

I. POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Niniejsze Ogólne Warunki Umów (OWU) określają zasady współpracy pomiędzy Wydawcą a Zleceniodawcą w zakresie świadczenia usług reklamowych, w tym publikacji Reklam w Tytułach prasowych oraz na portalach internetowych Wydawcy.
2. OWU stanowią integralną część każdej Umowy zawieranej pomiędzy Wydawcą a Zleceniodawcą, niezależnie od formy zawarcia Umowy, o ile Strony nie uzgodniły inaczej na piśmie, a ich treść jest każdorazowo przekazywana Zleceniodawcy wraz z ofertą lub Zleceniem
3. W przypadku sprzeczności pomiędzy treścią Umowy a niniejszymi OWU, pierwszeństwo mają postanowienia Zlecenia.

II. DEFINICJE

1. Ilekroć w niniejszym dokumencie stosuje się poniższe określenia i definicje, należy je rozumieć w następujący sposób:
 - a) **Zleceniodawca** – podmiot składający Zlecenie na Usługi reklamowe świadczone przez Wydawcę.
 - b) **Wydawca** – AgroHorti Media Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu (ul. Metalowa 5, 61-118 Poznań), wpisany do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań – Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy, pod numerem KRS 0001116269, NIP 779-25-73-719, REGON 529158846; kapitał zakładowy: 3.608.000 zł.
 - c) **Ogólne Warunki Umowy Świadczenia Usług Reklamowych Wydawcy** (dalej również jako: Ogólne Warunki Umowy/OWU) – niniejszy dokument stanowiący wzorzec umowy w rozumieniu przepisu art. 384 § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 roku Kodeks Cywilny (Dz. U. z 1964 nr 16 poz. 93 z późn. zm.), określający warunki zawierania umów pomiędzy Zleceniodawcą a Wydawcą i ich realizacji.
 - d) **Cennik** – aktualny wykaz stawek i opłat za Usługi reklamowe świadczone przez Wydawcę. Każdy z Tytułów Wydawcy ma odrębny Cennik zawierający: ceny, terminy i wymogi techniczne związane z zawartymi w nim Usługami. Tylko doręczony Zleceniodawcy Cennik ma moc wiążącą. Cenniki dostępne na stronach portalu internetowych Wydawcy mają charakter poglądowy.
 - e) **Zlecenie** – umowa o świadczenie Usług reklamowych zawierana pomiędzy Zleceniodawcą a Wydawcą, której podstawową formą jest podpisanie Formularza Zlecenia zawierającego informacje o rodzaju zlecanych Usług reklamowych, ich specyfikacji, terminach realizacji oraz wynagrodzeniu. Zlecenie może być również zawarte w formie dokumentowej (np. korespondencja e-mail) lub ustnej, o ile jego przyjęcie zostało potwierdzone przez Wydawcę. Niezależnie od formy zawarcia Zlecenia jego integralną część stanowią doręczone Zleceniodawcy obowiązujące OWU, obowiązujący Cennik oraz wszelkie dodatkowe ustalenia dotyczące świadczenia Usług, które stają się skuteczne, jeżeli zostały wyraźnie zaakceptowane przez obie Strony w związku z zawarciem danego Zlecenia.
 - f) **Duży przedsiębiorca** – przedsiębiorca niebędący mikro-, małym ani średnim przedsiębiorcą, w rozumieniu art. 4 ust. 1 pkt 6 ustawy o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych, zobowiązany do złożenia oświadczenia o statusie dużego przedsiębiorcy.
 - g) **Tytuł** – tytuł czasopisma wydawanego przez Wydawcę, w którym Wydawca realizuje sprzedaż powierzchni reklamowej.
 - h) **Portal** – serwisy i strony będące własnością Wydawcy, na których Wydawca realizuje sprzedaż powierzchni reklamowej.
 - i) **Materiały** – wszelkie treści, elementy i przedmioty przekazywane przez Zleceniodawcę w celu realizacji Zlecenia, w szczególności Kreacje, gotowe Inserty, próbki, wydruki, nośniki danych lub inne przekazy przeznaczone do wykorzystania w ramach świadczeń reklamowych. Przekazywane zasoby stanowią podstawę techniczną i merytoryczną realizacji Zlecenia.
 - j) **Reklama** – każda forma płatnej komunikacji marketingowej, obejmująca m.in. przekaz drukowany, cyfrowy (online), e-mail, SMS/MMS oraz inne formaty (w tym Ogłoszenia), której cel to promocja produktów, usług lub wizerunku Zleceniodawcy.
 - k) **Kreacja** – dostarczane przez Zleceniodawcę pliki graficzne, tekstowe, multimedialne lub kody niezbędne do wykonania Zlecenia na Reklamę drukowaną, online, Inserty, e-mailing lub kampanię SMS/MMS. Stanowi ona podstawę techniczną i merytoryczną realizacji wszystkich form komunikacji reklamowej.
 - l) **Kampanie reklamowa** – zaplanowany i skoordynowany zespół działań promocyjnych, obejmujących jedną lub więcej Emisji Reklamy, realizowanych w określonym czasie i/lub na różnych nośnikach (np. w prasie, online, e-mail, SMS/MMS), mający na celu promocję produktów, usług lub wizerunku Zleceniodawcy zgodnie z ustaleniami potwierdzonymi w Zleceniu.
 - m) **Usługa reklamowa** – każde świadczenie realizowane przez Wydawcę na rzecz Zleceniodawcy w celu wykonania Zlecenia, obejmujące w szczególności przygotowanie, publikację, emisję, dystrybucję lub inne działania związane z rozpowszechnianiem Reklamy (w tym Kampanii reklamowej), za pośrednictwem prasy, portalu internetowych, E-MAILINGU, SMS/MMS, Insertów MAILINGU POCZTOWEGO, lub innych uzgodnionych nośników, zgodnie z ustaleniami Zlecenia.
 - n) **Emisja Reklamy** – jednorazowe opublikowanie lub wyświetlenie Reklamy, przygotowanej na podstawie dostarczonej Kreacji, w druku, Internecie, wiadomości e-mail, SMS/MMS lub innym medium udostępnianym przez Wydawcę. W przypadku emisji cyfrowych (w szczególności na Portalu lub w kampaniach online), Emisja jest uznawana za zrealizowaną, jeżeli została zarejestrowana przez system pomiarowy (np. adserver AD Ocean, Google Analytics) zgodnie z konfiguracją techniczną Kreacji.
 - o) **Reklama drukowana** – Reklama publikowana w Tytułach prasowych Wydawcy.
 - p) **Reklama on-line** – Reklama publikowana w serwisach internetowych Wydawcy.
 - q) **Inserting** – zamieszczenie Insertu, czyli wkładek reklamowych do publikacji drukowanych.
 - r) **Modyfikacja Zlecenia** – oznacza aktualizację określonych w Zleceniu parametrów Emisji Reklamy, w szczególności treści (drobna korekta językowa, poprawki literówek), terminu Emisji lub niewielkich zmian graficznych, w taki sposób, że zmiana ta nie wpływa na wartość pierwotnie uzgodnionego Zlecenia ani na całkowity harmonogram jego realizacji.
 - s) **Zmiana Zlecenia** – oznacza każdą zmianę, która wymaga ponownej wyceny lub wpływa na harmonogram realizacji Zlecenia.
 - t) **Termin przyjmowania Zleceń** – oznacza datę graniczną, wskazaną w doręczonym Zleceniodawcy Cenniku, do której możliwe jest skuteczne złożenie Zlecenia. Po jej upływie Wydawca może odmówić jego przyjęcia bez ponoszenia odpowiedzialności.
 - u) **Termin dostarczenia Materiałów** – oznacza datę graniczną, wskazaną w doręczonym Zleceniodawcy Cenniku danego Tytułu, do której Zleceniodawca zobowiązany jest dostarczyć wszystkie Materiały niezbędne do realizacji Zlecenia, w tym gotową Reklamę, zgodnie z wymogami technicznymi Wydawcy.
 - v) **Termin przyjmowania Reklamy** – oznacza termin tożsamy z ostatecznym Terminem dostarczenia Materiałów, określony w doręczonym Zleceniodawcy Cenniku danego Tytułu.

