

OGÓLNE WARUNKI ZAMIESZCZANIA REKLAM

§1

POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Niniejszy dokument określa warunki świadczenia usług reklamowych przez wydawcę magazynów: „Handel”, „Media&Marketing Polska” (każdy zwany z osobna „Magazynem”) oraz właściciela serwisów internetowych: handlextra.pl, mmponline.pl, foodservice24, Computerworld.pl (każdy zwany z osobna „Portalem”) – spółkę **VFP Communications LTD. Sp. z o.o.** z siedzibą w Warszawie, pod adresem 00-710 Warszawa, ul. Idzikowskiego 16, wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000038991, NIP: 587-020-04-12, REGON 190598398 (zwaną dalej: „**Wydawcą**” i lub „**VFP**”).
2. Odstępstwo od warunków określonych w niniejszym dokumencie jest dopuszczalne wyłącznie w oparciu o postanowienia Zamówienia, które Wydawca zawrze – w trybie i na warunkach określonych w niniejszym dokumencie – z podmiotem, który złożył zamówienie na usługę reklamową.
3. **Niniejsze Ogólne Warunki Zamieszczania Reklam (OWZR)** są skierowane do osób nie będących konsumentami w rozumieniu przepisów art. 22⁽¹⁾ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku – Kodeks cywilny (zwany dalej „Kodeksem Cywilnym”). są skierowane do osób nie będących konsumentami w rozumieniu przepisów art. 221 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku – Kodeks cywilny.

§2

DEFINICJE

Określenia użyte w Zasadach ogólnych należy rozumieć w następujący sposób:

1. „**Zasady Ogólne**” – niniejsze „Ogólne warunki zamieszcza reklam”;
2. „**Klient**” oznacza Reklamodawcę lub Pośrednika.
3. „**Nośniki Reklamowe**” oznaczają wszelkie środki służące rozpowszechnianiu Materiałów Reklamowych, a w szczególności prasa, formy reklamy zewnętrznej i wewnętrznej, reklama podczas różnego rodzaju eventów organizowanych przez Wydawcę, strony internetowe Wydawcy, Internet.
4. „**Zamówienie**” oznacza umowę o świadczenie usług zawartą pomiędzy Klientem a Wydawcą, zawierająca co najmniej szczegółowy warunki świadczenia Usługi, harmonogram realizacji usługi lub termin końcowy realizacji oraz łączny koszt netto realizacji usługi, której niniejsze OWZR są integralną częścią. Zamówienie może być zawarte na podstawie i w wykonaniu umowy ramowej lub w przypadku braku umowy ramowej może stanowić samodzielną podstawę świadczenia Usług.
5. „**Pośrednik**” - agencja reklamowa lub dom mediowy, działający na rzecz Reklamodawcy.
6. „**Reklamodawca**” – podmiot, którego towary lub usługi są przedmiotem Kampanii Reklamowej.
7. „**Dzień Roboczy**” – dzień tygodnia przypadający od poniedziałku do piątku, z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy w tym okresie.
8. „**Kampania Reklamowa**” – wyświetlanie Materiałów Reklamowych na Nośnikach Reklamowych na podstawie Zamówienia.
9. „**Usługi**” oznaczają usługi świadczone przez Wydawcę na rzecz Klienta zgodnie z Zamówieniem.
10. „**Kampania Reklamowa**” oznacza emisję lub ekspozycję Materiałów Reklamowych na poszczególnych Nośnikach Reklamowych dla jednego produktu lub grupy produktów.
11. „**Media Plan**” oznacza szczegółowy plan emisji lub ekspozycji Materiałów Reklamowych. Media Plan może zostać opracowany na podstawie i w wykonaniu umowy ramowej lub Zamówienia, a w przypadku ich braku może stanowić samodzielną podstawę świadczenia Usług i zastępować Zamówienie.
12. „**Terytoria**” oznaczają terytoria, na których mają być świadczone Usługi.
13. „**Materiały**” oznaczają wszelkie wzory graficzne, teksty reklamowe, animacje, produkcje dźwiękowe, filmy wideo, produkcje graficzne, kody html lub inne kody w serwisie www, oprogramowanie, dane, dokumentację strategii marketingowej, materiały reklamowe oraz inne materiały kreatywne lub marketingowe.
14. „**Materiały Reklamowe**” oznaczają wszelkie Materiały dostarczone Wydawcy przez Klienta lub przez dowolną osobę trzecią działającą w imieniu Klienta w związku z Usługami, w tym wszelkie reklamy i/albo inne materiały marketingowe, w tym, lecz niewyłącznie, znaki towarowe, wzory graficzne, produkcje dźwiękowe, filmy wideo, oprogramowanie, dane, dokumenty oraz treści, do wykorzystania w związku z Usługami.

