

Ogólne Warunki
świadczenia usług reklamowych i sponsoringu
w Grupie Radiowej Time
Obowiązują od dnia 1.04.2019

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 (zwaną dalej „**Time**”) usług reklamowych i sponsoringu w programach radiowych Grupy Radiowej Time.
2. Ogólne Warunki mają zastosowanie wyłącznie do usług reklamowych i sponsoringu przyjmowanych do realizacji w **Pion Sprzedaży Produktów Radiowych** ul. Jubilerska 10
04-190 Warszawa.
3. Zawierając umowę Zleceniodawca 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.
4. Ogólne Warunki nie mają zastosowania do Umów Bezgotówkowych, chyba że w umowach tych strony postanowią włączyć Ogólne Warunki do treści umowy.

II. DEFINICJE

Cennik - cennik spotów sieciowych dla kampanii reklamowych prowadzonych w oparciu o zlecenie sieciowe, cennik spotów lokalnych dla kampanii reklamowych prowadzonych w danej stacji radiowej wchodzącej w skład Grupy Radiowej TIME w oparciu o zlecenia lokalne oraz cennik Grupy Radiowej Time dla kampanii reklamowych prowadzonych jednocześnie we wszystkich stacjach radiowych Grupy Radiowej Time w oparciu o odpowiednie Zlecenie Sieciowe. Cenniki oraz warunki cenowe szczegółowo opisane są w załączniku nr 1 do Ogólnych Warunków. Wymienione cenniki nie dotyczą usług sponsoringu.

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 w postaci Spotów Reklamowych, 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, czasów emisji, ilości Spotów Reklamowych;
- Plan Emisji Wskazań Sponsorskich** - wykaz dat, czasów emisji, ilości Wskazań Sponsorskich;
- Reklama** - każdy przekaz (w szczególności materiał dźwiękowy) zmierzający do promocji sprzedaży albo innych form korzystania z towarów i usług, popierania określonych spraw lub idei, albo do osiągnięcia innego efektu pożądanego przez reklamodawcę, nadawany za opłatą lub inną formą wynagrodzenia;
- Sponsorowanie** - bezpośrednie lub pośrednie finansowanie albo współfinansowanie tworzenia lub rozpowszechniania audycji lub innych przekazów radiowych, przez podmiot nie będący nadawcą lub producentem audycji, dla upowszechnienia, utrwalenia lub podniesienia renomy nazwy, firmy, towaru lub usługi, znaku towarowego lub innego oznaczenia indywidualizującego sponsora lub jego działalność;
- 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 umowa o świadczenie 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).
- Zlecenie** - odpowiednie do rodzaju usług: Zlecenie Reklamowe lub Zlecenie Sponsorowania, przy czym każde z nich może być Zleceniem Sieciowym lub Zleceniem Lokalnym
- 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 z Time umowę o świadczenie usług reklamowych lub sponsorskich; 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 o świadczenie usług reklamowych lub sponsoringu (zwane dalej „**Umowami**”) 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, 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
 - 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. FORMA I 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. ilość emisji
 - h. godziny emisji
 - i. długość spotów reklamowych
 - j. metryczkę – sporządzoną według wzoru stanowiącego załącznik numer 2 do niniejszych Ogólnych Warunków
 - k. termin dostarczenia 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. typ zlecenia (Zlecenie Sieciowe, Zlecenie Lokalne)
 - d. pozostałą zawartość Zlecenia Sponsorskiego określa każdorazowo Umowa ze Zleceniodawcą.
 - e. 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 ewidencji działalności gospodarczej, Zlecenie musi zawierać imię i nazwisko właściciela lub współników firmy i ich podpisy.
3. 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
4. Zlecenie powinno być dostarczone na adres siedziby: Time S.A., ul. Jubilerska 10, 04-190 Warszawa lub adres filii Time S.A. wskazany każdorazowo w umowie lub na adres mailowy dedykowanego do współpracy handlowca lub na centralny adres: centrala@eska.pl
5. 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.

