacyjnym.
7. W przypadku niedotrzymania terminu zgłoszenia reklamacji, o którym mowa w ust. 6, jak też niezachowania formy pisemnej, reklamacja nie będzie podlegała rozpatrzeniu przez Zleceniobiorcę
8. Jeżeli reklamacja jest uzasadniona, Zleceniobiorca, po konsultacjach ze Zleceniodawcą, zobowiązany jest usunąć usterki, chyba że Strony ustalą inną formę rekompensaty.

9. W każdym przypadku o sposobie rozpatrzenia reklamacji Zleceniobiorca zobowiązany jest poinformować na piśmie Zleceniodawcę w terminie 2 dni od dnia jej złożenia.
10. Odpowiedzialność Zleceniobiorcy za brak Ekspozycji Reklamy w ustalonym terminie, względnie za błędy w Reklamie zawinione przez Zleceniobiorcę, ograniczona jest do wysokości ustalonego wynagrodzenia należnego za przeprowadzenie Kampanii reklamowej. Złożenie reklamacji nie zwalnia Zlecającego z opłacenia Zlecenia.

Rozdział X. OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH

1. Dane osobowe Zleceniodawców są przetwarzane przez Wydawcę, zgodnie z ustawą o ochronie danych osobowych z dnia 29 sierpnia 1997 r. (Dz. U. 1997 Nr 133 poz. 883 z późniejszymi zmianami). Zawarcie umowy na przeprowadzenie Kampanii reklamowej oznacza jednocześnie wyrażenie przez Zleceniodawcę zgody na przetwarzanie jego danych osobowych przez Zleceniobiorcę oraz stanowi oświadczenie o zapoznaniu się przez Zleceniodawcę z treścią uprawnień przysługujących mu na podstawie ustawy o ochronie danych osobowych. Podanie Zleceniobiorcy przez Zleceniodawcę jego danych osobowych jest w pełni dobrowolne, jednakże realizacja Zlecenia może zostać przez Wydawcę uzależniona od podania określonych danych.
2. Zleceniodawca może także wyrazić wobec Zleceniobiorcy zgodę na przesyłanie mu informacji handlowych dotyczącej działalności Zleceniobiorcy lub podmiotów trzecich współpracujących z Wydawcą. Po wyrażeniu takiej zgody, odpowiednia informacja handlowa będzie wysyłana na wskazany przez Zleceniodawcę adres poczty elektronicznej. Wyrażając zgodę na przesyłanie informacji handlowych, Zleceniodawca oświadcza, iż jest dysponentem podanego przez niego adresu poczty elektronicznej oraz, że przesyłanie na ten adres poczty elektronicznej zamówionej przez niego informacji handlowej nie narusza praw osób trzecich. Zgoda ta może zostać cofnięta w każdej chwili poprzez złożenie Zleceniobiorcy odpowiedniego pisemnego Oświadczenia.
3. Administratorem danych osobowych Ogłoszeniodawców w rozumieniu ustawy o ochronie danych osobowych z dnia 29 sierpnia 1997 r. (Dz. Ust. Nr 133 poz. 883 z późniejszymi zmianami) jest Zleceniobiorca.
4. Dane osobowe Zleceniodawców będą przetwarzane przez Zleceniobiorcę w celu zapewnienia prawidłowej realizacji Zleceń. W przypadku wyrażenia zgody, o której mowa w ust. 2 powyżej będą one przetwarzane także w celu przesyłania informacji, o której mowa w ust. 2 powyżej.
5. Zleceniodawcy przysługuje prawo żądania zmiany lub usunięcia jego danych osobowych ze zbiorów prowadzonych przez Zleceniobiorcę, jeżeli dane te są nie są już potrzebne dla prawidłowej realizacji Zlecenia. Żądanie to musi być złożone na piśmie na adres Zleceniobiorcy oraz musi zawierać dane pozwalające na identyfikację Zleceniodawcy (m.in. imię, nazwisko, adres poczty elektronicznej).
6. Dane osobowe Zleceniodawców znajdujące się w zbiorach Zleceniobiorcy będą dla nich dostępne w siedzibie Zleceniobiorcy.

Rozdział XI. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

Niniejsze Zasady Ogólne obowiązują od dnia 1.05.2011 roku.