- w) **Raport** – dokument dostarczany Zlecającemu po zakończeniu realizacji Zlecenia, zawierający podsumowanie wykonanych Usług reklamowych, takich jak: Emisje Reklam, Kampanii reklamowych, podsumowanie: e-mailingu, wysyłki SMS/MMS, wysyłki pocztowej lub innych działań wskazanych w Zleceniu. Raport może obejmować m.in. daty realizacji, zakres wykonanych świadczeń, dane statystyczne (jeśli są dostępne), potwierdzenie Emisji lub dystrybucji oraz inne informacje istotne dla potwierdzenia realizacji Zlecenia.
2. Zakres oferowanych Usług reklamowych:
- publikacja Reklamy w czasopismach drukowanych należących do Wydawcy, m.in.: „top agrar Polska”, „Tygodnik Poradnik Rolniczy”, „Wiadomości Rolnicze Polska”, „profi – Profesjonalna Technika Rolnicza”, „Elita – Dobry Hodowca”, „MPS Sad”, „Warzywa”, „Czereśnia”, „Szkółkarstwo”, „Jagodowe.pl”, „Szkolarnie, Tunele, Ostoły”, „Pieczarki – Biuletyn Producenta Pieczarek”, a także w specjalnie przygotowywanych dodatkach, publikacjach książkowych oraz innych periodykach wydawanych przez Wydawcę;
 - Emisja Reklamy na portalach należących do Wydawcy, m.in.: www.topagrar.pl, www.tygodnik-rolniczy.pl, www.wrp.pl, www.profittechnika.pl, www.elita-magazyn.pl, www.sad24.pl, www.warzywa.pl, www.szkolkarstwo.pl, www.jagodowe.pl; <https://www.ogrodinfo.pl> i in.;
 - publikacja Materiałów w social mediach dedykowanych dla tytułów Wydawcy;
 - Inserty;
 - przygotowanie i/lub publikacja materiałów sponsorowanych;
 - przygotowanie i/lub wydanie drukiem publikacji specjalnych;
 - wsparcie w promowaniu marki na eventach, w tym m.in. na pokazach polowych, targach, spotkaniach tematycznych oraz webinarach itp.;
 - MAILING POCZTOWY (tradycyjna wysyłka pocztowa);
 - E-MAILING;
 - kampanie SMS i/lub MMS;
 - Inne, indywidualnie ustalane ze Zleceniodawcą formy Reklamy.

III. SKŁADANIE ZLECENIA I JEGO REALIZACJA

- Podstawą do zamieszczenia Reklamy lub Kampanii Reklamowej jest pisemna Umowa Zlecenie podpisana przez osoby uprawnione do reprezentowania Zleceniodawcy lub Zlecenie przesłane w formie dokumentowej np. drogą e-mail lub ustna umowa kupiecka, określające rodzaj zamawianej Usługi reklamowej, terminy jej realizacji, wysokość i warunki płatności.
- Zlecenie musi zawierać: nazwę i pełen adres Zleceniodawcy, dane rejestrowe, dane osób upoważnionych do reprezentacji i do kontaktu w związku z realizacją Umowy. W przypadku rozpoczynania współpracy należy dołączyć także dokument stanowiący podstawę prawną działania Zleceniodawcy np. kopię odpisu KRS, REGON itp. Na żądanie Wydawcy, Zleceniodawca jest zobowiązany do przedstawienia dokumentów potwierdzających informacje podane w Zleceniu. Jeżeli Zlecenie składane jest przez pełnomocnika reprezentującego Zleceniodawcę lub pośrednika (np. agencję reklamową, przedstawiciela, brokera), pełnomocnik lub pośrednik musi na żądanie Wydawcy przedstawić dokument potwierdzający jego upoważnienie do działania w imieniu Zleceniodawcy – w zakresie określonym w Zleceniu.
- Zlecenie może zostać złożone przez Zleceniodawcę w formie pisemnej, dokumentowej (np. e-mail, sms, fax), a także w sposób dorozumiany – w szczególności poprzez rozpoczęcie współpracy, dostarczenie Materiałów lub dokonanie płatności. Jednak tylko Zlecenia, których przyjęcie zostało potwierdzone przez Wydawcę pisemnie lub w formie dokumentowej, są wiążące. Potwierdzenie przyjęcia Zlecenia przez Wydawcę oznacza zawarcie umowy na warunkach określonych w Zleceniu oraz w doręczonej Zleceniodawcy wersji OWU.
- Zleceniodawca zobowiązany jest do wskazania w treści Zlecenia (lub w załączniku do niego) informacji, czy posiada status dużego przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 6 ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych (Dz.U. z 2022 r. poz. 893, z późn. zm.).
- Brak złożenia przez Zleceniodawcę powyższego oświadczenia w Zleceniu będzie traktowany jako równoznaczny z oświadczeniem, że Zleceniodawca nie posiada statusu dużego przedsiębiorcy.
- W przypadku podania przez Zleceniodawcę nieprawdziwych informacji lub zaniechania złożenia oświadczenia, Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za skutki prawne wynikające z niewłaściwego zakwalifikowania Zleceniodawcy jako innego niż duży przedsiębiorca, w szczególności w zakresie terminów zapłaty, odsetek ustawowych za opóźnienie w transakcjach handlowych oraz rekompensat przewidzianych w przepisach prawa.
- W przypadku zleceń dotyczących zamieszczenia Reklamy w czasopismach drukowanych Wydawcy, warunkiem realizacji zlecenia jest:
 - złożenie zlecenia najpóźniej w Terminie złożenia Zlecenia dla danego wydania czasopisma, wskazanym w doręczonym Zleceniodawcy Cenniku dedykowanym dla danego Tytułu oraz
 - dostarczenie Wydawcy Materiałów zgodnie z zapisami pkt IV ppkt 1.

IV. MODYFIKACJA, ZMIANA I WYCOFANIE ZLECENIA

- Wszelkie Modyfikacje i Zmiany Zleceń dotyczące treści Reklamy drukowanej mogą być dokonane nie później niż 3 dni po Terminie przyjmowania Zleceń. Wyjątek stanowi „Tygodnik Poradnik Rolniczy”, gdzie Modyfikacje i Zmiany mogą być dokonane najpóźniej 1 dzień po Terminie przyjmowania Zleceń, pod warunkiem, że komplet Materiałów został dostarczony w tym terminie.
- W przypadku Zleceń dotyczących Emisji Reklam on-line na portalach Wydawcy, Modyfikacje i Zmiany należy zgłosić bez zbędnej zwłoki. Mogą one zostać wprowadzone na wniosek Zleceniodawcy również w trakcie realizowania Zlecenia, uwzględniając możliwości techniczne Wydawcy. Jeśli zgłoszone Modyfikacje i Zmiany budzą wątpliwości, Wydawca zastrzega sobie prawo do zrealizowania Zlecenia w pierwszej zgłoszonej formie. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za skutki tak zrealizowanego Zlecenia i zachowuje prawo do pełnego wynagrodzenia.
- Każda Zmiana Zlecenia jest równoważna z anulowaniem pierwotnego i złożeniem nowego Zlecenia. Jej przyjęcie wymaga potwierdzenia przez Wydawcę pisemnie lub w formie dokumentowej (np. e-mail) pod rygorem nieważności. Modyfikacja Zlecenia nie skutkuje anulowaniem pierwotnego Zlecenia, lecz wymaga akceptacji Wydawcy w formie dokumentowej (np. e-mail).
- W przypadku przekroczenia Terminów zgłaszania Modyfikacji i Zmian, a także w przypadku wątpliwości, niejasności co do ich zakresu i rodzaju, Wydawca ma prawo realizacji Zlecenia w jego pierwotnej wersji. W takiej sytuacji Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za skutki wykonania Zlecenia w wersji pierwotnej, a Zleceniodawca zobowiązany jest do zapłaty wynagrodzenia w pełnej wysokości.
- Wycofanie Zlecenia może nastąpić nie później niż w ostatecznym Terminie przyjmowania Zleceń (terminy określone w doręczonym Zleceniodawcy Cenniku dotyczącym danego Tytułu). Wycofanie Zlecenia po tym Terminie upoważnia Wydawcę do obciążenia

Zleceniodawcy równowartością 100% uzgodnionej wartości Zlecenia. Niedostarczenie Materiałów w obowiązującym Terminie dostarczenia Materiałów poczytuje się za wycofanie Zlecenia przez Zleceniodawcę.

