

Warunki Ogólne Ekspozycji Reklam dla kampanii reklamowych realizowanych przez Bauer Media Outdoor Poland Sp. z o.o.

1. Niniejsze Warunki Ogólne Ekspozycji Reklam dla kampanii reklamowych realizowanych przez Bauer Media Outdoor Poland Sp. z o.o. (dalej „**Warunki Ogólne**” lub „**Ogólne Warunki**”) określają wzajemne zobowiązania Bauer Media Outdoor Poland Sp. z o.o. (dalej „**BMOP**”) i Klienta w przygotowaniu i przeprowadzeniu kampanii reklamowej.
2. Niniejsze Warunki Ogólne oraz umowa podpisana przez **BMOP** i Klienta („**Umowa**” lub „**Zlecenie**” – dalej łącznie jako „**Zlecenie**”), stanowią integralną całość.
3. W przypadku zaistnienia rozbieżności pomiędzy treścią Ogólnych Warunków i Zlecenia, pierwszeństwomają zapisy Zlecenia.

§ 1.

DEFINICJE

Ileokroć w Warunkach Ogólnych lub w Zleceniu stosuje się poniższe określenia, należy je rozumieć w następujący sposób:

1. „**BMOP**” lub „**Spółka**” – Bauer Media Outdoor Poland Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Polna 11, 00-633 Warszawa, wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000039559, akta rejestrowe przechowywane przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, wysokość kapitału zakładowego Spółki 24.126.000,00 zł, NIP 526-02-10599.
2. „**Supernet**” (**6x3**) – Nośnik reklamowy o wymiarach 6m x 3m.
3. „**Citylight**” (**CLT**) – Nośnik reklamowy o wymiarach 1,2m x 1,8m, zamontowany na różnych typach konstrukcji:
 - a) Wiata przystankowa
 - Wiata autobusowa (WIA)
 - Wiata tramwajowa (WIT)
 - b) Słup (ALB, ALF, SŁU, MGP)
 - c) Wolnostojący
 - Wolnostojący jednostronny (KWJ)
 - Wolnostojący dwustronny (KWD)

Bauer Media Outdoor Poland Sp. z o.o.

Ul. Polna 11, 00-633 Warszawa, KRS 0000039559 w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego; wysokość kapitału zakładowego Spółki 24.126.000,00 zł; NIP 526-02-10-599; Regon 010562983

- d) Naścienny (KNŚ)
- e) Ze zmienną powierzchnią reklamową – Citylight Scroll/Cityscroll
 - Scroll jednostronny (CLS)
 - Scroll dwustronny (CSD)
- 4. **„Backlight” (BL)** – Nośnik reklamowy podświetlany od tyłu, o wymiarach 8m x 4m lub innych wskazanych w Zleceniu.
- 5. **„Digitale”** - grupa nośników digitalowych z ekranem służącym do emisji spotów reklamowych, w skład której wchodzi:
 - a) Digitale Premium w galeriach handlowych (TOTEMy i Fame’y) – sieć nośników cyfrowych wolnostojących i naściennych znajdujących się na terenie należącym do galerii handlowych,
 - b) City Digital - sieć nośników digitalowych znajdujących się w przestrzeni miejskiej,
 - c) Nośniki digitalowe w transzycie – zobacz „LCD City Transport” przy definicji „Nośniki City Transport”.
- 6. **„CPM”** – Cost per Mile (Koszt za Tysiąc impression), to model sprzedaży nośników digitalowych oznaczający rozliczenie za 1000 wyświetleń reklamy (*impression*), przy czym wyświetlenie (*impression*) oznacza kontakt „jeden do wielu”, z uwagi na fakt, iż w trakcie jednego odtwarzania reklamy, jest ona widziana przez wielu odbiorców. Należność za emisję kampanii reklamowej w ramach Zlecenia obliczana jest jako iloczyn CPM publikowanego w cenniku obowiązującym na dany okres emisyjny oraz zamówionej liczby tysięcy ekspozycji materiałów reklamowych.
- 7. **„Dzień”** - każdy dzień tygodnia.
- 8. **„Dzień roboczy”** - każdy dzień tygodnia z wyłączeniem niedziel i dni ustawowo wolnych od pracy.
- 9. **„Poradnia”** – przedziały godzinowe, zaczynające się o pełnej godzinie.
- 10. **„Ekspozycja”** - ekspozycja Reklam Klienta na Nośnikach reklamowych BMOP, obejmująca także usługę jednokrotnego umieszczenia Reklamy na Nośniku reklamowym lub uruchomienia cyklu wyświetleń na Nośnikach digitalowych.
- 11. **„Częstotliwość”** – liczba ekspozycji Reklam Klienta w godzinie, na nośnikach digitalowych BMOP.
- 12. **„Ekran digitalowy”** - cyfrowa powierzchnia reklamowa, nazywana również nośnikiem digitalowym.
- 13. **„Event”** - akcje promocyjne przygotowywane na zlecenie Klienta.
- 14. **„Frontlight”** - Nośnik reklamowy podświetlany od frontu.

15. **„Impression”** – całkowita liczba kontaktów z reklamą, wyrażone jako kontakt jeden do wielu.
16. **„Kampania reklamowa”** – ogół czynności wykonywanych przez BMOP na podstawie Zlecenia.
17. **„Klient”** - osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej, która składa zamówienie przeprowadzenia Kampanii reklamowej na Nośnikach reklamowych.
18. **„Layout Reklamy”** – projekt graficzny Reklamy, z reguły w formie elektronicznej, pozwalający na identyfikację Reklamy oraz ocenę zgodności z obowiązującymi przepisami lub zapisami Zlecenia.
19. **„Lokalizacja Nośnika reklamowego”** – w zależności od typu Nośnika reklamowego: dane adresowe Nośnika reklamowego, numery taborowe autobusów i tramwajów lub jakiegokolwiek inne dane, pozwalające na ustalenie miejsca umieszczenia w przestrzeni Nośnika reklamowego.
20. **„Materiały do druku”** – wersja elektroniczna Materiału reklamowego, przystosowana do procesu druku według specyfikacji danego nośnika.
21. **„Materiały reklamowe”** - dla Nośników digitalowych - pliki elektroniczne zgodne ze specyfikacją (spoty reklamowe, filmy, statyczne plansze .jpg), zaś dla pozostałych Nośników reklamowych - wydrukowane plakaty, winyle, siatki, folie i inne materiały fizyczne do zamieszczenia na Nośnikach reklamowych.
22. **„Nośnik reklamowy”** - powierzchnia reklamowa, na której BMOP eksponuje Reklamy Klienta.
23. **„Nośnik digitalowy”** - cyfrowa powierzchnia reklamowa, nazywana również ekranem digitalowym
24. **„Nośnik reklamowy obcy”** – powierzchnia reklamowa czasowo pozyskana przez BMOP od podmiotu trzeciego na potrzeby realizacji konkretnej Kampanii reklamowej, na którym Ekspozycja Reklam będzie realizowana na zasadach innych niż określone w Warunkach Ogólnych, a stosowanych przez podmiot trzeci, który czasowo udostępnił BMOP dany Nośnik reklamowy.
25. **„Nośniki City Transport”** – Nośniki reklamowe zamontowane na lub w pojazdach transportu publicznego (autobusy, tramwaje, pociągi, itp.), udostępnione BMOP przez podmioty trzecie, następującego typu:
 - a) „Full back” – tylna powierzchnia pojazdu, do wykorzystania karoseria + szyba,
 - b) „Back” – tylna powierzchnia pojazdu, do wykorzystania karoseria lub szyba,
 - c) „Full Wrap” – cała lewa, prawa i tylna powierzchnia autobusu, często bez szyb w zależności od możliwości u danego przewoźnika,
 - d) „Full Tram” – cała lewa i prawa strona tramwaju, często bez możliwości oklejania szyb

lub ich części w zależności od możliwości u danego przewoźnika

- e) „Tram Panel” – prostokątny format reklamowy na bocznych powierzchniach tramwaju,
- f) „Poster” – plakat określonej wielkości, instalowany wewnątrz pojazdów transportu publicznego. Możliwe są różne formaty Plakatów, w zależności od przewoźnika,
- g) „Seat back” – format reklamowy na oparciach siedzeń w pojazdach,
- h) „LCD City Transport” - ekrany cyfrowe w pojazdach komunikacji publicznej m.in. w autobusach, pociągach i tramwajach,
- i) „MobilLED” - pojazd/ciężarówka z zamontowanymi ekranami digitalowymi na zewnątrz pojazdu,
- j) „OOH!Attention” - ekrany cyfrowe w pojazdach osobowych świadczących usługi transportowe.