6. 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.
7. 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.
8. Niezależnie od uprawnień Time wynikających z innych postanowień niniejszych Ogólnych warunków, Time jest uprawniony do odmowy przyjęcia Zlecenia dostarczonego w sposób nie spełniający wymagań określonych w powyższych pkt. IV.1-6
9. Modyfikacja lub anulowanie, choćby w części, przyjętego Zlecenia wymaga złożenia oświadczenia w dowolnej formie skutecznie doręczonego do Time.
10. W przypadku zawarcia Umowy w sposób określony w pkt. III.1.a. lub pkt. III.1. b. niniejszych Ogólnych warunków szczegółowe prawa i obowiązki Stron związane z emisją Reklamy lub Sponsorowania audycji lub innych przekazów radiowych określa Umowa. W odniesieniu do cząstkowych Zleceń składanych w wykonaniu Umowy ramowej, o której mowa w pkt. III.1.a. stosuje się powyższe postanowienia pkt. IV.1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, i 10 oraz odpowiednio pkt. IV.4 o ile w tym zakresie nastąpiły zmiany.

V. ANULOWANIE I MODYFIKACJA ZLECEŃ

1. Zleceniodawca może modyfikować Zlecenie w całości lub w części w drodze oświadczenia złożonego w siedzibie Time S.A. - Dział Klientów Kluczowych, ul. Jubilerska 10, 04-190 Warszawa lub wysłanego na adres mailowy dedykowanego do współpracy handlowca lub na centralny adres: centrala@eska.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 oświadczenia złożonego w siedzibie Time S.A. - Dział Klientów Kluczowych, ul. Jubilerska 10, 04-190 Warszawa lub wysłanego na adres mailowy dedykowanego do współpracy handlowca lub na centralny adres: centrala@eska.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 wraz z metryczką zawierającą informacje pozwalające na dokonanie rozliczenia z organizacjami zbiorowego zarządzania prawami autorskimi i prawami pokrewnymi. Za odpowiedni nośnik uważa się: plik w formacie wav lub mp3 przesłany pocztą elektroniczną lub na płycie CD
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. Każdemu Materiałowi Reklamowemu winien towarzyszyć dokładny opis (nazwa kampanii, tytuł spotu, dokładny czas trwania spotu).
4. Wszystkie Materiały Reklamowe winny pozostawać w zgodności z polskim prawem oraz z obowiązującymi przepisami dotyczącymi zasad reklamy w mediach audiowizualnych.
5. 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.
6. 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 standardom stacji radiowych. W takim przypadku Time zawiadomi Zleceniodawcę o powziętej wątpliwości, co do treści Materiałów reklamowych w ciągu 12 godzin od ich otrzymania.
7. Time ma prawo odmówić emisji Materiałów Reklamowych, bez konsekwencji odszkodowawczych, jeżeli łączny czas emisji Reklam na godzinę 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.
8. 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, za pośrednictwem poczty elektronicznej.
9. 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. w przypadku opóźnienia lub braku zapłaty wynagrodzenia przez Zleceniodawcę
 - e. na wniosek upoważnionych organów, w szczególności takich jak: Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, prokuratura, sąd
10. 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 stacji radiowej Grupy Radiowej Time. Zleceniodawca zobowiązany jest również do zwrotu Time oraz 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.
11. 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.

12. Time zastrzega sobie prawo zmiany Terminu emisji Materiałów Reklamowych, maksymalnie o 120 minut w stosunku do Terminu emisji ustalonego w Planie emisji i w taki sposób, aby nie spowodowało to zmiany wartości Zlecenia Reklamowego.

VII. PRODUKCJA MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH PRZEZ TIME

Time może przyjąć, na pisemne zlecenie Zleceniodawcy, zlecenie wykonania produkcji Materiałów Reklamowych. Szczegółowe warunki zlecenia Strony ustalą w odrębnej umowie.

VIII. CENY I WARUNKI PŁATNOŚCI

1. Wartość usługi reklamowej 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 niniejszych Ogólnych Warunków.
2. Wartość usługi sponsoringu 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 uiszczane 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 usługi przez Zleceniodawcę należy zgłaszać w na piśmie pod rygorem nieważności na adres: Time S.A., ul. Jubilerska 10, 04-190 Warszawa, 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 lub nieopublikowania Materiału Reklamowego w umówionym terminie z przyczyn leżących po stronie Time, Time zobowiązuje się zapewnić emisję lub publikację w innym terminie, a nadto dodatkowo jedną emisję lub publikację w terminie przez siebie wybranym za każdy nie wyemitowany lub nie opublikowany Materiał Reklamowy. O nowej emisji lub publikacji Time jest zobowiązana powiadomić Zleceniodawcę. W sytuacji, o której mowa powyżej inne odszkodowania nie należą się.

