

Zarządzenie nr 46/2020
Dyrektora Krakowskiego Biura Festiwalowego
z dnia 8 czerwca 2020 r.

w sprawie zmiany zarządzenia nr 13/2018 Dyrektora Krakowskiego Biura Festiwalowego z dnia 1 marca 2018 r. (DP-021-13/2018) dotyczące zmiany Regulaminu sprzedaży reklam na mapie InfoKraków

Na podstawie § 4 ust. 5 Regulaminu Organizacyjnego Krakowskiego Biura Festiwalowego w brzmieniu wprowadzonym Zarządzeniem nr 67/2019 Dyrektora Krakowskiego Biura Festiwalowego z dnia 4 października 2019 roku w sprawie zmiany Regulaminu Organizacyjnego Krakowskiego Biura Festiwalowego zarządzam, co następuje:

§ 1

1. Wprowadzam zmiany do Regulaminu sprzedaży reklam na mapie InfoKraków.
2. Aktualna treść Regulaminu sprzedaży reklam na mapie InfoKraków stanowi **Załącznik nr 1 do niniejszego Zarządzenia**.
3. Do umów zawartych przed dniem wejścia w życie niniejszego zarządzenia stosuje się Regulamin sprzedaży reklam na mapie InfoKraków w brzmieniu dotychczasowym.

§ 2

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania i obowiązuje do czasu jego odwołania.

Załączniki:

1. *Regulamin sprzedaży reklam na mapie InfoKraków*


DYREKTOR
Izabela Helbin

**REGULAMIN SPRZEDAŻY REKLAM
na mapie InfoKraków.**

§1 Postanowienia ogólne

1. Mapa InfoKraków jest wydawana w nakładzie 500 tys. i wprowadzana do obrotu przez Krakowskie Biuro Festiwalowe, zwane dalej **Biurem**, z siedzibą w Krakowie, ul. Wygrana 2, 30-311 Kraków.
2. Biuro jest podatnikiem VAT. NIP: 676-17-87-436.
3. Składającym zamówienie (dalej: **Zleceniodawcą**) jest każdy podmiot (osoba fizyczna, osoba prawna, jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną), który na podstawie obustronnie podpisanej „Umowy o świadczenie usług reklamowych”, zwanej dalej **Umową**, złoży zamówienie na zakup powierzchni reklamowej na mapie InfoKraków, zwaną dalej **Mapą**.
4. Niniejszy regulamin określa szczegółowo warunki podpisania umowy pomiędzy Biurem a Zleceniodawcą dotyczącej prowadzenia działań, o których mowa w ust. 3 niniejszego paragrafu.

§2 Sprzedaż powierzchni reklamowej

1. Koszt zamieszczenia materiału reklamowego Zleceniodawcy i jego dystrybucji ustalany jest na podstawie dedykowanego Cennika (dalej: **Cennik**) stanowiącego załącznik nr 1 niniejszego regulaminu.
2. Przyjęcie zamówienia na zamieszczenie materiału reklamowego Zleceniodawcy odbywa się na podstawie podpisanej obustronnie umowy. Do przeprowadzenia ewentualnych negocjacji w imieniu Biura upoważnieni są pracownicy Działu Współpracy Biznesowej i Sprzedaży.
3. W przypadku, gdy zamówienie na zamieszczenie materiału reklamowego nie może zostać zrealizowane, Biuro niezwłocznie informuje o tym fakcie Zleceniodawcę.
4. Umowa o świadczenie usług reklamowych powinna w szczególności zawierać: rodzaj materiału reklamowego, powierzchnię ekspozycji, specyfikację techniczną materiału reklamowego, okres obowiązywania i terminy realizacji, zasady dystrybucji, warunki płatności oraz cenę ustaloną na podstawie cennika, a w przypadku udzielenia rabatu również cenę po jego udzieleniu. Biuro ma prawo odmówić zawarcia Umowy o świadczenie usług reklamowych w sytuacji, gdy Zleceniodawca zalega w stosunku do Biura z należnościami z jakiegokolwiek tytułu.
5. Umowa o świadczenie usług reklamowych może zostać wypowiedziana przez każdą ze stron w każdym czasie. Wypowiedzenie powinno zostać złożone w formie pisemnej pod rygorem nieważności. Zleceniodawca jest zobowiązany zapłacić Biuru w całości wynagrodzenie określone w umowie w trybie natychmiastowym. Jeżeli wypowiedzenie nastąpiło bez ważnego powodu Zleceniodawca jest zobowiązany również do naprawienia powstałej szkody.
6. Za ważny powód do wypowiedzenia przez Biuro Umowy o świadczenie usług reklamowych uznaje się w szczególności nieterminowość po stronie Zleceniodawcy w płatności należności wynikających z realizowanej przez Biuro usługi, uzyskanie przez Biuro informacji o zagrożeniu prowadzenia przez Zleceniodawcę dalszej działalności gospodarczej. Biuro nie wyraża zgody na cesję praw i obowiązków na osobę trzecią w zakresie wynikającym z niniejszej Umowy o świadczenie usług reklamowych.
7. Zleceniodawca zobowiązuje się do niezwłocznego poinformowania Biura o planowanej zmianie formy prawnej działania oraz o planowanym zakończeniu prowadzenia działalności gospodarczej.
8. W przypadku braku niezwłocznego poinformowania Biura o planowanej zmianie formy prawnej działania/zakończeniu prowadzenia działalności gospodarczej przez Zleceniodawcę, Biuru należy jest kara umowna w wysokości wynagrodzenia należnego Biuru zgodnie z zawartą Umową o świadczenie usług reklamowych za jeden pełny okres rozliczeniowy.
9. Co do zasady wynagrodzenie z tytułu realizacji Umowy o świadczenie usług reklamowych płatne jest z dołu, po realizacji usługi w danym okresie rozliczeniowym. Sposób zapłaty wynagrodzenia należnego Biuru z tytułu realizacji Umowy o świadczenie usług reklamowych zostanie szczegółowo określony w umowie.

