

Ogólne warunki zamieszczania reklam na eventach

Rozdział I. DEFINICJE

Ilekroć w niniejszych Ogólnych Warunkach Zamieszczania Reklam występują poniżej zdefiniowane pojęcia, należy je rozumieć w sposób następujący:

Organizator - Mindstream sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie, ul. Cybernetyki 19A, 02-677. NIP 5252784825 KRS 0000778369 Sąd Rejonowy dla M. St. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego w Warszawie.

Usługodawca – osoba fizyczna niebędąca konsumentem w rozumieniu art. 22¹ Kodeksu cywilnego, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, zlecająca Usługę Reklamową. Usługodawcą jest również agencja lub inny pośrednik reklamowy działający w imieniu własnym, lecz na rachunek swoich klientów.

Event – wszelkie wydarzenia o charakterze kongresowym, konferencyjnym, szkoleniowym i wystawienniczym, a także show, pokazu lub plebiscytu organizowanego przez Organizatora.

Usługa reklamowa – odpłatna forma prezentacji Usługodawcy lub oferty Usługodawcy na evencie, w tym:

- a) prelekcja – wygłaszana przez przedstawiciela Usługodawcy lub osobę przez niego wyznaczoną na evencie, prezentacja problemowa lub komercyjna w miejscu, czasie i zakresie uzgodnionym z Organizatorem,
- b) stoisko – miejsce prezentacji logotypu oraz produktów/usług/oferty Usługodawcy podczas eventu w formie wystawienniczej, w zakresie uzgodnionym z Organizatorem,
- c) insert – reklama w formie ulotki, broszury, katalogu, płyty bądź próbki produktu, dystrybuowana razem z materiałami dla uczestników bądź wyłożona w miejscu ogólnodostępnym do pobrania przez uczestników na evencie Organizatora,
- d) reklama graficzna – reklama zamieszczana drukiem w materiałach dla uczestników na evencie Organizatora, której rozmiar jest określony liczbą standardowych, przyjętych przez Organizatora jednostek powierzchni (m.in. reklamy całostronicowe, modułowe, ogłoszenia drobne i inne),
- e) niestandardowe formy reklamy uzgodnione między Usługodawcą i Organizatorem, realizowane na eventach Organizatora (m.in. nagrody wręczane uczestnikom podczas bankietu, pendrive'y, gadżety reklamowe).

Pakiet reklamowy – działania reklamowe obejmujące zobowiązania reklamowe wraz z innymi towarzyszącymi im formami reklamowymi i świadczeniami (m.in. zamieszczenie logotypu Usługodawcy w mailingu dotyczącym eventu, prezentacja logotypu i opisu Usługodawcy na stronie internetowej eventu, zaprezentowanie Zleceniodawcy w informacjach przed i po ewencie na jego stronach internetowych Organizatora, uczestnictwo w ewencie przedstawicieli Zleceniodawcy i zaproszenia dla klientów Usługodawcy), świadczonymi przez Organizatora na rzecz Usługodawcy, których zakres ustalany jest w ofercie reklamowej Organizatora lub ustalany jest indywidualnie między Organizatorem a Usługodawcą w zleceniu/umowie.

Zlecenie – oznacza każdą umowę, której przedmiotem choćby tylko w części jest zamieszczenie reklamy podczas eventu. Potwierdzenie przyjęcia zlecenia lub przystąpienie do jego realizacji przez Organizatora oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z niniejszego Regulaminu Zamieszczania Reklam i innych uzgodnień stron zawartych w zleceniu/umowie.

Termin dostarczenia materiałów reklamowych – każdorazowo określony w zleceniu termin, w którym klient zobowiązuje się do przesłania kompletnych materiałów.

Dzień roboczy – każdy dzień tygodnia z wyjątkiem sobót i dni ustawowo wolnych od pracy.