6. W przypadku zgłoszenia Zmian istotnie wpływających na wartość Zlecenia lub przedterminowego zerwania umowy, Wydawca może obciążyć Zleceniodawcę opłatą od wysokości naliczonego rabatu.

V. POTWIERDZENIE WYKONANIA USŁUG REKLAMOWYCH

1. W zależności od zleconej Usługi reklamowej, Wydawca potwierdza Zleceniodawcy wykonanie tej Usługi na podstawie:
- przesłania egzemplarza dowodowego czasopisma z opublikowaną Reklamą, po jej wydrukowaniu lub pliku w formacie pdf, zgodnie z harmonogramem publikacji właściwym dla każdego Tytułu;
 - przesłania Raportu zawierającego print screeny, potwierdzające opublikowanie zleconej Reklamy, Kampanii reklamowej w social mediach;
 - dla wybranych Reklam i Kampanii reklamowych zamieszczanych na portalach Wydawcy, przesłania Raportu wygenerowanego przez adserwer AD Ocean, wykazującego liczbę Emisji Reklamy; dostarczany przez firmę Gemius SA. Emisja Reklamy na Portalu zostanie zliczona, jeżeli wykonany zostanie skrypt badawczy umieszczony w kodzie Kreacji. Skrypt badawczy to fragment kodu (np. JavaScript) osadzony w kodzie reklamy, którego zadaniem jest śledzenie i rejestrowanie emisji reklamy. To niewidoczny dla użytkownika „znacznik” umieszczony w reklamie, który działa jak licznik – informuje czy i kiedy reklama została faktycznie wyświetlona na stronie.
 - dla wybranych Reklam i Kampanii reklamowych zamieszczanych na Portalach: www.wrp.pl, www.warzywa.pl, www.sad24.pl oraz www.szkolkarstwo.pl, Wydawca dostarczy Raport na podstawie statystyk dostępnych w panelu Google Analytics 4, uwzględniając takie parametry jak: Emisje Reklamy (*ad impressions*) oraz kliknięcia w Reklamę (*ad clicks*).
W związku z procesem przenoszenia wymienionych Portali na dedykowany CMS, raporty te generowane będą tylko do momentu skutecznego przeniesienia (zakończenia procesu technicznego). Od momentu zmiany CMS dla wymienionych Portali Zleceniodawca będzie otrzymywał raporty, o których mowa powyżej w ppkt 1 lit. d.
- e) Przesłania Raportu ze zrealizowanej Kampanii reklamowej typu:
- e-mailing – raport z realizacji kampanii e-mailingowej zawiera informacje o:
 - liczbie zaplanowanych odbiorców;
 - liczbie wiadomości, które zostały skutecznie wysłane;
 - liczbie dostarczonych wiadomości;
 - wskaźnikach efektywności, takich jak:
 - odsetek otwartych wiadomości e-mail (*open rate*);
 - odsetek kliknięć w przyciski lub linki zawarte w treści wiadomości (*CTR – click-through rate*).
 - kampania SMS/MMS – raport zawiera:
 - nazwę operatora technicznego odpowiedzialnego za wysyłkę;
 - dane kampanii testowej (jeśli była przeprowadzana);
 - liczbę wiadomości wysłanych;
 - liczbę wiadomości skutecznie dostarczonych oraz niedostarczonych.
 - mailing pocztowy – raport zawiera:
 - potwierdzenie liczby nadanych przesyłek;
 - rodzaj przesyłki;
 - potwierdzenie wagi przesyłki;
 - opcjonalnie informacje o zwróconych przesyłkach.
 - Kampania podczas Wydarzeń
 - potwierdzenie liczby Uczestników danego Wydarzenia;
 - udostępnienie linków lub print screeny opublikowanych Materiałów;
 - Materiał zdjęciowy i/lub video zrealizowanych podczas Wydarzenia, jeśli są dostępne.
2. Zleceniodawca otrzyma potwierdzenie wykonania Zlecenia w terminie do 7 dni po zakończeniu jego realizacji lub po zakończeniu realizacji jego części – jeśli wynikało to z ustaleń zawartych w Zleceniu.

VI. RODZAJE USŁUG REKLAMOWYCH

1. Poniżej zamieszczono specyfikację podstawowych rodzajów Usług reklamowych świadczonych przez Wydawcę. Zostały w nich zawarte podstawowe wymagania techniczne dla wybranych typów Usług reklamowych. Szczegółowe, wiążące parametry techniczne oraz specyfikacje znajdują się w doręczonym Zleceniodawcy Cenniku dedykowanym dla danego Tytułu i mają charakter nadrzędny względem informacji zawartych w OWU.
2. W przypadku wszystkich wymienionych typów Kampanii reklamowych możliwy jest wybór grupy docelowej według następujących kryteriów:
- | | | | |
|--------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| a) wielkość gospodarstwa | b) zakres terenowy | c) rodzaj uprawy; | d) rodzaj hodowli. |
|--------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|

VI.1. REKLAMA DRUKOWANA

- Materiały dotyczące Reklamy drukowanej należy dostarczyć drogą elektroniczną, z wykorzystaniem narzędzi, które nie będą miały negatywnego wpływu na jakość przesłanych plików.
- W przypadku Materiałów graficznych obowiązują następujące formaty zapisu: PDF, AI, EPS, PSD, TIF.
- Materiały tekstowe przyjmowane są w formie plików PDC, DOC, DOCX.
- W przypadku Reklam przeznaczonych do druku na spad, wszystkie istotne elementy graficzne i tekstowe powinny być odsunięte od linii cięcia co najmniej o 5 mm do wewnątrz, w celu uniknięcia ich obciążenia podczas przycinania.
- Możliwe jest przesyłanie Materiałów w postaci projektów otwartych, w programach takich jak: Adobe InDesign, Adobe Illustrator oraz Adobe Photoshop. Konieczne jest załączenie wszystkich elementów składowych.
- Wszystkie fonty zamieszczone w Materiałach graficznych muszą być zamienione na krzywe.
- Z uwagi na druk offsetowy, obowiązuje model barwny CMYK.
- Wymagana rozdzielczość obrazów w skali 1:1 wynosi 300 dpi.
- Dla wybranych tytułów Wydawcy możliwe jest drukowanie wszywek wklejanych w grzbiet czasopisma. W celu realizacji takiego Zlecenia konieczne jest wcześniejsze ustalenie parametrów wszywki oraz projektu graficznego.
- Istnieje możliwość przygotowania Reklamy w formie artykułu przez copywritera lub redaktora współpracującego z wybranym Tytułem. Usługa podlega indywidualnej wycenie. Taka Reklama będzie sygnowana nadtytułem „materiał promocyjny”, „ogłoszenie”, „reklama” lub „publikacja specjalna” oraz nazwą i logo reklamującego się Zleceniodawcy lub podmiotu trzeciego, na rzecz którego jest realizowana Reklama.