10. Nieteterminowa płatność należności z tytułu Umowy o świadczenie usług reklamowych powoduje:

- naliczanie przez Biuro odsetek za opóźnienie w transakcjach handlowych oraz kosztów rekompensaty jeśli do umowy ma zastosowanie ustawa o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych
- odsetek ustawowych za opóźnienie wynikających z Kodeksu Cywilnego jeśli do umowy nie ma zastosowania ustawa o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych
- możliwość wypowiedzenia umowy w trybie natychmiastowym.

§ 3 Format reklamy i sposób jej przyjmowania

1. Zleceniodawca dostarczy Biuru materiał reklamowy w postaci elektronicznej, zgodnie z terminem oraz specyfikacją techniczną określoną w Umowie. Nieprzesłanie Biuru przez Zleceniodawcę w ww. terminie materiału reklamowego, zwalnia Biuro z obowiązku realizacji świadczenia na rzecz Zleceniodawcy. Biuro zaleca, aby Zleceniodawca niezależnie od przesłania Biuru materiału reklamowego w postaci gotowej do druku i zgodnej ze specyfikacją, dostarczył również wydruk próbny (cyfrowy lub analogowy). Biuro zastrzega sobie prawo do powszechnie przyjętej tolerancji odchyłań kolorystycznych pomiędzy materiałem reklamowym przesłanym Biuru w postaci elektronicznej i/lub dostarczonym wydrukiem próbnym, a materiałem wydrukowanym na Mapie.
2. Zleceniodawca oświadcza, że posiada majątkowe prawa autorskie do materiału reklamowego, prawo do wykorzystania wizerunku osób znajdującego się w materiale reklamowym, w zakresie koniecznym do realizacji Umowy o świadczenie usług reklamowych oraz że materiał ten nie jest obciążony jakimikolwiek wadami prawnymi. Z chwilą przekazania Biuru materiału reklamowego Zleceniodawca udziela Biuru bezpłatnej licencji na wykorzystanie materiału w zakresie określonym w Umowie o świadczenie usług reklamowych. W szczególności Zleceniodawca udziela Biuru licencji nieograniczonej czasowo i terytorialnie na korzystanie z materiału reklamowego na polach eksploatacji: utrwalanie lub zwielokrotnianie na nośniku lub techniką zgodnie z celem Umowy o świadczenie usług reklamowych, sporządzanie wersji obcojęzycznych, publiczne udostępnienie tak, aby każdy mógł mieć do niego dostęp.
3. Zleceniodawca zapewnia, że prezentacja dostarczonego przez niego materiału oraz jego treść jest zgodna z prawem i nie narusza praw lub dóbr osobistych osób trzecich. W uzasadnionych przypadkach Biuro ma prawo odmówić zamieszczenia reklamy.
4. Biuro jest uprawnione do odmowy przyjęcia zamówienia (nadeślanego przez Zleceniodawcę materiału reklamowego) w przypadku, gdy materiał ze względu na swoją treść lub formę narusza obowiązujące przepisy (prawa krajowego; konwencji międzynarodowych, których stroną jest Polska; dyrektyw Unii Europejskiej) nie nadaje się do publikacji. Ocena materiału dokonywana jest samodzielnie przez Biuro.
5. Zleceniodawca z chwilą podpisania umowy przyjmuje na siebie - zwalniając Biuro - wszelką odpowiedzialność materialną za ewentualne roszczenia kierowane do Biura oraz szkody wyrządzone komukolwiek publikacją informacji zleconej do druku, zarówno z tytułu praw autorskich do materiału użytego do publikacji jak i formy oraz treści publikowanej informacji. Powyższe wyłączenie odpowiedzialności nie dotyczy szkody wyrządzonej umyślnie lub przez niedbalstwo przez Biuro.
6. Biuro nie ponosi odpowiedzialności za jakość zamieszczonego materiału reklamowego Zleceniodawcy jeśli zostanie ona przygotowana według innych parametrów technicznych niż wskazane w specyfikacji technicznej. Biuro dostarczy Zleceniodawcy Mapę w formie pliku elektronicznego w celu akceptacji przez Zleceniodawcę. Zleceniodawca do 5 dni przesyła Biuru w formie elektronicznej akceptację otrzymanego pliku. Brak zwrotnej informacji Biuro uważana za milczącą akceptację.

