

## OGÓLNE WARUNKI UMÓW 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 i 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 zawarte w formie pisemnej. Postanowienia poszczególnych Umów Zlecenia mogą wyłączać za stosowanie 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 umieszczenia 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 ul. Fabryczna 5A, 00-446 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, jakie 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) wyciemnienie 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) działania 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 za 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.

## OGÓLNE WARUNKI UMÓW O ŚWIADCZENIE USŁUG REKLAMOWYCH NA POWIERZCHNI INTERNETOWEJ I W APLIKACJACH MOBILNYCH

(dalej także: „Ogólne warunki”)

### 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 rozstrzygnięciem 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 zastrzeżenie 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 współników 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,
  - 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.

## OGÓLNE WARUNKI UMÓW O ŚWIADCZENIE USŁUG REKLAMOWYCH NA POWIERZCHNI INTERNETOWEJ I W APLIKACJACH MOBILNYCH

(dalej także: „Ogólne warunki”)

### VI. Warunki modyfikacji Zlecenia Reklamowego.

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

### VII. Warunki emisji.

- 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.
- 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.
- 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 Reklam w późniejszym, ustalonym wspólnie ze Zleceniodawcą terminie.

### VIII. Zasady ustalania ceny emisji Reklam.

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

### IX. Warunki płatności i fakturowanie.

- Cenę usługi reklamowej określa Zlecenie Reklamowe, o ile treść samego Zlecenia Reklamowego nie stanowi inaczej.
- 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.

- W przypadku, 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.

- Wszelkie reklamacje dotyczące nienależytego wykonania umowy składają należy Spółce w formie pisemnej pod rygorem nieważności w terminie do 21 dni od daty wyemitowania danej Reklam. 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.

- Spółka nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek niewykonanie 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, lockoutów lub innych działań protestacyjnych, powodzi, pożarów, eksplozji, a warii sieci Internet lub jej części, sieci energetycznej, a warii komputerowych systemów nadzoru i dystrybucji lub innych przejawów siły wyższej.
- 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.

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

### XIII. Właściwość prawa i sądu.

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