

**Ogólne Warunki  
świadczenia usług reklamowych i sponsoringu  
w Grupie Radiowej Time  
obowiązują od dnia 6 lipca 2023 r.**

## **I. POSTANOWIENIA OGÓLNE**

1. Niniejsze „Ogólne warunki świadczenia usług reklamowych i sponsoringu w Grupie Radiowej Time” (zwane dalej „**Ogólnymi Warunkami**”) określają zasady wykonywania przez Time S.A. z siedzibą w Warszawie wpisaną do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIV Wydział Gospodarczy pod numerem KRS: 0000295857, NIP: 526-10-04-620, REGON: 010750727, kapitał zakładowy (opłacony w całości) 19 366 667 zł (zwaną dalej „**Time**”) usług reklamowych i sponsoringu w programach radiowych Grupy Radiowej Time oraz produkcji Materiałów Reklamowych w rozumieniu definicji wskazanej w pkt. II
2. Zawierając umowę z Time Zleceniodawca w rozumieniu definicji wskazanej w pkt. II oświadcza, że zapoznał się treścią Ogólnych Warunków, przyjął je do wiadomości, wyraża zgodę na ich włączenie do treści umowy i zobowiązuje się do ich przestrzegania i stosowania.
3. Ogólne Warunki nie mają zastosowania do Umów Bezgotówkowych w rozumieniu definicji wskazanej w pkt. II, chyba że w umowach tych strony postanowią włączyć Ogólne Warunki do treści umowy.
4. Ogólne Warunki nie mają zastosowania do umów zawieranych z konsumentami.

## **II. DEFINICJE**

**Cennik** -Cenniki oraz warunki cenowe szczegółowo opisane są w **załączniku nr 1** do Ogólnych Warunków. Wymienione cenniki nie dotyczą usług sponsoringu oraz usług produkcji Materiałów Reklamowych.

**Czas Reklamowy** - przestrzeń reklamowa w programach radiowych nadawanych przez stacje radiowe Grupy Radiowej TIME, wyodrębniona (oznaczona) w każdym z tych programów zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa (bloki reklamowe), przeznaczona do zamieszczania Kampanii Reklamowych;

**Dzień Roboczy** -każdy dzień tygodnia z wyjątkiem sobót, niedziel i dni ustawowo wolnych od pracy;

**Grupa Radiowa Time**- stacje radiowe emitujące program radiowy na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, na rzecz których Time ma prawo zawierać umowy dotyczące świadczenia usług reklamowych lub sponsoringu;

**Kampanie Reklamowe**- radiowe kampanie reklamowe polegające na emisji Reklamy, zamieszczane w Czasie Reklamowym, na podstawie składanych Zleceń Reklamowych (Zleceń Sieciowych lub Zleceń Lokalnych) zgodnie z treścią tych zleceń oraz załączanych do nich Planów emisji Reklamy;

**Materiał Reklamowy** - Reklama lub Wskazanie Sponsorskie;

**Plan Emisji** -plan emisji Reklamy lub Plan Emisji Wskazań Sponsorskich – w zależności od rodzaju usług;

**Plan Emisji Reklamy**-wykaz dat, pasm czasowych emisji, liczby Spotów Reklamowych, długości spotu reklamowego;

**Plan Emisji Wskazań Sponsorskich** - wykaz dat, czasów emisji, liczby Wskazań Sponsorskich; długości Wskazań Sponsorskich;

**Reklama/ Spot** - każdy przekaz handlowy w rozumieniu ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji pochodzący od podmiotu publicznego lub prywatnego w związku z jego działalnością gospodarczą lub zawodową zmierzający do promocji sprzedaży lub odpłatnego korzystania z towarów i usług;

**Sponsorowanie**- bezpośrednie lub pośrednie finansowanie albo współfinansowanie tworzenia lub rozpowszechniania audycji lub innych przekazów radiowych, przez podmiot nie będący nadawcą lub producentem audycji, w celu promocji jego nazwy, firmy, renomy, towaru lub usługi, znaku towarowego lub innego oznaczenia indywidualizującego sponsora;

**Specyfikacja**-opis funkcjonalny i wymagania techniczne, które muszą spełniać Reklamy lub Wskazania Sponsorskie.

**Wskazanie Sponsorskie** - oznaczenie sponsorowanych audycji lub innych przekazów radiowych przez wskazanie sponsora w sposób i na zasadach określonych przepisami prawa;

**Umowa Bezgotówkowa** - umowa dotycząca Reklamy lub Sponsorowania, w której ze strony Zleceniodawcy następuje świadczenie w postaci towarów lub usług albo zapłata następuje poprzez wzajemne potrącenie wierzytelności.

**Umowa** - umowa o świadczenie usług reklamowych lub usług sponsoringu zawierana na czas oznaczony i realizowana na podstawie Zleceń (Umowa ramowa na czas oznaczony) lub zawierana na czas oznaczony realizowana na podstawie załączonego do umowy Planu Emisji (Media Plan) lub umowa na produkcję Materiałów Reklamowych na podstawie Zlecenia;

**Zlecenie** - odpowiednie do rodzaju usług: Zlecenie Reklamowe lub Zlecenie Sponsorowania, przy czym każde z nich może być Zleceniem Sieciowym lub Zleceniem Lokalnym lub Zleceniem Produkcji;

**Zlecenia Produkcji** - Zlecenie, którego przedmiotem jest produkcja Materiału Reklamowego przez Time, w tym udzielenie licencji do wyprodukowanego Materiału Reklamowego na warunkach wskazanych w metrycznej Materiału Reklamowego oraz zgodnie z pkt. VII Ogólnych Warunków;

