

> POLSKA  
> KOMPANIA  
> REKLAMOWA



**Ogólne warunki  
zamieszczania Emisji Reklam  
w Erotycznej sieci PINK POLAND  
Warszawa, 01-02-2012**

## § 1

### I POSTANOWIENIA OGÓLNE:

Ilekczoć w niniejszych zasadach ogólnych stosuje się poniższe określenia i definicje, należy je rozumieć jak następuje:

Ogólne Warunki – niniejszy dokument, zawierający ogólne warunki umowy regulującej zasady zamieszczania Emisji Reklam w Erotycznej sieci PINK POLAND przez Zleceniodawców Erotycznej sieci PINK POLAND – zbiór witryn współpracujących z firmą Polska Kompania Reklamowa na podstawie

odrębnych umów, których powierzchnią reklamową dysponuje firma Polska Kompania Reklamowa. Zleceniobiorca – Spółka Polska Kompania Reklamowa S.C. mieszcząca się w Warszawie przy ulicy Rzymowskiego 53, 02-697

Warszawa. Regon: 141695790, NIP: 5213515788

Zleceniodawca – każda osoba fizyczna lub prawna a także jednostka organizacyjna nie będąca osobą prawną zlecająca lub rezerwującą emisję reklamy w Erotycznej sieci PINK POLAND.

Reklama – każdy przekaz mający na celu promocję sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług, popieranie określonych spraw i idei bądź osiągnięcie innego efektu pożądanego przez Zleceniodawcę.

Rezerwacja – wpis w systemie rezerwacji określający zajętość powierzchni dla konkretnego klienta, na potrzeby określonej kampanii.

Zlecenie Emisji Reklam – każda umowa zawarta pomiędzy Zleceniobiorcą a Zleceniodawcą, której przedmiotem jest emisja reklamy w Erotycznej sieci PINK POLAND. Potwierdzenie przyjęcia Zlecenia Emisji Reklam oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z uzgodnionych pisemnych oświadczeń stron.

Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam – wyłącznie zmiana ustalonych terminów, miejsc emisji reklam, liczby emisji reklam, kryteriów targetowania reklamy dokonana po rozpoczęciu emisji reklam, nie powodująca zmniejszenia wartości Zlecenia Emisji Reklam.

## § 2

Przyjmowanie do publikacji oraz zamieszczanie reklam lub cyklu powiązanych reklam jest dokonywane w oparciu o niniejsze Zasady Ogólne oraz obowiązujące przepisy prawne.

## § 3

1 Sprzedaż reklamy przez Zleceniobiorcę odbywa się według następujących kryteriów:

- a. liczby emisji (odsłon, wyświetleń) – CPM;
- b. czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee;
- c. liczby kliknięć przez użytkownika w reklamę – CPC;
- d. liczby działań wykonanych przez użytkowników na stronie reklamodawcy (będących następstwem obejrzenia lub kliknięcia w reklamę) - CPA.

2 Do rozliczenia reklamy stosuje się następujące jednostki rozliczeniowe:

- a. 1000 odsłon;
- b. dzień, tydzień, miesiąc emisji;
- c. jedno kliknięcie;
- d. jedno działanie.

3 W przypadku wykorzystania narzędzi reklamowych takich, jak mailing, jednostką rozliczeniową jest jeden list poczty elektronicznej wysłany do aktywnego użytkownika konta.

## § 4

### II ZLECENIE EMISJI REKLAM :

1 Zlecenia Emisji Reklam dokonuje się pisemnie (w formie poczty elektronicznej lub faksu przesyłanego przez Zleceniodawcę do Zleceniobiorcy) na odpowiednim formularzu przygotowanym przez Zleceniobiorcę.

Zleceniodawca może używać swoich wzorów formularzy do poinformowania Zleceniobiorcy o chęci zakupu emisji reklamy. W takim przypadku Zleceniobiorca – po otrzymaniu formularza od Zleceniodawcy - przygotowuje swój dokument i przesyła do akceptacji Zleceniodawcy.