Dokładne wymiary Nośników City Transport określa Specyfikacja techniczna. Formaty reklam tranzytowych mogą różnić się u poszczególnych przewoźników i w miejscach ich działania.

- 26. **„Nośniki na lotniskach”** – Nośniki reklamowe zamontowane na lotniskach lub w lotniskowych pojazdach płytowych udostępnionych BMOP przez podmioty trzecie (banery, emisja na ekranach LCD, naklejki na ścianach, drzwiach, oknach i podłodze, wózkach lub autobusach płytowych etc.).
- 27. **„Nowe technologie mobilne”** – technologie pozwalające na dostęp do zakodowanych w Reklamie treści, stron internetowych lub komunikatów z wykorzystaniem urządzeń mobilnych.
- 28. **„Osoba kontaktowa”** – osoba wyznaczona Klienta i wskazana BMOP jako osoba upoważniona do kontaktu w imieniu Klienta w ramach bieżącej współpracy Stron, w szczególności na potrzeby przeprowadzenia kampanii reklamowej.
- 29. **„Osoba składająca Zlecenie”** – osoba wskazana w Krajowym Rejestrze Sądowym, Centralnej Ewidencji i Informacji Działalności Gospodarczej lub innym, podobnym rejestrze, jako osoba umocowana do składania oświadczeń woli w imieniu i na rzecz Klienta, lub osoba działająca na podstawie umocowania otrzymanego od Klienta; Osobą składającą Zlecenie może być również Osoba kontaktowa, o ile zostanie tak wskazane przez Klienta.
- 30. **„Przeklejka Reklamy”** – zmiana Reklamy na tym samym Nośniku reklamowym w trakcie Ekspozycji.
- 31. **„Proof”** – próba koloru: kolorowa, specjalnie wykonany specjalistyczny wydruk będący maksymalnie zbliżonym obrazem tego, co należy osiągnąć pod względem wierności barw tzw. Proof cyfrowy.

32. **„Reklama”** - Materiał reklamowy na Nośniku reklamowym.
33. **„Rotacja”** - zmiana Lokalizacji Nośnika reklamowego w trakcie Ekspozycji.
34. **„Siatka”** - Nośnik reklamowy, na którym ekspozycja Materiału reklamowego odbywa się na siatce mesh, podświetlany od przodu.
35. **„Specyfikacja techniczna reklamy”** - określenie wymiarów pola reklamowego Nośnika reklamowego oraz formy przygotowania materiałów reklamowych lub materiałów do druku w zakresie Kampanii reklamowej. W przypadku Nośników digitalowych - określenie parametrów technicznych plików i formatów do emisji na ekranach.
36. **„Opłata Techniczna”** - opłata uiszczana przez Klienta na rzecz BMOP pokrywająca koszty ponoszone przez BMOP w związku z Ekspozycją Reklamy na Nośnikach digitalowych, w szczególności koszt zużycia energii elektrycznej oraz koszt obsługi informatycznej.
37. **„VAC”** – Visibility Adjusted Contacts, oznacza liczbę skorygowanych kontaktów z danym nośnikiem reklamowym.
38. **„Warunki Ogólne”** lub **„Ogólne Warunki”** – niniejsze Warunki Ogólne Ekspozycji Reklam na Nośnikach Reklamowych dla kampanii reklamowych realizowanych przez Bauer Media Outdoor Poland Sp. z o.o.
39. **„Zapytanie ofertowe”** - zapytanie składane BMOP przez Klienta, dotyczące warunków przeprowadzenia konkretnie wskazanej Kampanii reklamowej, zawierające co najmniej poniższe dane:
 - a) dane Klienta (pełna nazwa firmy, którą posługuje się Klient, NIP, adres),
 - b) nazwa produktu lub branży, której dotyczyć ma Reklama,
 - c) okres trwania planowanej Kampanii reklamowej,
 - d) szczegółowe parametry Ekspozycji, zwłaszcza: liczba i typ Nośników reklamowych, zasięg geograficzny, preferencje lokalizacyjne, grupa docelowa, cel i szacunkowy budżet kampanii itp.
40. **„Zlecenie”** – zawarty z Klientem stosunek prawny, którego integralną część stanowią niniejsze Warunki Ogólne, a także załączniki i aneksy jeżeli występują (np. specyfikacje techniczne, lista lokalizacji, plan kampanii itp.).

§ 2.

TREŚĆ REKLAM

1. BMOP zastrzega sobie prawo do dokonania własnej oceny przedstawionego przez Klienta Layoutu Reklamy w zakresie jego zgodności z obowiązującymi przepisami prawa oraz dobrymi obyczajami. W przypadku zakwestionowania przez BMOP treści Reklamy, Klient dokona jej zmiany tak, aby jej treść nie budziła wątpliwości prawnych.

2. W stosunku do Reklam eksponowanych na Nośnikach City Transport, na lotniskach lub w galeriach handlowych, a także w Lokalizacjach należących do sieci handlowych, Klient zobowiązany jest uzyskać (za pośrednictwem BMOP) akceptację treści i formy Reklam od właściciela/dysponenta środków komunikacji publicznej/ właścicieli obiektów na/w których zamontowane/emittowane będą Reklamy.
3. W przypadku braku zgody na Ekspozycję Reklamy Klient zobowiązany jest dokonać zmian uwzględniających zastrzeżenia właściciela/dysponenta środków komunikacji publicznej/ właścicieli obiektów, na/w których zamontowane/emittowane będą Reklamy.
4. BMOP jest uprawniony do odmowy przeprowadzenia Kampanii reklamowej albo do zaprzestania prowadzenia Ekspozycji, jeżeli:
 - a) Reklama jest sprzeczna z przepisami prawa (m.in. z zakazami reklamy, dotyczącymi np. gier hazardowych, napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych), dobrymi obyczajami, uchybia godności człowieka, może być uznana za czyn nieuczciwej konkurencji lub z innych przyczyn budzi wątpliwości w zakresie możliwości jej umieszczenia w przestrzeni publicznej,
 - b) osoba trzecia lub uprawniony do tego organ zgłosi na piśmie zastrzeżenia do Reklamy,
 - c) instytucja powołana do czuwania nad przestrzeganiem zasad etyki mediów lub etyki reklamy, w szczególności Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy, bądź Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej zgłosi zastrzeżenia do Reklamy,
 - d) właściciel/dysponent środków komunikacji publicznej lub prezydent miasta zgłosi zastrzeżenia lub odrzuci Reklamę,
 - e) właściciel lub zarządca galerii handlowej, w której znajduje się cyfrowa powierzchnia reklamowa zgłosi zastrzeżenia lub odrzuci Reklamę,
 - f) port lotniczy lub jego zarządca zgłosi zastrzeżenia lub odrzuci Reklamę.
5. W przypadku zaprzestania prowadzenia Ekspozycji w sytuacjach określonych w ust. 4, BMOP zachowuje prawo do pełnego wynagrodzenia określonego w Zleceniu w związku z pozostawianiem w gotowości do świadczenia Usług. Klient, do czasu zakończenia Kampanii reklamowej, ma możliwości usunięcia przesłanek warunkujących zaprzestanie prowadzenia Ekspozycji, a BMOP zobowiązuje się do zastąpienia Reklam, które spowodowały zaprzestanie prowadzenia Ekspozycji nowymi Reklamami, nie objętymi przesłankami wskazanymi w ust. 4 za dodatkowym wynagrodzeniem uzgodnionym przez Strony.
6. W przypadku okoliczności wskazanych w ust. 4 lit. d, e lub lit. f, gdy treść Reklamy spełnia ogólnie przyjęte normy i nie jest sprzeczna z prawem czy dobrymi obyczajami, a właściciel Nośnika reklamowego odmawia Ekspozycji, Strony dopuszczają wyłączenie z Kampanii reklamowej Nośnika reklamowego, której odmowa dotyczy, bez zaprzestawiania prowadzenia Kampanii reklamowej i bez wpływu na pozostałe Nośniki reklamowe, wykorzystywane w ramach Kampanii reklamowej. W przypadku, gdy przesłanki wskazane w

ust. 4 lit. d, e lub lit. f zajądą w trakcie prowadzenia Ekspozycji, BMOP zachowuje prawo do pełnego wynagrodzenia przewidzianego w Zleceniu. W przypadku, gdy przesłanki wskazane w ust. 4 lit. d, e lub lit. f zajądą przed rozpoczęciem Kampanii reklamowej, BMOP zaproponuje alternatywne miejsce ekspozycji, w razie braku akceptacji Klienta na zaproponowane alternatywne miejsca ekspozycji wynagrodzenie BMOP ulegnie odpowiedniemu zmniejszeniu.