**Zlecenie Reklamowe**- zlecenie, którego przedmiotem jest emisja Reklamy;

**Zlecenie Sponsorowania** - zlecenie, którego przedmiotem jest Sponsorowanie audycji lub innych przekazów radiowych;

**Zlecenie Sieciowe**- odpowiednie do rodzaju usług: Zlecenie Reklamowe, którego przedmiotem jest emisja Reklamy jednocześnie, z tym samym Planem Emisji Reklamy, we wszystkich stacjach radiowych pojedynczej sieci lub wszystkich sieci radiowych należących do Grupy Radiowej Time lub Zlecenie Sponsorowania, którego przedmiotem jest Sponsorowanie audycji lub innych przekazów radiowych jednocześnie, z tym samym Planem Emisji Wskazań

Sponsorskich, we wszystkich stacjach radiowych pojedynczej sieci lub wszystkich sieci radiowych należących do Grupy Radiowej Time;

**Zlecenie Lokalne** - odpowiednie do rodzaju usług: - Zlecenie Reklamowe, którego przedmiotem jest emisja Reklamy w wybranych przez Zleceniodawcę stacjach radiowych Grupy Radiowej Time lub Zlecenie Sponsorowania, którego przedmiotem jest Sponsorowanie audycji lub innych przekazów radiowych w wybranych przez Zleceniodawcę stacjach radiowych Grupy Radiowej Time;

**Zleceniodawca** - każda osoba fizyczna, osoba prawna, a także jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej zawierająca Umowę z Time w zakresie dotyczącym prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej lub zawodowej. Zleceniodawcą nie jest konsument. Zleceniodawcą jest również Agencja Reklamowa, Dom Mediowy lub inny pośrednik reklamowy działający w imieniu własnym i na rzecz swoich klientów.

### III. ZAWIERANIE UMÓW

1. Umowy mogą być zawierane w następujący sposób:
  - a. podpisania przez Zleceniodawcę i Time Umowy ramowej na czas oznaczony, obejmującej zobowiązanie Zleceniodawcy do wydatkowania zadeklarowanej minimalnej wysokości na emisje Reklam lub Sponsorowanie lub produkcję Materiałów Reklamowych, których realizacja następuje na podstawie cząstkowych Zleceń składanych przez Zleceniodawcę w trakcie obowiązywania Umowy ramowej i pisemnie potwierdzonych przez Time do realizacji,
  - b. podpisania przez Zleceniodawcę i Time Umowy na czas oznaczony, której realizacja następuje na podstawie załączonego do Umowy Planu Emisji Reklam lub Planu Emisji Wskazań Sponsorskich lub Zlecenia Produkcji,
  - c. złożenia przez Zleceniodawcę Zlecenia i potwierdzenia przez Time przyjęcia Zlecenia do realizacji.
2. Jeżeli Umowa jest zawierana przez pełnomocnika Zleceniodawcy, wówczas jest on zobowiązany do złożenia w Time dokumentu potwierdzającego, że działa w imieniu Zleceniodawcy.

### IV. SKŁADANIE ZLECEŃ

1. Zlecenie Reklamowe musi być podpisane przez Zleceniodawcę i dostarczone do Time za pośrednictwem poczty lub jako skan w wiadomości email i zawierać:
  - a. nazwę Zleceniodawcy (w przypadku działania przez pełnomocnika także nazwę pełnomocnika)
  - b. nazwę Klienta - w przypadku Zleceń składanych przez Zleceniodawców, Agencje Reklamowe, Domy Mediowe, pośredników reklamowych działających w imieniu własnym, na rzecz swoich klientów
  - c. typ zlecenia (Zlecenie Sieciowe, Zlecenie Lokalne)
  - d. oznaczenie reklamowego produktu lub usługi
  - e. rodzaj zlecenia
  - f. termin emisji
  - g. liczba emisji
  - h. godziny emisji lub pasma godzinowe
  - i. długość spotów reklamowych
  - j. termin dostarczenia Materiałów Reklamowych, w tym Reklamy lub innych materiałów.
2. Zlecenie Sponsorskie musi być podpisane przez Zleceniodawcę i dostarczone do Time za pośrednictwem poczty lub jako skan w wiadomości email i zawierać:
  - a. nazwę Zleceniodawcy (w przypadku działania przez pełnomocnika także nazwę pełnomocnika)
  - b. nazwę klienta - w przypadku Zleceń składanych przez Zleceniodawców, Agencje Reklamowe, Domy Mediowe, pośredników reklamowych działających w imieniu własnym, na rzecz swoich klientów
  - c. termin emisji
  - d. liczba oznaczeń sponsorskich
  - e. godziny emisji lub pasma godzinowe
  - f. długość oznaczeń sponsorskich
  - g. typ zlecenia (Zlecenie Sieciowe, Zlecenie Lokalne)
  - h. pozostałą zawartość Zlecenia Sponsorskiego określa każdorazowo Umowa ze Zleceniodawcą.
3. Zlecenie Produkcji Materiału Reklamowego musi być podpisane przez Zleceniodawcę i dostarczone do Time za pośrednictwem poczty lub jako skan w wiadomości email i zawierać:
  - a. nazwę Zleceniodawcy (w przypadku działania przez pełnomocnika także nazwę pełnomocnika)
  - b. nazwę Klienta - w przypadku Zleceń składanych przez Zleceniodawców, Agencje Reklamowe, Domy Mediowe, pośredników reklamowych działających w imieniu własnym, na rzecz swoich klientów
  - c. treść Materiału Reklamowego, a w przypadku Materiału Reklamowego stanowiącego Reklamę treść scenariusza lub zlecenie przygotowania scenariusza przez Time
  - d. długość Materiału Reklamowego
  - e. określenie oczekiwanego terminu wyprodukowania Materiału Reklamowego
  - f. określenie warunków technicznych Materiału Reklamowego (podkład muzyczny, rodzaj głosu lektorskiego, liczba głosów lektorskich, pozostałe efekty).
4. Zlecenie musi być czytelnie podpisane przez osoby upoważnione do reprezentacji Zleceniodawcy lub osoby upoważnione do działania w imieniu Zleceniodawcy – odpowiednio zgodnie z aktualnym wpisem do KRS lub udzielonym pełnomocnictwem. W przypadku, gdy Zleceniodawca jest podmiotem gospodarczym działającym na podstawie wpisu do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, Zlecenie musi zawierać imię i nazwisko właściciela lub właścicieli (wspólników spółki cywilnej) i ich podpisy.