Jednak dopiero zatwierdzenie tego dokumentu przez Zleceniobiorcę jest wiążące i oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z uzgodnionych pisemnych oświadczeń stron.

Zlecenie Emisji Reklam oraz potwierdzenie jego przyjęcia mogą być dokonywane w formie elektronicznej z uwzględnieniem wymogów narzuconych przez Ustawę o podpisie elektronicznym.

2 Jeżeli publikacja nie jest realizowana na podstawie umowy okresowej to niezbędne jest złożenie pisemnego zamówienia dotyczącego zlecenia konkretnej emisji, Reklamodawca jest zobowiązany dostarczyć PINK POLAND nie później niż na trzy dni przed planowanym początkiem emisji.

3 Zlecenie Emisji Reklam o którym mowa po wyżej, musi zawierać:

- a. listę zamawianych powierzchni reklamowych (serwisów) oraz miejsc w ich obrębie (strona główna, podstrony, góra, dół itp.);
- b. jednostkę rozliczeniową (odstony, czas, kliknięcia, działania);
- c. liczbę zamawianych jednostek rozliczeniowych na poszczególnych serwisach;
- d. wartość jednostki rozliczeniowej na poszczególnych serwisach, ewentualne rabaty, wartości po udzielonych rabatach;
- e. czas trwania Emisji Reklamy na poszczególnych serwisach;
- f. ewentualne dodatkowe założenia dotyczące emisji reklamy (targetowanie, ograniczanie liczby kontaktów jednego użytkownika z reklamą itp.);
- g. nazwę kampanii;
- h. dane identyfikujące klienta, w którego imieniu jest zamawiana emisja reklam (jeżeli ma to miejsce);
- i. dane identyfikujące Zleceniodawcę: imię i nazwisko osoby zlecającej; dane firmy zamawiającej: adres, telefon, faks, NIP, regon, KRS lub wpis do ewidencji działalności gospodarczej we właściwym urzędzie gminy;
- j. dane Zleceniobiorcy: imię i nazwisko osoby przyjmującej zlecenie, adres, telefon, faks, NIP, regon, KRS lub wpis do ewidencji działalności gospodarczej we właściwym urzędzie gminy;
- k. termin wystawienia FV, termin płatności FV, nazwę banku i numer konta, na które powinny zostać przelane pieniądze przez Zleceniodawcę;
- l. podpis i pieczęć Zleceniodawcy,

4 Szczegółowa informacja o treści reklamy stanowi integralną część zamówienia.

5 Podpisując Zlecenie Emisji Reklam, przygotowane przez Zleceniobiorcę, Zleceniodawca oświadcza, że:

- a. posiada odpowiednie umocowanie do składania zamówienia oraz podpisania umowy o emisję reklam;
- b. jest uprawniony do posługiwania się - użytymi w zleconych do emisji materiałach reklamowych; - informacjami, danymi, utworami lub ich fragmentami, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorcami zdobniczymi albo innymi elementami stanowiącymi przedmiot ochrony prawnej na podstawie prawa autorskiego i praw pokrewnych, prawa własności przemysłowej, prawa do znaków towarowych lub wzorów zdobniczych, prawa do tajemnicy przedsiębiorstwa lub innych praw na dobrach niematerialnych wymaganych w prowadzeniu kampanii;
- c. przekazane do emisji Reklam materiały reklamowe, ich treść i forma jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa i nie zawierają jakichkolwiek treści niezgodnych z prawem, a także nie naruszają praw osób trzecich. W szczególności Zleceniodawca zapewnia że:
  - treść lub forma Reklamy zleconej do emisji nie narusza obowiązującego prawa, w szczególności nie stanowi czynu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu ustawy z dn. 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r., Nr 153, poz. 1503 ze zm.), nieuczciwej praktyki rynkowej w rozumieniu ustawy z dn. 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. z 2007 r., Nr 171, poz. 1206) ani nie będzie naruszać zbiorowych interesów konsumentów w rozumieniu ustawy z dn. 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U z 2007 r., Nr 50, poz. 331 ze zm.),
  - treść lub forma Reklamy zleconej do emisji nie narusza przepisów ustawy z dnia 19 listopada 2009 roku o grach hazardowych a szczególności Art. 29 ust. 1 lub ust. 2 w związku z ust. 3,
  - treść lub forma Reklamy zleconej do emisji nie narusza przepisów, zawierających ograniczenia reklamowe dotyczące produktów sensytywnych, w szczególności odnoszące się do reklamy produktów leczniczych, wyrobów tytoniowych lub napojów alkoholowych,
  - treść lub forma Reklamy zleconej do emisji nie zawiera elementów kontrowersyjnych moralnie, światopoglądowo lub sprzecznych z dobrymi