Rozdział II. POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Zlecenie zamieszczania reklamy w związku z eventami jest dokonywane w oparciu o niniejsze Ogólne Warunki Zamieszczania Reklam. Złożenie przez Usługodawcę zlecenia jest równoznaczne z akceptacją postanowień niniejszego dokumentu.
2. Usługodawca zapewnia, że przysługują mu wszelkie prawa na dobrach niematerialnych do posługiwania się użytymi w zleconych do publikacji reklamy informacjami, danymi, utworami, wizerunkami, znakami towarowymi, wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej.
3. Zlecenie publikacji reklamy jest równoznaczne z oświadczeniem Usługodawcy, że przekazana do publikacji reklama jest zgodna z prawem i zasadami współzycia społecznego.
4. W przypadku, gdyby w wyniku publikacji reklamy Organizator poniósł jakąkolwiek szkodę z tytułu roszczeń osób lub instytucji, których prawa zostały naruszone wskutek tej publikacji, Usługodawca jest zobowiązany naprawić szkodę w całości, łącznie z kosztami postępowań spornych, kosztami zastępstwa procesowego i innymi wydatkami Wydawnictwa poniesionymi w związku z roszczeniami osób trzecich.
5. Jeśli materiały graficzne mają być zwrócone Usługodawcy, należy to wyraźnie zaznaczyć w zleceniu.

6. W przypadku udostępniania powierzchni pod stoisko promocyjno-reklamowe lub/i sponsoringu Usługodawca uprawniony jest do promowania i/lub reklamy wyłącznie własnych produktów i usług. Promocja lub/i reklama produktów i usług osób trzecich możliwa jest jedynie za uprzednią pisemną zgodą Organizatora.

7. Za naruszenie wyżej powołanych postanowień Usługodawca bez odrębnego wezwania zapłaci Organizatorowi karę umowną w kwocie netto odpowiadającej dwukrotności należnego Organizatorowi od Usługodawcy wynagrodzenia wraz z podatkiem VAT w wysokości zgodnej z obowiązującymi przepisami. Organizator zastrzega sobie prawo dochodzenia od Reklamodawcy odszkodowania przenoszącego wysokość kary umownej.

Rozdział III. WARUNKI REALIZACJI ZLECEŃ

1. Realizacja usług reklamowych w związku z eventami dokonywana jest wyłącznie na podstawie pisemnego zlecenia lub pisemnej umowy podpisanej przez Usługodawcę lub osobę/osoby upoważnione do reprezentacji Usługodawcy.

2. Zlecenie/umowa powinny określać:

- a) nazwę eventu,
- b) rodzaj reklamy,
- c) termin realizacji,
- d) warunki płatności,
- e) ceny i wysokość upustów.

3. Do chwili przyjęcia zlecenia lub przystąpienia do jego wykonania przez Organizatora zlecenie stanowi ofertę.

4. Agencje reklamowe i inni pośrednicy reklamowi działający w imieniu i na rzecz swoich klientów są solidarnie odpowiedzialni z klientami (Usługodawcami), których reprezentują wobec Organizatora.

5. W przypadku sponsoringu Usługodawca zobowiązany jest do przesłania prezentacji swojej firmy lub produktu do akceptacji przez Organizatora oraz do naniesienia sugerowanych przez Organizatora poprawek.

6. Warianty metrażu stoisk ustalane są indywidualnie z Organizatorem.

7. Wszystkie kwestie dotyczące wyposażenia stoiska ustalane są z Organizatorem. Usługodawca zobowiązany jest poinformować Organizatora o elementach wyposażenia stoiska nie później niż na 7 dni roboczych przed eventem.