7. W przypadku wskazanym w ust. 1, BMOP wzywa Klienta do dokonania zmiany treści Reklamy w terminie umożliwiającym realizację Kampanii reklamowej. W przypadku, gdy Klient odmówi dokonania zmiany treści Reklamy lub dokona jej w sposób niezgodny z zaleceniami BMOP (tj. Reklama nadal będzie budziła wątpliwości w zakresie jej zgodności z przepisami prawa czy dobrymi obyczajami) lub dokona jej w terminie powodującym opóźnienie w realizacji Kampanii reklamowej, Strony potwierdzają, iż BMOP zachowuje prawo do pełnego wynagrodzenia wskazanego w Zleceniu w związku z rezerwacją dla Klienta Nośników reklamowych i w związku z pozostawianiem w gotowości do świadczenia usług.
8. Zawarcie Zlecenia nie oznacza w jakichkolwiek okolicznościach przyjęcia przez BMOP jakiegokolwiek odpowiedzialności (w tym wobec osób trzecich) za Reklamy eksponowane na podstawie tegoż Zlecenia, a także ich treści.
9. Po stronie Klienta pozostaje zapewnienie, że ma on prawo posługiwać się użytymi w Reklamach informacjami, danymi, znakami towarowymi oraz wszelkimi pozostałymi elementami chronionymi prawem. Zawarcie Zlecenia jest równoznaczne z oświadczeniem Klienta, że powyższy obowiązek został spełniony, zaś zlecone do Ekspozycji Reklamy nie są sprzeczne z prawem (m. in. z zakazami reklamy dotyczącymi np. gier hazardowych, napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych) lub dobrymi obyczajami, jak też, że zawarcie Zlecenia nie narusza przepisów o zamówieniach publicznych
10. Klient oświadcza i gwarantuje, że Nowe technologie mobilne umieszczone w treści Reklam nie naruszają prawa, a w szczególności nie prowadzą do stron internetowych/komunikatów zawierających treści, w tym reklamy, prawem zakazane. Klient ponadto ponosi wyłączną odpowiedzialność z tytułu wszelkich szkód powstałych po stronie osób trzecich w związku z korzystaniem z Nowych technologii mobilnych umieszczonych w treści jego Reklamy.
11. Klient zobowiązany jest do naprawienia wszelkich szkód powstałych po stronie BMOP w związku z treścią lub formą prezentowanej Reklamy, w tym do poniesienia wszelkich kar nałożonych na BMOP z tego tytułu oraz kosztów postępowań, w tym postępowań spornych, włączając w to opłaty sądowe, koszty zastępstwa procesowego i inne uzasadnione wydatki BMOP poniesione w związku z wszelkimi roszczeniami osób trzecich związanymi z Ekspozycją Reklam Klienta oraz koszty naprawy uszkodzonych Nośników reklamowych. Jednocześnie BMOP jest zobowiązany do niezwłocznego poinformowania Klienta o zgłoszonych roszczeniach lub wszczęciu postępowania w sprawie treści lub formy Reklamy.
12. Jeżeli w wyniku oceny Layoutu Reklamy, dokonanej zgodnie z ust. 1, bądź z innych przyczyn leżących po stronie Klienta, konieczne jest dokonanie zmian w treści przekazanego BMOP

Layoutu Reklamy, Klientowinie przysługuje wobec BMOP jakiekolwiek roszczenie związane ze zwrotem kosztów poniesionych w związku z ponownym przygotowaniem Layoutu Reklam i drukiem Reklam.

13. Klient oświadcza, że wyraża zgodę na posługiwanie się przez BMOP zdjęciami Nośników reklamowych, na których odbywa się Ekspozycja Reklamy w celach marketingowych i autopromocyjnych (typu: newsletter, prezentacje handlowe, katalogi, materiały promocyjne na stronach internetowych BMOP oraz inne formy prezentacji w Internecie).
14. Klient oświadcza, że wyraża zgodę na wykorzystanie przez BMOP w celach marketingowych i autopromocyjnych wyników badań marketingowych dotyczących przeprowadzanych Kampanii reklamowych włącznie z podaniem do publicznej wiadomości danych określających liczbę i rodzaj Nośników reklamowych, na których przeprowadzono Kampanie reklamowe, zasięg geograficzny Kampanii reklamowych oraz firmę Klienta. Powyższe zgody nie są ograniczone ani czasowo, ani terytorialnie.
15. Klient oświadcza, że wyraża zgodę na wykorzystanie przez BMOP w celach marketingowych i autopromocyjnych materiałów reklamowych przesłanych przez Klienta, w tym layoutów kreacji i zdjęć z kampanii reklamowych realizowanych na nośnikach BMOP. W celach wskazanych w zdaniu poprzednim, bez ograniczeń terytorialnych, czasowych oraz w ramach wynagrodzenia określonego w Zleceniu Klient udziela BMOP licencji niewyłącznej do takich materiałów na następujących polach eksploatacji:
 - a) w zakresie utrwalania i zwielokrotniania materiałów - wytwarzanie dowolną techniką egzemplarzy materiałów, w tym reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową;
 - b) w zakresie rozpowszechniania materiałów - publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie materiałów w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym.

§ 3.

PRZYGOTOWANIE REKLAMY I DRUK REKLAM

1. Klient w przypadku reklamy na innych nośnikach niż Digitale zobowiązany jest doręczyć BMOP Layout Reklamy na minimum 10 dni roboczych przed rozpoczęciem Ekspozycji Reklam, chyba że druk Reklam zostanie przez Klienta powierzony BMOP. Niedotrzymanie przez Klienta tego terminu może spowodować opóźnienie w zamontowaniu Reklam i tym samym skrócenie okresu Ekspozycji, z zachowaniem przez BMOP prawa do pełnego wynagrodzenia określonego w Zleceniu.
2. Klient:
 - a) jest zobowiązany do zlecenia BMOP druku Reklam w przypadku Ekspozycji na/w pojazdach transportu publicznego, na lotniskach oraz na Nośnikach reklamowych City

Scroll z uwagi na konieczność utrzymania właściwego stanu technicznego tych powierzchni reklamowych,

- b) może zlecić BMOP wykonanie druku Reklam w pozostałych przypadkach.
- 3. W przypadku powierzenia BMOP druku Reklam, Klient zobowiązany jest dostarczyć BMOP Materiały do druku w terminie minimum 10 dni roboczych przed pierwszym dniem Ekspozycji.
- 4. Niedotrzymanie przez Klienta terminu wskazanego w ust. 3, może spowodować opóźnienie w zamontowaniu Reklam i tym samym skrócenie okresu Ekspozycji, z zachowaniem przez BMOP prawa do pełnego wynagrodzenia określonego w Zleceniu, które w takim przypadku jest wynagrodzeniem za gotowość do wykonania Kampanii reklamowej.
- 5. W przypadku dostarczenia przez Klienta materiałów do druku niezgodnych z wymaganiami technicznymi określonymi w specyfikacji technicznej, Klient godzi się na ryzyko wystąpienia usterek w wydruku Reklam, w tym odstępstw kolorystycznych, a w przypadku konieczności wymiany materiału ze względu na brak zgodności ze specyfikacją ponosi koszt ponownego druku i instalacji.

Ponadto, jeśli zlecenie druku oraz Kampanii uwarunkowane jest uregulowaniem przedpłaty przez Klienta, a przedpłata zostanie uregulowana po wyznaczonym terminie, Kampania może zostać uruchomiona z proporcjonalnym opóźnieniem - nie wpływa to jednak na termin jej zakończenia, z zachowaniem prawa BMOP do pełnego wynagrodzenia.

§ 4.