15. „**Informacje Poufne**” oznaczają wszelkie informacje ujawnione (pisemnie, ustnie lub za pomocą innych środków, pośrednio lub bezpośrednio) przez jedną ze stron drugiej stronie, w tym, lecz niewyłącznie, informacje dotyczące Usług lub dowolnych planów biznesowych drugiej strony, zamiarów, działalności, procesów, media planów, wynegocjowanych warunków zakupów mediów, badań i danych marketingowych, informacji o produktach, know-how, tajemnic handlowych, możliwości rynkowych i interesów.
16. „**Prawa Własności Intelktualnej**” oznaczają wszelkie patenty, autorskie prawa majątkowe, prawa do wzorów, nazwy domen, zarejestrowane prawa do wzorów, znaki towarowe i usługowe (zarejestrowane i niezarejestrowane), prawa do know-how, prawa związane z bazami danych, tajemnice handlowe, prawa do informacji poufnych oraz wszelkie inne prawa własności intelektualnej na całym świecie, w tym:
 - a) wszelkie rejestracje i rejestracje w toku związane z dowolnymi tego rodzaju prawami oraz korzyści z tytułu planowanych zgłoszeń rejestracyjnych oraz
 - b) wszelkie przeniesienia praw autorskich, rozszerzenia i przedłużenia dowolnych tego rodzaju praw.
17. „**RODO**” – Rozporządzenie nr 679/2016 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych 2 osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/4/WE.

§3

ZASADY REALIZACJI REKLAM

1. Reklamę zamieścimy na podstawie złożonego przez Państwa Zamówienia. Realizacja usługi dokonywana jest na podstawie Zasad Ogólnych i obowiązujących przepisów prawa.
2. Zamówienie określa w szczególności liczbę zamawianych emisji Reklam, czas trwania kampanii, lokalizację Reklamy i ewentualne dodatkowe warunki.
3. Złożenie przez Reklamodawcę Zamówienia na zamieszczenie Reklam zgodnie z warunkami uzgodnionymi z VFP jest równoznaczne z zawarciem umowy o jej realizację z VFP
4. Warunkiem realizacji Kampanii Reklamowej jest zawarcie Zamówienia pomiędzy Stronami.
5. Klientowi nie przysługuje prawo do określenia rodzaju treści udostępnianych na Nośnikach Reklamy w tym samym czasie co Materiały Reklamowe Klienta.
6. Klient zobowiązany jest do dostarczenia Materiałów Reklamowych do Wydawcy nie później niż terminie określonym w Zamówieniu.
7. Reklama winna zostać dostarczona do VFP w jeden z następujących sposobów: FTP lub link do materiałów zamieszczony w zasobach sieci Internetowej (np. Google Drive, weTransfer, OneDrive).
8. Materiały Reklamowe winne spełniać warunki techniczne podane Klientowi do wiadomości przed zawarciem Zamówienia.
9. Treść Materiałów Reklamowych nie może:
 - a) być sprzeczna z obowiązującym przepisem prawa, w szczególności stanowić czynu nieuczciwej konkurencji w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tj. Dz.U. z 2020 r. poz. 1913),
 - b) prowadzić do naruszenia jakichkolwiek praw osób trzecich, w tym dóbr osobistych, autorskich praw majątkowych i osobistych, praw pokrewnych,
 - c) prowadzić do naruszenia interesów Wydawcy,
 - d) prowadzić do popełnienia przestępstwa,
 - e) być sprzeczna z postanowieniami zawartymi w Kodeksie Etyki Reklamy lub postanowieniami zawartymi w analogicznym kodeksie postępowania mającym zastosowanie do branży reklamowej.
10. Wydawca może odmówić lub wstrzymać wyświetlanie Materiałów Reklamowych na Nośniku Reklamowym w przypadku, gdy w jego ocenie Materiały Reklamowe nie spełniają warunków określonych w niniejszych Warunkach. Odmowa lub wstrzymanie przez Wydawcę udostępnienia Materiałów Reklamowych na Nośniku Reklamowym z uwagi na brak spełnienia dowolnego warunku określonego w Niniejszych Warunkach jest równoznaczne w skutkach z nedoręczeniem Materiałów Reklamowych przez Klienta z jego winy.
11. W terminie 3 Dni Roboczych od dnia doręczenia Materiałów Reklamowych, Wydawca dokona we własnym zakresie oceny czy Materiały Reklamowe mające być przedmiotem wyświetlania na Nośnikach Reklamowych, spełniają warunki określone w niniejszych Warunkach. Brak jakiegokolwiek oświadczenia w

