

**OGÓLNE WARUNKI O ŚWIADCZENIE USŁUG REKLAMOWYCH NA POWIERZCHNI
INTERNETOWEJ I W APLIKACJACH MOBILNYCH
(dalej także: „Ogólne warunki”)**

I. Wstęp.

Wszystkie Umowy Zlecenia Realizacji Emisji Kampanii Reklamowych („Umowy Zlecenia” lub „Zlecenia Reklamowe”) w serwisach internetowych będących w ofercie handlowej spółki Grupa RMF spółka z o.o. spółka komandytowa, w tym w szczególności, lecz nie wyłącznie, w serwisach internetowych rozgłośni radiowych: RMF FM, RMF MAXXX, RMF Classic, Radio GRA, na platformie internetowej RMFon.pl., w wortalu RMF24.pl, a także na powierzchni dostępnej poprzez wszelkie możliwe aplikacje, w szczególności lecz nie wyłącznie, aplikacje mobilne, oparte są na niniejszych Ogólnych warunkach, stanowiących integralną ich część. Poszczególne Umowy Zlecenia będą zawierane w formie pisemnej. Postanowienia poszczególnych Umów Zlecenia mogą wyłączyć zastosowanie niniejszych Ogólnych warunków w całości, lub w części tylko w przypadku, gdy Umowa Zlecenia będzie zawarta w formie pisemnej pod rygorem nieważności.

II. Definicje

1. **Umowa Zlecenia Realizacji Emisji Kampanii Reklamowej (dalej także: „Umowa Zlecenia” lub „Zlecenie Reklamowe”)** – oznacza każdą umowę, której przedmiotem jest, choćby tylko w części, sprzedaż powierzchni internetowej w serwisach internetowych będących w ofercie handlowej spółki Grupa RMF spółka z o.o. spółka komandytowa zawieraną w celu umieszczania reklam na tej powierzchni. Potwierdzenie przyjęcia Umowy Zlecenia lub przystąpienie do jej wykonania oznacza zawarcie umowy o treści uzgodnionej przez strony.
2. **Serwisy** – oznaczają wszelkie serwisy internetowe i inne podobne serwisy będące w ofercie handlowej spółki Grupa RMF sp. o.o. spółka komandytowa, niezależnie od tego czy Spółka jest właścicielem domeny internetowej.
3. **Aplikacje Mobilne** – oznaczają wszelkie aplikacje dedykowane dla urządzeń mobilnych będące w ofercie Grupy RMF sp. z o.o. sp. komandytowa.
4. **Zleceniodawca** – oznacza każdą osobę fizyczną i prawną, a także jednostkę organizacyjną nie posiadającą osobowości prawnej, zawierającą Umowę Zlecenia.

Zleceniodawcą jest również Agencja lub inny pośrednik reklamowy działający w imieniu własnym i na rzecz swoich klientów.

5. **Grupa RMF FM sp. o.o. spółka komandytowa (dalej także „Spółka”)** - oznacza spółkę posiadającą w swojej ofercie handlowej usługi związane z realizacją emisji kampanii reklamowych w serwisach będących w ofercie handlowej Spółki, w tym w szczególności, w serwisach internetowych stacji radiowych RMF FM, RMF Classic, RMF MAXXX, Radio GRA, w wortalu rmf24.pl oraz na internetowej platformie muzycznej RMFon.pl, a także na powierzchni dostępnej poprzez wszelkie możliwe aplikacje, w szczególności lecz nie wyłącznie, aplikacje mobilne (Serwisy) z siedzibą Al. Stanów Zjednoczonych 61 A, 04-028 Warszawa, zarejestrowaną w Rejestrze Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, Wydział XII Gospodarczy KRS pod numerem KRS 0000335800.
6. **Powierzchnia reklamowa** - oznacza przestrzeń przeznaczoną do emisji Reklamy znajdującą się:
 - a) na stronach internetowych lub zbiorze wzajemnie powiązanych stron internetowych wraz z treściami, projektem, grafiką, plikami audio, plikami video i mechanizmami informatycznymi, zamieszczonych pod unikalną domeną internetową,
 - b) na aplikacjach wraz z treściami, projektem, grafiką, plikami audio, plikami video i mechanizmami informatycznymi.
7. **Reklama** – oznacza przekaz handlowy, pochodzący od podmiotu publicznego lub prywatnego, w związku z jego działalnością gospodarczą lub zawodową.
8. **Forma Reklamowa** – oznacza określoną pod względem technicznym formę prezentacji Reklamy na powierzchni internetowej.
9. **Specyfikacja Techniczna Form Reklamowych** – oznacza dokument określający w szczególności parametry techniczne, jakim powinny odpowiadać wyszczególnione w dokumencie materiały reklamowe oraz określający aktualne na dzień zawarcia Umowy Zlecenia techniczne warunki emisji, zamieszczony na stronie <http://www.gruparmf.pl/serwisy-internetowe>. Specyfikacja Techniczna Form Reklamowych stanowi integralną część Ogólnych Warunków.
10. **Emisja** – oznacza w zależności od wybranej formy display:
 - a) wyemitowanie Reklamy w Serwisie lub w jego części w liczbie określonej w Umowie Zlecenia,
 - b) utrzymywanie w określonej części Serwisu Reklamy i zapewnienie jej dostępności w czasie określonym w Umowie Zlecenia,