VI.2. REKLAMA ON-LINE

1. Przygotowując Materiały Zleceniobiorca musi zadbać, aby Reklama nie wprowadzała Użytkowników w błąd, jest więc zobowiązany

przestrzegać następujących zasad:

- a) Reklama nie może udawać elementów systemowych lub elementów portalu, na którym jest wyświetlana; Zabronione jest stosowanie przycisków lub ikon wyglądających jak „Zamknij”, „Zapisz”, „Anuluj”, itp., jeśli nie spełniają tej funkcji;
 - b) Elementy przypominające formularze, listy rozwijane czy pola wyboru muszą działać zgodnie z ich wyglądem i opisem;
 - c) Reklamy nie mogą zawierać ankiet, zachęcać do wzięcia w nich udziału bez uprzedniej, pisemnej zgody Wydawcy.
2. Zlecając kampanię opartą na Reklamie z dźwiękiem Zleceniodawca musi zapewnić Użytkownikowi kontrolę jego odtwarzania. Dźwięk Reklamy nie może zakłócać Użytkownikowi korzystania ze stron Portalu:
- a) Odtwarzanie dźwięku może rozpocząć się wyłącznie po działaniu Użytkownika: kliknięciu, najechaniu kursorem lub rozwinięciu Reklamy;
 - b) Reklama musi posiadać wyraźne przyciski Włącz/Wyłącz dźwięk;
 - c) W przypadku Reklam rozwijanych, zwinięcie Reklamy musi automatycznie wyciszyć dźwięk.
3. Zleceniodawca jest zobowiązany przygotować Materiały w taki sposób, by Reklama nie wpływała na spowolnienie strony Portalu i nie zakłócała jej funkcjonowania.
4. Zleceniodawca oraz podmioty z nim współpracujące nie mogą gromadzić ani wykorzystywać jakichkolwiek danych Użytkowników Portalu Wydawcy (w tym poprzez skrypty śledzące, pliki cookie, kody analityczne czy inne narzędzia techniczne) bez uprzedniej, pisemnej zgody Wydawcy.
5. W związku z tym dane Użytkowników nie mogą być używane do retargetowania ani do rozpoznawania tych samych osób w innych kampaniach reklamowych Zleceniodawcy.
6. Każde naruszenie zakazów lub obowiązków określonych w powyższych punktach zostanie uznane za rażące naruszenie umowy i uprawnia Wydawcę do:
- a) natychmiastowego wstrzymania Usług reklamowych;
 - b) żądania kary umownej w wysokości 20 000 zł za każdorazowe naruszenie, płatnej w terminie 14 dni od wezwania;
 - c) dochodzenia odszkodowania przewyższającego wysokość kary umownej.

VI.3. INSERTY

1. Przed dostarczeniem Insertów Zleceniodawca zobowiązany jest przedstawić Wydawcy do wglądu gotowy Insert lub jego projekt graficzny wraz z informacją o planowanej wadze, formacie i objętości materiału.
2. Liczba dostarczanych na potrzeby Zlecenia Insertów powinna być większa min. o 3% od zlecanego nakładu.
3. Inserty należy dostarczyć na adres wskazany przez Wydawcę, samodzielnie lub za pośrednictwem firmy kurierskiej, przy zachowaniu następujących zasad:
 - a) przesyłki zawierające Inserty (paczki, palety etc.) należy opisać w taki sposób, aby łatwo można było zidentyfikować co zawierają. Przynajmniej z 3 stron powinna znajdować się na nich informacja zawierająca: wzór Insertu, wymiary oraz liczbę sztuk Insertu znajdującą się w przesyłce;
 - b) do przesyłek należy dołączyć dokument przewozowy z informacją o liczbie przesyłek (paczek/palet etc.) i całkowitej liczbie dostarczonych Insertów.
4. Zleceniodawca odpowiada za właściwe zabezpieczenie Insertów, ich terminową dostawę i ponosi koszt dostawy Insertów na adres wskazany przez Wydawcę.
5. W przypadku uszkodzeń mechanicznych Insertów (np. zagięcia, zamoczenia, uszkodzenia transportowe), Wydawca zastrzega sobie prawo do odmowy ich użycia.
6. O wszelkich opóźnieniach, brakach ilościowych lub jakościowych Zleceniodawca zostanie niezwłocznie poinformowany.
7. Zwrot niewykorzystanych Insertów możliwy jest wyłącznie po zgłoszeniu takiej potrzeby przy składaniu Zlecenia. W przypadku braku zgłoszenia, Wydawca może zdecydować o zwrocie Materiałów na koszt Zleceniodawcy lub ich utylizacji – bez ponoszenia z tego tytułu odpowiedzialności.

VI.4. RODZAJE KAMPANII DIRECT – MARKETINGOWYCH

1. Kampanie SMS/MMS - Zlecenie i realizacja

- a) Zlecenie na kampanię SMS/MMS powinno wpłynąć do Wydawcy minimum 7 dni przed planowanym terminem realizacji Zlecenia. Wykonanie tej Usługi reklamowej wymaga m.in. ustalenia, czy w danym dniu nie będzie prowadzona inna kampania, w której pokrywać będzie się grupa odbiorcza lub znaczna jej część. W takim przypadku ustalony zostanie inny, możliwie jak najszybszy termin realizacji Zlecenia. Pierwszeństwo realizacji ma Zlecenie, które wpłynęło do Wydawcy wcześniej.
- b) Przed wysyłką właściwej kampanii przeprowadzona zostanie wysyłka testowa. Zleceniodawca powinien podać przynajmniej jeden numer, na który ma zostać wysłany testowy SMS/MMS w celu akceptacji kampanii lub naniesienia ewentualnych modyfikacji.
- c) Liczba znaków dla kampanii SMS wynosi 160 znaków ze spacjami. W kampanii MMS można zamieścić grafikę 750 x 750 px oraz tekst do 160 znaków ze spacjami. W obu przypadkach zamieścić można jeden link przekierowujący, który wlicza się do liczby dopuszczalnych znaków. Ważne – z ogólnej liczby 160 znaków, 64 znaki są zarezerwowane na treść informacji od Wydawcy dotyczącej administratora danych osobowych i nie mogą być wykorzystane do treści reklamowej.
- d) Zabronione jest zamieszczanie treści naruszających dobre obyczaje, zawierających wulgaryzmy, treści polityczne, dyskryminujących, nawołujących do nienawiści lub naruszających prawa osób trzecich, w tym prawa autorskie.
- e) Grafika powinna być przystępna dla użytkownika. Zabrania się wykorzystywania zbyt małego, nieczytelnego tekstu oraz wykorzystywania kontrowersyjnych i/lub naruszających prawo treści.
- f) Zamieszczony w kampanii link musi prowadzić do bezpiecznych i sprawdzonych stron. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne naruszenia w tym zakresie, a pełną odpowiedzialność oraz odpowiedź na roszczenia osób poszkodowanych ponosi Zleceniodawca.
- g) W przypadku niespełnienia któregokolwiek z wymienionych w Regulaminie wymagań, Wydawca ma prawo odmówić realizacji Usługi.

2. Kampanie E-MAIL - Zlecenie i realizacja

- a) Zlecenie na kampanię e-mail powinno zostać dostarczone 14 dni przed planowaną datą wysyłki, jednak nie później niż na 3 dni robocze przed jej realizacją.
- b) Zleceniodawca zobowiązany jest dostarczyć Kreację w formacie umożliwiającym bezpośrednią emisję. Kreacja powinna być przesyłana:
 - i. jako kod HTML z osadzonymi stylami on-line (zalecane);
 - ii. jako plik źródłowy HTML z grafikami;

iii. lub jako dokument DOC/DOCX z oznaczeniem miejsc na grafiki i linki.