obyczajami, treści pornograficznych, jak również elementów, które mogą zagrażać fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich, przy czym Strony przyjmują, że do oceny charakteru takich elementów zastosowanie będą miały przepisy ustawy z dn. 29.12.1992 r. o radiofonii i telewizji (Dz. U. z 2004 r., Nr 253, poz. 2531 ze zm.)

- Reklama zlecona do emisji również poprzez swoją formę nie zawiera treści naruszających dobra osobiste osób trzecich,

- treść lub forma Reklamy zleconej do emisji nie narusza majątkowych i osobistych praw autorskich i pokrewnych,

d. akceptuje warunki niniejszego regulaminu;

e. upoważnia Zleceniobiorcę do wystawienia faktur VAT bez podpisu odbiorcy.

6. PINK POLAND i podmioty prowadzące witryny należące do sieci PINK POLAND, na których jest emitowana

reklama, nie ponoszą odpowiedzialności cywilnej wynikającej z naruszenia poprzez emisję reklamy przepisów prawa, w szczególności w zakresie przepisów wymienionych w paragrafie 4 pkt 5 podpunkt PINK POLAND i podmioty prowadzące witryny należące do sieci PINK POLAND nie ponoszą

jakiegokolwiek odpowiedzialności za wykonywanie wszelkich zobowiązań w szczególności wykonanie ofert zawartych w treści reklam dostarczonych przez Zleceniodawcę widocznych w sieci Internet w ramach Witryn.

7. W ramach zobowiązań wynikających ze Zlecenia Emisji Reklamy, PINK POLAND nie świadczy usług

doradczych związanych z treścią i formą Reklamy, ani nie opiniuje Reklamy w zakresie jej zgodności z obowiązującymi przepisami, w szczególności w zakresie przepisów wymienionych w paragrafie 4 pkt 5 podpunkt c).

8. W przypadku uprawdopodobnienia przez jakikolwiek podmiot, w szczególności innego przedsiębiorcę, konsumenta lub organizację konsumencką, że treści reklamowe są sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami lub że naruszają prawa osób trzecich PINK POLAND będzie uprawniony do wstrzymania emisji treści reklamowych. W tym wypadku, Zleceniodawcy nie będzie przysługiwało prawo do zwrotu wynagrodzenia, a w przypadku gdy wynagrodzenie nie zostało jeszcze zapłacone, Zleceniodawca nie będzie zwolniony z obowiązku jego zapłaty.

9. Zleceniodawca oświadcza, iż zwróci PINK POLAND wszelkie poniesione przez niego koszty, w tym koszty postępowań sądowych i obsługi prawnej, jak również zwolni PINK POLAND od odpowiedzialności wobec osób trzecich przejmując realizację wszelkich roszczeń osób trzecich kierowanych przeciwko PINK POLAND i właścicieli witryn, na których nastąpiła emisja oraz przystąpi do ewentualnych postępowań wytoczonych przez te osoby w związku z naruszeniem przepisów obowiązującego prawa, a także praw przysługujących tym osobom, w tym praw osobistych osób trzecich, praw wynikających z ustawy prawo własności przemysłowej, praw autorskich, i innych praw własności intelektualnej oraz praw na dobrach niematerialnych, wynikłe z tego, że przy realizacji Umowy PINK POLAND naruszył ww. prawa osób trzecich.