5. Do Zlecenia należy załączyć:
  - a. aktualny wydruk z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej lub Krajowego Rejestru Sądowego, z którego wynika forma prawna działalności i sposób reprezentacji
  - b. w przypadku składania Zleceń przez pełnomocników – aktualne pełnomocnictwo do działania w imieniu Zleceniodawcy.
6. Zlecenie powinno być dostarczone na adres siedziby Time lub adres filii Time wskazany każdorazowo w Umowie lub na adres mailowy dedykowanego do współpracy handlowca lub na centralny adres: centrala@grupazpr.pl.
7. Zlecenie Reklamowe musi dotrzeć do Time najpóźniej na jeden dzień roboczy przed datą pierwszej emisji Materiału Reklamowego, w godzinach pomiędzy: 09:00 a 15:00 z zastrzeżeniem że opóźnienie w dostarczeniu reklamy spowoduje odpowiednie przesunięcie terminu emisji Materiałów Reklamowych.
8. Zlecenie Sponsorowania musi dotrzeć do Time w terminie określonym w Umowie ze Zleceniodawcą, z zastrzeżeniem że opóźnienie w dostarczeniu wskazania sponsorskiego spowoduje odpowiednie przesunięcie terminu emisji Wskazań Sponsorskich.
9. Do chwili potwierdzenia przez Time przyjęcia Zlecenia do realizacji, Zlecenie złożone w formie i w sposób określony powyżej w pkt. IV.1-6 stanowi ofertę w rozumieniu art. 66 k.c. Time potwierdzając przyjęcie Zlecenia przekaże lub potwierdzi Zleceniodawcy Plan emisji, zaś w przypadku potwierdzenia przyjęcia Zlecenia produkcji Materiałów Reklamowych wskaże szczegóły dotyczące jego realizacji, w tym cenę produkcji Materiałów Reklamowych.
10. Niezależnie od uprawnień Time wynikających z innych postanowień Ogólnych Warunków, Time jest uprawniony do odmowy przyjęcia Zlecenia dostarczonego w sposób nie spełniający wymagań określonych w powyższych pkt. IV.1-6.
11. Modyfikacja lub anulowanie, choćby w części, przyjętego Zlecenia wymaga złożenia oświadczenia w formie co najmniej dokumentowej.
12. W przypadku zawarcia Umowy w sposób określony w pkt. III.1.a. lub pkt. III.1. b. Ogólnych Warunków szczegółowe prawa i obowiązki Stron związane z emisją Reklamy lub Sponsorowania lub produkcji Materiałów Reklamowych określa Umowa. W odniesieniu do częściowych Zleceń składanych w wykonaniu Umowy ramowej, o której mowa w pkt. III.1.a. stosuje się powyższe postanowienia pkt. IV.1- 11 oraz odpowiednio pkt. IV.5 o ile w tym zakresie nastąpiły zmiany.

#### **V. ANULOWANIE I MODYFIKACJA ZLECEŃ**

1. Zleceniodawca może modyfikować Zlecenie w całości lub w części w drodze pisemnego oświadczenia złożonego w siedzibie Time S.A. w dziale obsługi Klienta, w którym Zleceniodawca złożył Zlecenie ul. Jubilerska 10, 04-190 Warszawa lub w formie dokumentowej poprzez jego wysłanie na adres mailowy dedykowanego do współpracy handlowca lub na centralny adres: centrala@grupazpr.pl
2. W przypadku kilkukrotnej modyfikacji Zlecenia przez Zleceniodawcę, co w konsekwencji uniemożliwi realizację Umowy, Time może wypowiedzieć Umowę ze skutkiem natychmiastowym i wezwać Zleceniodawcę do zapłaty należnego wynagrodzenia za prawidłowo wyprodukowane, wyemitowane lub opublikowane Materiały Reklamowe.
3. Zleceniodawca może anulować Zlecenie w całości lub w części w drodze pisemnego oświadczenia złożonego w siedzibie Time S.A., ul. Jubilerska 10, 04-190 Warszawa lub w formie dokumentowej poprzez jego wysłanie na adres mailowy dedykowanego do współpracy handlowca lub na centralny adres: centrala@grupazpr.pl
4. W przypadku dwukrotnego anulowania Zlecenia lub nie złożenia Zlecenia w przypadku Umowy ramowej ze zleceniami Time może wypowiedzieć Umowę ze skutkiem natychmiastowym oraz zażądać wynagrodzenia za prawidłowo wyprodukowane, wyemitowane lub opublikowane Materiały Reklamowe.

