

WARUNKI OGÓLNE

zamieszczania reklam w publikacjach oraz serwisach internetowych Grupy Super Express, TIME SA obowiązujące od dnia 1 stycznia 2019 roku.

§ 1 DEFINICJE

W „Warunkach ogólnych” zamieszczania reklam, porozumieniach, umowach, aneksach do umów, zamówieniach oraz wszelkich innych dokumentach poniżej podanym określeniom nadano następujące znaczenie:

TIME S.A. – Time S.A. ul. Jubilerska 10, 04-190 Warszawa, wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000295857, NIP: 526-10-04-620, REGON: 010750727, kapitał zakładowy (opłacony w całości) 25.070.000 złotych.

ZAMAWIAJĄCY – osoba fizyczna, osoba prawna oraz jednostka organizacyjna nie mająca osobowości prawnej, utworzona zgodnie z przepisami prawa, której przedmiotem działania jest prowadzenie działalności gospodarczej, zamawiająca w publikacji TIME S.A. zamieszczenie reklamy bezpośrednio związanej z tą działalnością lub, w przypadku agencji reklamowej, z działalnością Klienta tej Agencji.

STAŁY KLIENT – Zamawiający, który terminowo wpłacił należności za co najmniej trzy zamówienia, niezależnie od tego czy były one złożone jednocześnie czy osobno, niezależnie od czasu ich złożenia, oraz niezależnie od jednostkowej i łącznej wartości zamówień.

PUBLIKACJA – samoistne wydawnictwo, ukazujące się w określonych lub nieokreślonych odstępach czasu.

EMISJA – jednorazowe ukazanie się (opublikowanie) reklamy w publikacji lub w serwisie internetowym.

SERWIS INTERNETOWY – prezentacja danych, przesyłanych przez Internet, odczytywanych przy pomocy specjalnego oprogramowania, nazywanego przeglądarką internetową lub za pośrednictwem innego oprogramowania i sprzętu umożliwiającego odbiór takich danych. Serwis internetowy może zawierać tekst, pliki graficzne, pliki multimedialne, skrypty, oprogramowanie wykonywane po stronie serwera jak i Użytkownika.

STATYSTYKI – dostępne dane przedstawiające liczbę odsłon danej reklamy w serwisie internetowym oraz jej skuteczność.

REKLAMA – płatna forma przedstawiania i promowania towarów, usług lub idei o treści i układzie określonym przez Zamawiającego. Reklama powinna być zgodna z „Warunkami technicznymi zamieszczania reklam w publikacjach TIME S.A.” dotyczącymi danej publikacji TIME S.A. oraz nie może naruszać zasad prawa prasowego i karnego. Reklama nie może być konkurencyjna dla interesów TIME S.A.

PREZENTACJA – płatna forma przedstawiania i promowania towarów, usług lub idei o treści i układzie zgodnym z linią programową danej publikacji lub serwisu internetowego, określoną przez TIME S.A. Prezentacja opracowywana jest przez TIME S.A. na podstawie materiałów udostępnionych przez Zamawiającego. Forma graficzna Prezentacji jest ściśle określona i przygotowana zgodnie z makietą (szatą graficzną) danej publikacji TIME S.A.

MATERIAŁ REKLAMOWY – materiał informacyjny gotowy tj. nadający się do druku lub wyemitowania w serwisie internetowym lub dostarczony przez Zamawiającego TIME S.A., w celu wytworzenia reklamy lub prezentacji, spełniający wymogi określone w „Warunkach technicznych zamieszczania reklam w publikacjach TIME S.A.” dotyczących danej publikacji lub serwisu internetowego TIME S.A.

INNE USŁUGI – wszystkie niestandardowe usługi oferowane przez TIME S.A.

UPUST – wyrażone w procentach obniżenie ceny, przyjęte w cenniku TIME S.A., za zamieszczenie reklamy dotyczącej bezpośrednio Zamawiającego.

UPUST AGENCYJNY – wyrażone w procentach obniżenie ceny, przyjęte w cenniku TIME S.A., za zamieszczenie reklamy przez Zamawiającego – agencję reklamową z tytułu dostarczenia zamówień na zamieszczenie reklamy od Klientów Zamawiającego. Upust agencyjny obejmuje także zniżkę dla agencji i ewentualną zniżkę dla Klienta agencji. Wysokość upustu agencyjnego uzależniona jest od wartości zamówionych reklam w określonym czasie.