10. W przypadku, gdyby w związku z emisją treści reklamowych jakiegokolwiek osoby trzecie zgłosiły z tego tytułu jakiegokolwiek roszczenia przeciwko PINK POLAND i właścicieli witryn, na których nastąpiła emisja reklamy lub zasądzone lub nałożone zostały na PINK POLAND i właścicieli witryn, na których nastąpiła emisja reklamy jakiegokolwiek odszkodowania, zadośćuczynienia, kary lub jakakolwiek inne kwoty przez sąd, jakikolwiek organ administracji publicznej lub na drodze polubownej, Zleceniodawca zapłaci PINK POLAND lub właścicielowi witryny na której nastąpiła emisja reklamy karę umowną w wysokości 100 % (sto procent) kwoty zasądzonej lub nałożonej na PINK POLAND lub właściciela witryny na której nastąpiła emisja reklamy. Zapłata kar umownych nastąpi w terminie 14 dni od daty wystawienia noty obciążeniowej przez PINK POLAND lub właściciela witryny na której nastąpiła emisja reklamy. Powyższe nie wyłącza możliwości dochodzenia przez PINK POLAND odszkodowania na zasadach ogólnych.

11. Określona powyżej odpowiedzialność Zleceniodawcy wobec PINK POLAND lub właściciela witryny na

której nastąpiła emisja reklamy jest niezależna od tego, czy PINK POLAND skorzysta z uprawnienia do wstrzymania emisji treści reklamowych, o którym mowa w paragrafie 4 niniejszego regulaminu.

12. Złożenie podpisanego Zlecenia Emisji Reklam oraz pisemne potwierdzenie jego przyjęcia przez Zleceniobiorcę (może być ono przesyłane faksem) jest jednoznaczne z zawarciem umowy o jego realizację. Zlecenia Emisji Reklam oraz potwierdzenie ich przyjęcia mogą być dokonywane w formie elektronicznej z uwzględnieniem wymogów narzuconych przez Ustawę

o podpisie elektronicznym.

## § 5

Niedotrzymanie terminu dostarczenia zamówienia bądź materiałów z nim związanych oraz wszelkie inne uchybienia formalne zamówienia zwalniają PINK POLAND z obowiązku jego realizacji oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.

## § 6

### III REZERWACJA :

1 Rezerwacja dokonywana jest na życzenie zleceniodawcy.

2 Rezerwacja ma zastosowanie wyłącznie w przypadku sprzedaży według kryterium czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee oraz wykorzystania narzędzi reklamowych mailing.

3 Rezerwacja dokonywana jest dla konkretnego Zleceniodawcy i na potrzeby określonej kampanii.

4 Ważność rezerwacji wynosi 30 dni. Przedłużenie ważności rezerwacji musi być potwierdzone zleceniem, pisemnie.

5 Rezerwacje dokonywane są na terminy nie późniejsze niż dwa miesiące od czasu dokonywania rezerwacji.

6 Dokonanie rezerwacji jest potwierdzane przez Zleceniobiorcę w formie elektronicznej.

Niedostarczenie zamówienia w terminie określonym w § 4 pkt.2 zwalnia PINK POLAND z obowiązku rezerwacji i jest uważane za rezygnację przez Reklamodawcę z zamówienia.

6

7 Rezerwacje dokonywane w terminie krótszym niż 21 dni roboczych od daty emisji muszą być potwierdzone zleceniem w ciągu jednego dnia roboczego od czasu otrzymania e-maila potwierdzającego dokonanie rezerwacji.

## § 7

### IV REZYGNACJA :

1 Emisja reklam może zostać odwołana przez Zleceniodawcę w całości lub części. Wiąże się to z karami umownymi (informacja w pkt.2 i 3 poniżej).

2 Anulowanie Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniodawcę nie później niż 5 dni roboczych przed datą pierwszej emisji nie rodzi zobowiązań finansowych wobec Zleceniobiorcy

3 W przypadku anulowania Zlecenia Emisji Reklam później niż 5 dni roboczych przed datą pierwszej emisji Zleceniodawca zapłaci Zleceniobiorcy karę umowną:

a. między piątym a trzecim dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji - 30% wartości brutto należnej za 7 pierwszych dni emisji reklam,

b. później niż trzy dni robocze przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji - 50% wartości brutto należnej za 7 pierwszych dni emisji reklam;

c. po rozpoczęciu emisji - 100% wartości brutto należnej za 7 pierwszych dni emisji reklam.