- c) działalnie mające na celu wywołanie działań Użytkownika o określonej w Umowie Zlecenia liczbie i charakterze.
11. **Użytkownik** – oznacza osobę korzystającą z Serwisów będących w ofercie handlowej Spółki.
 12. **Usługi Reklamowe Spółki Grupa RMF spółka z o.o. spółka komandytowa** - oznacza Reklamę świadczoną przez ww. Spółkę w Serwisach.
 13. **Dzień Roboczy** - oznacza każdy dzień tygodnia z wyjątkiem sobót oraz dni ustawowo wolnych od pracy (niedziele i święta określone ustawą o dniach wolnych od pracy).
 14. **Cennik** - oznacza dokument zawierający wykaz cen aktualny na dzień zawarcia Umowy Zlecenia zamieszczony na stronie <http://gruparmf.pl/serwisy-internetowe>.
 15. **Plan Emisji Reklam** – oznacza wykaz terminów emisji Reklam zawierający rok, miesiąc, dzień, godzinę, minutę, sekundę emisji danej Reklamy, względnie przedział czasowy w jakim emitowana będzie Reklama.

III. Postanowienia Ogólne.

1. Spółka Grupa RMF sp. z o.o. spółka komandytowa nie ponosi odpowiedzialności za treść lub formę Reklam.
2. Podpisując Umowę Zlecenia Zleceniodawca zapewnia, że ma prawo posługiwać się użytymi w Reklamie informacjami, danymi, znakami towarowymi oraz wszelkimi pozostałymi elementami podlegającymi ochronie prawnej oraz, że Reklama nie jest sprzeczna z prawem lub dobrymi obyczajami.
3. Obowiązek naprawienia wszelkich szkód wyrządzonych spółce Grupa RMF sp. o.o. spółka komandytowa w związku z treścią lub formą Reklam (wraz z kosztami procesowymi oraz innymi uzasadnionymi kosztami poniesionymi w związku z roszczeniem osób trzecich) spoczywa na Zleceniodawcy.
4. Spółka Grupa RMF sp. z o.o. spółka komandytowa samodzielnie decyduje o zawartości Serwisów i ogólnym stylu prezentowanych Reklam.
5. Reklamy prezentowane w Serwisach będących w ofercie handlowej spółki Grupa RMF Sp. z o.o. spółka komandytowa powinny się odróżniać od pozostałych elementów graficznych Serwisów związanych bezpośrednio z jego układem graficznym. Reklamy nie mogą naśladować żadnych elementów Serwisów..
6. Spółka Grupa RMF spółka z o.o. spółka komandytowa zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczania emitowanych Reklam słowami: „reklama”, „sponsor serwisu”, „promocja” itp.

7. Spółka Grupa RMF spółka z o.o. spółka komandytowa zaprzestanie emisji Reklamy w wypadku, gdy Reklama:
- a) jest niezgodna z prawem,
 - b) narusza dobra osobiste lub dobre obyczaje, w szczególności lecz nie wyłącznie, gdy zawiera treści o charakterze pornograficznym, erotycznym, propagującym piractwo fonograficzne, komputerowe, upowszechniającym techniki łamania danych, wirusy,
 - c) może negatywnie wpłynąć na styl Serwisu,
 - d) może negatywnie wpłynąć na wizerunek lub renomę Spółki,
 - e) zawiera treści o kontrowersyjnym charakterze, we szczególności lecz nie wyłącznie, treści związane z: antykoncepcją, odchudzaniem, religią, polityką lub trudnymi społecznie tematami,
 - f) zawiera jakiegokolwiek treści, które są reklamą lub/i promocją dla podmiotów konkurencyjnych,
 - g) spowodowała, że osoba trzecia, właściwy organ lub instytucja powołana do czuwania nad przestrzeganiem przepisów prawa lub innych norm zgłosiły zastrzeżenia dotyczące Reklam,
- a także w wypadku, gdy emisja Reklamy jest niezgodna z postanowieniami niniejszych Ogólnych Warunków.

IV. Zawarcie Umowy.

1. Umowa Zlecenia (dalej też: „Zlecenie Reklamowe”) powinna mieć formę pisemną, zawierać podpis i pieczęć Zleceniodawcy oraz spółki Grupa RMF sp. o.o. spółka komandytowa. W przypadku gdy Zleceniodawca jest podmiotem wpisanym do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), Umowa Zlecenia musi ponadto zawierać imię i nazwisko właściciela lub wspólników firmy oraz numery NIP i numery PESEL.
2. Do chwili pisemnego potwierdzenia przyjęcia Umowy Zlecenia lub przystąpienia do jego wykonania stanowi ona ofertę w rozumieniu art. 66 kc.
3. Umowa Zlecenia musi dotrzeć do siedziby spółki Grupa RMF sp. o.o. spółka komandytowa najpóźniej 3 dni robocze przed datą planowanej Emisji.
4. Umowa Zlecenia, która dotrze do siedziby Spółki później aniżeli 3 dni przed datą planowanej Emisji stanowi jedynie zaproszenie do podjęcia rokowań w rozumieniu art. 71 kc.

5. Agencje reklamowe i inni pośrednicy reklamowi działający w imieniu i na rzecz swoich klientów są solidarnie odpowiedzialni z osobami, które reprezentują, wobec Spółki za regulowanie należności wynikających z przyjętych Umów Zlecenia. .
6. Modyfikacja lub anulowanie choćby w części przyjętej Umowy Zlecenia wymaga formy pisemnej.

V. Zasady anulowania Zlecenia Reklamowego.

1. Zlecenie Reklamowe anulowane w całości wcześniej niż 21 dni roboczych przed pierwszym terminem Emisji wskazanym w Planie Emisji nie rodzi zobowiązań finansowych wobec Spółki. W takim przypadku cała należność brutto za anulowane Zlecenie Reklamowe zostanie zwrócona Zleceniodawcy, o ile została wcześniej przekazana Spółce.
2. W przypadku gdy oświadczenie o anulowaniu Zlecenia Reklamowego zostanie złożone Spółce później niż 21 dni roboczych przed pierwszym terminem Emisji wskazanym w Planie Emisji Reklam, Zleceniodawca zapłaci Spółce karę umowną w następującej wysokości:
 - a) w okresie pomiędzy 21 a 7 Dniami roboczymi przed ustalonym pierwszym terminem Emisji - 25 % należności brutto za Emisję,
 - b) w okresie pomiędzy 7 a 3 Dniami roboczymi przed ustalonym pierwszym terminem Emisji - 50 % należności brutto za Emisję,
 - c) poniżej 3 dni roboczych przed ustalonym pierwszym terminem Emisji - 75 % należności brutto za Emisję,
3. d) po rozpoczęciu emisji - 100 % należności brutto za Emisję. W przypadku częściowego anulowania Zlecenia Reklamowego dokonanego przed Emisją pierwszej Reklamy, stosuje się zasady określone w pkt. 1 i 2 powyżej w stosunku do anulowanej części Zlecenia Reklamowego.

VI. Warunki modyfikacji Zlecenia Reklamowego.

1. Oświadczenie modyfikujące Zlecenie Reklamowe powinno być złożone Spółce najpóźniej 3 dni robocze przed terminem rozpoczęcia Emisji. Stanowi ono ofertę w rozumieniu art. 66 kc. Spółka przyjmie taką ofertę w miarę istniejących możliwości. W przypadku braku możliwości realizacji zmodyfikowanego Zlecenia Reklamowego, Zleceniodawca może według własnego wyboru bądź zrezygnować z modyfikacji Zlecenia Reklamowego, bądź odstąpić od umowy. Odstąpienie od umowy jest

równoznaczne z anulowaniem Zlecenia Reklamowego za zapłatą kary umownej, zgodnie z zasadami anulowania Zlecenia Reklamowego.