UPUST SPECJALNY – upust dodatkowy udzielany w wypadku dokonania przez Zamawiającego przedpłaty w wysokości 100% wartości tej emisji w terminie płatności zaliczki.

ZALICZKA – część należności za zamieszczenie reklamy w tytułach drukowanych wpłacana z góry w terminie określonym w niniejszych „Warunkach ogólnych”.

§ 2 ZAKRES PRZEDMIOTOWY

1. „Warunki ogólne” dotyczą przyjmowania i zamieszczania reklam w publikacjach oraz serwisach internetowych TIME S.A., w ramach prowadzonej przez Zamawiającego działalności gospodarczej. Podstawą realizacji zamówienia przez TIME S.A. 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 TIME S.A. 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 uregulowanych stosowane będą odpowiednio postanowienia niniejszych „Warunków ogólnych”.

§ 3 MATERIAŁ REKLAMOWY

1. Jeżeli w Umowie nie postanowiono inaczej, Zamawiający zobowiązany jest przygotować i dostarczyć materiały zgodnie z „Warunkami technicznymi zamieszczania reklam w publikacjach TIME S.A. poszczególnych publikacji i publikacji w serwisach internetowych TIME S.A., stanowiącymi załącznik do umowy oraz dodatkowo dostępnymi w Biurze Reklam Grupy Super Express TIME S.A., przy ul. Dęblńska 6, 04-187 Warszawa. Zamawiający dostarcza gotowy materiał reklamowy na swój koszt w terminie określonym w „Warunkach technicznych zamieszczania reklam w publikacjach TIME S.A.”. Zamawiający może zlecić zamieszczenie reklamy tylko w wielkości zgodnej z formatem odpowiednim dla danej publikacji chyba, że zachodzą okoliczności określone w § 2 pkt 2.

2. W wypadku zamówienia na wielokrotną emisję, jeżeli Zamawiający ma zamiar dokonać zmian w zaakceptowanym projekcie reklamy jest zobowiązany powiadomić o tym fakcie TIME S.A. na piśmie lub w inny uzgodniony sposób niezwłocznie, nie później jednak niż w terminach umożliwiających realizację usługi określonych w „Warunkach technicznych zamieszczania reklam w publikacjach TIME S.A.” i dostarczyć niezbędne materiały w terminie i postaci określonej w tychże „Warunkach...”. Niedotrzymanie określonych powyżej warunków powoduje emisję reklamy w wersji ostatecznie opublikowanej.

3. Jeżeli dostarczony przez Zamawiającego materiał reklamowy (oryginał, w tym nośnik) ma być zwrócony po wykonaniu, Zamawiający musi zastrzec to w umowie lub na druku przekazania materiału reklamowego. W wypadku złożenia tego zastrzeżenia, zwrot nastąpi bezzwłocznie po potwierdzeniu przez Zamawiającego prawidłowości realizacji Zamówienia. W innych wypadkach materiał przyjęty przez TIME S.A. w celu wykonania zamówienia pozostaje w TIME S.A.

4. TIME S.A. zastrzega sobie prawo do oznaczania reklam (wykupionych stron lub ich części) np. napisem REKLAMA.

5. TIME S.A. zobowiązuje się do przygotowania publikacji w jak najwyższej możliwej osiągniętej jakości.

6. TIME S.A. nie odpowiada za treść opublikowanych reklam.

7. W przypadku gotowych materiałów reklamowych do zamieszczenia w serwisach internetowych, w formacie jpg, gif, gif animowany, flash do wersji 10 włącznie, html i rich media Zamawiający zobowiązany jest do:

a) dostarczenia gotowych materiałów reklamowych do TIME S.A. nie później niż na pięć dni roboczych przed terminem emisji w celu przetestowania ich przez Dział Projektów Internetowych.

b) dostarczenia zastępczej wersji gotowych materiałów reklamowych w prostym formacie graficznym (jpg, gif lub gif animowany), które będą emitowane, gdy przeglądarka użytkownika uniemożliwia wyświetlenie formatów flash, html lub rich media.

8. Niedostarczenie gotowych materiałów reklamowych do emisji w oznaczonym terminie, traktowane jest jako odwołanie zamówienia. W takiej sytuacji, za zgodą TIME S.A. termin rozpoczęcia kampanii może zostać przesunięty. Po stronie TIME S.A. nie powstają obowiązki odszkodowawcze z tytułu niezrealizowania zamówienia, ani obowiązek zwrotu należności za niezrealizowaną część zamówienia.

§ 4 PRZYJĘCIE I WYCOFANIE ZAMÓWIENIA

1. Reklamy zamieszczane są na podstawie zawartych umów lub zamówień jednorazowych według wzorów ustalonych przez TIME S.A.

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 do 10 dnia przed datą emisji reklamy w danej publikacji.

3. TIME S.A. może odmówić przyjęcia zamówienia oraz po zawarciu umowy ma prawo odmówić przyjęcia materiału reklamowego, jeżeli według niego opublikowanie reklamy naruszałoby zasady prawa prasowego lub karnego albo treść bądź forma reklam mogłaby narazić na szkodę interesy TIME S.A. bądź Zamawiającego. Umowa ulega wówczas rozwiązaniu, o czym Zamawiający zostanie poinformowany pisemnie a ewentualnie pobrana zaliczka podlega zwrotowi w terminie 7 dni.

4. Zamawiający może wycofać zamówienie bez skutków odszkodowawczych do 10 dni przed pierwszym dniem sprzedaży dla danej publikacji określonym w „Warunkach technicznych zamieszczania reklam w publikacjach TIME S.A. obowiązujących w 2019 roku” (dla serwisów internetowych przed pierwszym dniem emisji w Internecie). W takiej sytuacji wpłacona przez Zamawiającego należność podlega zwrotowi w terminie 30 dni po otrzymaniu przez TIME S.A. wniosku o wycofanie zamówienia.

5. Jeżeli Zamawiający nie dostarczy TIME S.A. kompletu materiałów niezbędnych do realizacji umowy w terminach określonych w niniejszych „Warunkach...” /lub zamówieniu/ Umowa TIME S.A. może rozwiązać Umowę bez wypowiedzenia i zażądać zapłaty kary umownej za niewłaściwe realizowanie Umowy w wysokości wartości niewykorzystanej przez Zamawiającego powierzchni reklamowej.

6. W trakcie realizacji kampanii w serwisie internetowym i przez 30 dni po jej zakończeniu Klientowi na życzenie udostępniane są statystyki w formacie PDF dotyczące liczby zrealizowanych emisji i liczby kliknięć (jeśli klikalna jest klikalna). Jeżeli z przyczyn niezależnych od TIME S.A. kampania w serwisach internetowych nie została w pełni zrealizowana w zamówionym okresie czasu, odpowiednio wydłużony jest czas jej realizacji lub Klient może wykorzystać pozostałą liczbę emisji w kolejnym zamówieniu.

7. Zamawiający wyraża zgodę na ponowną dystrybucję przez TIME S.A. materiału reklamowego (insert) łącznie z egzemplarzami archiwalnymi publikacji dystrybuowanymi jako dodatek z aktualnym periodykiem (czasopismem, dziennikiem, innym wydawnictwem). Do daty upływu terminu wskazanego w § 4 ust. 4 „Warunków ogólnych...” Zamawiający może w formie pisemnej wycofać zgodę na ponowną dystrybucję materiału reklamowego (insertu).

§ 5 CENA REKLAMY

1. Ceny za zamieszczenie reklam określone są na podstawie cennika TIME S.A., aktualnego w dniu zawarcia umowy. 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 zgodnej z aktualnymi przepisami podatkowymi.

2. W publikacjach TIME S.A. 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.

3. W publikacjach i serwisach internetowych TIME S.A. ceny określone są jako usługi jednorazowe – czyli dotyczące zamieszczenia reklamy w jednym numerze danego tytułu TIME S.A.; wyświetlenia jednokrotnego reklamy lub umieszczenia reklamy w Internecie na określony, zawarty w umowie, okres czasu.

