



OGÓLNE WARUNKI EMISJI REKLAM (OWER)

DEFINICJE

GRUPA SPIDER'SWEB (GSW) oznacza ogół serwisów internetowych prowadzących działalność gospodarczą pod firmami E-Motion Media spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowa (NIP 6443547166) oraz Bezprawnik spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (NIP 5252614684).

Serwisy pod nazwami SPIDER'SWEB, ROZRYWKA.BLOG, BEZPRAWNIK, AUTOBLOG oraz SPIDER'SWEB UKRAINA oznaczają zorganizowane platformy informatyczno-informacyjna udostępnione w sieci Internet, stworzone i udostępnione przez GRUPĘ SPIDER'SWEB, umożliwiające użytkownikom korzystanie z mechanizmów informatycznych oraz informacji opracowanych przez GRUPĘ SPIDER'SWEB lub jej partnerów oraz innych zasobów Internetu oraz realizację operacji handlowych przez Internet.

OWER oznacza niniejszy dokument oraz jego wszelkie załączniki.

CENNIK oznacza dokument zawierający wykaz cen aktualny na dzień zawarcia umowy.

UŻYTKOWNIK oznacza pojedynczą osobę korzystającą z serwisów.

ZESPÓŁ SPRZEDAŻY GSW oznacza jednostkę handlową uprawnioną do przyjmowania zleceń reklamowych.

REKLAMODAWCA oznacza osobę fizyczną, osobę prawną lub podmiot nieposiadający osobowości prawnej, która składa zlecenie reklamowe.

REKLAMA oznacza każdy przekaz zmierzający do promocji sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług, popierania określonych spraw lub idei albo do osiągnięcia innego efektu pożądanego przez zleceniodawcę.

FORMA REKLAMOWA oznacza określoną pod względem technicznym formę prezentacji reklamy w serwisach.

ZLECENIE REKLAMOWE oznacza dokument w formie pisemnej, określający warunki umowy, stanowiący ofertę (art. 66 k.c.) Grupy Spider's Web lub zaproszenie do negocjacji (art. 72 k.c.) w zależności od okoliczności wskazanych w dalszej części OWER. Podpisanie dokumentu przez Reklamodawcę jest równoznaczne z przyjęciem oferty.

EMISJA oznacza w zależności od zastosowanego modelu rozliczeniowego:

1. wyświetlenie formy reklamy w serwisach lub w ich części w liczbie określonej
2. w zleceniu reklamowym
3. utrzymywanie w określonej części serwisu formy reklamowej i zapewnienie jej dostępności w czasie określonym na realizację kampanii reklamowych



4. działanie mające na celu wywołanie działań użytkownika o określonej w zleceniu reklamowym liczbie i charakterze (kliknięcie lub określona akcja)

ZMIANA ZLECENIA REKLAMOWEGO oznacza zmianę ustalonych terminów lub miejsc emisji form reklamowych. W przypadku konieczności dokonania zmian powodujących zmniejszenie wartości zlecenia reklamowego i/lub zmiany uzgodnionego terminu rozpoczęcia i zakończenia jego realizacji wszelkie ustalenia winny być zaakceptowane przez reklamodawcę oraz zespół sprzedaży GSW.

SPECYFIKACJA TECHNICZNA MATERIAŁÓW REKLAMOWYCH (STMR) oznacza dokument określający aktualne na dzień zawarcia umowy techniczne warunki emisji zamieszczony na stronie www.grupaspidersweb.pl

POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. GSW nie ponosi odpowiedzialności za treść lub wygląd form reklamowych.
2. Z chwilą podpisania zlecenia reklamowego reklamodawca jednocześnie potwierdza prawo do posługiwania się w formach reklamowych informacjami, danymi, znakami towarowymi oraz wszelkimi pozostałymi elementami podlegającymi ochronie prawnej, oraz że dostarczone formy reklamowe nie są sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami.
3. Domy mediowe, agencje reklamowe oraz wszelcy inni pośrednicy reklamowi, działający w imieniu oraz na rzecz swoich klientów ponoszą solidarną odpowiedzialność z osobami/podmiotami reprezentowanymi wobec GSW za regulowanie należności, wynikających z przyjętych zleceń reklamowych.
4. Reklamodawca jest odpowiedzialny za naprawę wszelkich szkód wyrządzonych GSW w związku z treścią lub formą form reklamowych (wraz z kosztami procesowymi oraz innymi uzasadnionymi kosztami poniesionymi w związku z roszczeniami osób trzecich).
5. Decyzja o zawartości serwisów oraz ogólnym stylu prezentowanych form reklamowych spoczywa samodzielnie na GSW.
6. Wszystkie reklamy na serwisach GSW powinny się wyraźnie odróżniać od pozostałych elementów graficznych serwisów i związanych bezpośrednio z jego układem graficznym.
7. Reklamy w żaden sposób nie mogą naśladować ani symulować jakichkolwiek elementów serwisów.
8. GSW rezerwuje sobie prawo do oznaczania emitowanych Reklam określeniami: "reklama", "partner serwisu", "promocja", "artykuł partnerski", "artykuł komercyjny", "lokowanie produktu" etc. w każdym przypadku, który zespół sprzedaży GSW uzna to za uzasadnione.
9. GSW może w każdym czasie bez prawa do odszkodowania:
 - A. odmówić emisji
 - B. wstrzymać emisję
 - C. żądać dokonania zmiany w dostarczonych formach reklamowych, jeżeli ich treść lub forma są sprzeczne z prawem, dobrymi obyczajami albo osoba trzecia, właściwy organ lub instytucja zgłosiły zastrzeżenia dotyczące form reklamowych
 - D. odmówić emisji lub wstrzymać emisję, jeżeli GSW nie otrzymała lub otrzymała z opóźnieniem płatności za wcześniejsze emisje
10. Wszelkie parametry techniczne form reklamowych STMR i stanowi ona integralną część OWER.
11. Cennik emisji reklam w serwisach GSW stanowi integralną część OWER.



12. Zespół sprzedaży GSW przyjmuje zlecenia reklamowe pod warunkiem, że zostały prawidłowo wypełnione, zawierają podpis osoby upoważnionej do reprezentacji i pieczęć reklamodawcy, a w przypadku, gdy reklamodawca jest podmiotem gospodarczym, działającym na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, zawierają imię i nazwisko właściciela lub wspólników reklamodawcy.
13. Zespół sprzedaży GSW rezerwuje sobie każdorazowe prawo do odmowy przyjęcia zlecenia reklamowego.

ZAWARCIE UMOWY

1. Do chwili pisemnego potwierdzenia przyjęcia zlecenia reklamowego przez zespół sprzedaży GSW Zlecenie stanowi ono ofertę w rozumieniu przepisu art. 66 k.c.
2. Zlecenie reklamowe musi zostać doręczone zespołowi sprzedaży GSW (w formie elektronicznej posiadającej pieczęć oraz podpis reklamodawcy) najpóźniej na 3 dni robocze przed datą pierwszej emisji.
3. Złożenie oświadczenia o przyjęciu oferty przez reklamodawcę poprzez doręczenie zespołowi sprzedaży GSW podpisanego zlecenia reklamowego jest równoznaczne z zawarciem umowy.
4. Zlecenie reklamowe, które zostanie doręczone później niż 3 dni robocze przed datą pierwszej Emisji stanowi jedynie zaproszenie do negocjacji w rozumieniu przepisu art. 72 k.c.
5. Przeniesienie przez reklamodawcę uprawnień wynikających z umowy może nastąpić wyłącznie po uprzednim wyrażeniu uprzedniej zgody zespołu sprzedaży GSW udzielonej w formie pisemnej.