2. W przypadku gdy obie strony wyrażą na to zgodę jest możliwa korekta Zlecenia Reklamowego.

VII. Warunki emisji.

1. Formy Reklamowe zgodne ze Specyfikacją Techniczną Reklam powinny być dostarczane na adres Spółki najpóźniej na 3 dni robocze przed terminem Emisji. W przypadku dostarczenia Form reklamowych w terminie późniejszym lub niezgodnych ze Specyfikacją Techniczną Reklam Spółka zastrzega sobie prawo do anulowania Zlecenia Reklamowego lub wprowadzenia zmian w Planie emisji.
2. Przesłane Reklamy powinny być dokładnie opisane (nazwa Zleceniodawcy, przedmiot kampanii, numer Zlecenia), a w przypadku Reklam z podkładem muzycznym i/lub z wykorzystaniem video filmów powinny zostać zaopatrzone także w tzw. „metryczki” zawierające w szczególności informacje o posiadaniu praw autorskich do użytych w Reklamie utworów.
3. Jeżeli z jakiegokolwiek powodu wynikającego z winy Spółki Reklama nie zostanie wyemitowana zgodnie z Planem Emisji lub zostanie wyemitowana niewłaściwie, Spółka zobowiązuje się do powtórnej emisji Reklamy w późniejszym, ustalonym wspólnie ze Zleceniodawcą terminie.

VIII. Zasady ustalania ceny emisji Reklam.

1. Ceny Emisji Reklam określa „Cennik”. Ceny podawane są bez uwzględnienia podatku VAT. Zamawiający pokrywa wszelkie należności publicznoprawne (w szczególności podatkowe) związane z emisją Reklam.
2. Cennik obowiązuje przez czas określony, wskazany w tym Cenniku.

IX. Warunki płatności i fakturowanie.

1. Cenę usługi reklamowej określa Zlecenie Reklamowe, o ile treść samego Zlecenia Reklamowego nie stanowi inaczej.
2. Faktury są wystawiane przez Spółkę Zleceniodawcy w ostatnim dniu wykonywania usług reklamowych, chyba, że Zlecenie Reklamowe stanowi inaczej, jednak nie później niż 7 dni od dnia wykonania usługi. Faktury są płatne w terminie 14 dni od dnia ich wystawienia.

3. W wypadku, gdy Zleceniodawca dopuszcza się opóźnienia w płatności za zrealizowane uprzednio Zlecenie Reklamowe, Spółka może wstrzymać Emisję kolejnych Reklam realizowaną na podstawie nowego Zlecenia Reklamowego do czasu uregulowania przez Zleceniodawcę zaległości, a także uzależnić Emisję kolejnych Reklam od wpłacenia przez Zleceniodawcę stosownej zaliczki.

X. Reklamacje.

1. Wszelkie reklamacje dotyczące nienależytego wykonania umowy składać należy Spółce w formie pisemnej pod rygorem nieważności w terminie do 21 dni od daty wyemitowania danej Reklamy. Reklamacja powinna zawierać informację na temat rodzaju uchybienia oraz jego opis wraz z uzasadnieniem. Reklamacje zgłaszane po wyznaczonym terminie nie będą rozpatrywane, na co Zleceniodawca wyraża zgodę.

XI. Siła wyższa.

1. Spółka nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek nie wykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających z umów zlecenia, jeśli jest ono następstwem zdarzeń pozostających poza jej kontrolą, w tym w szczególności, choć nie wyłącznie: jakiegokolwiek wybuchu wojny lub grożącego wybuchu wojny, aktów, decyzji lub weta instytucji rządowych lub międzynarodowych, strajków, lockautów lub innych działań protestacyjnych, powodzi, pożarów, eksplozji, awarii sieci Internet lub jej części, sieci energetycznej, awarii komputerowych systemów nadzoru i dystrybucji lub innych przejawów siły wyższej.
2. W przypadku zaistnienia zdarzenia tego rodzaju, Spółka zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne dogodnie dla niego terminy emisji, albo też zwrócić Zleceniodawcy przekazane przez niego środki proporcjonalnie do zakresu nie wykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania Spółki.

XII. Forma pisemna.

1. Wszelkie doręczenia oświadczeń Spółce uważa się za dokonane jeśli zachowana została forma pisemna pod rygorem nieważności.

XIII. Właściwość prawa i sądu.

1. Wszystkie Umowy Zlecenia zawarte na podstawie niniejszych Ogólnych warunków podlegają prawu polskiemu.

2. Strony zgodnie ustalają, że wszelkie spory wynikające z zawartych Umów Zlecenia rozstrzygane będą przez Sąd Rejonowy dla Krakowa – Śródmieścia w Krakowie, Wydział IV Gospodarczy, w przypadku gdy sądem rzeczowo właściwym będzie sąd okręgowy, przez Sąd Okręgowy w Krakowie, Wydział IX Gospodarczy.