- c) Tekst kampanii powinien zawierać nagłówek, sekcje tematyczne oraz wyraźne wezwania do działania CTA (*call to action*) w celu zwiększenia efektywności kampanii. Rekomendowana długość to maksymalnie 5 000 znaków ze spacjami.
- d) Grafiki powinny być zapisane w formacie JPG lub PNG. Maksymalna szerokość grafiki wynosi 600 px.
- e) Grafika nie może wprowadzać odbiorcy w błąd, imitować stylu oraz formy komunikacji wewnętrznej firmy, przypominać w formie i treści materiałów przesyłanych i przygotowywanych przez Wydawcę w ramach jego działalności.
- f) Wszystkie linki zawarte w Kreacji muszą prowadzić do bezpiecznych, sprawdzonych stron. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść stron docelowych ani szkody z tym związane. Odpowiedzialność ponosi w pełni Zleceniodawca.
- g) Zabronione jest zamieszczanie treści naruszających dobre obyczaje, zawierających wulgaryzmy, treści polityczne, dyskryminujące, nawołujące do nienawiści lub naruszające prawa osób trzecich, w tym prawa autorskie.
- h) Zaleca się przesłanie podglądu graficznego zlecanego E-MAILINGU.
- i) Wydawca zamieści w stopce wiadomości e-mail informację o tym na czyje Zlecenie realizowana jest Kampania.

3. Kampanie MAILINGU POCZTOWEGO - Zlecenie i realizacja

- a) Zlecenie na mailing pocztowy powinno wpłynąć do Wydawcy minimum 14 dni przed planowaną realizacją tej Usługi reklamowej.
- b) Dla dokonania prawidłowej wyceny, konieczne jest podanie wagi materiałów, które mają zostać przesłane. Zleceniodawca może podać wagę podczas składania Zlecenia lub przesłać próbkę materiałów do Wydawcy, który na życzenie dokona odpowiedniego pomiaru. W przypadku podania nieodpowiedniej (szczególnie zaniżonej) wagi Materiałów, Zleceniodawca zostanie poinformowany o zmianie ceny realizacji Usługi oraz obciążony kosztami, związanymi z jej realizacją.
- c) Dostarczając Materiały reklamowe (np. Insert) na potrzeby MAILINGU POCZTOWEGO Zleceniodawca powinien na nich umieścić np. w stopce Insertu lub w dołączonym piśmie informację o administratorskich danych osobowych Odbiorców przesyłki wraz z informacją o tym, że jest ona realizowana na zlecenie Zleceniodawcy. Treść takiej informacji wymaga uprzedniego uzgodnienia i akceptacji Wydawcy.
- d) Wycena mailingu pocztowego jest indywidualna i uzależniona od elementów składowych Usługi. m.in.:
 - i. liczby odbiorców;
 - ii. wagi materiałów;
 - iii. samodzielnego przygotowania i drukowania materiałów lub zlecenie tego Wydawcy;
 - iv. kopertowania;
 - v. falcowania;
 - vi. frankowania;
 - vii. personalizacji pisma;
 - viii. personalizacji wysyłki poprzez naklejenie etykiety;
 - ix. kosztów materiałów dodatkowych, w tym kopert zapewnionych przez Wydawcę;
 - x. ryczałtu za korzystanie z bazy;
 - xi. jednokrotnego wykorzystania określonego przez Zleceniodawcę kryterium selekcji grupy odbiorców;
 - xii. włączenia dodatkowych kryteriów selekcji grupy odbiorców.

VII. CENNIKI I DANE TECHNICZNE

1. Ceny poszczególnych Usług reklamowych wraz z rabatami określone są przez Wydawcę w dedykowanych poszczególnym Tytułom Cennikach. Tylko cennik doręczony Zleceniodawcy w związku ze składanym Zleceniem ma wiążący charakter. Cenniki publikowane na stronach portali internetowych Wydawcy (w zakładce Reklama) mają charakter poglądowy, nie stanowią oferty w rozumieniu kodeksu cywilnego, lecz zaproszenie do zawarcia umowy. Można je znaleźć m.in. na:

www.topagrar.pl	www.elita-magazyn.pl	www.warzywa.pl
www.tygodnik-rolniczy.pl	www.jagodowe.pl	www.szkolkarstwo.pl
www.profittechnika.pl	www.sad24.pl	
2. Ceny Usług reklamowych wraz ze wszystkimi rabatami ustalane są zgodnie z aktualnymi Cennikami. Wydawca może dokonywać zmian Cenników w dowolnym czasie. Zmieniony Cennik obowiązuje wyłącznie wobec Zleceń złożonych po jego doręczeniu Zleceniodawcy, co następuje poprzez jego przekazanie wraz z ofertą lub Zleceniem.
3. W przypadku zmiany Cennika w trakcie trwania długoterminowego Zlecenia, nowy Cennik może obowiązywać dopiero po upływie 2 miesięcy od jego doręczenia Zleceniodawcy. W przypadku braku akceptacji zmienionych warunków Zleceniodawca ma prawo do rozwiązania Umowy z zachowaniem okresu wypowiedzenia określonego w Umowie.
4. Ceny podane w Cenniku dotyczą wyłącznie standardowych Usług reklamowych Wydawcy. W przypadku niestandardowych, ustalanych ze Zleceniodawcą form Reklamy, kwota wynagrodzenia za Usługę reklamową wyceniana jest indywidualnie.
5. Za Zlecenie złożone po terminie przyjmowania Zleceń oraz za ekspresowe przygotowanie Materiałów graficznych **będzie naliczona opłata dodatkowa do wysokości 40% wartości Zlecenia**. Wydawca poinformuje Zleceniodawcę o naliczeniu opłaty przed jej zastosowaniem. Opłata ta wynika z zaakceptowanych Ogólnych Warunków Świadczenia Usług reklamowych i jest obligatoryjna.
6. Wydawca zastrzega sobie prawo pobierania opłat za wykonywanie Materiałów poligraficznych oraz materiałów graficznych w języku HTML na portale internetowe Wydawcy.
7. Wszystkie formy Reklamy muszą spełniać warunki techniczne wymagane dla poszczególnych form Usług reklamowych, które zawarte są w Cennikach dostępnych na stronach internetowych Wydawcy, wskazanych w pkt. 1 lub warunków technicznych indywidualnie określonych przez Wydawcę w związku z danym Zleceniem.
8. Zlecenia na publikację Reklam drukowanych należy złożyć nie później niż w terminie, jaki jest określony w doręczonym Zleceniodawcy Cenniku.
9. Zlecenia dotyczące Reklam zamieszczanych na Portalach, należy złożyć minimum na 3 dni przed planowaną Emisją.
10. Integralną częścią Zlecenia są Materiały (graficzne, tekstowe lub inne), które mają być zamieszczone w druku lub na Portalu. W przypadku niestandardowych form Reklamy oraz Insertingu konieczne jest wcześniejsze uzgodnienie warunków publikacji z Wydawcą. Przygotowanie Materiałów na zlecenie Zleceniodawcy wiąże się z dodatkowymi kosztami, ustalonymi indywidualnie.
11. Zleceniodawca dostarcza Materiały w formatach określonych przez Wydawcę.
12. Istnieje możliwość różnorodnych form Insertingu. W każdym wypadku Wydawca wymaga przedłożenia wzoru Materiałów i uzyskania jego akceptacji przez Wydawcę. Inserty wyglądem przypominające którąkolwiek publikację Wydawcy pod względem graficznym lub zawierające Reklamy podmiotów trzecich nie będą przyjmowane do dystrybucji.
13. Wniosek Zleceniodawcy o umieszczeniu Reklam przy określonym temacie redakcyjnym (nie dotyczy bloków ogłoszeniowych) może zostać uwzględniony tylko w przypadku określonych wielkości, terminowego Zlecenia i możliwości technicznych. W przypadku Portali internetowych Wydawca ma prawo do zamieszczenia Reklamy w innym niż ustalone miejscu, jeśli jest to uzasadnione zmianami w układzie Portalu, problemami technicznymi, na które Wydawca nie ma wpływu, a mogącymi

wpłynąć na ciągłość Emisji Reklamy lub innymi zdarzeniami, które Wydawca uzna za wystarczające do dokonania zmiany, z uwzględnieniem interesów Zleceniodawcy.