WYKONANIE EKSPOZYCJI

1. W przypadku Reklamy na Nośnikach digitalowych typu Digital Premium oraz City Digital Klient jest zobowiązany dostarczyć Materiał reklamowy nie później niż 5 dni roboczych przed pierwszym dniem emisji, zgodnie z instrukcjami otrzymanymi od handlowca. W pozostałych przypadkach, gdy druk stoi po stronie Klienta, Klient jest zobowiązany dostarczyć Materiał reklamowy do wskazanego przez BMOP magazynu w terminie nie później niż 10 dni roboczych przed pierwszym dniem Ekspozycji chyba, że zlecił druk BMOP. Wówczas obowiązują terminy określone w par 3.
2. Klient jest zobowiązany dostarczyć następujące ilości Materiałów reklamowych:
 - a) w przypadku reklamy na powierzchni Backlight oraz Siatka - ilość zgodną z ilością powierzchni Backlight oraz Siatka - brak zapasu,
 - b) 120% ilości na pozostałych typach nośników CLT i 6x3; powyższe nie dotyczy reklamy na Nośnikach digitalowych i Reklamy City Transport.
3. W odniesieniu do ust. 2 lit. b powyżej, Klient zamawiający Ekspozycję Reklam na mniej niż 5 Nośnikach reklamowych, zobowiązany jest dostarczyć co najmniej jeden rezerwowany Materiał reklamowy.

4. Niedotrzymanie przez Klienta terminu albo sposobu dostarczenia Materiałów reklamowych wskazanych wyżej, może spowodować opóźnienie w rozpoczęciu Ekspozycji i tym samym skrócenie czasu jej trwania z zachowaniem przez BMOP prawa do pełnego wynagrodzenia określonego w Zleceniu.
5. Reklamy powinny spełniać obowiązujące w BMOP wymagania techniczne opisane w Zleceniu.
6. Przyjęcie Materiałów reklamowych do magazynu BMOP nie oznacza akceptacji wydruku, czy też spełnienia wymagań dotyczących Materiału reklamowego.
7. BMOP zrealizuje kampanię reklamową zgodnie z planem Kampanii, przy czym:
 - a) na Digitalach Premium w galeriach handlowych w godzinach otwarcia galerii,
 - b) na sieci nośników City Digital zgodnie z planem emisji, nie krócej niż przez 20 godzin na dobę na każdym z nośników należącym do sieci,
 - c) w przypadku pozostałych nośników – z uwzględnieniem terminów instalacji Materiałów reklamowych.
8. W odniesieniu do ust. 7 lit. c powyżej, terminy instalacji Materiałów reklamowych są następujące:
 - a) w przypadku nośników Supernet instalacja Materiałów reklamowych odbywa się w ciągu dwóch dni roboczych poprzedzających pierwszy dzień Ekspozycji,
 - b) w przypadku nośników Backlight oraz Siatek instalacja Materiałów reklamowych odbywa się w ciągu trzech dni roboczych począwszy od dwóch dni roboczych poprzedzających pierwszy dzień Ekspozycji (dwa dni robocze poprzedzające Kampanię oraz pierwszy dzień roboczy Kampanii),
 - c) w przypadku nośników Citylight instalacja materiałów reklamowych odbywa się w ciągu pierwszych dwóch dni roboczych Kampanii,
 - d) w przypadku Citylight Scroll instalacja Materiałów reklamowych odbywa się w ciągu dwóch dni roboczych począwszy od pierwszego dnia roboczego Kampanii.
9. W przypadku zawarcia Zlecenia w terminie krótszym niż 10 dni roboczych przed pierwszym dniem Ekspozycji, termin montażu Reklamy Strony mogą ustalić w drodze indywidualnie prowadzonych negocjacji.
10. BMOP zastrzega sobie prawo do pozostawienia Reklam na Nośnikach reklamowych po zakończeniu Ekspozycji, o ile Klient nie wyrazi na piśmie żądania ich demontażu.
11. Żądanie demontażu reklam musi być przesłane w formie dokumentowej (poczta elektroniczna) przed rozpoczęciem Ekspozycji kampanii w terminie 5 dni roboczych przed pierwszym dniem Ekspozycji. BMOP dokona demontażu reklam w terminie 6 dni roboczych po zakończeniu Ekspozycji.
12. BMOP zastrzega sobie prawo do obciążania Klienta kosztami demontażu wykonanego na

zlecenie Klienta.

13. W przypadku, gdy Zlecenie nie wskazuje sposobu postępowania z niewykorzystanymi Reklamami po zakończeniu Ekspozycji, będą one przechowywane przez 15 dni od zakończenia Ekspozycji w magazynie centralnym BMOP w celu ich odbioru przez Klienta. W przypadku nieodebrania ich przez Klienta w tym terminie, zostaną zutylizowane na koszt BMOP. Reklamy na Nośnikach tranzytowych są utylizowane bezpośrednio po demontażu. Reklamy znajdujące się w innych magazynach niż magazyn centralny nie są przechowywane.
14. W przypadku nośników Supernet, Backlight oraz Citylight okres trwania kampanii oznacza okres Ekspozycji Materiału reklamowego oraz okres techniczny, tj. dni wchodzące do okresu trwania Kampanii w czasie których BMOP może zdjąć Materiał reklamowy i zainstalować inny Materiał reklamowy, nie objęty Zleceniem.
15. Klient przyjmuje do wiadomości, że w wyjątkowych sytuacjach, gdy montaż lub demontaż Ekspozycji miałyby następować poza okresem technicznym, będzie on zobowiązany do poniesienia dodatkowych kosztów z tego tytułu, o czym BMOP uprzednio go poinformuje.

§ 5.

REALIZACJA KAMPANII CITY TRANSPORT

1. W przypadku Reklamy na Nośnikach City Transport Klient jest zobowiązany dostarczyć Materiał reklamowy nie później niż 7 dni roboczych przed pierwszym dniem emisji, zgodnie z instrukcjami otrzymanymi od handlowca.
2. Niedotrzymanie przez Klienta terminu albo sposobu dostarczenia Materiałów reklamowych wskazanych wyżej, może spowodować opóźnienie w rozpoczęciu Ekspozycji i tym samym skrócenie czasu jej trwania z zachowaniem przez BMOP prawa do pełnego wynagrodzenia określonego w Zleceniu.
3. Specyfikacja techniczna reklamy zostanie przekazana Klientowi po podpisaniu zlecenia na realizację kampanii. W przypadku zlecenia podpisanego wcześniej niż 30 dni przed planowanym rozpoczęciem kampanii, gdy właściciel pojazdów nie wytypuje numerów taborowych, specyfikacja zostanie dostarczona niezwłocznie po ich wytypowaniu, jednak nie później jednak niż 14 dni przed rozpoczęciem kampanii.
4. Reklamy powinny spełniać obowiązujące w BMOP wymagania techniczne.
5. BMOP zrealizuje kampanię reklamową zgodnie z planem Kampanii z uwzględnieniem terminów instalacji Materiałów reklamowych tj. w przypadku Reklamy na pojazdach (Nośniki City Transport) instalacja wszystkich Materiałów reklamowych odbywa się do trzech dni roboczych od pierwszego dnia Ekspozycji.
6. Ekspozycja Reklam na Nośnikach City Transport jest wykonywana zgodnie z obowiązującym w środkach komunikacji publicznej cyklem eksploatacyjnym. Pojazdy z Reklamą City

Transport Klienta będą kursowały według obowiązujących u przewoźników rozkładów jazdy, na różnych trasach z uwzględnieniem ich cykli eksploatacyjnych.

7. BMOP zastrzega sobie prawo do pozostawienia Reklam na Nośnikach City Transport po zakończeniu Ekspozycji, o ile Klient nie wyrazi żądania ich demontażu w formie dokumentowej (poczta elektroniczna).
8. Żądanie demontażu reklam musi być przesłane w formie dokumentowej (poczta elektroniczna) przed rozpoczęciem Ekspozycji kampanii w terminie 5 dni roboczych przed pierwszym dniem Ekspozycji. W takim przypadku BMOP dokona demontażu reklam w terminie 6 dni roboczych po zakończeniu Ekspozycji.
9. BMOP zastrzega sobie prawo do obciążenia Klienta kosztami demontażu wykonanego na zlecenie Klienta.
10. W przypadkach innych niż wskazane w ust. 8, demontaż Reklam eksponowanych na Nośnikach City Transport może nastąpić w terminie do 14 dni po zakończonym okresie Ekspozycji Reklamy, z zastrzeżeniem procedur władz miejskich lub zakładów komunikacyjnych.
11. Klient przyjmuje do wiadomości, że w wyjątkowych sytuacjach, gdy montaż lub demontaż Ekspozycji miałyby następować poza okresem technicznym, będzie on zobowiązany do poniesienia dodatkowych kosztów z tego tytułu, o czym BMOP uprzednio go poinformuje.

§ 6.