4 W przypadku częściowego anulowania Zlecenia Emisji Reklam kary umowne wymienione w pkt 3 powyżej odnoszą się do wartości anulowanej części zlecenia.

5 Anulowanie częściowe lub całościowe oznacza rezygnację z części lub całości emisji reklam w sieci PINK POLAND. Alokacja Emisji Reklam wewnątrz sieci PINK POLAND nie jest jednoznaczne z anulowaniem zlecenia.

6 Punkt 2,3 i 4 oraz 5 nie mają zastosowania w przypadku sprzedaży według kryterium czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee oraz wykorzystania narzędzi reklamowych mailing.

7 W przypadku anulowania Zlecenia Emisji Reklam w ramach sprzedaży według kryterium czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee oraz wykorzystania narzędzi reklamowych mailing, zleceniodawca zapłaci Zleceniobiorcy karę umowną w wysokości 100% wartości brutto należnej za emisję reklam.

8 Rezygnacja z całości lub części Zlecenia Emisji Reklam musi mieć formę pisemną pod rygorem nieważności.

## § 8

### V REALIZACJA ZLECENIA (realizacja, modyfikacja, warunki emisji):

1 W trakcie realizacji Zlecenia Emisji Reklam i po jej zakończeniu Zleceniodawcy jest udostępniana strona WWW ze statystykami zrealizowanych emisji reklamy i kliknięć w

reklamę. Jeśli emisja reklam została sprzedana w oparciu o inne jednostki rozliczeniowe, ich liczba również znajdzie się w statystykach. Adres strony WWW ze statystykami, login i hasło zostaną przesłane na życzenie Zleceniodawcy przez Zleceniobiorcę e-mailem w ciągu jednego dnia roboczego od chwili rozpoczęcia emisji reklam. Zleceniodawca może dodatkowo wymagać raportu z przebiegu emisji reklam w formie pisemnej.

2 Podstawą oceny poziomu realizacji emisji reklam są dane pochodzące z ad serwera Zleceniobiorcy.

3 Jeżeli z winy Zleceniobiorcy emisja reklam nie zostanie zrealizowana lub zostanie zrealizowana niewłaściwie, Zleceniobiorca zobowiązuje się do powtórnej emisji reklam w terminie ustalonym ze Zleceniodawcą. Powyższa odpowiedzialność nie dotyczy sytuacji, w których Zleceniobiorca wstrzymuje emisję reklam zgodnie z § 4 pkt 5 ppkt c).

4 Jeżeli z przyczyn obiektywnych emisja reklam nie została w pełni zrealizowana w zamówionym terminie:

a. czas jej realizacji zostanie odpowiednio wydłużony;

b. Zleceniodawca może wykorzystać pozostałą liczbę emisji w kolejnym zamówieniu;

c. kampania jest refakturowana (dokonuje się korekty Zlecenia Emisji Reklam oraz faktury VAT, jeśli została już wystawiona).

## § 9

1 Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.

2 Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniobiorcę jest dokonywana w czasie nie dłuższym niż 24 godziny od momentu otrzymania pisemnej informacji od Zleceniodawcy.

3 W przypadku wystąpienia wątpliwości i niejasności co do zakresu i rodzaju modyfikacji Zlecenia Emisji Reklam, Zleceniobiorca ma prawo do realizacji zamówienia w pierwotnej formie.

## § 10

1 Zleceniobiorca dysponuje szczegółowymi specyfikacjami technicznymi oferowanych form reklamy i udostępnia je na każde życzenie Zleceniodawcy. Specyfikacja wymienia rozmiary, wagi oraz sposoby wykonania reklam. Warunkiem akceptacji Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniobiorcę jest dostarczenie przez Zleceniodawcę kreacji zgodnej ze specyfikacją.

