

OGÓLNE WARUNKI UMÓW NA REALIZACJĘ KAMPANII NA NOŚNIKACH REKLAMOWYCH GRUPY STRÖER

Art. 1 Definicje

Użyte w niniejszych Ogólnych Warunkach wyrażenia oznaczają:

1. „**CPP**” oznacza cenę za 1 GRP;
2. „**Cennik Usług Dodatkowych**” oznacza cennik mający zastosowanie na potrzeby realizacji Usług Dodatkowych.
3. „**Dzień Roboczy**” oznacza każdy dzień tygodnia inny niż sobota, niedziela lub jakiegokolwiek święto państwowe w Polsce;
4. „**Ekspozycja**” oznacza publiczną prezentację Reklamy na Nośniku Reklamowym lub emisję Spotu;
5. „**Emisja Cały Dzień**” oznacza emisję Spotu w godzinach 6:00 – 24:00;
6. „**Emisja Prime Time**” oznacza emisję Spotu w godzinach 7:00 – 10:00 oraz 15:00 – 18:00;
7. „**Emisja Off Peak**” oznacza emisję Spotu w godzinach 6:00 – 7:00, 10:00 – 15:00 i 18:00 – 24:00;
8. „**GRP**” lub „**Gross Rating Point**” oznacza wskaźnik określający sumaryczną liczbę kontaktów z Nośnikami Reklamowymi Systemowymi w odniesieniu do populacji będącej w zasięgu danego badania lub wybranej grupy celowej, wyrażony procentowo;
9. „**Grupa Ströer**” oznacza Wykonawcę, a także spółki powiązane z Wykonawcą;
10. „**IBO**” oznacza Instytut Badania Outdooru IBO sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000474944, posiadającą Numer Identyfikacji Podatkowej 521-365-45-96;
11. „**Ilość Potencjalnych Kontaktów**” oznacza estymowaną ilość potencjalnych kontaktów generowanych dla danego Spotu w określonym przedziale godzinowym dla wskazanego Nośnika Reklamowego Cyfrowego;
12. „**Kampania Reklamowa**” oznacza ogół czynności podejmowanych przez Wykonawcę mających na celu przeprowadzenie Ekspozycji, w tym w szczególności drukowanie, montowanie oraz eksponowanie Reklam na Nośnikach Reklamowych;
13. „**Kodeks Etyki Reklamy**” oznacza zbiór zasad dotyczących działalności reklamowej publikowany przez Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy;
14. „**KSeF**” oznacza Krajowy System e-Faktur, o którym mowa w Ustawie o VAT;
15. „**Layout**” oznacza graficzne lub cyfrowe przedstawienie Reklamy na potrzeby realizacji Umowy bez Druku;
16. „**Lokalizacja Nośnika Reklamowego**” oznacza dane adresowe lub inne dane identyfikacyjne pozwalające na lokalizację danego Nośnika Reklamowego;
17. „**Magazyn**” oznacza magazyn Wykonawcy położony przy ul. Nadarzyńskiej 53, 05-500 Piaseczno;
18. „**Materiał Reklamowy**” oznacza odpowiednio Materiały do Druku, Spot lub Layout;
19. „**Materiały do Druku**” oznacza plik produkcyjny do druku Reklamy przygotowany zgodnie ze Specyfikacją Techniczną Materiałów;
20. „**Metro Warszawskie**” oznacza metro w Warszawie;
21. „**Model Kampanii**” oznacza mechanizm realizacji Kampanii Reklamowej na Nośnikach Reklamowych Cyfrowych, w którym podstawą rozliczenia jest osiągnięcie przez Wykonawcę określonego celu wskazanego przez Zleceniodawcę w Umowie;
22. „**Model Frequency**” oznacza Model Kampanii, w którym celem jest uzyskanie określonej ilości emisji Spotu w ramach Pętli;
23. „**Model Budget Goal**” oznacza Model Kampanii, w którym celem jest emisja maksymalnej liczby Spotów aż do osiągnięcia przewidzianego budżetu danej Kampanii Reklamowej;
24. „**Model Impression Goal**” oznacza Model Kampanii, w którym celem jest wygenerowanie przez emisję Spotów określonej Ilości Potencjalnych Kontaktów w trakcie wskazanego w Umowie okresu;
25. „**Model Play Goal**” oznacza Model Kampanii, w którym celem jest emisja określonej liczby Spotów w trakcie wskazanego w Umowie okresu;
26. „**Model Share of Voice**” oznacza Model Kampanii, w którym celem jest emisja takiej liczby Spotów, aby osiągnięty został określony minimalny udział procentowy Spotów w stosunku do łącznej ilości materiałów wyświetlanych w ramach Pętli;
27. „**Model Take Over**” oznacza Model Share of Voice, w którym udział procentowy Spotów w Pętli wynosi 100%;
28. „**Nośnik Reklamowy**” oznacza indywidualną powierzchnię reklamową, użytkowaną na podstawie odrębnych umów przez Wykonawcę;
29. „**Nośnik Reklamowy Blow-up**” (BU) oznacza wielkoformatowy Nośnik Reklamowy Wykonawcy o powierzchni powyżej 36 m², z wyłączeniem Nośników Reklamowych Systemowych;
30. „**Nośnik Reklamowy Ambientowy**” (AMIN, PM, SM) oznacza niestandardową reklamę ambientową, w szczególności w postaci naklejek z folii samoprzylepnej umieszczanych w wagonach lub na terenie Metra Warszawskiego;
31. „**Nośnik Reklamowy Cyfrowy**” oznacza elektroniczny Nośnik Reklamowy Wykonawcy jednego z następujących typów:
 - a. Digital Metroboard (DMB) - nośnik emitujący materiały cyfrowe zamontowany na stacjach II linii Metra Warszawskiego;
 - b. Live Line (LL) lub Ströer TV (DM) - nośnik emitujący materiały cyfrowe zamontowany w wagonach Metra Warszawskiego;
 - c. Citylight Digital Premium /(CD) - nośnik emitujący materiały cyfrowe zamontowany w przejściach podziemnych, w wejściach i halach głównych wybranych dworców kolejowych;
 - d. Tri-Play (TP) - nośnik emitujący materiały cyfrowe zamontowany w przejściach podziemnych Metra Warszawskiego;

- e. Billboard 9m2 Digital (B9D) – nośnik o powierzchni ekspozycji 9m2 emitujący materiały cyfrowe zlokalizowany na powierzchni;
 - f. Billboard 18m2 Digital (B18D) – nośnik o powierzchni ekspozycji 9m2 emitujący materiały cyfrowe zlokalizowany na powierzchni;
 - g. Billboard 36m2 Digital (B9D) – nośnik o powierzchni ekspozycji 36m2 emitujący materiały cyfrowe zlokalizowany na powierzchni;
32. **„Nośnik Reklamowy Systemowy”** oznacza Nośnik Reklamowy Wykonawcy jednego z następujących typów:
 - a. Billboard Premium (BP) – nośnik o powierzchni od 9 m2 do 36 m2 podświetlany od wewnątrz, przeznaczony do montażu plakatu winylowego;
 - b. Billboard Eco (BE) – nośnik o powierzchni od 12 m2 do 36 m2 podświetlany od zewnątrz, przeznaczony do montażu Plakatu Eco;
 - c. Billboard Standard (BS) – nośnik o powierzchni od 9 m2 do 48 m2 niepodświetlany lub podświetlany od zewnątrz, przeznaczony do montażu plakatu winylowego lub papierowego;
 - d. Citylight Premium (CP) – nośnik o powierzchni ok. 2 m2 podświetlany od wewnątrz;
 - e. Metrowall (MW) – nośnik na peronach Metra Warszawskiego o powierzchni od 19,9 m2 do 43 m2;
 - f. Słup (PB) - nośnik o dwóch lub trzech powierzchniach reklamowych, o łącznej powierzchni od 2,84m2 do 4,39 m2;
 33. **„Numer Umowy”** oznacza nadawany przez Wykonawcę Umowie numer identyczny z numerem Kampanii Reklamowej;
 34. **„Ogólne Warunki”** oznaczają niniejsze ogólne warunki umów na realizację Kampanii Reklamowych;
 35. **„Okres Rozliczeniowy Kampanii”** oznacza wskazany w Umowie, okres na potrzeby realizacji Kampanii Reklamowej na rzecz Zleceniodawcy;
 36. **„Osoba Trzecia”** oznacza jednostkę organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, w tym także organy państwa lub samorządu, a także osobę prawną lub osobę fizyczną inną niż Wykonawca lub Podwykonawca;
 37. **„Opłata Alkoholowa”** oznacza opłatę powołaną w Art. 13² ust. 1 Ustawy o Wychowaniu w Trzeźwości;
 38. **„Opłata Rezerwacyjna”** oznacza wynagrodzenie za czynności przygotowawcze i rezerwacyjne równe powołanemu w Umowie wynagrodzeniu netto Wykonawcy za dany Okres Rozliczeniowy Kampanii powiększonemu o właściwą stawkę podatku od towarów i usług, a także, w przypadku Kampanii Reklamowej na Nośnikach Reklamowych Systemowych, o poniesione przez Wykonawcę koszty zaklejenia Reklamy „na biało”;
 39. **„Pakiet Wejścia”** oznacza Kampanię Reklamową na wybranej części Nośników Reklamowych Cyfrowych zlokalizowanych w przejściach podziemnych Metra Warszawskiego;
 40. **„Pętla”** okres o długości 3 minut, w ramach którego wyświetlane są materiały reklamowe na Nośnikach Reklamowych Cyfrowych;
 41. **„Plakat Eco”** oznacza plakat winylowy o zmniejszonej grubości, przeznaczony do późniejszego recyklingu;
 42. **„Pociąg”** oznacza jeden skład 6 wagonów Metra Warszawskiego;
 43. **„Podwykonawca”** oznacza podmiot współpracujący z Wykonawcą na potrzeby realizacji Umowy, w tym w szczególności w zakresie druku, dystrybucji lub montażu Reklam, za których działania Wykonawca odpowiada jak za swoje własne;
 44. **„Raport z Kampanii”** oznacza sporządzony przez Wykonawcę raport określający zakres wykonania danej Kampanii Reklamowej na Nośnikach Reklamowych;
 45. **„Reklama”** oznacza materiał reklamowy, informacyjny lub edukacyjny, przy wykorzystaniu którego ma zostać zrealizowana Kampania Reklamowa, tj. w szczególności plakat papierowy, winyl, siatka, folia, spot reklamowy lub informacyjny;
 46. **„Reklamy Zapasowe”** oznaczają dostarczone przez Zleceniodawcę lub wydrukowane na zlecenie Zleceniodawcy Reklamy w liczbie przekraczającej liczbę przewidzianych w Umowie Nośników Reklamowych, na których ma być realizowana Ekspozycja;
 47. **„Specyfikacja Techniczna”** oznacza zasady przygotowania plików produkcyjnych lub Spotów, stanowiące załącznik do Umowy;
 48. **„Spot”** materiał reklamowy przeznaczony do emitowania na Nośnikach Reklamowych Cyfrowych;
 49. **„Strona”** oznacza Wykonawcę lub Zleceniodawcę;
 50. **„Termin Plakutowania”** oznacza wskazany w Umowie czas trwania montażu Reklamy liczony w Dniach Roboczych z uwzględnieniem sobót;
 51. **„Umowa”** oznacza sporządzony przy wykorzystaniu wzoru przygotowanego przez Wykonawcę oraz podpisany przez Zleceniodawcę i Wykonawcę dokument szczegółowo określający warunki przeprowadzenia danej Kampanii Reklamowej, w tym w szczególności wartość danej Kampanii Reklamowej, rodzaje Nośników Reklamowych, a także Okres Rozliczeniowy Kampanii;
 52. **„Umowa bez Druku”** oznacza Umowę, która nie obejmuje wykonania przez Wykonawcę usługi druku Reklam;
 53. **„Upcycling”** oznacza wykorzystanie wtórne Reklamy tj. przerobienie na torby, plecaki lub inne przedmioty użytkowe, mające na celu zmniejszenie ilości odpadów produkowanych w związku z realizacją Kampanii Reklamowej i dbałość o środowisko naturalne;
 54. **„Uprawniona Osoba Trzecia”** oznacza Osobę Trzecią, która zgłosi uzasadnione roszczenie naruszenia jej praw;
 55. **„Ustawa o Wychowaniu w Trzeźwości”** oznacza ustawę z dnia 26 października 1982 roku o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi;
 56. **„Ustawa o VAT”** oznacza Ustawę z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług;
 57. **„Usługi Dodatkowe”** oznaczają usługi wykonania dokumentacji zdjęciowej, objazdu Nośników Reklamowych wykorzystywanych w Kampanii Reklamowej, przygotowania kreacji, przygotowania spotu reklamowego, badania stopnia

zapamiętania Kampanii Reklamowej oraz inne usługi nieobjęte Umową płatne według Cennika Usług Dodatkowych, w tym w szczególności Usługą Dodatkową jest zaklejenie Reklamy „na biało” po zakończeniu Kampanii Reklamowej;

58. „**Warunki Techniczne**” oznaczają stanowiące Załącznik do Umowy szczegółowe wymagania techniczne, które powinny spełniać Reklamę;
59. „**Wykonawca**” oznacza Ströer Polska sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000046035, posiadającą Numer Identyfikacji Podatkowej 6340003555;
60. „**Zleceniodawca**” oznacza osobę fizyczną, osobę prawną lub jednostkę organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, zlecającą Wykonawcy realizację Kampanii Reklamowej na warunkach określonych w Umowie oraz Ogólnych Warunkach;
61. „**ZTM**” oznacza Zarząd Transportu Miejskiego w Warszawie.

Art. 2 Realizacja Kampanii Reklamowej

1. Kampania Reklamowa jest realizowana na podstawie zawartej przez Strony Umowy.
2. W zakresie nieuregulowanym w Umowie zastosowanie mają Ogólne Warunki.

Art. 3 Treść Reklam

1. Reklama nie powinna być sprzeczna z prawem, dobrymi obyczajami, uchybiać godności człowieka lub stanowić czyn nieuczciwej konkurencji.
2. Ponadto, Reklama na terenie Metra Warszawskiego oraz w wagonach Metra Warszawskiego nie powinna:
 - a. być przesyciona erotyzmem;
 - b. deprecjonować komunikację miejską;
 - c. zwierać treści i wizualizacje przedstawiające przedmiotowe traktowanie człowieka i uwłaczające jego godności, w tym w szczególności przedstawiać sceny przemocy;
 - d. propagować postawy kwestionujące prawa zwierząt lub pokazywać niehumanitarne traktowanie zwierząt (z wyjątkiem potrzeb kampanii społecznych);
 - e. zachęcać do korzystania z rzeczy i przedmiotów mogących stwarzać zagrożenie dla użytkownika oraz jego otoczenia;
 - f. zachęcać do negatywnych zachowań i postaw zagrażających szeroko pojętemu bezpieczeństwu;
 - g. być sprzeczna z Kodeksem Etyki Reklamy;
 - h. stanowić reklamę napojów alkoholowych.
3. Zleceniodawca zobowiązany jest doręczyć Wykonawcy Materiał Reklamowy najpóźniej na odpowiednio 10 (dziesięć) Dni Roboczych przed rozpoczęciem Terminu Plakatowania oraz Spot na 3 (trzy) Dni Robocze przed rozpoczęciem pierwszej emisji
4. Niedoręczenie Materiału Reklamowego w powyższym terminie może spowodować skrócenie okresu Ekspozycji lub jej brak. W przypadku braku Ekspozycji, Wykonawca za dany Okres Rozliczeniowy Kampanii naliczy Oplatę Rezerwacyjną, a w razie skrócenia Ekspozycji Wykonawca naliczy za ten Okres Rozliczeniowy Kampanii wynagrodzenie w pełnej wysokości.
5. W terminie 2 (dwóch) Dni Roboczych od dnia doręczenia Materiału Reklamowego, Wykonawca dokona oceny czy zaproponowany przez Zleceniodawcę Materiał Reklamowy spełnia powyższe warunki. Brak sprzeciwu Wykonawcy w powyższym terminie będzie traktowany jako akceptacja Materiału Reklamowego.
6. W przypadku zakwestionowania przez Wykonawcę Materiału Reklamowego, Zleceniodawca przekaże Wykonawcy swoje uzasadnione stanowisko, a Strony w terminie 2 (dwóch) Dni Roboczych w drodze negocjacji, uzgodnią treść oraz formę Reklamy. Jeżeli Materiał Reklamowy nie spełnia powyższych warunków, przy czym Strony nie osiągną porozumienia co do jego treści, Wykonawca, za okres, w którym wybrane przez Zleceniodawcę Nośniki Reklamowe będą zarezerwowane na potrzeby Kampanii Reklamowej, a Kampania Reklamowa z powyższych przyczyn nie będzie realizowana naliczy Oplatę Rezerwacyjną.
7. W przypadku Umowy bez Druku, Wykonawca może zamontować Reklamę pomimo nieotrzymania Layoutu. Z uwagi na podwyższone ryzyko wystąpienia błędów w przypadku realizacji Kampanii Reklamowej bez uprzedniego dostarczenia Layoutu, Zleceniodawca przyjmuje do wiadomości, iż w takiej sytuacji wszelkie nieprawidłowości dotyczące montażu Reklamy na Nośniku Reklamowym Systemowym, których nie da się usunąć przy wykorzystaniu istniejących Reklam Zapasowych, będą usuwane na koszt i ryzyko Zleceniodawcy.
8. Wykonawcy przysługuje prawo do wstrzymania Kampanii Reklamowej z jednoczesnym zachowaniem prawa Wykonawcy do naliczenia Oplaty Rezerwacyjnej za okres, w którym Kampania Reklamowa z poniższych przyczyn nie będzie realizowana, jeżeli stwierdzone zostanie naruszenie ust. 1 lub 2 powyżej albo zostanie wszczęte przez właściwy organ administracji publicznej lub inny uprawniony podmiot postępowanie dotyczące naruszenia postanowień ust. 1 lub 2 powyżej.
9. Wstrzymanie Kampanii Reklamowej, o której mowa powyżej oznacza w szczególności demontaż lub zaklejenie Reklamy innymi materiałami.
10. Zleceniodawca zobowiązuje się, iż w przypadku skierowania wobec Wykonawcy, innej spółki z Grupy Ströer, członków ich organów lub pracowników przez jakąkolwiek Osobę Trzecią roszczenia lub wszczęcia jakiegokolwiek innego postępowania związanego z treścią Layoutu, Spotu lub Reklamy, Zleceniodawca zobowiązuje się w zakresie objętym tym postępowaniem każdorazowo zwolnić Wykonawcę oraz inne wskazane powyżej podmioty z odpowiedzialności z tego tytułu w pełnej wysokości. Wykonawca jest zobowiązany do niezwłocznego poinformowania Zleceniodawcy w formie pisemnej o zgłoszonych roszczeniach lub wszczęcia postępowania w sprawie treści Reklamy.

11. Zawarcie Umowy jest równoznaczne ze złożeniem przez Zleceniodawcę oświadczenia, iż przysługują mu wszelkie prawa (w tym prawa autorskie, prawa do znaków towarowych i innych oznaczeń) do posługiwania się użytymi na potrzeby Kampanii Reklamowej utworami, informacjami, znakami towarowymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot ochrony prawnej.
12. Zleceniodawca udziela Wykonawcy niewyłącznej, nieodpłatnej, nieograniczonej terytorialnie i czasowo licencji na korzystanie ze zdjęć i filmów Nośników Reklamowych, na których zainstalowane są Reklamy w celach marketingowych i autopromocyjnych, na następujących polach eksploatacji:
 - a. utrwalanie i zwielokrotnianie dowolną techniką, w tym drukarską, cyfrową i reprograficzną;
 - b. wprowadzanie do obrotu, użyczanie lub najem egzemplarzy;
 - c. publiczne wystawianie, wyświetlanie, odtwarzanie oraz nadawanie i reemitowanie;
 - d. publiczne udostępnianie w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym, w szczególności w sieci Internet, w tym na stronach internetowych, platformach cyfrowych oraz w mediach społecznościowych (w szczególności LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube);
 - e. wykorzystywanie w materiałach marketingowych, reklamowych, ofertowych, prezentacjach, portfolio, materiałach typu case study oraz w działaniach autopromocyjnych Wykonawcy.
13. Zleceniodawca upoważnia Wykonawcę do korzystania z oznaczeń Zleceniodawcy, w tym jego firmy i znaków towarowych, w zakresie niezbędnym do realizacji powyższych celów.
14. Korzystanie ze zdjęć i filmów Nośników Reklamowych w sposób opisany w niniejszym paragrafie nie narusza tajemnicy przedsiębiorstwa Zleceniodawcy.
15. Licencja może zostać wypowiedziana tylko z ważnych powodów, które obejmują wyłącznie naruszenie licencji przez Wykonawcę. Do wypowiedzenia licencji może dojść po uprzednim wezwaniu Wykonawcy do prawidłowego wykonania licencji z wyznaczeniem odpowiedniego terminu, nie krótszego niż 2 miesiące i jego bezskutecznym upływie. Wypowiedzenie licencji zgodnie z powyższymi postanowieniami nie nakłada na Wykonawcę obowiązku usunięcia treści obejmujących przedmiot licencji, które zostały wcześniej opublikowane zgodnie z licencją.
16. Wykonawca ma prawo do udzielania sublicencji w zakresie, w jakim wykonanie czynności objętych licencją może wymagać zaangażowania podmiotu trzeciego.
17. Licencja, o której mowa powyżej, obejmuje również prawo do korzystania z firmy (nazwy), znaków towarowych, logo oraz innych oznaczeń Zleceniodawcy w zakresie niezbędnym do realizacji celów marketingowych i autopromocyjnych Wykonawcy, w tym do publicznego wskazywania Zleceniodawcy jako klienta Wykonawcy.
18. Zleceniodawca wyraża zgodę na wykorzystywanie przez Wykonawcę informacji dotyczących Kampanii Reklamowej, w tym jej zakresu, rodzaju i liczbie wykorzystanych Nośników Reklamowych, zasięgu geograficznego oraz wyników badań marketingowych związanych z Kampaniami Reklamowymi, w celach marketingowych i autopromocyjnych Wykonawcy.
19. Zleceniodawca upoważnia Wykonawcę do wykonywania zależnych praw autorskich w zakresie niezbędnym do realizacji niniejszej klauzuli, w szczególności do dokonywania opracowań, skrótów, zestawień, łączenia z innymi materiałami oraz dostosowywania do potrzeb marketingowych Wykonawcy.

Art. 4 Druk Reklam

1. O ile co innego nie wynika z treści Umowy, Wykonawca jest zobowiązany do druku Reklam.
2. Kampania Reklamowa może być realizowana na podstawie Umowy bez Druku wyłącznie w wyjątkowych, indywidualnie uzgodnionych przypadkach.
3. W przypadku Umowy bez Druku, Zleceniodawca zobowiązany jest dostarczyć Wykonawcy Materiały do Druku najpóźniej na 10 (dziesięć) Dni Roboczych przed rozpoczęciem Terminu Plakatowania.
4. Niedoręczenie Materiałów do Druku zgodnie z powyższym terminem lub doręczenie Materiałów do Druku niezgodnych ze Specyfikacją Techniczną może spowodować opóźnienie w instalacji Reklam oraz skrócenie okresu ekspozycji lub jej brak. W przypadku braku Ekspozycji, Wykonawca za dany Okres Rozliczeniowy Kampanii naliczy Opłatę Rezerwacyjną, a w razie skrócenia Ekspozycji Wykonawca naliczy za ten Okres Rozliczeniowy Kampanii wynagrodzenie w pełnej wysokości.

Art. 5 Realizacja Ekspozycji na Nośnikach Reklamowych Systemowych, Nośnikach Reklamowych Ambientowych oraz Nośniku Reklamowym Blow-up

1. Ekspozycja na Nośnikach Reklamowych Systemowych lub Ambientowych, a także na Siatce Wielkoformatowej realizowana jest w oparciu o wskazany w Umowie Okres Rozliczeniowy Kampanii oraz Termin Plakatowania.
2. Strony przyjmują w zakresie Nośników Reklamowych Systemowych lub Ambientowych, a także w przypadku Nośnika Reklamowego Blow-up dla Kampanii Reklamowych miesięcznych oraz przypadających na pierwszą połowę miesiąca Kampanii Reklamowych półmiesięcznych, Okres Rozliczeniowy Kampanii rozpoczyna się pierwszego dnia danego miesiąca, przy czym dla Kampanii Reklamowych rozpoczynających się w drugiej połowie miesiąca, początek Okresu Rozliczeniowego Kampanii przypada na 16 (szesnasty) dzień danego miesiąca albo, w zakresie dotyczącym Kampanii Reklamowych przypadających w lutym, 15 (piętnasty) dzień.
3. O ile co innego nie wynika z treści Umowy, Termin Plakatowania trwa 2 (dwa) Dni Robocze z uwzględnieniem sobót oraz przypada w okresie rozpoczynającym się 2 (dwa) Dni Robocze (z uwzględnieniem sobót) przed Okresem Rozliczeniowym Kampanii i kończącym się w drugim Dniu Roboczym (z uwzględnieniem sobót) Okresu Rozliczeniowego Kampanii, przy czym w

przypadku nośników typu CP i MW Termin Plakotowania będzie uwzględniał wytyczne przekazane Wykonawcy przez Metro Warszawskie oraz ZTM, w tym w szczególności w zakresie powodującym przesunięcie okresu Ekspozycji względem Okresu Rozliczeniowego Kampanii.

4. Zleceniodawca może zlecić Wykonawcy dokonanie demontażu Reklamy po zakończeniu Kampanii Reklamowej. Demontaż będzie realizowany za dodatkowym wynagrodzeniem określonym w Umowie oraz w uzgodnionym przez Strony terminie.
5. W przypadku Umowy bez Druku, Zleceniodawca wydrukuje i dostarczy do Magazynu w terminie 5 (pięciu) Dni Roboczych przed rozpoczęciem Terminu Plakotowania Reklamy w ilości odpowiadającej 120% liczby Nośników Reklamowych przy wykorzystaniu których zgodnie z Umową ma się odbyć Ekspozycja, jeżeli Reklama ma być wykonana z papieru. W przypadku, w którym liczba tych Nośników Reklamowych jest niższa niż 5 (pięć), Zleceniodawca wydrukuje 1 (jedną) zapasową Reklamę.
6. Reklamy przeznaczone na Nośniki Reklamowe Systemowe lub Ambientowe powinny, pod rygorem ich nieprzyjęcia, być oznaczone Numerem Umowy, nazwą Zleceniodawcy oraz nazwą motywu. Oznaczenia powinny być umieszczone w widocznym miejscu na liście przewozowym lub innym dokumencie dołączonym do przesyłki. Do Reklamy załączony powinien zostać Layout.
7. Termin dostarczenia przez Zleceniodawcę Reklam może za zgodą Wykonawcy ulec skróceniu do 3 (trzech) Dni Roboczych w przypadku łącznego spełnienia następujących warunków: (i) złożenia Reklam zgodnie z Warunkami Technicznymi, (ii) oznaczenia zawierającej Reklamy przesyłki numerem Umowy, nazwą Zleceniodawcy i nazwą motywu/-ów w widocznym miejscu na liście przewozowym lub innym dokumencie dołączonym do przesyłki oraz (iii) dołączeniem do przesyłki Layoutu.
8. Za dzień przyjęcia plakatów do Magazynu, Strony uznają dzień, w którym Reklamy zostały dostarczone do Magazynu, przy czym, jeżeli dostawa nastąpiła po godzinie 10:00, Reklamy będą uznawane za doręczone następnego Dnia Roboczego.
9. Niedoręczenie Reklam zgodnie powyższymi terminami lub we wskazanych ilościach może spowodować opóźnienie w instalacji Reklam oraz skrócenie okresu Ekspozycji lub jej brak. W przypadku braku Ekspozycji, Wykonawca za dany Okres Rozliczeniowy Kampanii naliczy Opłatę Rezerwacyjną, a w razie skrócenia Ekspozycji Wykonawca naliczy za ten Okres Rozliczeniowy Kampanii wynagrodzenie w pełnej wysokości.
10. W razie doręczenia przeznaczonych na Nośniki Reklamowe Systemowe lub Ambientowe Reklam niespełniających Warunków Technicznych, tj. w szczególności Reklam, których gramatura jest niższa niż 115 gr/ m² lub wyższa niż 130 gr/ m², wykonanych na papierze innym niż greyback, bądź blueback lub w formacie nieodpowiadającym formatowi Nośnika Reklamowego, Wykonawca będzie miał prawo do nieprzeprowadzenia Kampanii Reklamowej, przy czym w takim przypadku Wykonawca za okres, w którym a Kampania Reklamowa z powyższych przyczyn nie będzie realizowana naliczy Opłatę Rezerwacyjną.
11. Niewykorzystane Reklamy przeznaczone na Nośniki Reklamowe Systemowe lub Ambientowe będą przez Wykonawcę utylizowane po upływie 7 (siedmiu) dni od zakończenia Okresu Rozliczeniowego Kampanii lub poddawane Upcyclingowi.
12. Zleceniodawca przyjmuje do wiadomości, iż w przypadku Kampanii Reklamowej na Nośniku Reklamowym MW, oświetlenie nośnika reklamowego jest wygaszane z chwilą przyjazdu pociągu na stację metra i ponownie włączane po odjeździe pociągu.

Art. 6 Emisja Spotu

1. Spot jest emitowany w ramach Pętli.
2. Pozycja Spotu w danej Pętli przydzielana jest dynamicznie w zależności od wybranego Modelu Kampanii oraz wypełnienia Pętli.
3. W razie doręczenia przeznaczonych na Nośniki Reklamowe Cyfrowe Reklam niespełniających warunków Specyfikacji Technicznej, tj. w szczególności długości spotu, formatu pliku, jakości pliku, Wykonawca będzie miał prawo do nieprzeprowadzenia Kampanii Reklamowej oraz naliczenia Opłaty Rezerwacyjnej.
4. Emisja Spotu na Nośniku Reklamowym DMB przerywana jest z chwilą przyjazdu pociągu na stację metra i kontynuowana jest od miejsca, w którym emisja została przerwana.
5. Nośniki Reklamowe Cyfrowe zlokalizowane w Metrze Warszawskim są aktywne w godzinach pracy metra, tj. w wymiarze 18 godzin na dobę. Pozostałe nośniki Reklamowe Cyfrowe są aktywne w wymiarze 16 godzin na dobę.
6. Kampania Reklamowa realizowana w Modelu Budget Goal, Impression Goal oraz Play Goal będzie prowadzona na przydzielonych automatycznie przez system emisyjny Nośnikach Reklamowych spośród nośników wskazanych w liście adresowej stanowiącej załącznik do Umowy, przy czym przydzielenie Nośników Reklamowych uzależnione jest od ich dostępności w danym Okresie Rozliczeniowym Kampanii.
7. Na wniosek Zleceniodawcy zgłoszony w terminie 7 dni od zakończenia Okresu Rozliczeniowego Kampanii, Wykonawca przedstawi Zleceniodawcy Raport z Kampanii dotyczący realizacji Kampanii Reklamowej na Nośnikach Reklamowych Cyfrowych.
8. Kampania Reklamowa na Nośnikach Reklamowych Cyfrowych jest uznana za wykonaną w całości w przypadku, w którym określony w ramach danego Modelu Kampanii cel Kampanii Reklamowej został zrealizowany co najmniej w 95%.

Art. 7 Brak realizacji Umowy z przyczyn niezależnych

1. Wykonawca nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie Umowy, jeżeli takie niewykonanie lub nienależyte wykonanie nastąpiło z przyczyn niezależnych.
2. Za przyczynę niezależną od Wykonawcy uznaje się w szczególności:
 - a. uszkodzenie Reklam lub Nośników Reklamowych przez Osobę Trzecią;
 - b. wykorzystanie przez Wykonawcę wszystkich Reklam, w tym Reklam Zapasowych dostarczonych przez Zleceniodawcę lub wydrukowanych przez Wykonawcę na potrzeby realizacji Umowy;

- c. utratę dostępu do Nośnika Reklamowego lub demontaż Nośnika Reklamowego, spowodowane w szczególności decyzją dysponentów nieruchomości, organów administracji, sądów, administratora Metra Warszawskiego lub ZTM;
 - d. zaistnienie warunków pogodowych uniemożliwiających realizację Umowy w całości lub w części, w tym w szczególności:
 - i. spadek temperatury poniżej +7°C w przypadku Nośnika Reklamowego typu RM,
 - ii. spadek temperatury poniżej -5°C w przypadku pozostałych Nośników Reklamowych,
 - iii. prędkość wiatru powyżej 12m/s;
 - iv. silne opadów deszczu lub śniegu;
 - e. zaistnienia przypadku siły wyższej uniemożliwiającego w całości lub w części realizację Umowy, w tym w szczególności stanu klęski żywiołowej, stanu wojny, stanu wyjątkowego, wypadków drogowych, strajków, akcji protestacyjnych, katastrof budowlanych, zamachów terrorystycznych, a także zamknięcia dostępu do określonych obszarów przez władze państwowe lub samorządowe;
 - f. przerwę w dostawie prądu do Nośnika Reklamowego.
3. W przypadku wystąpienia przyczyn niezależnych, Wykonawca niezwłocznie poinformuje o tym Zleceniodawcę oraz przedstawi propozycję dotyczącą dalszego sposobu realizacji Umowy.
 4. W razie braku możliwości realizacji Ekspozycji z uwagi na wystąpienie przypadków, o których mowa w ust. 2 lit. b, d lub f Wykonawca za okres, w którym Kampania Reklamowa z powyższych przyczyn nie będzie realizowana naliczy, w razie braku Ekspozycji, Opłatę Rezerwacyjną lub w razie skrócenia Ekspozycji, wynagrodzenie w pełnej wysokości.
 5. W razie braku możliwości realizacji Ekspozycji z uwagi na wystąpienie innych przyczyn niezależnych Wykonawca, o ile to możliwe, zaproponuje Zleceniodawcy określone lokalizacje zastępcze. W razie odrzucenia propozycji Wykonawcy lub niemożliwości zaproponowania lokalizacji zastępczych, okres Ekspozycji na Nośnikach Reklamowych, w stosunku do których zaistniały powołane powyżej okoliczności ulegnie odpowiedniemu skróceniu z jednoczesnym proporcjonalnym obniżeniem wynagrodzenia należnego Wykonawcy z tytułu realizacji danej Umowy.
 6. Jeżeli pomimo otrzymania od Wykonawcy informacji o wystąpieniu przyczyn niezależnych, o których mowa w ust. 2 lit. d powyżej, Zleceniodawca wezwie Wykonawcę do realizacji Umowy, Wykonawca wezwanie może podjąć z zastrzeżeniem, że wszelkie usterki zamontowanych w ramach Umowy Reklam będą usuwane na koszt i ryzyko Zleceniodawcy.

Art. 8 Wypowiedzenie Umowy

1. Zleceniodawca może wypowiedzieć Umowę z ważnych powodów, za które Strony uznają sytuację, gdy Wykonawca, z przyczyn leżących po jego stronie, nie rozpocznie Kampanii Reklamowej lub nienależyście wykonuje Kampanię Reklamową, pomimo wezwania Wykonawcy do realizacji Umowy oraz bezskutecznego upływu wyznaczonego terminu, który nie powinien być krótszy niż 14 dni.
2. Wykonawca ma prawo wypowiedzenia Umowy z ważnych powodów, za które Strony uznają sytuację, gdy Zleceniodawca nie dokona zapłaty należnego Wykonawcy wynagrodzenia, pomimo wezwania Zleceniodawcy do zapłaty oraz bezskutecznego upływu wyznaczonego terminu, który nie powinien być krótszy niż 14 dni.

Art. 9 Reklamacje

1. W trakcie Okresu Rozliczeniowego Kampanii Wykonawca jest zobowiązany do utrzymywania Reklam w należyтым stanie technicznym. Wykonawca jest zobowiązany do usuwania usterek technicznych Reklam oraz, z wyłączeniem nośników BB, oświetlenia Reklam w terminie 2 (dwóch) Dni Roboczych od, odpowiednio, wykrycia usterki przez Wykonawcę lub otrzymania od Zleceniodawcy stosownej reklamacji zawierającej wskazanie nieprawidłowości w zakresie realizacji Umowy, w tym w szczególności usterki Reklamy lub Nośnika, a także określenie Lokalizacji Nośnika Reklamowego oraz numeru Nośnika Reklamowego, a także – w zakresie dotyczącym usterek zgłaszanych po zakończeniu Okresu Rozliczeniowego Kampanii – przedstawienie dokumentacji zdjęciowej. Termin, o którym mowa w zdaniu powyższym może ulec wydłużeniu o okres, w którym Wykonawca nie będzie miał dostępu do Nośnika Reklamowego.
2. Usuwanie usterek Reklam na Nośnikach Reklamowych Systemowych oraz Ambientowych będzie dokonywane poprzez wykorzystanie Reklam Zapasowych. W razie braku Reklam Zapasowych usterki nie będą usuwane, chyba że usterki powstały z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy.
3. W ramach przewidzianego Umową wynagrodzenia z tytułu realizacji Kampanii Reklamowej usterki Reklamy będą usuwane z wykorzystaniem dostępnych Reklam Zapasowych na nie więcej niż 20% Nośników Reklamowych w przypadku nośników, o których mowa w art. 5 ust. 6.a oraz na nie więcej niż 20% Nośników Reklamowych w przypadku nośników, o których mowa w art. 5 ust. 6.b Wykonawca, w razie potrzeby, wydrukuje Reklamy Zapasowe w ilościach nie przekraczających wartości powołanych w niniejszym ustępie, chyba że Kampania Reklamowa realizowana jest na podstawie Umowy bez Druku.
4. Za każdy dzień zwłoki w usunięciu usterek Reklamy, wynagrodzenie Wykonawcy ulegnie odpowiedniemu pomniejszeniu. W zależności od tego czy Kampania Reklamowa realizowana jest w ramach, odpowiednio, dwutygodniowego czy miesięcznego Okresu Rozliczeniowego Kampanii pomniejszenie będzie wynosić:
 - a. w przypadku zwłoki w usunięciu usterki oświetlenia Reklamy – odpowiednio 1/42 lub 1/90 kwoty wynagrodzenia netto za realizację Kampanii Reklamowej na Nośniku Reklamowym, którego dotyczy zwłoka;

- b. w przypadku zwłoki w usunięciu pozostałych usterek Reklamy – odpowiednio 1/14 lub 1/30 kwoty wynagrodzenia netto za realizację Kampanii Reklamowej na Nośniku Reklamowym, którego dotyczy zwłoka.
5. Wszelkie reklamacje, w tym w zakresie usterek Reklam oraz oświetlenia Reklam, o których mowa powyżej powinny być zgłaszane niezwłocznie od chwili powzięcia wiadomości o okoliczności dającej podstawę do złożenia reklamacji, przy czym nie później niż w terminie 7 (siedmiu) dni po upływie Okresu Rozliczeniowego Kampanii. W przypadku niedotrzymania powyższych terminów, reklamacja nie będzie podlegała rozpatrzeniu.
6. W razie uwzględnienia reklamacji Wykonawca zobowiązany jest do usunięcia zgłoszonej nieprawidłowości, chyba że Wykonawca ustali ze Zleceniodawcą, iż uwzględnienie reklamacji zostanie dokonane w innej formie.
7. Wykonawca poinformuje Zleceniodawcę o uwzględnieniu lub odrzuceniu reklamacji.

Art. 10 Płatności

1. Zleceniodawca jest zobowiązany do zapłaty wynagrodzenia za Kampanię Reklamową w terminie oraz wysokości wskazanych w Umowie.
2. Do wynagrodzenia Wykonawcy zostanie doliczony podatek od towarów i usług (VAT) obliczony według obowiązującej stawki. Wykonawca będzie wystawiał faktury obejmujące wynagrodzenie Wykonawcy oraz przesyłał je Zleceniodawcy. Faktury powinny zostać zapłacone przelewem bankowym w terminie i na rachunek wskazany na wystawionej fakturze.
3. Za dzień zapłaty wynagrodzenia przyjmuje się dzień uznania rachunku bankowego Wykonawcy pełną kwotą należnego Wykonawcy wynagrodzenia.
4. W razie niedotrzymania terminu płatności przez Zleceniodawcę, w tym w szczególności w razie nieuiszczenia przedpłaty Wykonawca będzie miał prawo do nierozpoczęcia lub wstrzymania realizacji Umowy, jak również zaklejenia Reklamy „na biało”, przy czym Wykonawca za okres, w którym Kampania Reklamowa z powyższych przyczyn nie będzie realizowana naliczy Opłatę Rezerwacyjną. W razie wznowienia Ekspozycji Zleceniodawca zostanie obciążony kosztami ponownego druku oraz montażu Reklam.
5. Jeżeli Strony w Umowie nie wskazały, iż kwota wynagrodzenia z tytułu realizacji Kampanii Reklamowej w danym Okresie Rozliczeniowym uwzględni Opłatę Alkoholową, a z treści danego Layoutu lub Spotu wynika, iż Kampania Reklamowa będzie podlegała tej opłacie, Wykonawca będzie miał prawo doliczenia do wynagrodzenia kwoty równej 11,1111% wynagrodzenia netto należnego Wykonawcy za realizację Kampanii Reklamowej w Okresie Rozliczeniowym Kampanii, w którym wykorzystywany jest taki Layout lub Spot.
6. Płatność kary umownej będzie dokonywana na podstawie noty księgowej.

Art. 11 Krajowy System e-Faktur

1. Jeżeli na podstawie obowiązujących przepisów, obowiązującą formą wystawiania faktur jest forma faktur ustrukturyzowanych wystawionych w KSeF, Strona zobowiązana jest do wystawiania faktur w formie ustrukturyzowanej. W powyższym przypadku, podstawą płatności stanowi wyłącznie faktura ustrukturyzowana wystawiona w KSeF. Za datę doręczenia faktury uznaje się wówczas dzień jej udostępnienia w KSeF.
2. W przypadku niedostępności KSeF wynikającej z awarii tego systemu, o których mowa w Ustawie o VAT, uniemożliwiającej wystawienie faktury ustrukturyzowanej, wystawca jest uprawniony do wystawienia faktury w formie papierowej lub elektronicznej i przesłania jej do odbiorcy.
3. Faktura wystawiona w trybie awaryjnym stanowi podstawę rozliczeń i jest skutecznie doręczona z chwilą jej doręczenia w formie papierowej lub elektronicznej.
4. Strony zobowiązują się niezwłocznie informować o niedostępności KSeF oraz stosować uzgodnione kanały komunikacji.
5. Strony potwierdzają, że faktury wystawione w trybie awaryjnym zgodnie z przepisami Ustawy o VAT mają moc równoważną fakturom wystawionym w KSeF.

Art. 12 Poufność

1. Z zastrzeżeniem pozostałych ustępów niniejszego Artykułu, Strony postanawiają, iż nie będą ujawniać osobom trzecim żadnych informacji związanych z zawarciem oraz wykonaniem Umowy oraz jakichkolwiek handlowych, technicznych lub organizacyjnych informacji o działalności handlowej drugiej Strony uzyskanych w związku z wykonaniem postanowień Umowy.
2. Informacje poufne, o których mowa w powyższym ustępie mogą zostać ujawnione:
 - a. w wykonaniu obowiązku nałożonego przez obowiązujące prawo,
 - b. na podstawie zgody udzielonej przez drugą Stronę na piśmie, lub
 - c. w związku z postępowaniem sądowym lub administracyjnym, w którym uczestniczy Strona, jeżeli jest to wymagane przez organ prowadzący takie postępowanie.
3. Obowiązek nieujawniania informacji, o którym mowa w ust. 1 powyżej nie ma zastosowania do:
 - a. informacji, które są powszechnie dostępne, przy czym ujawnienie tych informacji nie zostało spowodowane w wyniku naruszenia Umowy,

- b. ujawnienia informacji doradcom technicznym, finansowym lub podatkowym Stron, jeżeli doradcy są zobowiązani do zachowania tajemnicy zawodowej oraz postanawiają postępować zgodnie z warunkami zachowania poufności, o których mowa w niniejszych Ogólnych Warunkach.
4. Obowiązek poufności wygasa w terminie 3 (trzech) lat od zakończenia Okresu Rozliczeniowego Kampanii.

Art. 13 Powiadomienia

1. Oświadczenie o wypowiedzeniu Umowy powinno być sporządzone oraz podpisane przez osoby upoważnione do reprezentowania danej Strony.
2. Oświadczenie o wypowiedzeniu Umowy uważa się za doręczone, jeżeli zostało wręczone osobiście drugiej Stronie albo dostarczone je do siedziby Strony wskazanej w Umowie, na wskazany przez Stronę adres pocztowy lub na adres wynikający z aktualnego odpisu z właściwego rejestru.
3. W razie niemożności dostarczenia Oświadczenia o wypowiedzeniu Umowy w sposób przewidziany powyżej, oświadczenie uważa się za doręczone, gdy zostało wysłane na adres wskazany w ust. 2. W takim wypadku oświadczenie to uważa się za doręczone w ostatnim dniu okresu, w którym przesyłka mogła zostać odebrana przez Stronę.

Art. 14 Ochrona danych osobowych

1. Administratorem danych osobowych Zleceniodawcy będącego osobą fizyczną jest Wykonawca. Administratorem danych osobowych osób upoważnionych do reprezentowania Zleceniodawcy będącego osobą prawną jest Wykonawca.
2. Jeżeli w Umowie wskazano osoby do kontaktu w związku z wykonywaniem Umowy, administratorem danych osobowych tych osób jest każda ze Stron w zakresie danych osobowych wskazanych przez drugą Stronę. W związku z tym, każda ze Stron przekaże osobom wskazanym przez nią jako osoby do kontaktu informacje wymagane przez art. 14 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 (ogólne rozporządzenie o ochronie danych). Treść informacji przekazywanych przez Strony zostanie uzgodniona przez Strony w trybie roboczym.
3. Dane osobowe o których mowa w ust. 1 powyżej, będą przetwarzane przez Wykonawcę wyłącznie w celu realizacji Umowy i nie będą przekazywane do państwa trzeciego lub organizacji międzynarodowej. Dane osobowe, o których mowa w ust. 2 powyżej, będą przetwarzane wyłącznie w celu zapewnienia sprawnego wykonywania Umowy.
4. Podstawą przetwarzania danych osobowych Zleceniodawcy będącego osobą fizyczną jest niezbędność takiego przetwarzania danych dla realizacji Umowy. Podstawą przetwarzania danych osobowych osób upoważnionych do reprezentowania Zleceniodawcy jest prawnie uzasadniony interes administratora danych polegający na konieczności identyfikacji osób upoważnionych do reprezentowania Zleceniodawcy. Podstawą przetwarzania danych osobowych osób wskazanych do kontaktu w związku z wykonywaniem Umowy jest prawnie uzasadniony interes administratora danych polegający na zapewnieniu sprawnego wykonywania Umowy.
5. Odbiorcą danych osobowych Zleceniodawcy będącego osobą fizyczną oraz osób kontaktowych będzie Wykonawca oraz zarejestrowane w Polsce spółki z grupy kapitałowej Wykonawcy.
6. Dane osobowe, o których mowa w ust. 1 i 2 powyżej będą przechowywane przez okres 6 lat od zakończenia realizacji lub rozwiązania Umowy, chyba że prawo Unii Europejskiej lub prawo państwa członkowskiego nakazują dalsze przechowywanie danych.
7. Podanie danych osobowych jest dobrowolne, ale konieczne do realizacji Umowy. Osoby, których dane dotyczą, mają prawo żądania od Wykonawcy dostępu do danych osobowych, ich sprostowania, jak również do usunięcia lub ograniczenia przetwarzania lub wniesienia sprzeciwu wobec przetwarzania, prawo do przenoszenia danych oraz prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego.

Art. 15 Postanowienia końcowe

1. Wykonawca ma prawo dokonywania zmian Ogólnych Warunków. Ogólne Warunki w wersji zmienionej będą umieszczane na stronie internetowej pod adresem www.stroer.pl, przy czym o fakcie dokonania zmian Zleceniodawca zostanie poinformowany za pośrednictwem poczty elektronicznej. Brak pisemnego sprzeciwu Zleceniodawcy wyrażonego w terminie 7 dni od otrzymania powyższego powiadomienia uważa się za zaakceptowanie Ogólnych Warunków w nowym brzmieniu.
2. Umowa podlega prawu polskiemu.
3. Wszelkie zmiany Umowy będą dokonywane na piśmie lub w formie elektronicznej (przy użyciu kwalifikowanych podpisów elektronicznych) pod rygorem nieważności.
4. W razie różnic między treścią Ogólnych Warunków, a treścią Umowy rozstrzygające znaczenia mają postanowienia Umowy.
5. Niniejsze Ogólne Warunki wchodzi w życie z dniem 5 maja 2026 roku.