ZMIANA I ANULOWANIE ZLECENIA REKLAMOWEGO

1. GSW gwarantuje reklamodawcy prawo do anulowania lub zmiany zlecenia reklamowego na warunkach określonych w OWER.
2. Oświadczenie zmieniające zlecenie reklamowe powinno zostać dostarczone zespołowi sprzedaży GSW nie później, niż na 3 dni robocze przed terminem rozpoczęcia emisji i stanowi ofertę w rozumieniu art. 66 k.c., a GSW zastrzega, że przyjmie taką ofertę w miarę istniejących możliwości.
3. W przypadku braku możliwości realizacji zmodyfikowanego zlecenia reklamowego, reklamodawca może według własnego wyboru zrezygnować ze zmiany zlecenia reklamowego lub odstąpić od umowy za zapłatą przez reklamodawcę kary umownej, zgodnie z zasadami anulowania zlecenia reklamowego
4. Warunkiem skutecznego anulowania zlecenia reklamowego jest doręczenie zespołowi sprzedaży GSW w formie pisemnej oświadczenia o anulowaniu zlecenia reklamowego.
5. Za anulowanie zlecenia reklamowego uważa się również niedostarczenie lub dostarczenie kreacji form reklamowych niezgodnych z warunkami technicznymi określonymi w STMR, co najmniej na 3 dni przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji
6. W przypadkach określonych w pkt. 5 reklamodawca ma obowiązek zapłaty kary umownej w wysokości 100% wartości zlecenia reklamowego brutto.
7. Każde zlecenie reklamowe może być anulowane w całości:
 - A. nie później niż na 14 dni roboczych przed ustalonym terminem rozpoczęcia pierwszej emisji bez skutków w postaci powstania zobowiązania do zapłaty kary umownej na rzecz GSW
 - B. później niż na 10 dni roboczych przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji z zastrzeżeniem prawa GSW do naliczenia kary umownej w wysokości:
 - i. 25% wartości zlecenia reklamowego brutto w przypadku rezygnacji w okresie między 10, a 7 dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji



- ii. 50% wartości zlecenia reklamowego brutto w przypadku rezygnacji w okresie między 7, a 3 dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji
 - iii. 100% wartości zlecenia reklamowego brutto w przypadku rezygnacji w terminie późniejszym niż 3 dni robocze przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji
8. W przypadku częściowego anulowania zlecenia reklamowego dokonanego przed pierwszą emisją zasady ust. 7 pkt 02 stosuje się odpowiednio w stosunku do anulowanej części zlecenia reklamowego.
9. W przypadkach uzasadnionym interesem stron umowy GSW dopuszcza korektę zlecenia reklamowego.

WARUNKI EMISJI

1. Formy reklamowe zgodne z STMR winny być dostarczone zespołowi sprzedaży GSW najpóźniej na 3 dni robocze przed terminem pierwszej emisji, a w przypadku dostarczenia ich w terminie późniejszym lub niezgodnych z STMR zespół sprzedaży GSW zastrzega sobie prawo do anulowania zlecenia reklamowego lub wprowadzenia zmian w planie emisji.
2. Dostarczone formy reklamowe powinny być dokładnie opisane (reklamodawca, kampania, zlecenie reklamowe).

PROCEDURA REKLAMACYJNA

1. W przypadku, gdy z winy GSW emisja nie nastąpi lub wystąpią w niej wady, GSW zobowiązuje się do powtórnej emisji niewyemitowanych części emisji w ustalonym z reklamodawcą terminie lub dokonania nowych ustaleń z reklamodawcą.
2. Reklamodawca traci uprawnienia z tytułu ewentualnych wad emisji, jeżeli nie zawiadomi zespołu sprzedaży GSW o wadzie (i tym samym nie zgłosi reklamacji) w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury VAT za realizację zlecenia reklamowego lub opóźnia się z zapłatą za poprzednio zrealizowane zlecenia reklamowe.
3. W przypadku wystawienia faktury VAT przed zaplanowaną emisją termin wskazany w pkt 2 liczony jest od daty dokonania ostatniej emisji.
4. Zespół sprzedaży GSW udzieli odpowiedzi na reklamację w terminie 7 dni roboczych od daty jej otrzymania.
5. Złożenie reklamacji nie wstrzymuje płatności wynikających z innych zleceń reklamowych reklamodawcy.