#### **VI. ZASADY PRZYJMOWANIA I EMISJI MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH**

1. Zleceniodawca zobowiązuje się przekazać Materiały Reklamowe na odpowiednim nośniku i formacie określonym w Specyfikacji wraz z metryczką zawierającą informacje pozwalające na dokonanie rozliczenia z organizacjami zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i prawami pokrewnymi. Wzór metryczki, o której mowa w zdaniu poprzedzającym stanowi załącznik nr 2 do Ogólnych Warunków. Każdemu Materiałowi Reklamowemu winien towarzyszyć dokładny opis (nazwa kampanii, tytuł spotu, dokładny czas trwania spotu).
2. Materiał Reklamowy powinien być dostarczony do Time najpóźniej na 2 dni robocze przed terminem emisji. Niedostarczenie Materiałów Reklamowych w tym terminie jest równoznaczne z przesunięciem terminu emisji Materiałów Reklamowych o ilość dni równej opóźnieniu.
3. Wszystkie Materiały Reklamowe winny pozostawać w zgodności z polskim prawem oraz z obowiązującymi przepisami dotyczącymi zasad reklamy w mediach audiowizualnych, w tym u nadawców radiowych.
4. Dostarczenie Materiałów Reklamowych do emisji jest równoznaczne z oświadczeniem i udzieleniem gwarancji Zleceniodawcy wobec Time, że dostarczone przez niego Materiały Reklamowe są zgodne z prawem oraz że Zleceniodawca posiada wszelkie autorskie prawa majątkowe i prawa pokrewne do Materiałów Reklamowych objętych Zleceniem w zakresie niezbędnym do emisji w programie radiowym Grupy Radiowej Time, a emisja Materiałów Reklamowych w programie radiowym Grupy Radiowej Time nie narusza jakichkolwiek praw osób trzecich.
5. Time ma prawo odmówić emisji Materiałów Reklamowych, bez konsekwencji odszkodowawczych, jeżeli dostarczone Materiały Reklamowe są niezgodne z prawem, polityką programową Grupy Radiowej Time,

- naruszają prawa osób trzecich lub ich poziom techniczny nie odpowiada Specyfikacji. W takim przypadku Time zawiadomi Zleceniodawcę o powziętej wątpliwości, co do treści Materiałów Reklamowych w ciągu 12 godzin od ich otrzymania.
6. Time ma prawo odmówić emisji Materiałów Reklamowych, bez konsekwencji odszkodowawczych, jeżeli łączny czas emisji Reklam przekracza wielkości określone prawem lub polityką Grupy Radiowej Time. W przypadku przekroczenia, o którym mowa w zdaniu poprzednim niniejszego punktu, Time jest uprawniony zaproponować Zleceniodawcy emisję Materiałów Reklamowych w innym terminie i czasie.
  7. Jeżeli po rozpoczęciu emisji Materiałów Reklamowych Time stwierdzi, że nie wystarczy w ramach przewidzianego prawem Czasu Reklamowego na emisję całej zleconej Kampanii Reklamowej, Time ma prawo umieścić dalszą część Kampanii Reklamowej w czasie przez siebie wybranym oraz jest zobowiązany do poinformowania o tym fakcie Zleceniodawcę, za pośrednictwem poczty elektronicznej.
  8. Time zastrzega sobie prawo wstrzymania w części lub w całości emisji Materiałów Reklamowych w stacjach Grupy Radiowej Time lub jej nie wyemitowania na umówionych warunkach, bez ponoszenia konsekwencji odszkodowawczych:
    - a. w przypadku wystąpienia siły wyższej
    - b. z powodów technicznych, technologicznych, emisyjnych lub programowych
    - c. w przypadku zgłoszenia przez osoby trzecie roszczeń przeciwko Time lub stacji Grupy Radiowej Time związanych z Materiałem Reklamowym, skierowania takich roszczeń na drogę sądową lub ich zabezpieczenia
    - d. podejrzenia naruszenia przez treść lub formę Materiału Reklamowego przepisów prawa lub dóbr osób trzecich.
    - e. w przypadku opóźnienia lub braku zapłaty wynagrodzenia przez Zleceniodawcę
    - f. na wniosek upoważnionych organów, w szczególności takich jak: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, prokuratura, sąd.
  9. W przypadku, gdyby emisja Materiałów Reklamowych w programie jakiegokolwiek stacji Grupy Radiowej Time spowodowała naruszenie jakichkolwiek przepisów prawa lub praw osób trzecich, a w szczególności: dóbr osobistych, praw autorskich lub praw pokrewnych, praw do znaków towarowych lub stanowiła czyn nieuczciwej konkurencji, Zleceniodawca zobowiązuje się do pokrycia wszelkich szkód i zaspokojenia jakichkolwiek roszczeń zarówno osób trzecich, Time jak i nadawcy stacji radiowej Grupy Radiowej Time. Zleceniodawca zobowiązany jest również do zwrotu Time oraz nadawcy stacji radiowej Grupy Radiowej Time wszelkich kwot, które zobowiązane będą ponieść tytułem jakichkolwiek świadczeń, opłat lub kar, wskutek emisji Materiałów Reklamowych sprzecznych z prawem lub naruszających prawa osób trzecich.
  10. Time poinformuje Zleceniodawcę o planowej konserwacji nadajników w stacjach Grupy Radiowej Time. W takiej sytuacji, strony uzgodnią zmianę terminów planowanych emisji Kampanii Reklamowych. Brak emisji Materiałów Reklamowych z powodu określonego w niniejszym punkcie nie będzie stanowić podstawy do zgłaszania z tego tytułu jakichkolwiek roszczeń przez Zleceniodawcę. Do emisji Materiałów Reklamowych wyemitowanych jako emisje zastępcze stosuje się wszystkie warunki niniejszych Ogólnych Warunków.
  11. Time zastrzega sobie prawo zmiany terminu emisji Materiałów Reklamowych, maksymalnie o 120 minut w stosunku do terminu emisji ustalonego w Planie emisji.