§ 6 SPOSOBY DOKONYWANIA PŁATNOŚCI (zaliczka, dopłata i przedpłata)

1. Kwota za zamieszczenie reklamy w tytułach drukowanych płatna jest w następujący sposób:
– w przypadku zamówień, których jednostkowa wartość wynosi do 1.000 zł (słownie: tysiąc złotych) w formie zaliczki w wysokości 100% wartości emisji brutto, na podstawie faktury pro-forma, w terminie do 10 dni przed datą emisji reklamy w danej publikacji.

– w przypadku zamówień, których jednostkowa wartość wynosi powyżej 1.000 zł (słownie: tysiąc złotych) w formie zaliczki w wysokości 40% wartości emisji brutto, na podstawie faktury pro-forma, w terminie do 10 dni przed datą emisji reklamy w danej publikacji oraz dopłaty pozostałych 60% wartości emisji brutto w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury VAT wysyłanej do Zamawiającego, przy czym po wpłacie pierwszej zaliczki Zamawiający wpłaca kolejne zaliczki zgodnie z postanowieniami i terminami określonymi w tym punkcie. Faktura na pozostałą część jest wystawiana w ciągu 7 dni od daty ukazania się publikacji na rynku lub zamieszczenia usługi w serwisie internetowym.

– w przypadku Stałego Klienta cała należna kwota brutto za zamieszczenie reklamy w tytułach drukowanych płatna jest po emisji reklamy w danej publikacji w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury VAT wysyłanej do Zamawiającego. Faktury do Zamawiającego będą wysyłane listem poleconym a w przypadku Zamawiającego, który wyrazi zgodę na otrzymanie e-faktury – w formie elektronicznej.

2. Zamawiający będący Stałym Klientem może dokonać wpłaty jednej zaliczki w wysokości 100% wartości całego zamówienia brutto (lub danej emisji), w terminie do 10 dni przed datą emisji pierwszej z zamówionych reklam w danej publikacji (lub do 10 dni przed datą emisji każdej kolejnej zamówionej reklamy). Uprawnia to Zamawiającego będącego Stałym Klientem do otrzymania dodatkowego, specjalnego upustu z wysokości 2% kwoty do zafakturowania tej emisji (tj. kwoty za opublikowanie reklamy po odliczeniu ewentualnego upustu z wysokości tytułu). Każdorazowa wpłata zaliczki będzie traktowana jako wpłata kwoty brutto tj. z podatkiem VAT i zgodnie z § 10 Rozp. Min. Fin. z dn. 28.11.2008 roku w sprawie zwrotu podatku niektórym płatnikom, wystawianiu faktur, sposobu ich przechowywania oraz listy towarów i usług, do których nie mają zastosowania zwolnienia od podatku od towarów i usług (Dz. U. z 2008 r. nr 212, poz. 1337), zostanie potwierdzona fakturą VAT wystawioną w terminie 7 dni od daty wpłaty na kwotę wpłaconej zaliczki. Przyjmując się, że data wpłaty jest data wpływu kwoty na rachunek TIME S.A.

3. Niedokonanie w terminie wpłaty pierwszej zaliczki może spowodować rozwiązanie umowy przez TIME S.A. Jeżeli przewidziano dalsze zaliczki w toku wykonywania umowy, fakt nie wpłacenia przez Zamawiającego zaliczki za kolejne emisje reklamy w terminie, o którym mowa w ust. 1, upoważnia TIME S.A. do zawieszenia realizacji umowy lub do jej jednostronnego rozwiązania. Zasady te stosuje się odpowiednio w wypadku opóźnienia dopłaty za zamieszczone reklamy. TIME S.A. może jednak realizować zamówienie i dochodzić tych należności.

4. Należność z tytułu emisji w serwisach internetowych jest płatna w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury VAT. Faktura wystawiona jest najpóźniej 7 dnia od daty ukazania się kampanii emitowanych na określony z góry czas lub 7 dni po zakończeniu kampanii reklamowej zawierającej określoną liczbę emisji zgodnie z zawartą umową.