EMISJA KAMPANII NA NOŚNIKACH DIGITALOWYCH

1. BMOP zastrzega sobie prawo do zmiany rozkładu emisji kampanii na Nośnikach digitalowych w przypadku wystąpienia czynników niezależnych od BMOP, które uniemożliwiają emisję kampanii na Nośnikach reklamowych objętych kampanią.
2. W przypadku braku możliwości emisji kampanii na części Nośników digitalowych objętych kampanią, BMOP zapewnia realizację zaplanowanej liczby kontaktów poprzez dostosowanie rozkładu emisji na pozostałych Nośnikach reklamowych w ramach zakupionego pakietu.
3. W przypadku, gdy realizacja zaplanowanej liczby kontaktów stanie się niemożliwa z przyczyn niezależnych od BMOP, BMOP zobowiązuje się do niezwłocznego poinformowania Klienta oraz przedstawienia alternatywnych propozycji realizacji kampanii. W przypadku braku akceptacji propozycji przez Klienta, zakres kampanii ulega proporcjonalnemu zmniejszeniu, a wynagrodzenie BMOP zostaje odpowiednio skorygowane.
4. Klient oświadcza, że akceptuje fakt, iż dla oceny prawidłowości wykonania kampanii reklamowej w modelu CPM DOOH istotna jest łączna liczba kontaktów (impressions) wygenerowanych na wszystkich Nośnikach reklamowych objętych kampanią, co oznacza, że

liczba emisji realizowanych na poszczególnych nośnikach objętych kampanią reklamową może być różna.

Powyższe zmiany w rozkładzie emisji nie wpływają na wynagrodzenie należne BMOP określone w Zleceniu, pod warunkiem, że dostarczona liczba kontaktów nie jest niższa niż określona w Zleceniu.

§ 7.

WYCENA ZLECENIA CPM NA NOŚNIKACH DIGITALOWYCH

1. W przypadku kampanii reklamowych rozliczanych w CPM, BMOP zobowiązuje się do ekspozycji materiałów reklamowych Klienta na wszystkich dostępnych nośnikach Digital w czasie określonym w Zleceniu. Wybór nośników Digital, na których eksponowana będzie Reklama Klienta, częstotliwość, pora dnia, czy dzień tygodnia ekspozycji, będą uzależnione od dostępności nośników i będzie dobrany tak, aby zrealizować zawartą w zleceniu liczbę tysięcy *impressions* materiałów reklamowych. Emisja kampanii będzie rozłożona równomiernie na dostępnej powierzchni, w czasie trwania kampanii.
2. CPM opublikowany w cenniku obowiązującym na dany okres, odnosi się do emisji materiałów reklamowych na nośnikach wybranych na podstawie pakietu (Standard, Select Gold lub Pakiet). W przypadku selekcji nośników na podstawie dodatkowych opcji emisji obowiązuje dopłata zgodna z tabelą umieszczoną w cenniku reklamowym.
3. W ramach emisji kampanii na Nośnikach digitalowych istnieje możliwość ograniczenia jej do aglomeracji, galerii czy też poszczególnych nośników. Dodatkowo, Klient ma możliwość wyboru realizacji kampanii w określonych porach dnia, sposobach i częstotliwości wyświetlenia w godzinie. Dodatkowe opcje emisji wraz z dopłatami, są zgodne z obowiązującym cennikiem reklamowym.
4. Niezależnie od grupy nośników w przypadku zakupu kampanii w miesiącach listopad-grudzień obowiązuje dodatkowy, sezonowy przelicznik CPM wynoszący:
 - a) 1,2 dla kampanii na nośnikach City Digital oraz Digital Premium Totem
 - b) 1,3 dla kampanii na nośnikach typu Digital Premium Totem oraz Digital Premium Fame w pakiecie Select Gold
5. Wycena CPM obliczana jest w następującej kolejności: jako pierwsza naliczana jest opłata wynikająca z wybranego pakietu emisji. Następnie naliczane są dopłaty wynikające z wyboru dodatkowych opcji emisji określonych w cenniku reklamowym (m. in. dopłaty wynikające z ograniczeń dotyczących czasu i miejsca emisji kampanii reklamowej, czy sezonowości). Każda kolejna dopłata naliczana jest od kwoty powstałej po naliczeniu opłaty poprzedniej. Tak obliczona wartość zostaje obniżona o przysługujące Klientowi rabaty. Wartość powstała po odjęciu rabatów mnożona jest przez liczbę tysięcy *impressions* Reklamy i stanowi wartość netto Zlecenia.

6. Minimalna wartość zamówienia kampanii wynosi 10 000 zł netto.

§ 8.

DOWODY REALIZACJI KAMPANII

1. Po zakończonej Kampanii reklamowej BMOP na życzenie klienta sporządza dokumentację z jej realizacji. Zgłoszenie zapotrzebowania na dokumentację z realizacji kampanii powinno być zgłoszone nie później niż w ostatnim dniu trwania kampanii.
2. BMOP przekazuje dokumentację z realizacji Kampanii reklamowej bez zbędnej zwłoki jednak nie później niż w terminie 12 dni od pierwszego dnia Ekspozycji (w przypadku zgłoszenia zapotrzebowania przed rozpoczęciem kampanii) lub do 7 dni od dnia zgłoszenia zapotrzebowania, z wyłączeniem reklam na nośnikach Digitale Premium, City Digital i LCD City Transport. Dokumentacja z realizacji Kampanii reklamowej na nośnikach Digitale Premium i City Digital (raport z emisji) jest przekazywana w terminie do 7 dni roboczych po zakończeniu Kampanii. Z tytułu przekazania dokumentacji BMOP nie przysługuje dodatkowe wynagrodzenie.
3. BMOP zastrzega, iż w przypadku Reklamy wykonanej na Nośnikach digitalowych, dokumentacja, o której mowa w ust. 1 nie obejmuje zdjęć Reklamy. W pozostałych przypadkach dokumentacja może obejmować przykładowe zdjęcia Reklamy.
4. Na specjalne życzenie Klienta BMOP może przygotować raport z zaawansowania prac instalacji Materiałów reklamowych. Przedmiotowy raport podlega dodatkowej opłacie, której wysokość zostanie ustalona przez Strony odrębnie od wynagrodzenia wskazanego w Zleceniu.
5. Klient zobowiązany jest w nieprzekraczalnym terminie 4 dni od dnia otrzymania od BMOP dokumentacji z realizacji Kampanii reklamowej zgłosić ewentualne zastrzeżenia co do niezgodności Reklamy z przesłanymi Layoutami, w zakresie podziału motywów i lokalizacji, czy w zakresie innych elementów związanych z Kampanią reklamową, pod rygorem utraty prawa do zgłoszenia jakichkolwiek zastrzeżeń odnośnie Ekspozycji po upływie tego terminu.
6. BMOP zastrzega, iż w odniesieniu do Nośników digitalowych rzeczywista liczba emisji Materiałów reklamowych w ramach Kampanii reklamowej może różnić się w stosunku do zamówionej przez Klienta liczby wyświetleń. Wystąpienie ww. różnicy nie wpływa na wynagrodzenie BMOP określone w Zleceniu, pod warunkiem, że dostarczona liczba kontaktów nie jest niższa niż określona w Zleceniu.

§ 9.

PRZESZKODY W WYKONANIU EKSPOZYCJI

1. BMOP nie ponosi żadnej odpowiedzialności z tytułu niemożności rozpoczęcia lub kontynuowania Kampanii reklamowej z przyczyn przez nią niezawinionych, przez co rozumie

się w szczególności:

- a) uszkodzenie Nośników reklamowych lub Reklam,
 - b) zmiana prawa powszechnie obowiązującego lub prawa miejscowego mającego zastosowanie do Zlecenia, zmiana praktyki organów w zakresie stosowania lub interpretacji prawa,
 - c) zużycie wszystkich Reklam dostarczonych przez Klienta lub wydrukowanych przez BMOP na zlecenie Klienta,
 - d) decyzje organów administracji rządowej i samorządowej, a w szczególności zarządów dróg, urzędów właściwych dla spraw budowlanych bądź architektonicznych, plastyków miasta, a także decyzje dysponentów nieruchomości lub środków komunikacji publicznej, na których znajdują się Nośniki reklamowe,
 - e) zaistnienie warunków pogodowych uniemożliwiających całkowicie lub częściowo wykonanie Kampanii reklamowej z uwagi na zasady BHP lub wymagania techniczne montażu Reklam, przykładowo: spadek temperatury poniżej minus 5 stopni Celsjusza lub wzrost powyżej 30 stopni Celsjusza, prędkość wiatru większa niż 10m/s, silne opady deszczu, gradu lub śniegu, z zastrzeżeniem, że w stosunku do Nośników reklamowych typu Citylight Scroll jakiegokolwiek opady deszczu lub śniegu uniemożliwiają montaż Materiałów reklamowych,
 - f) działania zakładów komunikacyjnych, właścicieli pojazdów, portów lotniczych na lub w których umieszczono Reklamę,
 - g) zasady i regulaminy obowiązujące w zakładach komunikacyjnych, u właścicieli pojazdów,
 - h) aktów dewastacji,
 - i) zakwestionowania treści Reklamy przez władze miejskie, zakłady komunikacyjne lub organ uprawniony do kontroli legalności reklamy,
 - j) zaistnienie innych, niezależnych od BMOP, okoliczności definiowanych ogólnie jako siła wyższa, uniemożliwiających całkowicie lub częściowo przeprowadzenie Kampanii reklamowej, przykładowo: awaria serwera, zakłócenia w dostawie energii, przerwy w łączności telefonicznej, dostępie do Internetu i poczty elektronicznej, pożar, huragan, powódź, stan klęski żywiołowej, stan wyjątkowy, stan wojenny, atak terrorystyczny, stan zagrożenia epidemicznego, stan epidemii, a także podobne zdarzenia, w szczególności, gdy powodują ograniczenie lub brak dostępu do lokalu BMOP oraz znajdujących się w nim urządzeń, dokumentów, mienia BMOP, ograniczenie lub brak dostępu do danych, do środków finansowych w bankach.
2. W razie zaistnienia sytuacji opisanych w ust. 1 (z wyłączeniem ust. 1 lit. e), BMOP będzie uprawnione do jednostronnej zamiany w stosunku 1:1 Lokalizacji Nośników reklamowych niemożliwych do uwzględnienia w ramach pierwotnie uzgodnionych z Klientem Lokalizacji

Nośników reklamowych w ramach Zlecenia w przypadku, gdy liczba niemożliwych do uwzględnienia Lokalizacji Nośników Reklamowych nie przekracza 5% pierwotnie uzgodnionych z Klientem Lokalizacji Nośników reklamowych w ramach Zlecenia. BMOP dołoży rozsądnych starań, aby zamienione Lokalizacje Nośników reklamowych były zgodne z założeniami planowanej Kampanii reklamowej, a zamienione Lokalizacje Nośników reklamowych były o tej samej lub większej ilości VAC lub w tej samej lub wyższej kategorii. Klient zrzeka się wszelkich roszczeń odszkodowawczych wobec BMOP w zakresie zamienionych Lokalizacji Nośników reklamowych.

3. W przypadku gdy liczba niemożliwych do uwzględnienia Lokalizacji Nośników Reklamowych przekracza 5% pierwotnie uzgodnionych z Klientem Lokalizacji Nośników reklamowych w ramach Zlecenia, BMOP niezwłocznie poinformuje o tym Klienta przedstawiając mu do zatwierdzenia zastępcze Lokalizacje Nośników Reklamowych. BMOP dołoży wszelkich starań, aby zaproponowane zastępcze Lokalizacje Nośników reklamowych były o tej samej lub większej ilości VAC lub w tej samej lub wyższej kategorii, z uwzględnieniem formy zakupu przez Klienta. W przypadku braku odpowiedzi Klienta w terminie 2 dni roboczych licząc od dnia otrzymania ww. informacji, uważa się, że Klient wyraził zgodę na zastosowanie wskazanych przez BMOP zastępczych Lokalizacji Nośników reklamowych. W przypadku, gdy Klient sprzeciwił się zaproponowanym przez BMOP Lokalizacjom zastępczym w terminie 2 dni roboczych licząc od dnia otrzymania ww. informacji, Zlecenie wygasa bez żadnych roszczeń odszkodowawczych wobec BMOP w części dotyczącej Nośników reklamowych, na których nie zrealizowano Ekspozycji, natomiast wynagrodzenie przysługujące BMOP ulega proporcjonalnemu zmniejszeniu.
4. W przypadku wystąpienia niekorzystnych warunków pogodowych wymienionych w ust. 1 lit. e, BMOP zastrzega sobie prawo do opóźnienia terminów montażu do momentu ustania warunków uniemożliwiających realizację montażu, co pozostaje bez wpływu na czas trwania Kampanii i wysokość wynagrodzenia określonego w Zleceniu.
5. W przypadku niedotrzymania z winy BMOP terminu montażu Reklam lub uruchomienia emisji na Nośnikach digitalowych, kwota netto wynagrodzenia należnego BMOP z tytułu Ekspozycji na Nośniku reklamowym, którego zwłoka dotyczy, ulega proporcjonalnemu zmniejszeniu za każdy dzień zwłoki.

§ 10.

USUWANIE USTEREK I REKLAMACJE

1. W trakcie trwania Kampanii reklamowej BMOP zobowiązuje się do utrzymywania Nośników reklamowych lub Reklam w należytych stanie technicznym i estetycznym oraz do usuwania stwierdzonych usterek Nośników reklamowych lub ekspozycji Digital lub Reklam (w ramach rezerwy Reklam dostarczonych przez Klienta lub wydrukowanych przez BMOP na jego zlecenie), w terminie do 2 dni roboczych od dnia otrzymania przez BMOP informacji o usterce lub od dnia jej wykrycia przez BMOP.

2. W przypadku niemożności usunięcia usterki w terminie określonym w ust. 1, BMOP poinformuje o powyższej okoliczności Klienta przedstawiając mu jednocześnie adresy zastępczych Lokalizacji Nośników Reklamowych, na których Ekspozycja może być kontynuowana. W przypadku braku odpowiedzi od Klienta w terminie 2 dni roboczych licząc od dnia otrzymania ww. informacji, uważa się, że Klient wyraził zgodę na zastosowanie wskazanych przez BMOP zastępczych Lokalizacji Nośników Reklamowych. W przypadku, gdy Klient nie wyraził zgody na zastępcze Lokalizacje Nośników reklamowych, kwota netto wynagrodzenia należnego BMOP z tytułu Ekspozycji na Nośniku reklamowym, którego usterka dotyczy, ulega proporcjonalnemu zmniejszeniu. W przypadku opóźnienia w naprawie usterki oświetlenia BMOP zobowiązuje się do udzielenia upustu cenowego w wysokości 20% stawki dziennej opłaty dzierżawnej za dany nośnik za każdy dzień zwłoki.
3. Obowiązek usuwania usterek nie dotyczy Reklam, dla których BMOP nie dysponuje rezerwą i wówczas Strony pisemnie ustalają warunki druku albo dostarczenia nowych Materiałów reklamowych, a także warunki montażu albo zaklejenia Nośnika. Druk nowych Reklam odbywa się na koszt Klienta.
4. W przypadku niedotrzymania z winy BMOP terminu usunięcia usterki Nośnika reklamowego lub Materiałów reklamowych, kwota netto wynagrodzenia należnego BMOP z tytułu Ekspozycji na Nośniku, którego zwłoka dotyczy ulega proporcjonalnemu zmniejszeniu za każdy dzień zwłoki, chyba, że zgodnie z ust. 2 BMOP wykona Ekspozycję na zastępczych Lokalizacjach Nośników reklamowych.
5. Wystąpienie okoliczności, o których mowa w ust. 2, nie oznacza odstąpienia przez BMOP od Zlecenia w rozumieniu §11.
6. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji Kampanii reklamowej Klient powinien zgłaszać BMOP za pomocą poczty elektronicznej w terminie 2 dni roboczych od dnia powzięcia informacji o nieprawidłowości w przebiegu Kampanii reklamowej. Reklamacja powinna określać przypadek nienależytego wykonania Kampanii, w tym wskazywać Lokalizacje Nośników reklamowych, których reklamacja dotyczy.
7. W przypadku niedotrzymania terminu zgłoszenia reklamacji, lub niezachowania innych określonych w ust. 6 zasad składania reklamacji, reklamacja nie będzie podlegała rozpatrzeniu przez BMOP.
8. Jeżeli reklamacja jest uzasadniona, BMOP po konsultacjach z Klientem zobowiązany jest usunąć usterki Reklamy, chyba że Strony ustalą inną formę rekompensaty.
9. W każdym przypadku BMOP zobowiązany jest poinformować Klienta o sposobie rozpatrzenia reklamacji za pomocą poczty elektronicznej w terminie 2 dni roboczych od dnia jej otrzymania.
10. Złożenie reklamacji nie zwalnia Klienta z obowiązku zapłaty wynagrodzenia przysługującego BMOP z tytułu zrealizowanej Kampanii reklamowej.