## **VII. PRODUKCJA MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH PRZEZ TIME**

1. W przypadku zawarcia Umowy na Zlecenie Produkcja, Zleceniodawca zobowiązuje się udzielić Time niezbędnych informacji i materiałów potrzebnych do produkcji Materiałów Reklamowych, oraz w ramach konsultacji treści Materiałów Reklamowych zatwierdzić zaproponowany przez Time scenariusz, o ile jego przygotowanie obejmował przedmiot Umowy lub zgłosić do niego uwagi w terminie 2 (dwóch) dni roboczych od dnia jego dostarczenia.
2. Materiał Reklamowy zostanie wyprodukowany w terminie do 5 (pięciu) dni roboczych od dnia zawarcia Umowy, chyba że Strony uzgodniły inny termin oraz o ile wszystkie niezbędne informacje w zakresie przedmiotu produkcji Materiału Reklamowego zostaną uzgodnione przez Strony w formie co najmniej dokumentowej za pośrednictwem adresów e-mail dedykowanego do współpracy handlowca lub na centralny adres: [centrala@grupazpr.pl](mailto:centrala@grupazpr.pl)
3. W przypadku niedotrzymania przez Zleceniodawcę terminów, o których mowa powyżej uzgodniony termin produkcji może zostać przesunięty o ilość dni równych opóźnieniu.
4. W przypadku, gdy jako elementy dostarczone do produkcji Materiału Reklamowego Zleceniodawca przekaże Time logotypy, znaki towarowe i/lub inne oznaczenia własne lub jakiegokolwiek podmiotu trzeciego, upoważnia Time, nadawcę stacji radiowej, który z danego oznaczenia ma korzystać w ramach realizacji Umowy do korzystania z niego wyłącznie w celu realizacji usług określonych w Umowie.
5. Zleceniodawca oświadcza i udziela Time gwarancji, że dostarczone przez niego materiały do produkcji Materiałów Reklamowych są zgodne z prawem, oraz że Zleceniodawca posiada do nich wszelkie autorskie prawa majątkowe i prawa pokrewne w zakresie niezbędnym do realizacji Umowy, a w przypadku emisji Materiałów Reklamowych wyprodukowanych na podstawie dostarczonych materiałów nie naruszy ona jakichkolwiek praw osób trzecich. Time ma prawo odmówić produkcji bez konsekwencji odszkodowawczych w przypadku stwierdzenia, że są one niezgodne z prawem, naruszają prawa osób trzecich lub jego poziom

techniczny nie odpowiada Specyfikacji. Zleceniodawca ma obowiązek w ciągu 3 dni od odmowy produkcji przez Time dostarczyć materiały wolne od wad.

6. W przypadku, gdyby emisja Materiałów Reklamowych wyprodukowanych w oparciu o materiały dostarczone przez Zleceniodawcę spowodowała naruszenie jakichkolwiek przepisów prawa lub praw osób trzecich, a w szczególności: dóbr osobistych, praw autorskich lub praw pokrewnych, praw do znaków towarowych lub stanowiła czyn nieuczciwej konkurencji albo nieuczciwą praktykę rynkową, Zleceniodawca zobowiązuje się do pokrycia wszelkich szkód i zaspokojenia wszelkich roszczeń zarówno osób trzecich, Time jak i nadawcy stacji radiowej, którzy z danego materiału dostarczonego do produkcji Materiału Reklamowego korzystali, w ramach realizacji Umowy. Zleceniodawca zobowiązany jest również do zwrotu Time oraz nadawcy stacji radiowej wszelkich kwot, które każdy w/wym. podmiotów zobowiązany będzie ponieść tytułem jakichkolwiek świadczeń, opłat lub kar, wskutek korzystania w ramach realizacji Umowy z materiałów dostarczonych do produkcji Materiału Reklamowego.
7. Time udziela Zleceniodawcy licencji na korzystanie z wyprodukowanego Materiału Reklamowego w zakresie określonym Umową. Zleceniodawcy nie przysługuje prawo do synchronizacji Materiału Reklamowego z innymi utworami, wprowadzania zmian, uzupełnień, skrótów lub przeróbek oraz sporządzania jego nowych wersji.