tym zakresie ze strony Wydawcy w powyższym terminie będzie traktowany jako akceptacja Materiałów Reklamowych przez Wydawcę do wyświetlania na Nośnikach Reklamowych.

12. Niedotrzymanie terminu dostarczenia Materiałów Reklamowych oraz wszelkie inne uchybienia formalne Zamówienia zwalniają VFP obowiązku jego realizacji oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.
13. Niedostarczenie Materiałów Reklamowych w terminie określonym w ust 6 powyżej lub dostarczenie Materiałów Reklamowych nie spełniających warunków określonych w niniejszych Warunkach, w szczególności warunków technicznych, może uniemożliwić przeprowadzenie Kampanii Reklamowej w terminie do tego przewidzianym oraz spowodować skrócenie Kampanii Reklamowej, przy czym w takim przypadku Wydawca zachowuje prawo do otrzymania całości kwoty odpowiadającej wysokości wynagrodzenia określonego w Zleceniu tytułem pozostawania przez Wydawcę w gotowości do przeprowadzenia Kampanii Reklamowej. Wydawca nie ma obowiązku przesunięcia terminu rozpoczęcia Kampanii Reklamowej na inny termin, aby zapewnić Klientowi przeprowadzenie Kampanii Reklamowej w pełnym wymiarze.
14. Wydawca odmawia lub wstrzymuje wyświetlanie Materiałów Reklamowych na Nośniku Reklamowym z zachowaniem przez Wydawcę prawa do otrzymania całości kwoty odpowiadającej wysokości wynagrodzenia określonego w Zleceniu tytułem pozostawania przez Wydawcę w gotowości do przeprowadzenia Kampanii Reklamowej w następujących przypadkach:
 - a) na wniosek upoważnionych organów administracji publicznej, organów ścigania oraz sądu,
 - b) w przypadku otrzymania zawiadomienia lub żądania od instytucji powołanej do czuwania nad przestrzeganiem zasad etyki mediów lub etyki reklamy, w tym w szczególności gdy Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy lub Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej zgłosi zastrzeżenia dotyczące Materiałów Reklamowych,
 - c) na żądanie osób, którzy uprawdopodobnią naruszenie ich praw w wyniku wyświetlenia Materiałów Reklamowych.
15. Wydawca może odmówić lub wstrzymać wyświetlanie Materiałów Reklamowych na Nośniku Reklamowym w uzgodnionym terminie z powodu opóźnienia w zapłacie na rzecz Wydawcy świadczenia pieniężnego z jakiegokolwiek tytułu. W takim przypadku zastosowanie ma postanowienie zawarte w ust. 14 powyżej.
16. Z przyczyn technicznych lub z innych powodów Materiały Reklamowe mogą nie zostać wyświetlone przez Wydawcę na Nośniku Reklamowym w uzgodnionym terminie. W takiej sytuacji Wydawca ustali wspólnie z Klientem nowy termin wyświetlenia Reklamy lub sposób rozliczenia za niezrealizowaną część świadczeń.
17. Jeżeli wyświetlenie Materiałów Reklamowych na Nośniku Reklamowym nastąpi w sposób niezgodny ze Zamówieniem emisja Materiałów Reklamowych nie odbędzie się, bądź odbędzie się niezgodnie ze Zamówieniem, Wydawca ustali wspólnie z Klientem nowy termin wyświetlenia Materiałów Reklamowych lub sposób rozliczenia za niezrealizowaną część świadczeń.
18. W przypadku złożenia Wydawcy przez Klienta oświadczenia o rozwiązaniu lub wypowiedzeniu lub odstąpieniu od Zamówienia z innej przyczyny niż zawinione niewykonanie lub nienależyte wykonanie przez Wydawcę zobowiązania do wyświetlania Materiałów Reklamowych w ramach Kampanii Reklamowej, Klient zobowiązany jest do zapłaty na rzecz Wydawcy całości kwoty odpowiadającej wysokości wynagrodzenia określonego w Zleceniu tytułem pozostawania przez Wydawcę w gotowości do przeprowadzenia Kampanii Reklamowej. W przypadku, gdy złożenie oświadczenia, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym, nastąpi po dokonaniu zapłaty części wynagrodzenia na rzecz Wydawcy, kwota należna Wydawcy zostanie pomniejszona o kwoty zapłacone przez Klienta do dnia otrzymania przez Wydawcę oświadczenia o rozwiązaniu lub wypowiedzeniu lub odstąpieniu od Zamówienia.