14. Ostateczna data przyjmowania Materiałów:
 - a) W przypadku Reklam drukowanych, ostateczny Termin dostarczenia Materiałów mija 3 dni robocze po Terminie przyjmowania Zleceń. Po przekroczeniu tego Terminu Reklama może zostać przesunięta na następne wydanie. Wyjątkiem jest Tytuł: „Tygodnik Poradnik Rolniczy”, gdzie ostateczny Termin dostarczenia Materiałów jest tożsamy z ostatecznym Terminem przyjęcia Zlecenia.
 - b) W przypadku Reklam on-line publikowanych na Portalach, ostateczny Termin dostarczenia Materiałów upływa 2 dni przed planowaną Emisją Reklamy. Przekroczenie tego Terminu może spowodować opóźnienie realizacji Kampanii reklamowych oraz brak gwarancji Emisji Reklamy w uprzednio ustalonym miejscu na Portalu.
15. W przypadku Zleceń długoterminowych, w razie niedostarczenia nowych Materiałów w terminach określonych w treści Zlecenia oraz zgodnie z postanowieniami pkt VII ppkt 14 niniejszych OWU, Wydawca ma prawo do zamieszczania Reklamy opartej na Materiałach dostarczonych do poprzedniego numeru lub przesłanego na potrzeby wcześniej realizowanej Emisji. Wydawca zobowiązuje się poinformować Zleceniodawcę o zamiarze wykorzystania wcześniejszych Materiałów niezwłocznie po upływie Terminu dostarczenia nowych Materiałów.
16. Jeżeli Materiały dostarczone do reprodukcji mają być zwrócone Zleceniodawcy, należy to wyraźnie zaznaczyć w Zleceniu.
17. Wszystkie Materiały tekstowe niebędące Materiałami redakcyjnymi, są traktowane jako artykuły reklamowe i sygnowane nadtytułem „materiał promocyjny”, „ogłoszenie”, „reklama” lub „publikacja specjalna” oraz nazwą i logo firmy reklamującej się.

VIII. PŁATNOŚCI

1. Zleceniodawca zobowiązuje się do zapłaty wynagrodzenia na rzecz Wykonawcy w terminie 14 dni od dnia doręczenia prawidłowo wystawionej faktury VAT.
2. Wydawca wystawi fakturę VAT w terminie 7 dni od dnia realizacji Usług reklamowych tj.:
 - a) od dnia publikacji Reklamy na Portalu lub jej ukazania się w wersji drukowanej;
 - b) od dnia wysłania Reklamy (pocztą tradycyjną, e-mailem lub SMS/MMS);
 - c) od dnia wykonania Insertingu;
 - d) od dnia realizacji Wydarzenia, podczas którego realizowano Usługi reklamowe,jednak nie później niż do 15. dnia miesiąca następującego po miesiącu, w którym nastąpiła realizacja Usługi reklamowej, zgodnie z art. 106i ust. 1 i 6 ustawy o podatku od towarów i usług. W przypadku Zlecenia obejmującego więcej niż jedną usługę reklamową, które mogą być realizowane etapami w różnych terminach, Wydawca uprawniony jest do wystawienia osobnych faktur VAT za poszczególne zrealizowane części Zlecenia, zgodnie z momentem wykonania danej Usługi.
3. W przypadku Zleceniodawcy mającego siedzibę poza granicami Polski obowiązuje 100% przedpłata przed wykonaniem Usługi reklamowej.
4. Płatność zostanie dokonana w formie przelewu, na rachunek bankowy Wykonawcy wskazany na fakturze. Za dzień zapłaty Strony uznają dzień uznania rachunku Wydawcy.
5. Zleceniodawca oświadcza, że jest czynnym podatnikiem podatku od towarów i usług, posiada nadany numer NIP i figuruje w wykazie podmiotów zarejestrowanych jako podatnicy VAT, o którym mowa w art. 96b ust. 1 pkt 2) ustawy z dnia 11.03.2004 r. o podatku od towarów i usług (tj. Dz.U. z 2020 r. poz. 106, ze zm.).
6. Faktura VAT niezwłocznie po wystawieniu zostanie doręczona Zleceniodawcy drogą elektroniczną na adres e-mail wskazany przez Zleceniodawcę lub w formie papierowej na adres siedziby Zleceniodawcy.
7. W przypadku opóźnienia płatności Zleceniodawcy zostaje obciążony odsetkami za każdy dzień opóźnienia, zgodnie z obowiązującymi przepisami.
8. Wydawca zastrzega sobie prawo do wstrzymania wykonania zleconej Usługi reklamowej lub nieprzyjęcia kolejnych Zleceń, jeśli nie opłacono wcześniejszych faktur.

IX. REKLAMACJE

1. Reklamacje związane z realizacją Usługi reklamowej należy zgłosić w formie pisemnej lub dokumentowej (np. wiadomość e-mail z potwierdzeniem odbioru), w terminie 7 dni od dnia otrzymania przez Zleceniodawcę potwierdzenia wykonania Usługi, nie później jednak niż w terminie 14 dni od daty jej faktycznego wykonania. Zgłoszenie reklamacyjne powinno zawierać szczegółowy opis stwierdzonych niezgodności względem pierwotnego Zlecenia oraz informacje umożliwiające identyfikację Zlecenia i zamówionej w jego ramach Usługi reklamowej. W tym celu należy zamieścić w nim:

a) datę potwierdzenia przejęcia Zlecenia przez Wydawcę; b) przedział czasowy, w którym realizowana była Emisja Reklamy on-line lub nr wydania Tytułu, w którym zamieszczono Reklamę drukowaną;	c) format Reklamy; d) dane osoby składającej Zlecenie; e) kwotę, na którą opiewało Zlecenie.
--	--
2. W przypadku reklamacji dotyczącej jakości druku, Zleceniodawca zobowiązany jest, oprócz opisu, przesłać Wydawcy oryginalny egzemplarz przedmiotu objętego reklamacją. Egzemplarz powinien dotrzeć do Wydawcy w terminie 14 dni od pierwszego dnia publikacji.
3. Wydawca zobowiązany jest rozpatrzyć reklamację niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od jej otrzymania, i poinformować Zleceniodawcę o wyniku jej rozpatrzenia.
4. W przypadku uznania reklamacji, odpowiedzialność Wydawcy ogranicza się do wartości netto reklamowanego Zlecenia. Wydawca może zaspokoić roszczenie według własnego wyboru poprzez:
 - a) ponowne wykonanie Usługi reklamowej w zakresie odpowiadającym reklamowanemu świadczeniu (np. ponowna Emisja Reklamy, ponowna wysyłka SMS/MMS/e-mail, ponowny mailing pocztowy), albo
 - b) jeśli ponowne wykonanie tej samej Usługi reklamowej nie jest możliwe z przyczyn obiektywnych (np. brak dostępnych terminów Emisji, brak wymaganych baz danych) — Wydawca może zaproponować inne świadczenie reklamowe lub proporcjonalną obniżkę wynagrodzenia, po uprzednim uzgodnieniu ze Zleceniodawcą.
5. Świadczenie reklamacyjne co do zasady odnosi się do rodzaju pierwotnie zleconej Usługi reklamowej i nie podlega jednostronnej zmianie na inny typ świadczenia. Inne formy realizacji świadczenia reklamacyjnego mogą zostać ustalone wyłącznie w przypadku niemożności ponownego wykonania Usługi i wymagają zgody obu Stron w formie pisemnej lub dokumentowej.
6. W przypadku niezrealizowania Kampanii w ustalonym terminie z przyczyn niezależnych od Wydawcy, możliwe jest:
 - a) przedłużenie okresu realizacji Kampanii reklamowej,