§ 7 FORMA DOKONYWANIA PŁATNOŚCI

1. Zamawiający może dokonać wpłaty na konto w: Alior Bank S.A. 72 2490 0005 0000 4600 4557 2640, Time S.A. ul. Jubilerska 10, 04-190 Warszawa, wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem KRS 0000295857, NIP: 526-10-04-620, REGON: 010750727, kapitał zakładowy (opłacony w całości) 25.070.000 złotych. Koszty przelewu należności, a w wypadku dokonywania wpłaty z zagranicy także koszty banku zagranicznego, ponosi Zamawiający.

2. Za dodatkowe usługi związane z zamieszczeniem i przygotowaniem reklamy, w szczególności usługi graficzne, fotograficzne, przygotowania do druku, poligraficzne, mailingowe, wysyłkę dodatkowych egzemplarzy oraz koszty odbioru materiałów reklamowych TIME S.A. może obciążyć Zamawiającego odrębną fakturą VAT, płatną w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury, według stawek ustalonych indywidualnie z Zamawiającym. Odpowiednio dotyczy to także przyjętej przez TIME S.A. zmiany materiału reklamowego dokonanej przez Zamawiającego, powodującej dodatkowe koszty po stronie TIME S.A.

3. Nieterminowe płatności powodować będą utratę ewentualnie umówionych upustów oraz naliczanie odsetek według stopy odpowiadającej wysokości odsetek ustawowych.

§ 8 UPUST

1. Jeżeli Zamawiający zleca w umowie więcej niż jedną emisję reklamy, TIME S.A. może udzielić upustu od wartości cennikowej reklam opublikowanych na podstawie tego samego zamówienia. Przyznanie i wysokość ewentualnego upustu podlega obustronnemu pisemnemu ustaleniu.

2. Upusty przyznane Zamawiającemu dotyczące reklam i prezentacji we wskazanych publikacjach i serwisach internetowych nie przekładają się automatycznie na inne publikacje i serwisy TIME S.A.

§ 9 REKLAMACJE

1. W przypadku zamieszczania reklam w publikacjach i serwisach internetowych TIME S.A. Zamawiający traci uprawnienia z tytułu ewentualnej wadliwości opublikowanego materiału reklamowego, jeżeli nie zawiadomił TIME S.A. o wadzie (nie zgłosił reklamacji) w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury VAT za opublikowanie reklamy lub zalega z płatnościami wynikającymi z zawartej umowy. W wypadku wystawienia faktury przed opublikowaniem reklamy, termin powyższy liczony jest od daty doręczenia egzemplarza dowodowego.

2. TIME S.A. w terminie 21 dni od daty doręczenia pisemnej reklamacji dotyczącej zamieszczania reklam w publikacjach i serwisach internetowych TIME S.A. odpowie pisemnie na reklamację.

§ 10 FORMA ZAWARCIA UMOWY

1. Umowę pomiędzy TIME S.A. a Zamawiającym zawierane są na piśmie. Wszelkie zmiany i uzupełnienia tych umów wymagają również formy pisemnej pod rygorem nieważności.

2. Oryginały egzemplarzy podpisanej umowy lub zamówienia musi być doręczonej TIME S.A. wraz ze wszystkimi załącznikami w terminie określonym w umowie lub zamówieniu. W przypadku nie zachowania terminu TIME S.A. zastrzega sobie prawo przesunięcia zamieszczenia reklamy na następną edycję bez skutków odszkodowawczych, chyba że strony ustalą inaczej.

3. Zamawiający ma obowiązek bezzwłocznego powiadomienia na piśmie (za pokwitowaniem lub listem poleconym) z zwrótnym poświadczaniem odbioru) TIME S.A. o zmianie swojego adresu (w tym również faxu i telefonu) pod rygorem uznania za skuteczne doręczeń dokonywanych pod dotychczasowy adres.

§ 11 WŁAŚCIWE PRZEPISY

W kwestiach nie uregulowanych w umowie oraz w „Warunkach ogólnych” stosuje się odpowiednie przepisy Kodeksu cywilnego.

§ 12 ROZSTRZYGANIE SPORÓW

Ewentualne spory między stronami rozpoznawane będą przez Sąd właściwy ze względu na siedzibę TIME S.A.

Tekst „Warunków ogólnych ...” jest dostępny na stronie www.grupapzpr.pl