§4

PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA. ZASADY ZAWIERANIA ZAMÓWIEŃ

1. Przedmiotem Zamówienia jest realizacja przez Wydawcę Kampanii Reklamowych.
2. Zamówienie z wykorzystaniem wzorca Zamówienia dostarczonego Klientowi przed jego zawarciem, może być zawarte w jednej z następujących form:
 - a) w formie pisemnej,
 - b) w formie elektronicznej,a następnie odesłane na adres siedziby Wydawcy lub adres email wskazany na wzorcu Zamówienia
3. Zawarcie przez Klienta Zamówienia jest równoznaczne ze złożeniem przez Klienta oświadczenia i udzieleniem przez niego zapewnienia wobec Wydawcy, że wyświetlanie przez Wydawcę Materiałów Reklamowych na Nośnikach Reklamowych nie naruszy jakichkolwiek przepisów prawa oraz że

Reklamodawca jest uprawniony z autorskich praw majątkowych i praw pokrewnych do Materiałów Reklamowych w zakresie niezbędnym do ich udostępnienia przez Wydawcę na Nośnikach Reklamowych, a ich udostępnienie nie naruszy jakichkolwiek praw osób trzecich, w szczególności autorskich praw osobistych, dóbr osobistych oraz praw do wizerunku. Jednocześnie Klient oświadcza i zapewnia, że wyświetlanie Materiałów Reklamowych przez Wydawcę w wykonaniu Zamówienia nie wiąże się z obowiązkiem zapłaty przez Wydawcę jakiegokolwiek wynagrodzenia (w tym tantiem) na rzecz twórców i/lub podmiotów praw pokrewnych uczestniczących przy tworzeniu i produkcji Materiałów Reklamowych, pobieranych przez nich bezpośrednio lub za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi lub prawami pokrewnymi.