- b) przeniesienie niewykorzystanej części Usług reklamowych na kolejne Zlecenie (z obowiązkiem rozliczenia najpóźniej w ciągu miesiąca od końca miesiąca następującego po miesiącu, w którym rozpoczęto realizację Zlecenia, nie później jednak niż do końca roku kalendarzowego, w którym rozpoczęto realizację Zlecenia) lub
 - c) jeśli żadna z powyższych opcji nie będzie możliwa — Wydawca może podjąć decyzję o zakończeniu Zlecenia i proporcjonalnym obniżeniu wynagrodzenia o wartość niezrealizowanej części.
7. Wszelkie działania reklamowe wynikające z uznanych reklamacji lub udzielonych rekompensat realizowane są na podstawie odrębnego Zlecenia. Harmonogram ich realizacji uzależniony jest od dostępności powierzchni reklamowej i zasobów Wydawcy. Obowiązują wyłącznie Zlecenia potwierdzone pisemnie lub e-mailowo przez Wydawcę.
8. Złożenie reklamacji ani jej negatywne rozpatrzenie nie zwalnia Zleceniodawcy z obowiązku opłacenia pozostałych lub kolejnych zlecanych Usług reklamowych wynikających ze Zlecenia. W przypadku opóźnienia w płatności, Wydawca ma prawo zawiesić dalszą realizację tych Usług do czasu uregulowania należności.

X. PRAWA I ZOBOWIĄZANIA ZLECENIODAWCY

1. Zleceniodawca ponosi wyłączną odpowiedzialność za to, że jest uprawniony do złożenia Zlecenia oraz że jego realizacja przez Wydawcę nie naruszy jakichkolwiek praw osób trzecich, w szczególności praw autorskich, pokrewnych, do znaków towarowych, wzorów zdobniczych, przemysłowych, dóbr osobistych ani zasad uczciwej konkurencji.
2. Zleceniodawca odpowiada za wszelkie szkody mogące powstać na skutek realizacji Zlecenia przez Wydawcę, w tym za jakiegokolwiek naruszenia praw osób trzecich powstałe w inny sposób, w szczególności związany z przygotowaniem, dostarczeniem lub treścią Materiałów, w tym poprzez naruszenie praw do dóbr niematerialnych tych osób. W przypadku zgłoszenia roszczeń przez osoby trzecie bezpośrednio do Wydawcy, Zleceniodawca jest zobowiązany zaspokoić te roszczenia.
3. Zleceniodawca zapewnia, że dysponuje wszelkimi prawami autorskimi do przekazywanych Wydawcy Materiałów, w tym prawami zależnymi. Przenosi na Wydawcę prawo do dokonywania zmian redakcyjnych i technicznych (adaptacji, konwersji formatu itp.) niezbędnych do prawidłowej realizacji Zlecenia.
4. Zleceniodawca oświadcza, że przekazane na potrzeby Zlecenia Materiały są zgodne z obowiązującymi przepisami prawa, nie naruszają dobrych obyczajów ani praw osób trzecich, i nie wymagają dodatkowych zgód lub zezwoleń. W przypadku, gdy Zlecenie dotyczy podmiotu trzeciego (Klienta Zleceniodawcy), Zleceniodawca oświadcza, że posiada stosowne upoważnienie do działania w imieniu tego podmiotu.
5. Z chwilą przekazania Materiałów, Zleceniodawca udziela Wydawcy niewyłącznej, nieodpłatnej, ogólnowiatowej licencji z prawem do udzielania sublicencji, w zakresie niezbędnym do realizacji Zlecenia na wykorzystanie znaków towarowych, nazw, w tym swojej firmy oraz innych Materiałów, w zakresie niezbędnym do realizacji Zlecenia, archiwizacji, prezentacji referencji oraz promocji usług Wydawcy, na wszystkich polach eksploatacji, w tym w szczególności poprzez zwielokrotnianie (drukem i w formie cyfrowej), utrwalanie, publiczne udostępnianie, wystawianie i nadawanie, także w Internecie (np. na Portalach). Licencja przekazywana jest na czas realizacji Zlecenia oraz przez kolejne 5 lat po jej zakończeniu.
6. W przypadku, gdy Zleceniodawca zleca Wydawcy realizację Usług reklamowych dotyczących podmiotu trzeciego, uprawnienia i oświadczenia określone w ppkt. 4 i 5 stosuje się odpowiednio do danych, znaków towarowych oraz innych Materiałów należących do tego podmiotu (Klienta Zleceniodawcy). Zleceniodawca oświadcza, iż posiada stosowne upoważnienie w powyższym zakresie od podmiotu trzeciego, na rzecz którego będą realizowane zleczone Usługi reklamowe.
7. Zleceniodawca zobowiązuje się naprawić wszelkie szkody poniesione przez Wydawcę w związku z realizacją Zlecenia, w tym z tytułu roszczeń osób trzecich, w szczególności dotyczących naruszenia ich praw lub przepisów prawa. W przypadku skierowania roszczeń lub żądań wobec Wydawcy, Zleceniodawca zobowiązuje się do ich niezwłocznego zaspokojenia lub zwolnienia Wydawcy z odpowiedzialności.

XI. PRAWA I ZOBOWIĄZANIA WYDAWCY

1. Wydawca ma prawo odmówić przyjęcia Materiałów niespełniających wymogów technicznych, niskiej jakości lub niekompletnych, uniemożliwiających ich poprawne wykorzystanie na potrzeby realizacji Zlecenia.
2. Wydawca może odmówić publikacji Reklamy lub wstrzymać jej Emisję, jeżeli:
 - a) treść Reklamy narusza prawa osób trzecich, albo istnieje uzasadniona obawa, że prawa te może naruszyć,
 - b) Reklama została uznana za dokuczliwą lub szkodliwą dla Użytkowników,
 - c) Reklama jest niezgodna z obowiązującymi wytycznymi urzędów i instytucji publicznych (w szczególności UOKiK, np. w zakresie oznaczania treści reklamowych lub Reklamy produktów zdrowotnych i kosmetycznych),
 - d) Reklama może negatywnie wpłynąć na charakter, styl, linię programową danego portalu lub godzić w interesy, renomę bądź wizerunek Wydawcy,
 - e) Reklama odnosi się do podmiotów trzecich lub ich produktów i usług, co nie zostało wskazane w zaakceptowanym Zleceniu lub zawartej umowie.
3. Z tytułu odmowy lub wstrzymania Emisji Reklamy w powyższych przypadkach Zleceniodawcy nie przysługuje żadne roszczenie odszkodowawcze.
4. Wydawca zastrzega sobie prawo niezamieszczenia Reklamy w uzgodnionym terminie z przyczyn technicznych lub programowych. W takim przypadku Reklama zostanie opublikowana w najbliższym możliwym terminie uzgodnionym ze Zleceniodawcą. Może również zostać opublikowana w innym niż pierwotnie ustalone miejscu, jeżeli będzie to uzasadnione nadzwyczajnymi wydarzeniami krajowymi lub międzynarodowymi powodującymi redakcyjne zmiany układu Portalu lub Tytułu.
5. Wydawca dołoży należytej staranności, aby Reklama działała prawidłowo w powszechnie używanych przeglądarkach, systemach operacyjnych, urządzeniach i przy różnych łączach internetowych, jednak nie gwarantuje jej poprawnego działania we wszystkich możliwych konfiguracjach technicznych. Ewentualne trudności techniczne nie stanowią podstawy do reklamacji.
6. W przypadku opóźnienia w dostarczeniu Materiałów przez Zleceniodawcę, Wydawca podejmie działania w celu realizacji Usługi reklamowej zgodnie z pierwotnymi założeniami lub w najbliższym możliwym terminie. Jeżeli opóźnienie uniemożliwia prawidłową realizację Usługi, Wydawca ma prawo:
 - a) przesunąć realizację Zlecenia o czas odpowiadający opóźnieniu, pod warunkiem, że będzie to możliwe,
 - b) odmówić wykonania Zlecenia w całości lub części – bez obowiązku zwrotu wynagrodzenia ani ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu.
7. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za:
 - a) treść dostarczonych Materiałów (w tym Reklam i Kampanii reklamowych);
 - b) błędy wynikające z dostarczenia przez Zleceniodawcę wadliwych lub niekompletnych Materiałów;