CENNIK EMISJI REKLAM

1. Cennik emisji reklam podaje ceny w PLN netto i nie zawiera podatku VAT.
2. Wszystkie koszty związane z obowiązującymi w Polsce podatkami pokrywa reklamodawca.
3. Zespół sprzedaży GSW zastrzega sobie prawo do modyfikowania cennika bez obowiązku powiadamiania reklamodawców, chyba że odrębna umowa zawarta z reklamodawcą lub jego przedstawicielem określa termin powiadamiania o takiej zmianie.
4. Zespół sprzedaży GSW zastrzega sobie prawo do negocjacji ceny świadczonych usług reklamowych w przypadku realizacji specyficznych lub niestandardowych zleceń reklamowych.
5. Cena ustalana jest w oparciu o cennik emisji reklam obowiązującego w dniu wystawienia zlecenia reklamowego z wyjątkiem, gdy jego treść stanowi inaczej.



FAKTUROWANIE ZLECEŃ REKLAMOWYCH I PŁATNOŚCI

1. Faktury za emisję zleceń reklamowych wystawiane są przez dział sprzedaży GSW:
 - A. w dniu zakończenia emisji zlecenia reklamowego
 - B. w ostatnim dniu miesiąca kalendarzowego w przypadku emisji obejmującej okres na przełomie dwóch miesięcy kalendarzowych
2. W przypadku braku terminowej płatności za faktury zespół sprzedaży GSW ma prawo naliczenia ustawowych odsetek za zwłokę.
3. W przypadku opóźnienia płatności zespół sprzedaży GSW zastrzega sobie prawo wstrzymania emisji oraz prawo do odstąpienia od zlecenia reklamowego w całości lub w części naliczając na reklamodawcę karę umowną zgodnie z zasadami anulowania zlecenia.

SIŁA WYŻSZA

1. GSW nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających ze zleceń reklamowych, jeśli jest ono następstwem zdarzeń pozostających poza jej kontrolą, w tym w szczególności, choć nie wyłącznie:
 - A. jakiegokolwiek wybuchu wojny lub grożącego wybuchu wojny
 - B. aktów, decyzji lub weta instytucji rządowych
 - C. umów rządowych lub międzynarodowych
 - D. strajków, lokautów lub innych działań protestacyjnych
 - E. powodzi, pożarów lub eksplozji
 - F. awarii sieci INTERNET lub jej części
 - G. awarii sieci energetycznej
 - H. awarii komputerowych systemów nadzoru i dystrybucji
 - I. innych przejawów siły wyższej.
2. W przypadku zaistnienia zdarzenia tego rodzaju GSW zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić reklamodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne terminy emisji.

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. W sprawach nieuregulowanych OWER zastosowanie mają przepisy Kodeksu Cywilnego, a w szczególności ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.
2. OWER wchodzi w życie z dniem 1 stycznia 2019 roku.
3. OWER, umowy lub oświadczenia stron z nimi związane podlegają prawu polskiemu.
4. W momencie podpisania zlecenia reklamowego reklamodawca jednocześnie oświadcza, że wszelkie spory wynikające ze stosowania OWER, zawartych umów lub oświadczeń stron z nimi związanych rozstrzygane będą przez Sąd Powszechny właściwy dla siedziby GSW.
5. GSW zastrzega sobie prawo do zmiany treści OWER w każdym czasie.
6. W przypadku odmowy akceptacji nowych warunków OWER przez reklamodawcę w trakcie trwania umowy zawartej przed datą zmiany OWER umowa pomiędzy reklamodawcą, a GSW wygasa, chyba że emisja została rozpoczęta przed zmianą OWER. W przypadku, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym emisja będzie prowadzona na dotychczasowych zasadach aż do jej zakończenia.