§5

WYNAGRODZENIE ZA REALIZACJĘ KAMPANII REKLAMOWYCH. ZASADY PŁATNOŚCI WYNAGRODZENIA

1. Wydawcy przysługuje wynagrodzenie z tytułu realizacji Kampanii Reklamowej ustalone z Klientem.
2. W przypadku Zamówień zawartych w formie pisemnej wynagrodzenie jest wpisane w treści Zamówienia.
3. Do wynagrodzenia Wydawcy zostanie doliczony podatek od towarów i usług (VAT) obliczony według obowiązującej stawki.
4. Podstawą zapłaty wynagrodzenia z tytułu realizacji Kampanii Reklamowej będzie faktura VAT, którą Wydawca będzie wystawiał i doręczał Klientowi po zakończeniu Kampanii Reklamowej lub po zakończeniu miesiąca, w którym Kampania Reklamowa była realizowana, chyba że Zamówienie stanowi inaczej.
5. Jeżeli Kampania Reklamowa obejmuje okres realizacji dłuższy niż miesiąc, wówczas Wydawca będzie wystawiał i doręczał Klientowi fakturę po zakończeniu miesiąca, w którym Kampania Reklamowa była realizowana, chyba że Zamówienie stanowi inaczej.
6. Płatność wynagrodzenia z tytułu realizacji Kampanii Reklamowej będzie dokonywana przelewem bankowym na wskazany na fakturze rachunek bankowy Wydawcy, w terminie 14 (czternastu) dni od dnia wystawienia faktury VAT, chyba że Zamówienie stanowi inaczej.
7. Za dzień zapłaty wynagrodzenia należnego Wydawcy przyjmuje się dzień uznania rachunku bankowego Wydawcy pełną kwotą należnego Wydawcy wynagrodzenia.
8. Klient nie będzie dokonywał żadnych potrąceń swoich wierzytelności z wierzytelnościami Wydawcy, chyba że Strony uzgodnią inaczej.
9. W przypadku wypowiedzenia Umowy przez Klienta lub niedostarczenia przez niego Materiału Reklamowego niezbędnego do wykonania Umowy bądź dostarczenia materiału niespełniającego warunków określonych w Umowie i OWZR, będzie on zobowiązany do zapłaty na rzecz VFP następujących kwot, tytułem kary umownej:
 - a) 50% kwoty netto wynagrodzenia określonego Umową - jeżeli wypowiedzenie nastąpiło do 6 dnia roboczego przed planowanym pierwszym dniem realizacji zobowiązań Wydawcy
 - b) 100% kwoty netto wynagrodzenia - jeżeli wypowiedzenie lub niedostarczenie materiału nastąpiło na mniej niż 6 dni roboczych przed planowanym pierwszym dniem realizacji zobowiązań VFP.

§6

ZASADY ODPOWIEDZIALNOŚCI STRON. REKLAMACJE KLIENTA

1. Odpowiedzialność za treść Reklamy ponosi Klient.
2. Wydawca i redaktor naczelny Magazynu nie ponoszą odpowiedzialności za treści zamieszczonych Materiałów Reklamowych.
3. Klient zobowiązany jest do naprawienia wszelkich szkód powstałych po stronie Wydawcy w związku z treścią lub formą zamieszczonych Materiałów Reklamowych, w tym i do poniesienia niezbędnych kosztów w postępowaniach spornych, w tym kosztów sądowych, kosztów zastępstwa procesowego i innych uzasadnionych wydatków Wydawcy poniesionych w związku z roszczeniami osób trzecich. Dotyczy to także tych przypadków, gdy stroną postępowania związanego z treścią lub formą ogłoszenia lub Materiałów Reklamowych będzie redaktor naczelny Magazynu lub inny redaktor bądź pracownik Wydawcy.
4. Klient jest wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie, że przysługują mu prawa na dobrach niematerialnych (autorskie, pokrewne, wynalazcze, na znakach towarowych lub wzorach zdobniczych, z tytułu tajemnicy przedsiębiorstwa i inne) do posługiwania się użytymi w zleconych do publikacji Materiałach Reklamowych – informacjami, danymi, utworami lub ich fragmentami, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej.

5. W przypadku, gdyby wyświetlenie przez Wydawcę Materiałów Reklamowych na Nośniku Reklamowym spowodowało naruszenie jakichkolwiek przepisów prawa lub praw osób trzecich, a w szczególności dóbr osobistych, autorskich praw majątkowych lub osobistych lub pokrewnych, praw do znaków towarowych lub stanowiła czyn nieuczciwej konkurencji, Klient zobowiązuje się do pokrycia wszelkich szkód i zaspokojenia wszelkich roszczeń zarówno osób trzecich, jak i Wydawcy. Klient zobowiązany jest również do zwrotu Wydawcy wszelkich kwot, które ten zobowiązany będzie ponieść tytułem jakichkolwiek świadczeń, odszkodowań, opłat lub kar, wskutek wyświetlenia Materiałów Reklamowych na Nośniku Reklamowym sprzecznej z prawem lub naruszającej prawa osób trzecich.
6. Wydawca ponosi odpowiedzialność wyłącznie za szkody wynikłe z niewykonania lub nienależytego wykonania Zamówienia powstałe z winy umyślnej lub rażącego niedbalstwa. Odszkodowanie z tytułu szkody wyrządzonej przez Wydawcę nie może przekroczyć wartości wynagrodzenia netto wskazanego w Zleceniu. Odpowiedzialność VFP z tytułu utraconych korzyści zostaje wyłączona.
7. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności z tytułu braku realizacji Kampanii Reklamowej z przyczyn niezależnych, w tym w szczególności z powodu:
 - a) awarii lub uszkodzenia Serwisu, na którym prowadzona jest Kampania Reklamowa,
 - b) niezależnej od Wydawcy przerwy w dostawie energii elektrycznej,
 - c) decyzji organów administracji publicznej, dotyczących pośrednio lub bezpośrednio Nośnika Reklamowego objętego Kampanią Reklamową,
 - d) zastosowanie się do nakazów lub zakazów wynikających z przepisów prawa, decyzji administracyjnych lub innych dokumentów,
 - e) zaistnienia przypadku siły wyższej uniemożliwiającego w całości lub w części realizację Kampanii Reklamowej, w tym w szczególności klęsk naturalnych takich jak: silne burze, huragany, trzęsienia ziemi, powódzie, szkody spowodowane uderzeniem pioruna lub inne zdarzenia elementarnych sił przyrody, stanu klęski żywiołowej, stanu epidemii lub pandemii, stanu nadzwyczajnego w rozumieniu polskich przepisów, zamieszek, rewolucji, strajków, akcji protestacyjnych, blokad portów lub innych powszechnie używanych miejsc wjazdowych lub wyjazdowych, zakazów importu lub eksportu, wypadków drogowych, katastrof budowlanych, ataków terrorystycznych, zamknięcia dostępu do określonych obszarów przez władze państwowe lub samorządowe.
8. Jeżeli emisja Reklamy nie odbędzie się, bądź odbędzie się niezgodnie z Zamówieniem lub zostanie dokonana z usterkami technicznymi z winy VFP Klient jest uprawniony do domagania się ponownej emisji Reklamy w najbliższym możliwym terminie ustalonym przez VFP i Klienta
9. Warunkiem rozpoznania przez Wydawcę reklamacji jest jej zgłoszenie przez Klienta w formie pisemnej wraz z uzasadnieniem na adres Wydawcy w terminie 14 (czternastu) dni od daty, w której Materiały Reklamowe miały być udostępnione, nastąpiło w sposób niezgodny ze Zamówieniem. W przypadku niedotrzymania powyższych terminów, reklamacja nie będzie podlegała rozpatrzeniu.
10. Zgłoszenie powinno zawierać co najmniej dane Klienta, termin zawarcia Zamówienia, przedmiot reklamacji, datę, w której realizacja Kampanii Reklamowej miała nastąpić lub nastąpiła niezgodnie ze Zamówieniem.
11. Zgłoszenie reklamacji nie zwalnia Klienta z obowiązku zapłaty pełnej należności naliczonej za świadczenie podlegające reklamacji, tym samym nie uprawnia Klienta do opóźnienia płatności, zmniejszenia kwoty płatności i/lub odmowy płatności.
12. VFP nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania (w tym opóźnienie) wynikającego z Umowy, jeśli zostało to spowodowane przez jakiegokolwiek zdarzenia pozostające poza kontrolą VFP, m.in. przez zdarzenia o charakterze siły wyższej (jak np. zamieszki, wojna lub działania zbrojne, akty lub działania organów władzy lub administracji państwowej, klęski żywiołowe), zakłócenia nadawania Programu włącznie z awariami urządzeń nadawczych, awarie lub przerwy w dostawach prądu, zastosowanie się do nakazów lub zakazów wynikających z przepisów prawa lub warunków koncesji/zezwoleń/innych dokumentów.