11. Brak zastrzeżeń Klienta, doręczonych BMOP za pomocą poczty elektronicznej w okresie Ekspozycji oraz do 2 dni roboczych po jej zakończeniu, uważa się za potwierdzenie wykonania Kampanii reklamowej na warunkach określonych w Zleceniu.

§ 11.

ODSTĄPIENIE OD ZLECENIA

1. Strony, do dnia rozpoczęcia Ekspozycji, mogą, w formie pisemnego oświadczenia, odstąpić od całości lub części Zlecenia, z zastrzeżeniem postanowień poniższych. Za odstąpienie od Zlecenia nie uważa się sytuacji wskazanych w §9 oraz §11, tj. zmiany zakresu Zlecenia dotyczącego Nośników reklamowych.
2. W przypadku odstąpienia przez którąkolwiek ze Stron od całości lub części Zlecenia, tj. od ustalonego w Zleceniu okresu Ekspozycji lub liczby Nośników reklamowych, Strona, której złożono oświadczenie o odstąpieniu ma prawo żądać od drugiej Strony zapłaty kary umownej obliczanej wg następujących zasad:
 - a) 100% kwoty netto wynagrodzenia za Ekspozycję, której odstąpienie dotyczy, gdy odstąpienie nastąpiło między 1 a 30 dniem przed terminem rozpoczęcia danej Ekspozycji,
 - b) 75% kwoty netto wynagrodzenia za Ekspozycję, której odstąpienie dotyczy, gdy odstąpienie nastąpiło między 31 a 60 dniem przed terminem rozpoczęcia danej Ekspozycji,
 - c) 45% kwoty netto wynagrodzenia za Ekspozycję, której odstąpienie dotyczy, gdy odstąpienie nastąpiło między 61 a 90 dniem przed terminem rozpoczęcia danej Ekspozycji,
 - d) 15% kwoty netto wynagrodzenia za Ekspozycję, której odstąpienie dotyczy, gdy odstąpienie nastąpiło między zawarciem Zlecenia, a 91. dniem przed terminem rozpoczęcia danej Ekspozycji, z zastrzeżeniem, że jeżeli odstąpienie jest częściowe i dotyczy Zlecenia zawartego na okres dłuższy niż 1 miesiąc, które spowoduje obniżenie kwoty netto całego wynagrodzenia wskazanego w Zleceniu o więcej niż 15%, to kara umowna wynosić będzie 15% całego wynagrodzenia wskazanego w Zleceniu.
3. Niezależnie od treści ust. 2, Strony ustalają, że w przypadku złożenia przez Klienta oświadczenia o odstąpieniu od Zlecenia po wykonaniu przez BMOP druku Reklam lub innych usług związanych z przygotowaniem Ekspozycji, Klient zobowiązany jest zapłacić należne BMOP wynagrodzenie z tytułu wykonanego druku Reklam lub innych ww. usług.
4. Płatność powyższych kar umownych nastąpi na podstawie noty księgowej otrzymanej przez Stronę zobowiązaną do zapłaty w terminie 14 dni od jej otrzymania.
5. W przypadku, gdy BMOP stwierdzi opóźnienie Klienta w zapłacie na rzecz BMOP z tytułu

wcześniejszych Kampanii reklamowych, niezależnie od tego, czy zaległość dotyczy Kampanii reklamowych objętych wcześniejszymi umowami czy Zleceniem, BMOP ma prawo wg własnego wyboru, bez wyznaczania dodatkowego terminu:

- a) odstąpić od Zlecenia z winy Klienta i obciążyć Klienta karą umowną w wysokości 100 % opłaty netto za Kampanię reklamową,
 - b) opóźnić rozpoczęcie montażu Reklamy Klienta, z zachowaniem prawa do pełnej opłaty za Kampanię reklamową,
 - c) wstrzymać montaż Reklamy Klienta do chwili otrzymania całego zaległego świadczenia, z zachowaniem prawa do pełnej opłaty za bieżącą Kampanię reklamową.
6. W przypadku odstąpienia BMOP od Zlecenia zgodnie z ust. 5, Klientowi nie przysługuje jakiegokolwiek roszczenie związane ze zwrotem kosztów poniesionych w związku z drukiem Reklam i innych kosztów związanych ze Zleceniem.

§ 12.

WARUNKI PŁATNOŚCI

1. Za powierzoną do wykonania Kampanię reklamową Klient zobowiązany jest zapłacić BMOP wynagrodzenie.
2. Wynagrodzenie BMOP jest płatne na podstawie faktury wystawionej przez BMOP, w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury. Termin wystawienia faktury każdorazowo jest określony w Zleceniu.
3. W stosunku do nowych klientów, z którymi BMOP podejmuje współpracę, BMOP zastrzega sobie prawo do żądania przedpłaty.
4. BMOP oświadcza, że jest czynnym podatnikiem VAT o NIP 526-02-10-599.
5. Wszelkie płatności w PLN będą dokonywane przez Klienta przelewem wyłącznie na rachunek bankowy BMOP: Bank BGŻ BNP Paribas S.A. 29 1750 0009 0000 0000 0093 0385, zaś w EUR na następujący rachunek bankowy BMOP: BGŻ BNP Paribas S.A. 85 1750 0009 0000 0000 1236 6744.
6. Klient jest zobowiązany do terminowej zapłaty wynagrodzenia na rachunek bankowy wskazany w Zleceniu. Uchybienie terminowi płatności spowoduje naliczenie odsetek ustawowych za opóźnienie w wysokości maksymalnej za cały okres opóźnienia.
7. Za dzień zapłaty wynagrodzenia przyjmuje się dzień uznania rachunku bankowego BMOP pełną kwotą należnego wynagrodzenia.
8. W przypadku niedotrzymania terminu płatności, o którym mowa w ust. 2, BMOP ma prawo odmówić przyjęcia kolejnego Zlecenia od danego Klienta, a w stosunku do Zleceń

dotyczących więcej niż jednej Ekspozycji BMOP ma prawo wstrzymać się z realizacją kolejnych Ekspozycji do czasu zapłaty zaległego wynagrodzenia. Po bezskutecznym wezwaniu Klienta do zapłaty zaległego wynagrodzenia, w którym wyznaczony zostanie pięciodniowy termin zapłaty, w przypadku upływu tego dodatkowego terminu na zapłatę, BMOP ma prawo odstąpić od Zlecenia bez prawa Klienta do żądania z tego tytułu zapłaty odszkodowania lub kary umownej, z jednoczesnym prawem BMOP do żądania od Klienta zapłaty kary umownej na zasadach odpowiednio określonych w § 11 ust. 2.

9. Wszelkie zmiany w Kampanii reklamowej Klienta skutkujące zmianą wysokości cen, rozliczone będą fakturą korygującą wystawioną przez BMOP.

§ 13

OPŁATA TECHNICZNA

1. W przypadku realizacji przez BMOP Kampanii reklamowej na Nośniku digitalowym, Klient jest zobowiązany do zapłaty Opłaty technicznej z tytułu zarządzania kampanią pokrywającej koszty ponoszone przez BMOP w związku z Ekspozycją Reklamy, w szczególności koszt zużycia energii elektrycznej oraz koszt obsługi informatycznej Nośnika digitalowego.
2. Opłata techniczna uiszczana jest miesięcznie, na podstawie faktury wystawionej przez BMOP z 14 dniowym terminem płatności. Do płatności Opłaty technicznej odpowiednie zastosowanie znajdują postanowienia dotyczące zapłaty wynagrodzenia.
3. Wysokość opłaty technicznej zależy od rodzaju Nośnika i jest wliczona w ceny cennikowe (cennik stanowiący załącznik do umowy).

§ 14.

POSTANOWIENIA DODATKOWE

1. Informacje dotyczące Zlecenia oraz jego zawarcia są poufne i przeznaczone wyłącznie dla Stron w celu realizacji Kampanii reklamowej.
2. Obowiązek zachowania poufności nie dotyczy przypadków, gdy ujawnienie informacji poufnej jest wymagane na podstawie i zgodnie z mającymi zastosowanie bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa, w szczególności na żądanie uprawnionej osoby trzeciej, organu administracji państwowej lub sądu.
3. BMOP ma prawo powoływania się na fakt realizacji Zlecenia oraz umieszczania nazwy Klienta w swoich materiałach reklamowych, listach referencyjnych oraz materiałach prezentacyjnych z ogólną informacją o wykonywanych lub wykonanych usługach. BMOP ma prawo podawać informacje o przedmiocie Zlecenia, czasie jego realizacji i o jego szacunkowej wartości w postępowaniach o udzielenie zamówienia publicznego lub w innych podobnych postępowaniach prowadzonych na podstawie innej niż Prawo zamówień publicznych. Jednocześnie BMOP zobowiązuje się nie publikować żadnych szczegółowych informacji odnośnie wzajemnych stosunków regulowanych Zleceniem, bez pisemnej zgody Klienta.