- c) utracone korzyści, szkody pośrednie lub przypadkowe, ani następce w szczególności przekraczające normalne następstwa działania lub zaniechania, z którego szkoda wynikła, zgodnie z art. 361 § 1 Kodeksu cywilnego.
 - d) wady jakościowe druku Reklamy ujawnione w egzemplarzach nieprzekraczających 5% całego nakładu,
 - e) brak realizacji Zlecenia spowodowany działaniami lub zaniechaniami podmiotów trzecich (w tym drukarni, kolporterów) lub innymi zdarzeniami niezależnymi od Wydawcy, w tym zawieszeniem wydawania danego Tytułu lub dodatków.
8. Wydawca ponosi odpowiedzialność wyłącznie za szkody powstałe z jego winy umyślnej lub rażącego niedbalstwa. Ewentualne odszkodowanie ogranicza się do wysokości wynagrodzenia za Usługę reklamową, której dotyczy szkoda, wynikającego z zaakceptowanego Zlecenia.

XII. ZOBOWIĄZANIE DO ZACHOWANIA POUFNOŚCI

1. Strony zobowiązują się do zachowania poufności wszelkich informacji uzyskanych w związku z zawarciem lub realizacją współpracy na podstawie niniejszych zapisów OWU, w szczególności informacji dotyczących warunków handlowych, przyznanych rabatów, danych osobowych, danych dotyczących Zleceniodawcy lub jego klientów, planów marketingowych, strategii, dokumentów, Materiałów oraz innych informacji o charakterze handlowym, technicznym lub organizacyjnym, niezależnie od formy ich przekazania, które posiadają wartość gospodarczą i nie są publicznie dostępne.
2. Obowiązek zachowania poufności dotyczy także pracowników, współpracowników oraz innych osób działających na zlecenie Stron i obowiązuje przez cały okres współpracy oraz przez 3 lata po jej zakończeniu, chyba że bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa stanowią inaczej.
3. Obowiązek poufności nie dotyczy informacji:
 - a) które w momencie ich ujawnienia były publicznie dostępne lub stały się publiczne bez naruszenia OWU;
 - b) których ujawnienie jest wymagane na podstawie przepisów prawa lub decyzji uprawnionego organu — w takim przypadku Strona ujawniająca powinna, o ile to możliwe, poinformować drugą Stronę o takim obowiązku przed dokonaniem ujawnienia.

XIII. DANE OSOBOWE

1. Wydawca i Zleceniodawca przetwarzają dane osobowe osób związanych z realizacją działań opartych o niniejsze OWU, jako odrębni Administratorzy danych osobowych.
2. Każda ze Stron jest zobowiązana do poinformowania osób reprezentujących oraz członków personelu wyznaczonych do realizacji Umowy, których dane w związku z jej zawarciem są udostępniane drugiej Stronie, o zasadach przetwarzania ich danych osobowych przez tę Stronę - w celu zwolnienia drugiej Strony z obowiązku informacyjnego, o którym mowa w art. 13 i 14 ogólnego rozporządzenia o ochronie danych (2016/679, dalej RODO).
3. Warunkiem realizacji zobowiązania, o którym mowa w pkt. 2 jest uprzednie przekazanie przez drugą Stronę wszystkich informacji wymaganych zgodnie z art. 13 i 14 RODO.
4. Każda ze Stron ponosi pełne ryzyko związane z nieprawidłowym przekazaniem informacji, które uniemożliwiły drugiej Stronie skuteczne zwolnienie się z obowiązku informacyjnego wynikającego z art. 13 i 14 RODO.
5. Strona, na której ciążył obowiązek doprowadzenia do zwolnienia drugiej Strony z realizacji obowiązku informacyjnego, a która – mając dostęp do wymaganych informacji – nie doprowadziła do uzgodnionego rezultatu, zobowiązuje się do zwrotu wszelkich kar administracyjnych nałożonych na drugą Stronę przez organ nadzorczy oraz do zaspokojenia wszelkich roszczeń wynikających z naruszenia tego obowiązku.
6. Informacje dotyczące przetwarzania danych osobowych przez Wydawcę znajdują się na stronie www.agrohorti.pl/rodo

XIV. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Jeżeli którekolwiek z postanowień niniejszych OWU okaże się nieważne, nieskuteczne lub niewykonalne, nie wpływa to na ważność, skuteczność ani wykonalność pozostałych postanowień. Strony zobowiązują się w dobrej wierze zastąpić takie postanowienie innym – możliwie najbliższym co do celu i skutku gospodarczego.
2. Wydawca zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszych OWU w każdym czasie, w szczególności w przypadku zmiany przepisów prawa, warunków rynkowych, technologicznych lub organizacyjnych, mających wpływ na realizację usług.
3. Zmienione OWU obowiązują od dnia ich doręczenia Zleceniodawcy, z zastrzeżeniem, że:
 - a) dla Zleceń zawartych przed tą datą stosuje się OWU doręczone przy ich zawarciu;
 - b) dla nowych Zleceń obowiązują OWU doręczone przed lub wraz z ich zawarciem.
4. Doręczenie OWU następuje poprzez przesłanie ich w formacie PDF na adres e-mail Zleceniodawcy lub przekazanie w inny sposób na trwałym nośniku. Publikacja OWU na stronie internetowej Wydawcy ma charakter wyłącznie informacyjny i nie stanowi doręczenia w rozumieniu niniejszego punktu.
5. Strony mogą każdorazowo indywidualnie uzgodnić inne warunki realizacji Zlecenia. Ustalenia te mają pierwszeństwo przed postanowieniami OWU, o ile zostały potwierdzone co najmniej w formie dokumentowej
6. W przypadku rozbieżności pomiędzy zapisami niniejszych OWU a zapisami zaakceptowanego Zlecenia, pierwszeństwo mają zapisy zawarte w Zleceniu – o ile zostały jednoznacznie uzgodnione przez Strony.
7. W sprawach nieuregulowanych w niniejszych OWU zastosowanie mają odpowiednie przepisy prawa, w szczególności Kodeksu cywilnego.
8. Niniejsze OWU stanowią integralną część każdego Zlecenia.
9. Wszelkie spory wynikające z umów zawartych na podstawie niniejszych OWU będą rozstrzygane przez sąd właściwy miejscowo dla siedziby Wydawcy, z wyłączeniem właściwości innych sądów.
10. Niniejsze OWU mają zastosowanie wyłącznie do Zleceniodawców niebędących konsumentami w rozumieniu Kodeksu cywilnego.