§7

OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH ORAZ POLITYKA PRYWATNOŚCI

1. Administratorem danych osobowych podawanych przez Klienta lub Reklamodawcę w związku z zawarciem Zamówienia oraz realizacją przez Wydawcę Kampanii Reklamowej na Nośnikach Reklamowych jest VFP Communications LTD. Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Kontakt z Wydawcą w sprawach dotyczących danych osobowych możliwy jest poprzez e-mail na adres: rodo@vfp.media lub na adres jego siedziby.

2. W związku z zawieraniem Zamówień oraz realizacją przez Wydawcę Kampanii Reklamowej na Nośnikach Reklamowych Wydawca zbiera i przetwarza dane osobowe w sposób określony szczegółowo w Polityce Prywatności. Dokument ten określa także zakres, cele i podstawy prawne przetwarzania danych osobowych przez Wydawcę oraz wskazuje uprawnienia osób, których dane dotyczą, a także zasady, na jakich dane osobowe są udostępniane osobom trzecim.

§8

POUFNOŚĆ

1. Strony zobowiązują się nie ujawniać osobom trzecim informacji dotyczących aspektów zawarcia i wykonywania Zamówienia ani treści jej postanowień, a także informacji finansowych, technicznych oraz informacji innego rodzaju, ujawnionych Stronie w związku z zawarciem oraz wykonywaniem Zamówienia w jakiegokolwiek formie, materialnej lub niematerialnej i zapisanych na jakimkolwiek nośniku, w szczególności udostępnionych w formie elektronicznej (zwanym w niniejszych Warunkach „Informacjami Poufnymi”). Postanowienie to nie ma zastosowania w stosunku do ujawnienia Informacji Poufnych: (i) których ujawnienie jest wymagane dla wykonania orzeczenia sądu albo zastosowania aktu prawnego, lub (ii) pracownikom, osobom współpracującym na podstawie stosunku cywilno-prawnego, jak też profesjonalnym doradcom (w tym doradcom prawnym, księgowym lub finansowym), lecz tylko tym, którzy muszą mieć dostęp do Informacji Poufnych w celu związanym ze współpracą Stron lub w celu należytego wykonania swoich zobowiązań lub uprawnień wobec Strony i tylko w zakresie niezbędnym do wykonania takiego zobowiązania lub uprawnienia, przy czym Strona zobowiąże powyższe osoby do zachowania tajemnicy przekazanych Informacji Poufnych, a za ujawnienie przez te osoby Informacji Poufnych, w sposób niezgodny z postanowieniami niniejszych Warunków, Strona będzie odpowiadać jak za własne działanie lub zaniechanie. Postanowienie to pozostaje w mocy zarówno w czasie obowiązywania Zamówienia, jak i po ustaniu stosunku zobowiązaniowego bez względu na przyczynę takiego ustania.
2. Obowiązek poufności wygasa w terminie 3 (trzech) lat od ostatniego dnia zakończenia Kampanii Reklamowej.

§9

POWIADOMIENIA

1. Z zastrzeżeniem postanowienia zawartego w punkcie 2 poniżej, wszelkie oświadczenia woli i wiedzy składane w związku z zawarciem oraz wykonywaniem Zamówienia mogą być składane jednoosobowo przez osoby uprawnione do reprezentowania Strony lub przez osoby wskazane przy zawarciu Zamówienia lub w trakcie jej wykonywania do bieżących kontaktów w formie dokumentowej, tj. w formie wiadomości email. Klient zobowiązany jest do składania oświadczeń woli i wiedzy w związku z zawarciem oraz wykonywaniem Zamówienia każdorazowo na adres e-mail Wydawcy wskazany na Zamówieniu.
2. Zmiana Zamówienia oraz złożenie oświadczenia o rozwiązaniu lub wypowiedzeniu lub odstąpieniu od Zamówienia wymaga zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.
3. Klient zobowiązany jest do podania Wydawcy adresu email, na który ma następować składanie w imieniu Wydawcy oświadczeń woli i wiedzy w związku z zawarciem oraz wykonywaniem Zamówienia.
4. Doręczanie dokumentów w związku z zawarciem oraz wykonywaniem Zamówienia może następować poprzez przesłanie skanów dokumentów zawierających podpis/y osób/osoby uprawnionej do reprezentowania Strony lub wskazanej do bieżących kontaktów w sposób określony w punkcie 1 powyżej, chyba że Wydawca zażąda złożenia oryginału dokumentu lub jego odpisu poświadczonego przez notariusza za zgodność z oryginałem.
5. Oświadczenia lub dokumenty kierowane do Wydawcy w inny sposób niż określony w paragrafie niniejszym nie będą uważane za prawidłowo doręczone i nie wywołują skutków prawnych między Stronami. W zakresie dopuszczalnym przez prawo Strony wyłączają stosowanie formy dokumentowej innej niż wiadomość e-mail.

§10

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Niniejsze zasady ogólne nie mają zastosowania do zawierania umów z konsumentami, tj. osobami fizycznymi dokonującymi czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z ich działalnością gospodarczą lub zawodową. Osoby będące konsumentami proszone są o kontakt z Działem Sprzedaży VFP w celu zawarcia indywidualnej umowy na świadczenie usług reklamowych.
2. Klient oświadcza, że zapoznał się z treścią niniejszych Warunków, przyjmuje je do wiadomości i w pełni akceptuje.

3. Wszelkie oświadczenia woli adresowane do VFP w związku z realizacją Umowy będą uważane za złożone w przypadku doręczenia pisma za potwierdzeniem odbioru lub przesłania listem poleconym na adres VFP lub na adres e-mailowy wskazany na Zamówieniu. Oświadczenia składane przez VFP w związku z realizacją Umowy będą uważane za złożone w przypadku doręczenia pisma za potwierdzeniem odbioru lub przesłania listem poleconym na adres korespondencyjny lub adres mailowy wskazany przez Klienta.
4. Ilekroć w OWZU jest mowa o korespondencji, dostarczaniu dokumentów, składaniu pisemnych zamówień, reklamacjach, odmowie, sprzeciwie itp. za dopuszczalną uznaje się również dokumenty złożone zgodnie z zasadami określonymi w ust.3 przy wykorzystaniu poczty e-mail, chyba że wyraźnie, pod rygorem nieważności określona została obowiązkowa forma pisemna lub dostarczenie oryginałów dokumentów.
5. Przeniesienie praw lub obowiązków Klienta wynikających z Zamówienia wymaga zgody Wydawcy wyrażonej w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
6. Prawem właściwym dla zobowiązań wynikających z Zamówień jest prawo polskie.
7. W sprawach nieuregulowanych w Zamówieniu i niniejszych Zasad ogólnych, stosuje się w szczególności przepisy Kodeksu Cywilnego.
8. Wszelkie spory wynikłe w związku z zawarciem, wykonaniem, niewykonaniem tudzież nienależytym wykonaniem Zamówienia, a także dotyczące innych kwestii związanych ze Zamówieniem, będą rozwiązywane w drodze negocjacji pomiędzy Stronami. Strony zobowiązują się działać w dobrej wierze w celu rozwiązania sporu, zważając na cel Zamówienia i przy równym uwzględnieniu zasługujących na uwzględnienie interesów Stron.
9. W przypadku, gdy procedura przewidziana w ust. 8 powyżej okaże się nieskuteczna, spór będzie przedstawiony do rozpoznania przez odpowiedni sąd Rzeczypospolitej Polskiej właściwy dla siedziby Wydawcy
10. Niniejsze Zasady Ogólne i są nieodpłatnie udostępniane na stronie <https://vfp.media/ogolne-warunki-reklamowe> w formacie .pdf, który umożliwia nieodpłatne pobranie Warunków i zapoznanie się z nimi.
11. Niniejszej Zasady Ogólne wchodzi w życie dnia 28.10.2025 r.