4. Przeniesienie praw i obowiązków Klienta wynikających ze Zlecenia na podmiot trzeci wymaga uprzedniego uzyskania od BMOP pisemnej zgody.
5. Klient oświadcza, że nie będzie dokonywał potrąceń jakichkolwiek swoich wierzytelności z wierzytelnościami BMOP, chyba że Strony zgodnie postanowią inaczej.
6. BMOP zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian Warunków Ogólnych. Zmiany Warunków Ogólnych zostaną umieszczone na stronie internetowej <https://www.bauermediaoutdoor.com/pl>. Ponadto, Klient każdorazowo przed zawarciem Zlecenia zapoznaje się z treścią Ogólnych Warunków Umowy dostępnych na stronie internetowej BMOP. Deklaracja znajomości Warunków Ogólnych w Zleceniu stanowi potwierdzenie, że Klient zapoznał się z Warunkami Ogólnymi i akceptuje wszystkie ich zapisy.
7. Administratorem danych osobowych wskazanych w Zleceniu jest Bauer Media Outdoor Poland Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (00-633), przy ul. Polnej 11. Dane osobowe będą przetwarzane w celu świadczenia usług określonych w Zleceniu. Dane nie będą udostępniane innym podmiotom, z wyjątkiem podmiotów upoważnionych na podstawie przepisów prawa. Podmiotom danych przysługuje prawo dostępu do treści swoich danych oraz ich poprawiania. Podanie danych jest dobrowolne, ale niezbędne do realizacji celu określonego powyżej.
8. Niniejsze Warunki Ogólne nie mają zastosowania do realizacji usług reklamowych zamawianych przez osoby fizyczne, które nabywają usługi reklamowe w celach niezwiązanych z ich działalnością gospodarczą lub zawodową. Osoby takie zobowiązane są do kontaktu z przedstawicielem BMOP w celu zawarcia indywidualnej umowy na świadczenie usług reklamowych.
9. W związku z przepisami Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (dalej: RODO) oraz innymi przepisami krajowymi regulującymi ochronę danych osobowych, Klient przyjmuje do wiadomości i zobowiązuje się do przestrzegania następujących zasad:
 - a) Dane osobowe nie mogą być przetwarzane bez upoważnienia.
 - b) Dane osobowe obejmują wszystkie informacje odnoszące się do zidentyfikowanej lub możliwej do zidentyfikowania osoby fizycznej (art. 4 RODO).
 - c) Zgodnie z art. 5 RODO przetwarzanie danych osobowych może odbywać się jedynie zgodnie z następującymi warunkami:
 - w ramach dopuszczalnego celu,
 - tak długo, jak jest to konieczne do osiągnięcia celu,
 - z danymi wymaganymi do tego celu,

- z danymi poprawnymi pod względem faktycznym,
 - jeżeli przetwarzanie jest zgodne z prawem, tj. spełnia wymogi określone w art. 6. RODO.
- d) Dane osobowe nie mogą być przetwarzane bez upoważnienia. W związku z tym dane nie mogą być przetwarzane, publikowane ani udostępniane w żadnym innym celu niż cel związany z odpowiednim wykonaniem obowiązków wynikających ze Zlecenia lub wykorzystywane w inny sposób.
- e) Dane osobowe, które Klient przetwarza w związku z wykonywaniem przez Klienta obowiązków wynikających ze Zlecenia, muszą być traktowane jako poufne, bez uszczerbku dla innych ustawowych zobowiązań do zachowania poufności, chyba że istnieje prawnie dopuszczalna podstawa do przekazania danych.
- f) Niniejsze zobowiązanie nie ma wpływu na inne postanowienia dotyczące poufności.

§ 15.

KLAUZULA DOTYCZĄCA PRZECIWDZIAŁANIA PRZESTĘPSTWOM GOSPODARCZYM

1. Klient oświadcza, iż działa zgodnie z obowiązującymi przepisami prawnymi, regulacjami i kodeksami w zakresie przeciwdziałania łapownictwu i korupcji, w tym zgodnie z amerykańską Ustawą o przeciwdziałaniu zagranicznym praktykom korupcyjnym z 1977 roku (the US Foreign Corrupt Practices Act of 1977), brytyjską Ustawą o przeciwdziałaniu przestępstwom finansowym z 2017 roku (the UK Criminal Finances Act 2017), brytyjską Ustawą o zwalczaniu łapownictwa z 2010 roku (the UK Bribery Act 2010) oraz wszelkimi innymi przepisami mogącymi mieć zastosowanie do Zlecenia, wydanymi przez amerykańskie Biuro Kontroli Zagranicznych Składników Majątkowych Departamentu Skarbu, przez brytyjskie Biuro Wdrożeń Sankcji Finansowych lub przez jakikolwiek właściwy krajowy lub międzynarodowy organ (w tym Organizację Narodów Zjednoczonych, Unię Europejską, w tym Rzeczpospolitą Polską oraz Wielką Brytanię), na mocy których zostaną nałożone sankcje ekonomiczne lub embargo handlowe przeciwko określonym krajom, reżimom, podmiotom lub osobom („Odpowiednie Wymogi w zakresie Sankcji i Przeciwdziałania Przestępstwom Gospodarczym”).
2. W dowolnym czasie, na wniosek BMOP, osoba pełniąca funkcję kierowniczą u Klienta (lub Klient w przypadku gdy jest on osobą fizyczną) powinna potwierdzić na piśmie, iż Klient działa zgodnie z wszystkimi Odpowiednimi Wymogami w zakresie Sankcji i Przeciwdziałania Przestępstwom Gospodarczym. Klient nie powinien również, poprzez Zlecenie, bezpośrednio lub pośrednio umożliwiać jakiegokolwiek transakcji z bezpośrednim lub pośrednim udziałem osoby lub podmiotu, których udział spowodowałby naruszenie przez Zlecenie Odpowiednich Wymogów w zakresie Sankcji i Przeciwdziałania Przestępstwom Gospodarczym.

3. BMOP jest uprawnione do rozwiązywania Zlecenia lub innej umowy z Klientem ze skutkiem natychmiastowym, poprzez doręczenie Klientowi pisemnego oświadczenia w sytuacji, gdy Klient naruszy postanowienia niniejszego paragrafu lub BMOP poweźmie uzasadnione podejrzenie, że Klient naruszył postanowienia niniejszego paragrafu.

§ 16.

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Zawarte Zlecenie będzie interpretowane zgodnie z prawem polskim i będzie podlegało prawu polskiemu.
2. W sprawach nieuregulowanych Zleceniem i Warunkami Ogólnymi mają zastosowanie przepisy Kodeksu cywilnego, inne przepisy prawa polskiego, a właściwym do rozstrzygania ewentualnych sporów będzie sąd powszechny w Warszawie. Jakakolwiek odpowiedzialność BMOP z tytułu zawarcia, wykonywania i rozwiązania (odstąpienia od) Zlecenia ograniczona jest do wysokości ustalonego wynagrodzenia w danym Zleceniu, a także nie obejmuje utraconych korzyści.
3. Zlecenie zawierane jest w formie pisemnej (własnoręczny podpis na dokumencie obejmującym treść oświadczenia woli), elektronicznej (oświadczenie woli w postaci elektronicznej opatrzone kwalifikowanym podpisem elektronicznym) lub dokumentowej (oświadczenie woli zawarte w treści wiadomości poczty elektronicznej w sposób umożliwiający ustalenie osoby składającej oświadczenie). Wszelkie zmiany Zlecenia, rozwiązanie Zlecenia, odstąpienie od Zlecenia, a także inne oświadczenia woli stron, wymagają, pod rygorem nieważności, formy pisemnej, elektronicznej lub dokumentowej. O formie umowy decyduje faktyczny sposób jej zawarcia, a nie zapis umowny.
4. Zlecenia zawiera się każdorazowo w tylu jednobrzmiących egzemplarzach, ile jest Stron.