2 Wszystkie gotowe, wykonane zgodnie ze specyfikacją techniczną, materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia emisji reklam muszą być dostarczone na 4 dni robocze przed rozpoczęciem ich emisji. W przypadku form reklamy banerowej termin przesłania materiałów reklamowych wynosi 2 dni robocze przed rozpoczęciem ich emisji. Materiały muszą być przesłane drogą e-mail na adres przedstawiciela Zleceniobiorcy obsługującego Zleceniodawcę.

3 Zleceniobiorca jest zobowiązany sprawdzić poprawność otrzymanych materiałów w czasie nie dłuższym niż 24 godziny od chwili ich otrzymania oraz poinformować Zleceniodawcę o ewentualnych błędach zawartych w materiałach reklamowych lub ich poprawności.

4 Niedostarczenie w terminie poprawnie wykonanych materiałów reklamowych jest jednoznaczne z akceptacją przez Zleceniodawcę faktu, iż rozpoczęcie emisji reklam może zostać opóźnione w stosunku do terminów zawartych w Zleceniu Emisji Reklam.

Zleceniobiorca dołoży wszelkich starań, aby emisja reklam odbyła się zgodnie z terminami zawartymi w Zleceniu Emisji Reklam.

5 Jeśli w wyniku niedostarczenia materiałów przez Zleceniodawcę termin rozpoczęcia emisji reklam zostanie - za zgodą Zleceniobiorcy - przesunięty, nie rodzi to dla Zleceniobiorcy obowiązków odszkodowawczych z tytułu niezrealizowania emisji reklam ani obowiązku zwrotu należności za niezrealizowaną z tego powodu część emisji reklamy.

6 Punkt 4 oraz 5 nie ma zastosowania w przypadku wykorzystania narzędzi reklamowych typu mailing.

7 Jeżeli Zleceniodawca zdecyduje się na wymianę materiałów reklamowych po rozpoczęciu emisji reklam, Zleceniobiorca zobowiązuje się dokonać wymiany w terminie nie dłuższym niż 48 godzin od chwili otrzymania poprawnie wykonanych materiałów reklamowych.

8 Niedotrzymanie terminu dostarczenia Zlecenia Emisji Reklam lub materiałów reklamowych przez Zleceniodawcę zwalniają Zleceniobiorcę z obowiązku realizacji Zlecenia Emisji Reklam oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.

9 Reklamy nie mogą naśladować ani symulować elementów stron, na których będą

prezentowane i powinny być łatwo rozpoznawalne jako reklamy. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do dodatkowego oznaczania reklam słowami: "reklama", "ogłoszenie płatne", "sponsor" lub ich synonimami.

10 Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy przyjęcia Zlecenia Emisji Reklam bez podania przyczyny, jeżeli zachodzi uzasadnione podejrzenie, że ich treść lub treść strony docelowej jest sprzeczna z prawem lub zasadami współżycia społecznego bądź narusza prawa osób trzecich. W przypadku odmowy, Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności wobec Zleceniodawcy z tego tytułu.

11 Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy przyjęcia Emisji Reklam również wtedy, gdy treść lub forma reklam jest sprzeczna z linią programową witryn wchodzących w skład internetowej sieci reklamowej PINK POLAND lub z interesem Zleceniobiorcy. W przypadku odmowy, Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności wobec Zleceniodawcy z tego tytułu.

#### **§ 11**

1 Ceny zawarte w cenniku nie uwzględniają podatku VAT. Wszystkie koszty związane z obowiązującymi w Polsce przepisami podatkowymi są pokrywane przez Zleceniodawcę.

2 Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do modyfikowania cennika.

#### **§ 12**

1 Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających z umowy Zlecenia Emisji Reklam, jeśli jest ono następstwem zdarzeń pozostających poza jego kontrolą, w tym w szczególności (choć nie wyłącznie): wybuchu lub groźby wybuchu wojny; aktów, decyzji lub weta instytucji rządowych, umów rządowych lub międzynarodowych, strajków lub innych działań protestacyjnych, powodzi, pożarów, eksplozji, awarii sieci Internet lub jej części, sieci energetycznej, awarii komputerowych systemów nadzoru i dystrybucji lub innych przejawów działań siły wyższej.

2 W przypadku wyżej wymienionych zdarzeń Zleceniobiorca zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić o nim Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne dogodnie dla niego terminy emisji reklam.

#### **§ 13**

1 Wszystkie umowy Zlecenia Emisji Reklam, do których ma zastosowanie niniejszy Regulamin, podlegają prawu polskiemu.

2 Strony ustalają, że wszelkie spory wynikające z niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Zleceniobiorcy.

#### **§ 14**

##### **VI PŁATNOŚCI :**

Za zamówioną Emisję Reklamę Zleceniodawca zobowiązany jest zapłacić firmie Polska Kompania Reklamowa wynagrodzenie według następujących zasad:

1 Zleceniodawca może dokonać płatności za zamówioną reklamę:

a. Z góry – przed emisją,

b. Z dołu – po emisji, na podstawie wystawionej Faktury VAT.

2 W przypadku płatności z dołu Zleceniodawca zobowiązany jest zrealizować ją w ciągu 7 dni od daty wystawienia Faktury VAT. Uchybienie powyższego terminu płatności spowoduje naliczanie odsetek ustawowych za cały okres zwłoki.

3 W przypadku niedotrzymania terminu płatności, o którym mowa w pkt.2 powyżej, PINK POLAND ma także prawo odmówić przyjęcia zamówienia na emisję reklamy Zleceniodawcy w następnym terminie.

4 W przypadku zamówienia emisji reklam o charakterze cyklicznym PINK POLAND ma prawo wstrzymać emisję kolejnych reklam z zamówionego cyklu Zleceniodawcy, jeżeli poprzednie emisje nie zostały opłacone w terminie, niezależnie od uprawnienia do naliczania odsetek ustawowych za zwłokę.

#### **§ 15**

##### **VII REKLAMACJE :**

1 Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji zamówienia Zleceniodawca

zobowiązany jest zgłaszać firmie Polska Kompania Reklamowa wyłącznie na piśmie nie później niż do godziny

12:00 następnego dnia roboczego liczonego od dnia pierwszej zakwestionowanej emisji.

2 Niedotrzymanie terminu zgłoszenia reklamacji bądź nie zachowanie formy pisemnej powoduje utratę przez Zleceniodawcę prawa do reklamacji reklamy, jak też kolejnych dotkniętych wadą lub usterką emisji tego samego materiału w przypadku emisji cyklicznych.

#### **§ 16**

1 Reklamacja powinna zawierać udokumentowany opis usterek lub wad wyemitowanych podczas emisji reklamy w stosunku do złożonej specyfikacji oraz propozycję rekompensaty.

2 Oceny zasadności przedmiotu reklamacji dokonuje pracownik firmy Polska Kompania Reklamowa, lub upoważniony pełnomocnik.

3 Jeżeli reklamacja jest uzasadniona, Firma Polska Kompania Reklamowa według własnego wyboru i możliwości, po konsultacjach ze Zleceniodawcą, zobowiązuje się do realizacji ustalonej rekompensaty. W żadnym wypadku firma Polska Kompania Reklamowa nie ponosi odpowiedzialności wyższej niż kwota wynagrodzenia za emisję reklamy.

4 Złożenie reklamacji nie zwalnia Zleceniodawcy z obowiązku opłacenia kolejnych emisji. W przypadku braku płatności ze strony Zleceniodawcy stosuje się odpowiednio postanowienia z § 14 2,3 i 4.

5 Wniesienie reklamacji nie zwalnia Zleceniodawcy od odpowiedzialności, o której mowa w paragrafie 4 niniejszego regulaminu.

#### **§ 17**

##### **VIII POSTANOWIENIA KOŃCOWE :**

1 W sprawach nieuregulowanych w niniejszych Zasadach Ogólnych zastosowanie mają odpowiednie przepisy Kodeksu Cywilnego oraz ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

2 Wszelkie zmiany w niniejszym Regulaminie wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.