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 wynikających z Umowy możliwe jest wyłącznie za zgodą Time.
3. Dla wszystkich spraw wynikających z niniejszych Ogólnych Warunków oraz umów zawieranych przez Time właściwe jest prawo polskie.
4. Wszelkie spory mogące wynikać z tytułu wykonywania i interpretacji postanowień niniejszych Ogólnych Warunków lub wynikłe 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 niniejszych Ogólnych Warunkach wiążący dla stron jest zapis zawarty w Umowie.

Załącznik nr 1

Warunki cenowe Kampanii Reklamowych w Grupie Radiowej Time

I. POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Niniejsze „Warunki cenowe Kampanii Reklamowych w Grupie Radiowej Time” (zwane dalej „Warunkami”) określają zasady ustalania wartości Kampanii

- Reklamowych realizowanych przez Time SA. z siedzibą w Warszawie ul. Jubilerska 10, 04-190 (zwaną dalej „Time”) na antenie stacji lub sieci stacji radiowych należących do Grupy Radiowej Time na podstawie umów o świadczenie usług reklamowych.
2. Niniejsze Warunki nie mają zastosowania do Kampanii Reklamowych prowadzonych na podstawie umów, w których zapłata za Kampanię 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 i doliczenie należnych podatków. Jeżeli zawarta ze Zleceniodawcą umowa o świadczenie usług reklamowych zawiera Zlecenie Reklamowe i Plan(y) emisji wartość Kampanii podana jest w tej umowie. W innych przypadkach wartość Kampanii 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 Reklamowych 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 Reklamowego 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 Reklamowy 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 Reklamowy dotyczy Marki 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 w jednym Spocie Marki podmiotu innego niż Zleceniodawca lub podmiot, na którego rzecz Zleceniodawca w danym przypadku działa - 15% Ceny,
 - b) Umieszczenie w Spocie Marki sponsora medialnego - 2% Ceny za każde takie logo w jednym Spocie Reklamowym,
 - c) Umieszczenie w Spocie Marki sponsora innego niż medialny - 5% Ceny za każde logo w jednym Spocie Reklamowym,
 3. Do Ceny wynikającej z właściwego/ych Cennika Spotów Sieciowych, Cennika/ów Spotów Lokalnych lub Cennika Grupy Radiowej Time przewidziane są dopłaty również w następujących przypadkach i wysokościach:
 - a) emisja Spotu Reklamowego na pierwszym lub ostatnim miejscu w bloku reklamowym - 20% Ceny,
 - c) emisja Spotu Reklamowego w konkretnie wskazanym przez Zleceniodawcę bloku reklamowym - 15% Ceny,

- d) emisja Spotu Reklamowego w pierwszym lub ostatnim miejscu bloku reklamowego - 20% Ceny,
- e) emisja Spotu Reklamowego w konkretnie wskazanym przez Zleceniodawcę miejscu bloku reklamowego - 15% Ceny,
- f) 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,
- f) emisja Spotu w bloku specjalnym o długości nie mniejszej niż 30 sekund (tzn. w bloku utworzonym na zlecenie Zleceniodawcy w celu emisji Spotu Reklamowego Marki Zleceniodawcy lub podmiotu, na którego rzecz Zleceniodawca w danym przypadku działa) - 400% Ceny,

4. Time zastrzega także możliwość ustalenia w indywidualnych przypadkach innych niż przewidziane powyżej w pkt 4 - 5 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 o świadczenie usług reklamowych 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 o świadczenie usług reklamowych ze Zleceniodawcą lub w Zleceniu Reklamowym.

IV. DOSTĘPNOŚĆ ORAZ ZMIANY CENNIKÓW

1. Cenniki Spotów Lokalnych, Cenniki Spotów Sieciowych oraz Cennik Grupy Radiowej Time nie stanowią załączników do niniejszych Warunków. Dostępne są one w biurze Time znajdującym się w Warszawie, przy ulicy Jubilerskiej 10, 04-190 (dalej „Biuro”).
2. W przypadku zmiany powyższych Cenników Time udostępni zmieniony Cennik w Biurze 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 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, 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 Reklamowych. 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 ustalona według Cen wynikających z nowego Cennika.

Załącznik nr 2

METRYCZKA REKLAMY RADIOWEJ

Tytuł:
Tekst:
Realizacja:
Kompozytor muzyki:
Tytuł wykorzystanego utworu:
Lektor:
Nośnik i długość:
Pola eksploatacji:
Data produkcji i okres licencji: