

# REGULAMIN WSPÓŁPRACY REKLAMOWEJ PRZY ORGANIZACJI EVENTÓW

## Rozdział I - Definicje

Ilekcroć w niniejszych ogólnych warunkach występują poniżej zdefiniowane pojęcia, należy je rozumieć w sposób następujący:

**Wydawca** – FORUM Press Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, ul. Polska 13, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS nr 0000333142, NIP 781-18-40-772, kapitał zakładowy: 150 000,00 zł.

**Reklamodawca** – osoba fizyczna niebędąca konsumentem w rozumieniu art. 22(1) kodeksu cywilnego, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, zlecająca wykonanie zobowiązania reklamowego na ewencie Wydawcy. Reklamodawcą jest również agencja lub inny pośrednik reklamowy działający w imieniu własnym, lecz na rachunek swoich klientów.

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

**Pakiet reklamowy** – działania reklamowe obejmujące Zobowiązania reklamowe, wraz z innymi towarzyszącymi im formami reklamowymi i świadczeniami (m.in. zamieszczenie logotypu Reklamodawcy w mailingu dot. eventu, prezentacja logotypu i opisu Reklamodawcy na stronie internetowej eventu, zaprezentowanie Reklamodawcy w informacjach przed i po ewencie w tytułach drukowanych Wydawcy i na jego stronach internetowych, uczestnictwo przedstawicieli Reklamodawcy i zaproszenia dla klientów Reklamodawcy), świadczonymi przez Wydawcę na rzecz Reklamodawcy, których zakres ustalany jest w ofercie reklamowej Wydawcy lub ustalany jest indywidualnie między Wydawcą a Reklamodawcą w Zleceniu/Umowie.

**Zobowiązanie reklamowe** – odpłatna forma prezentacji Reklamodawcy lub oferty Reklamodawcy na ewencie, w tym:

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

Wszystkie formy reklamy muszą spełniać warunki techniczne indywidualnie określone przez Wydawcę.

**Zlecenie (umowa)** – oznacza każdą umowę, której przedmiotem choćby tylko w części jest zrealizowanie jakiegokolwiek Pakietu reklamowego w związku z eventem Wydawcy. Potwierdzenie przyjęcia zlecenia lub przystąpienie do jego realizacji przez Wydawcę oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z niniejszego Regulaminu i innych uzgodnień stron zawartych w zleceniu/umowie.

**Zlecenie jednostkowe** – zlecenie wykonania określonych zobowiązań reklamowych w związku z jednym eventem Wydawcy.

**Zlecenie długoterminowe** – zlecenie wykonania określonych zobowiązań reklamowych w związku z przynajmniej dwoma eventami Wydawcy.

**Modyfikacja zlecenia** – zmiana zlecenia obejmująca zmianę w obrębie świadczeń reklamowych uzgodnionych w ramach pakietu reklamowego.

**Termin dostarczenia materiałów reklamowych** – każdorazowo określony w zleceniu lub uzgodniony w korespondencji między Wydawcą a Reklamodawcą termin, w którym Reklamodawca zobowiązuje się do przesłania kompletnych materiałów zgodnych z warunkami technicznymi określonymi przez Wydawcę w korespondencji z Reklamodawcą.

**Termin dokonania akceptacji** – określony w treści zlecenia termin, w którym Reklamodawca zobowiązuje się do ostatecznej akceptacji reklam graficznych (dotyczy reklam przygotowanych lub modyfikowanych przez Wydawcę na zlecenie Reklamodawcy).

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

## **Rozdział II**

### **Postanowienia ogólne**

1. Zlecenie zamieszczenia reklamy w związku z Eventami jest dokonywane w oparciu o niniejszy Regulamin. Złożenie zlecenia jest równoznaczne z akceptacją przez Reklamodawcę postanowień przedmiotowego Regulaminu. W przypadku gdy postanowienia niniejszego Regulaminu będą odmienne od indywidualnych uzgodnień Stron zawartych w Umowie/Zleceniu, wiążące dla Stron będą uzgodnienia zawarte w Umowie/Zleceniu.
2. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za formę i treść realizowanych zobowiązań reklamowych przez Reklamodawcę.
3. Reklamodawca jest wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie, że przysługują mu wszelkie prawa na dobrach niematerialnych do posługiwania się w zleconych do realizacji Pakietach reklamowych; informacjami, danymi, utworami, wizerunkami, znakami towarowymi, wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej. Zlecenie realizacji Pakietu reklamowego jest równoznaczne z oświadczeniem, że powyższy obowiązek jest spełniony, zaś zobowiązanie reklamowe zarówno co do formy, jak i treści nie jest sprzeczne z prawem lub/i zasadami współżycia społecznego.
4. W przypadku, gdyby w wyniku realizacji Pakietu reklamowego Wydawca poniósł jakąkolwiek szkodę z tytułu roszczeń osób lub instytucji, których prawa zostały naruszone wskutek tej realizacji, Reklamodawca jest zobowiązany naprawić szkodę w całości łącznie z kosztami postępowań spornych, kosztów zastępstwa procesowego i innych wydatków Wydawcy poniesionych w związku z roszczeniami osób trzecich.
5. Wydawca zastrzega sobie prawo do odmowy przyjęcia lub odmowy realizacji albo też do wstrzymania realizacji Pakietu reklamowego bez podania przyczyny, w szczególności w przypadku, gdy jego treść lub forma jest niezgodna z prawem, zasadami współżycia społecznego lub linią programową Eventu, w przypadku zgłoszenia zastrzeżeń przez osobę lub instytucję trzecią lub właściwy organ lub instytucję powołaną do

czuwania nad przestrzeganiem zasad etyki mediów lub etyki reklamy, siły wyższej, a także w przypadku zalegania przez Reklamodawcę z płatnościami należności przysługujących Wydawcy.

6. W przypadku Pakietów reklamowych dotyczących działalności, do której prowadzenia wymagana jest koncesja, zezwolenie lub licencja Reklamodawca jest zobowiązany przedstawić Wydawcy stosowny dokument.

### **Rozdział III**

#### **Warunki realizacji zleceń**

1. Realizacja Pakietów reklamowych w związku z Eventami dokonywana jest wyłącznie na podstawie pisemnego Zlecenia/Umowy.
2. Przeniesienie przez Reklamodawcę uprawnień wynikających ze Zlecenia/Umowy może nastąpić wyłącznie po uprzednim powiadomieniu Wydawcy i uzyskaniu jego pisemnej zgody pod rygorem nieważności.
3. Agencje reklamowe i inni pośrednicy reklamowi działający na rzecz swoich klientów są solidarnie odpowiedzialni z podmiotami (Klientami), które reprezentują wobec Wydawcy.
4. W przypadku uchybienia przez Reklamodawcę Terminowi dostarczenia materiałów reklamowych i merytorycznych lub Terminowi dokonania ich akceptacji, Wydawca nie gwarantuje publikacji tych materiałów.
5. W przypadku niedokonania przez Wydawcę publikacji materiałów reklamowych i merytorycznych na skutek uchybienia przez Reklamodawcę wyżej powołanym terminom, Wydawcy przysługuje wynagrodzenie w pełnej wysokości.

### **Rozdział IV**

#### **Modyfikacja zlecenia**

Modyfikacja zlecenia możliwa jest wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą Wydawcy.

### **Rozdział V**

#### **Anulowanie zlecenia**

1. Reklamodawca może zrezygnować z jednostkowego lub/i długoterminowego Zlecenia. Rezygnacja musi zostać złożona Wydawcy na piśmie (fax, poczta) lub drogą elektroniczną (mail) pod rygorem nieważności.
2. Anulowanie Zlecenia jednostkowego nie spowoduje konsekwencji finansowych po stronie Reklamodawcy, jeżeli rezygnacja nastąpi nie później niż 60 dni roboczych przed terminem realizacji Eventu.
3. W przypadku, gdy oświadczenie o anulowaniu Zlecenia zostanie złożone Wydawcy z naruszeniem terminu określonego w ust. 2. tego rozdziału, Reklamodawca zobowiązany jest do zapłaty na rzecz Wydawcy:
  - a) 50% łącznej należności brutto za Zlecenie, w przypadku anulowania zlecenia w okresie między 59. a 25. dniem roboczym przed terminem realizacji Eventu,
  - b) 100% łącznej należności brutto za Zlecenie, w przypadku anulowanie zlecenia począwszy od 24 dnia roboczego przed terminem realizacji Eventu.
4. W przypadku rezygnacji ze Zlecenia długoterminowego Reklamodawca zostanie obciążony kwotą w wysokości 50% wartości brutto niezrealizowanej części Zlecenia (niezrealizowanych pakietów reklamowych).
5. Reklamodawca wyraża zgodę na to, że w przypadku anulowania Zlecenia później niż na 60 dni roboczych przed terminem realizacji Eventu lub w przypadku rezygnacji ze Zlecenia długoterminowego, Wydawcy przysługuje prawo do świadczenia ustalonego na zasadach opisanych w ust. 3. i 4. niniejszego rozdziału.

## **Rozdział VI**

### **Postanowienia końcowe**

1. Niniejszy Regulamin Współpracy Reklamowej Przy Realizacji Eventów stanowi integralna część Zlecenia, zgodnie z art. 384 Kodeksu cywilnego.
2. Ewentualne spory wynikające z umów zawartych w oparciu o niniejszy Regulamin rozstrzygane będą przez sąd właściwy dla siedziby Wydawcy.
3. Regulamin Współpracy Reklamowej Przy Realizacji Eventów obowiązuje od dnia 1.01.2012 r.