8. W razie potrzeby, Organizator zobowiąże Usługodawcę do wysłania wizualizacji stoiska nie później niż na 21 dni roboczych przed eventem
9. Lokalizacja stoisk oraz strefy ciągów komunikacyjnych wyznaczone są przez Organizatora.
10. Zabrania się przesuwania stoisk poza obszar wyznaczony przez Organizatora.
11. Zabronione jest zwracanie się do obsługi obiektu konferencyjnego o dodatkowe krzesła i stoły lub inne wyposażenie stoiska. Prośby takie należy kierować bezpośrednio do osób reprezentujących Organizatora
12. Czas trwania Prelekcji (wykładu sponsorowanego) ustalany jest indywidualnie z Organizatorem. Zabrania się przedłużania czasu trwania Wykładu sponsorowanego o więcej niż 20% ustalonego czasu.
13. Naruszenie postanowień pkt. 10, 11 i 12 powyżej skutkuje obowiązkiem zapłaty dodatkowej opłaty w wysokości 20% łącznej opłaty netto za świadczone przez Organizatora Usługi , za każdy przypadek naruszenia.
14. Płatność za usługi reklamowe następuje w formie przelewu na konto Organizatora w ciągu 14 dni od daty wystawienia faktury VAT za zamieszczenie reklamy.
15. Warunki i terminy płatności w wyjątkowych przypadkach mogą być ustalane indywidualnie z Reklamodawcą.

Rozdział III a. INFORMACJE POUFNE

1. Usługodawca zobowiązuje się do utrzymania w tajemnicy Informacji Poufnych.
2. Przez „Informacje Poufne” rozumie się informacje dotyczące ustalonych przez Strony cen i zakresu usług świadczonych przez Organizatora na rzecz Usługodawcy.
3. Usługodawca zobowiązuje się do:
 - a) użycia i wykorzystania Informacji Poufnych wyłącznie do celów niezbędnych do realizacji Zlecenia,
 - b) nieprzekazywania lub ujawniania Informacji Poufnej osobie trzeciej bez wyraźnej, uprzedniej zgody Organizatora udzielonej w formie pisemnej,
 - c) przekazywania Informacji Poufnych tylko tym pracownikom i współpracownikom, którzy z uwagi na zakres swych obowiązków zaangażowani będą w realizację Zlecenia i którzy zostaną wyraźnie poinformowani o charakterze Informacji Poufnych oraz o zobowiązaniach Stron wynikających ze Zlecenia.

4. Nie stanowią Informacji Poufnych informacje, których ujawnienie jest wymagane bezwzględnie obowiązującymi przepisami prawa.
5. Zobowiązania wynikające z niniejszego paragrafu mają charakter terminowy i obowiązują przez okres 5 lat od Dnia złożenia Zlecenia.
6. Naruszenie postanowień pkt 1- 3 niniejszego Rozdziału skutkuje obowiązkiem zapłaty przez Usługodawcę kary umownej w wysokości 100 % łącznej opłaty netto za świadczone przez Organizatora Usługi reklamowe, za każdy przypadek naruszenia.

Rozdział IV. MODYFIKACJA ZLECENIA

1. Usługodawca jest zobowiązany dostarczyć Wydawnictwu oświadczenie modyfikujące zlecenie na piśmie, z dokładnym określeniem zakresu zmian, nie później niż na 15 dni roboczych przed planowanym terminem rozpoczęcia eventu.
2. W przypadku przekroczenia terminów zgłaszania zmian określonych w punkcie 1, a także w przypadku wątpliwości, niejasności co do zakresu i rodzaju zgłoszonych zmian, których nie da się rozstrzygnąć w terminach określonych w punkcie 1, Organizator ma prawo realizacji zlecenia w jego pierwotnej wersji. W takiej sytuacji Organizator nie ponosi odpowiedzialności za skutki publikacji ogłoszenia w wersji pierwotnej, a Usługodawca zobowiązany jest do zapłaty 100% wartości zlecenia.
3. Organizator przyjmie zmiany określone przez Usługodawcę w miarę istniejących możliwości. W przypadku gdy dokonanie modyfikacji okaże się niemożliwe ze względów technicznych lub innych zobowiązań Organizatora, Usługodawca wg własnego wyboru może zrezygnować z modyfikacji zlecenia bądź odstąpić od umowy. Odstąpienie od umowy jest równoznaczne z anulowaniem zlecenia i powoduje skutki określone w rozdziale V.
4. Modyfikacja zlecenia jest możliwa wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą Organizatora.