#### **VIII. CENY I WARUNKI PŁATNOŚCI**

1. Wartość usługi Reklamy ustalana będzie na podstawie Cennika obowiązującego w Time odpowiednio w dacie zawarcia Umowy, o której mowa w pkt. III 1.b Ogólnych Warunków albo w dacie potwierdzenia przez Time przyjęcia do realizacji Zlecenia, o którym mowa w pkt. III. 1 a i III.1.c Ogólnych Warunków.
2. Wartość usługi Sponsoringu lub Zlecenia Produkcji będzie określona na podstawie indywidualnej Umowy zawartej ze Zleceniodawcą.
3. Time dla potrzeb rozliczeniowych przyjmuje jako okres podstawowy – okres miesięczny. Dla usług realizowanych w okresie krótszym niż jeden miesiąc kalendarzowy rozliczenie będzie następowało w ciągu 7 dni od zakończenia świadczenia usług. Zleceniodawca zobowiązuje się do zapłaty należności w terminach wynikających z wystawionych faktur, w tym faktur częściowych za usługi wykonane w danym miesiącu. Time wystawi faktury na rzecz Zleceniodawcy w terminach wynikających z prawa podatkowego.
4. Zapłatę ceny uważa się za dokonaną z dniem uznania rachunku bankowego Time kwotą należności.
5. Płatności w rozliczeniach z podmiotami zagranicznymi - o ile przepisy polskiego prawa nie stanowią inaczej - dokonywane są w walucie polskiej.
6. Opóźnienie w zapłacie powoduje naliczenie odsetek ustawowych za opóźnienie. Odsetki powinny być uiszczone bez osobnego wezwania. Jednocześnie w przypadku opóźnienia płatności Time zastrzega sobie prawo wstrzymania realizacji dalszych usług na rzecz Zleceniodawcy zachowując prawo wypowiedzenia umowy ze skutkiem natychmiastowym oraz może żądać wynagrodzenia za prawidłowo wyprodukowane, wyemitowane lub opublikowane materiały reklamowe.
7. W przypadku, gdy według Umowy Zleceniodawca jest zobowiązany do wpłaty całości lub części należności na rzecz Time przed rozpoczęciem realizacji usług („Przedpłata”) a nie dokona wpłaty w umówionym terminie, Time może odmówić realizacji usługi i ma prawo wypowiedzenia umowy ze skutkiem natychmiastowym oraz może żądać wynagrodzenia za prawidłowo wyprodukowane, wyemitowane lub opublikowane materiały reklamowe.

#### **IX. REKLAMACJE**

1. Wszelkie reklamacje dotyczące realizacji Umowy przez Zleceniodawcę należy zgłaszać w formie pisemnej na adres siedziby Time lub dokumentowej na adres e-mail: [centrala@grupazpr.pl](mailto:centrala@grupazpr.pl), lub na e-mail osoby dedykowanej do obsługi Zleceń Zleceniodawcy w terminie 7 dni od daty emisji pojedynczego Materiału Reklamowego a w przypadku braku emisji - w terminie 7 dni od ustalonej Umową lub Planem emisji uzgodnionej daty emisji Materiału Reklamowego. W przypadku braku zgłoszenia reklamacji na piśmie w tym terminie uważa się, iż usługa została przyjęta przez Zleceniodawcę bez zastrzeżeń.
2. W przypadku niewyemitowania Materiału Reklamowego w umówionym terminie z przyczyn leżących po stronie Time, Time zobowiązuje się zapewnić emisję w innym terminie, a nadto dodatkowo jedną emisję w terminie przez siebie wybranym za każdy nie wyemitowany lub nie opublikowany Materiał Reklamowy. O nowej emisji Time jest zobowiązana powiadomić Zleceniodawcę. W sytuacji, o której mowa powyżej inne odszkodowania nie należą się.
3. Time udzieli odpowiedzi na reklamację Zleceniodawcy w terminie 14 dni od dnia jej otrzymania.

#### **X. SIŁA WYŻSZA**

1. Time nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek nie wykonanie lub nienależyte wykonanie Umowy w całości lub w części, jeśli jest to spowodowane przez jakiegokolwiek zdarzenia pozostające poza kontrolą Time, 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 radiowego włącznie z awariami urządzeń nadawczych, awarie lub przerwy w dostawach prądu, zastosowanie się do nakazów lub zakazów wynikających z przepisów prawa lub warunków koncesji.
2. W przypadku zaistnienia zdarzenia tego rodzaju Time zobowiązuje się do niezwłocznego powiadomienia Zleceniodawcy oraz do podjęcia wszelkich działań w celu przywrócenia możliwości dalszego wykonania Umowy albo też zwrócić Zleceniodawcy, przekazane przez niego środki proporcjonalnie do zakresu nie wykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania Zleceniobiorcy z powodu wystąpienia tych zdarzeń.

## XI. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Wszelkie oświadczenia woli składane w związku z realizacją Umowy będą uważane za złożone z chwilą, gdy doszło do Time w taki sposób, że Time mogła się poznać z jego treścią.
2. Przeniesienie praw i obowiązków Zleceniodawcy wynikających z Umowy możliwe jest wyłącznie za zgodą Time.
3. Dla wszystkich spraw wynikających z Ogólnych Warunków oraz Umów zawieranych przez Time właściwe jest prawo polskie.
4. Wszelkie spory mogące wynikać z tytułu wykonywania i interpretacji postanowień Ogólnych Warunków lub wyników między Stronami ze stosunku objętego Umową będą rozstrzygane przez polskie sądy rzeczowo właściwe dla siedziby Time.
5. W przypadku gdy określona kwestia jest uregulowana w Umowie inaczej niż w Ogólnych Warunkach wiążący dla stron jest zapis zawarty w Umowie.
6. Time oświadcza, że dane kontaktowe pracowników, współpracowników i reprezentantów Time oraz Zleceniodawcy udostępniane wzajemnie drugiej Stronie w jakikolwiek sposób w okresie od momentu rozpoczęcia negocjacji, przekazywane są w ramach prawnie uzasadnionego interesu Stron. Każda ze Stron jako administrator danych osobowych zobowiązana jest do wypełnienia wszystkich obowiązków prawnych wynikających z 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”).
7. Time realizując obowiązek informacyjny względem Zleceniodawcy będącego osobą fizyczną przekazuje następującą klauzulę informacyjną RODO:

<b>Informacje podstawowe dotyczące przetwarzania danych osobowych</b>	
Administrator danych	TIME S.A. z siedzibą w Warszawie, ul. Jubilerska 10, 04-190 Warszawa
Cele przetwarzania	Zawarcie i wykonanie umowy, marketing własny TIME S.A.
Podstawy prawne przetwarzania	Umowa sprzedaży/świadczenia usług, prawnie uzasadniony interes
Odbiorcy danych	Podmioty przetwarzające dane osobowe w imieniu spółek z Grupy ZPR Media
Prawa związane z przetwarzaniem danych	– prawo sprzeciwu wobec przetwarzania danych w celach marketingowych – prawo dostępu do danych – inne prawa, o których mowa w szczegółowej informacji o przetwarzaniu danych
Szczegółowe informacje o przetwarzaniu: <a href="https://rodo.grupazpr.pl/#time-klauzula-kliencka">https://rodo.grupazpr.pl/#time-klauzula-kliencka</a>	

8. Time realizując obowiązek informacyjny względem osób reprezentujących Zleceniodawcę, osób do kontaktu wskazanych przez Zleceniodawcę przekazuje Zleceniodawcy poniższą klauzulę informacyjną RODO zobowiązując Zleceniodawcę do przekazania jej wyżej wskazanym osobom:

<b>Informacje podstawowe dotyczące przetwarzania danych osobowych</b>	
Administrator danych	TIME S.A. z siedzibą w Warszawie, ul. Jubilerska 10, 04-190 Warszawa
Cele przetwarzania	Wykonanie umowy przez TIME S.A.
Podstawy prawne przetwarzania	Prawnie uzasadniony interes
Odbiorcy danych	Podmioty przetwarzające dane osobowe w imieniu spółek z Grupy ZPR Media
Prawa związane z przetwarzaniem danych	– prawo do wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania Twoich danych, – prawo dostępu do Twoich danych osobowych, – prawo żądania sprostowania Twoich danych osobowych, – inne prawa, o których mowa w szczegółowej informacji o przetwarzaniu danych
Szczegółowe informacje o przetwarzaniu <a href="https://rodo.grupazpr.pl/#time-dla-kontaktowych_przedstawicieli">https://rodo.grupazpr.pl/#time-dla-kontaktowych_przedstawicieli</a>	

## **Załącznik nr 1 do Ogólnych Warunków**

### **Warunki cenowe Kampanii Reklamowych w Grupie Radiowej Time (dalej: „Warunki”)**

#### **I. POSTANOWIENIA OGÓLNE**

1. Warunkami określają zasady ustalania wartości Kampanii Reklamowych realizowanych przez Time na antenie stacji lub sieci stacji radiowych należących do Grupy Radiowej Time na podstawie Umów.
2. Warunki nie mają zastosowania do Kampanii Reklamowych prowadzonych na podstawie Umów, w których zapłata za Kampanię Reklamową ze strony Zleceniodawcy następuje przez świadczenie w postaci towarów lub usług albo poprzez wzajemne potrącenie wierzytelności.

#### **II. WARUNKI USTALANIA CENY KAMPANII**

##### **1. WARUNKI OGÓLNE**

- 1.1. Wartość Kampanii Reklamowej jest ustalana na podstawie odpowiedniego/ich Cennika/ów Spotów Lokalnych, Cennika/ów Spotów Sieciowych lub Cennika Grupy Radiowej Time poprzez zsumowanie Cen emisji wszystkich Spotów Reklamowych w Czasie Reklamowym w ramach danej Kampanii Reklamowej i doliczenie należnych podatków. Jeżeli zawarta ze Zleceniodawcą Umowa zawiera Zlecenie Reklamowe i Plan(y) Emisji wartość Kampanii Reklamowej podana jest w Umowie. W innych przypadkach wartość Kampanii Reklamowej określana jest zgodnie ze złożonym odrębnie na podstawie Umowy Zleceniem Reklamowym oraz Planem(ami) emisji.
- 1.2. W każdym przypadku do Ceny doliczany jest podatek VAT w obowiązującej stawce.
- 1.3. Do Ceny emisji Spotów będących reklamą napojów alkoholowych w rozumieniu ustawy z dnia 26.10.1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi doliczany jest również 10% podatek.
- 1.4. Wszystkie Ceny obowiązują dla długości Spotu 30 sekund. Ceny Spotów o innej długości oblicza się, mnożąc Cenę obowiązującą dla Spotu o długości 30 sekund przez przelicznik odpowiedni dla danej długości Spotu. Przeliczniki określone są w poszczególnych Cennikach Spotów Sieciowych, w Cenniku Grupy Radiowej Time lub w poszczególnych Cennikach Spotów Lokalnych.
- 1.5. Ceny są zróżnicowane ze względu na Czas Reklamowy, w którym Spot ma być emitowany.
- 1.6. Ceny mogą podlegać obniżeniu (rabat) lub zwiększeniu (dopłata):
  - 1) Jeżeli Zleceniodawcy w danym przypadku przysługuje więcej niż jeden rabat, rabaty te nie podlegają kumulacji.
  - 2) W przypadku gdy Spot dotyczy marki/oznaczenia więcej niż jednego podmiotu do Ceny wynikającej z właściwego/ych Cennika/ów Spotów Sieciowych, Cennika/ów Spotów Lokalnych lub Cennika Grupy Radiowej Time przewidziane są dopłaty w następujących wysokościach:
    - a) Umieszczenie drugiego i trzeciego klienta (właściciela marki/ oznaczenia/ znaku towarowego) w Spocie - dopłata będzie wynosić 3% Ceny za drugiego i trzeciego klienta, a za każdego kolejnego 5% Ceny.
    - b) Umieszczenie w Spocie marki/ logo sponsora medialnego - 2% Ceny za każdą taką markę/logo w jednym Spocie,
    - c) Umieszczenie w Spocie marki/logo sponsora innego niż medialny - 5% Ceny za każdą taką markę/ logo w jednym Spocie,
    - d) Umieszczenie dwóch Spotów tego samego Zleceniodawcy lub podmiotu, na którego rzecz działa Zleceniodawca w tym samym bloku reklamowym (tzw. duo-spoty) będzie podlegało dopłacie 15% Ceny.
  - 3) Do Ceny wynikającej z właściwego/ych Cennika/ów Spotów Sieciowych, Cennika/ów Spotów Lokalnych lub Cennika Grupy Radiowej Time przewidziane są dopłaty również w następujących przypadkach i wysokościach:
    - a) emisja Spotu na pierwszym lub ostatnim miejscu w bloku reklamowym - 20% Ceny,
    - b) emisja Spotu w konkretnie wskazanym przez Zleceniodawcę bloku reklamowym - 15% Ceny,
    - c) emisja Spotu w konkretnie wskazanym przez Zleceniodawcę miejscu bloku reklamowego - 15% Ceny,
    - d) emisja Spotu w bloku na wyłączność (tzn. w bloku nie ma reklamy odnoszącej się do marki konkurencyjnej w stosunku do marki Zleceniodawcy lub podmiotu, na którego rzecz Zleceniodawca w danym przypadku działa) - 20% Ceny,
    - e) emisja Spotu w bloku specjalnym o długości nie mniejszej niż 30 sekund (tzn. w bloku utworzonym na zlecenie Zleceniodawcy w celu emisji Spotu marki Zleceniodawcy lub podmiotu, na którego rzecz Zleceniodawca w danym przypadku działa) - 400% Ceny,
    - f) emisja Spotu w okresie określanym jako „High Season” tj.: dwa tygodnie przed świętami Wielkanocnymi oraz w miesiącu listopad - 4% Ceny.
  - 4) Time zastrzega także możliwość ustalenia w indywidualnych przypadkach innych niż przewidziane powyżej w punkcie 3) dopłat.
- 1.7. Jeżeli w danym przypadku Zleceniodawcy przysługuje zarówno rabat jak i obciążają go dopłaty, do Ceny najpierw dolicza się wszystkie dopłaty a następnie do tak ustalonej wartości emisji Spotu Reklamowego stosuje się rabat.
- 1.8 Rabaty i dopłaty w każdym przypadku, w tym również w sytuacji określonej powyżej w pkt 1.7., naliczane są w „sposób kaskadowy”.

## **2. SZCZEGÓLNE WARUNKI USTALANIA CENY**

**2.1.** Ceny podlegają modyfikacjom na warunkach określonych w ofertach specjalnych przygotowanych przez Time, jeżeli na podstawie takiej oferty zawierana jest Umowa ze Zleceniodawcą lub składane jest Zlecenie Reklamowe.

**2.2.** Ceny, jak również wysokość rabatów i dopłat, mogą ulec zmianie, jeżeli zostały indywidualnie wynegocjowane i potwierdzone w zawartej Umowie ze Zleceniodawcą lub w Zleceniu Reklamowym.

## **III. DOSTĘPNOŚĆ ORAZ ZMIANY CENNIKÓW**

**1.** Cenniki Spotów Lokalnych, Cenniki Spotów Sieciowych oraz Cennik Grupy Radiowej Time nie stanowią załączników do Warunków. Dostępne są one w siedzibie Time, zaś Cenniki Spotów Sieciowych dodatkowo dostępne są na stronie [www.grupazpr.pl](http://www.grupazpr.pl).

**2.** W przypadku zmiany Cenników z pkt. 1 powyżej Time udostępni zmieniony Cennik w siedzibie Time lub na stronie [www.grupazpr.pl](http://www.grupazpr.pl) nie później niż na dwa tygodnie przed jego wprowadzeniem.

**3.** W okresie od dnia udostępnienia nowego Cennika w Biurze do 7 dnia przypadającego przed datą wprowadzenia nowego Cennika, istnieje możliwość złożenia Zlecenia Reklamowego lub zawarcia Umowy zawierającej takie Zlecenie według Cen wynikających z dotychczas obowiązującego Cennika pod warunkiem uiszczenia przedpłaty w wysokości 20% brutto wartości zlecanej Kampanii Reklamowej oraz pod warunkiem, że okres trwania takiej Kampanii Reklamowej nie będzie dłuższy niż cztery tygodnie (okres ten liczony będzie od daty złożenia Zlecenia lub zawarcia Umowy zawierającej takie Zlecenie).

**4.** Wartość Zlecenia Reklamowego złożonego lub zawartego w Umowie podpisanej po okresie, o którym mowa w pkt 3 powyżej, lecz przed wprowadzeniem nowego Cennika, na podstawie którego Kampania Reklamowa będzie realizowana zarówno przed jak i po wprowadzeniu nowego Cennika, będzie ustalona według Cen wynikających zarówno z dotychczas obowiązującego jak i nowego Cennika, w zależności od terminów emisji poszczególnych Spotów. Zlecenie złożone lub zawarte w Umowie podpisanej po okresie, o którym mowa w pkt 3, lecz przed wprowadzeniem nowego Cennika, na podstawie którego Kampania Reklamowa będzie realizowana wyłącznie po jego wprowadzeniu będzie ustalone według Cen wynikających z nowego Cennika.



Załącznik nr 2 do Ogólnych Warunków

<b>METRYCZKA REKLAMY RADIOWEJ</b>	
<b>Tytuł:</b>	
<b>Tekst:</b>	
<b>Realizacja:</b>	
<b>Kompozytor muzyki:</b>	
<b>Tytuł wykorzystanego utworu:</b>	
<b>Lektor:</b>	
<b>Nośnik i długość:</b>	
<b>Pola eksploatacji:</b>	
<b>Data produkcji i okres licencji:</b>	