§ 4 Rabaty

W ramach negocjacji określonych w § 2 ust. 2 Biuro może udzielić Zleceniobiorcy rabatu zgodnie z załącznikiem nr 1 do niniejszego Regulaminu. Na wysokość udzielonego rabatu mają wpływ: czy jest to pierwsza umowa czy kolejna z Biurem, sposób płatności (płatność z góry/z dołu) z zastrzeżeniem § 2 ust. 9 oraz udokumentowana współpraca ze Zleceniodawcą w innych obszarach i korzyści wizerunkowe dla Biura w związku ze współpracą ze Zleceniodawcą.

§ 5 Siła wyższa

1. Żadna ze stron nie może zostać pociągnięta do odpowiedzialności za szkodę, koszty lub wydatki powstałe w wyniku lub w związku z opóźnieniem, nienależytym wykonaniem lub niewykonaniem umowy o świadczenie usług reklamowych, jeżeli nastąpiło to w związku z zaistnieniem okoliczności siły wyższej.
2. Siła wyższa w rozumieniu umowy o świadczenie usług reklamowych oznacza wszelkie nieprzewidywalne sytuacje lub zdarzenia, o charakterze wyjątkowym, pozostające poza kontrolą stron, uniemożliwiające którejkolwiek z nich wypełnienie jakichkolwiek spośród jej zobowiązań przewidzianych niniejszą umową, niewynikające z błędu lub zaniedbania stron oraz pozostające nie do pokonania, pomimo dołożenia wszelkiej należytej staranności, a w szczególności: zdarzenia o charakterze katastrof przyrodniczych typu powódź, huragan, albo nadzwyczajnych i zewnętrznych wydarzeń, którym nie można było zapobiec (wojna, restrykcje stanu wojennego, powstanie, rewolucja, zamieszki, itp.). W rozumieniu niniejszej umowy siłą wyższą nie są w szczególności deficyt sprzętowy, kadrowy, materiałowy, spory pracownicze, strajki, trudności finansowe ani też kumulacja takich czynników.
3. Strona umowy stojąca w obliczu siły wyższej musi niezwłocznie poinformować drugą stronę umowy o zaistniałej sytuacji, naturze problemu, przewidywanym czasie trwania oraz przewidywanych konsekwencjach, jak również podjąć działania w celu zminimalizowania możliwych szkód.
4. Strona umowy powołująca się na okoliczność siły wyższej powinna udokumentować jej zaistnienie.

§6 Postanowienia końcowe

1. Regulamin jest dostępny w siedzibie Biura oraz na stronie internetowej Biura pod adresem <http://biurofestiwalowe.pl/wspolpraca.html>
2. Niniejszy regulamin wchodzi w życie w dniu 8.06.2020 r.
3. W sprawach nieuregulowanych niniejszym regulaminem zastosowanie mają przepisy prawa polskiego.
4. Wszelkie spory mogące wynikać z realizacji zamówień rozstrzygane będą przez sąd właściwy ze względu na siedzibę Biura.
5. Zawarcie Umowy o świadczenie usługi reklamowej (podpisanie umowy) oznacza pełną akceptację postanowień niniejszego Regulaminu przez Zleceniodawcę. Postanowienia Umowy o świadczenie usługi reklamowej sprzeczne z Regulaminem mają pierwszeństwo przez Regulaminem.

Załącznik nr 1
do Regulaminu sprzedaży reklam na mapie InfoKraków

CENNIK

miejsce, wymiary*: *pierwszy podany wymiar oznacza poziom	kwota netto	23%VAT	kwota brutto
OKŁADKA I (wykorzystanie motywu graficznego Zleceniodawcy, trójkąt w prawym dolnym rogu okładki)	10 000,00 zł	2 300,00 zł	12 300,00 zł
1 moduł reklamowy WEWNĄTRZ: 85x140 mm + 3 mm spad z każdej strony, pliki *.tiff, *.jpg, *.pdf.	24 000,00 zł	5 520,00 zł	29 520,00 zł
OKŁADKA IV: 85x140 mm + 3 mm spad z każdej strony, pliki *.tiff, *.jpg, *.pdf.	30 000,00 zł	6 900,00 zł	36 900,00 zł
LOGOTYP – zamieszczony na mapie, pliki *.tiff, *.jpg, *.pdf.	12 000,00 zł	2 760,00 zł	14 760,00 zł

ZASADY RABATOWANIA

opis	Maksymalna wysokość rabatu
Pierwsza umowa na mapę.	30%
Druga i kolejna umowa na mapę.	60%