Rozdział V. ANULOWANIE ZLECENIA

1. Usługodawca może zrezygnować z zamówionej reklamy (anulowanie zlecenia). Rezygnacja musi zostać zgłoszona Organizatorowi na piśmie (poczta) lub drogą elektroniczną (mail), pod rygorem nieważności.
2. W przypadku, gdy oświadczenie o anulowaniu zlecenia zostanie zgłoszone Organizatorowi później niż w terminie określonym w punkcie 4 poniżej, Usługodawca, zależnie od terminu złożenia oświadczenia, zobowiązany jest do zapłaty na rzecz Organizatora:

a) dla sponsoringu na eventach: 50% łącznej należności brutto za zlecenie – w przypadku anulowania zlecenia co najmniej przed 30 dniem roboczym przed terminem realizacji eventu, kongresu lub konferencji

b) dla sponsoringu na eventach, konferencjach, kongresach: 100% łącznej należności brutto za zlecenie – w przypadku anulowania zlecenia począwszy od 30 dnia roboczego przed terminem realizacji eventu, zjazdu, kongresu.

3. Niedochowanie przez Usługodawcę terminu dostarczenia materiałów reklamowych jest równoznaczne z anulowaniem zlecenia na zasadach określonych w ust. 2a i 2b.

4. Usługodawca wyraża zgodę na to, że w przypadku anulowania zlecenia później niż na 30 dni roboczych dla sponsoringu na eventach lub w przypadku rezygnacji ze zlecenia długoterminowego albo niedochowania terminu dostarczenia materiałów reklamowych Organizatorowi przysługuje prawo do świadczenia ustalonego na zasadach opisanych w ust. 2 i 3 niniejszego rozdziału.

Rozdział VI. POSTĘPOWANIE REKLAMACYJNE

1. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji zlecenia Usługodawca zobowiązany jest zgłaszać Organizatorowi na piśmie w ciągu 7 dni od daty ukazania się zakwestionowanej reklamy (konferencji, zjazdu, eventu).

2. Reklamacje powinny zawierać udokumentowany opis wad, usterek i innych nieprawidłowości w wykonaniu zlecenia.

3. ORGANIZATOR zastrzega sobie prawo nieuwzględnienia reklamacji w przypadku dostarczenia materiałów reklamowych po terminie.

4. Niedotrzymanie terminu zgłoszenia reklamacji bądź niezachowanie jej formy pisemnej powoduje utratę przez Usługodawcę prawa do reklamacji. Dotyczy to także kolejnych dotkniętych wadą lub usterką emisji tego samego materiału (w przypadku emisji cyklicznych).

5. Złożenie reklamacji nie zwalnia Usługodawcy z obowiązku uregulowania należności wynikającej ze zlecenia.

6. Organizator zastrzega sobie prawo rozpatrywania wyłącznie reklamacji dotyczących zleceń zapłaconych w całości.

7. Usługodawcy nie przysługuje prawo potrącenia ewentualnej należności z tytułu reklamacji z należnego Organizatorowi wynagrodzenia.

Rozdział VII. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Niniejsze Ogólne Warunki Zamieszczania Reklam stanowią integralną część zlecenia, zgodnie z art. 384 Kodeksu cywilnego.
2. Ewentualne spory wynikające z umów zawartych w oparciu o niniejsze Ogólne Warunki Zamieszczania Reklam będą rozstrzygane przez sąd właściwy dla siedziby Organizatora.
3. Ogólne Warunki Zamieszczania Reklam obowiązują od dnia 1 stycznia 2020 r.

Niniejsze Ogólne Warunki Zamieszczania Reklam nie znajdują zastosowania do konsumentów*.

*) Art. 221 Kodeksu cywilnego: Za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.