



tri-table

Regulamin zlecenia emisji reklam

Regulamin Zlecenia Emisji Reklam

Niniejszy Regulamin określa zasady Zlecenia Emisji Reklam w Sieci Reklamowej Tri-table. Reklamodawca akceptując postanowienia niniejszego Regulaminu wyraża zgodę na współpracę z Siecią Reklamową Tri-table na zasadach w nim określonych.

Spis treści

§ 1 PODSTAWOWE POJĘCIA ZAWARTE W REGULAMINIE	3
§ 2 POSTANOWIENIA OGÓLNE	3
§ 3 REZERWACJA POWIERZCHNI	4
§ 4 ZLECENIE EMISJI REKLAMY I WARUNKI PŁATNOŚCI	4
§ 5 REALIZACJA ZLECENIA	6
§ 6 MODYFIKACJA ZLECENIA EMISJI REKLAM	7
§ 7 WARUNKI EMISJI REKLAM	7
§ 8 SIŁA WYŻSZA	9
§ 9 WŁAŚCIWOŚCI PRAWA I SĄDU	9
§ 10 POSTANOWIENIA KOŃCOWE	9

§ 1 PODSTAWOWE POJĘCIA ZAWARTE W REGULAMINIE

Sieć Reklamowa Tri-table – zbiór witryn należących do Zleceniobiorcy lub podmiotów trzecich współpracujących ze Zleceniobiorcą na podstawie odrębnych umów, których powierzchnią reklamową Zleceniobiorca dysponuje.

Zleceniobiorca – Tri-table Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy Al. Księcia Józefa Poniatowskiego 1, 03-901 Warszawa, używająca nazwy handlowej Tri-table.

Zleceniodawca – każda osoba fizyczna lub prawna, a także jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną zlecająca lub rezerwująca emisję reklamy w internetowej sieci reklamowej Tri-table.

Reklama – każdy przekaz mający na celu promocję sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług, popieranie określonych spraw i idei bądź osiągnięcie innego efektu pożądanego przez Zleceniodawcę.

Rezerwacja – wpis w systemie rezerwacji określający zajętość powierzchni reklamowych dla konkretnego klienta, na potrzeby określonej Kampanii.

Kampania – przeprowadzana w Sieci Reklamowej Tri-table emisja jednej albo więcej Reklam zgodnie z ustalonymi przez Zleceniobiorcę oraz Zleceniodawcę kryteriami, takimi jak w szczególności terminy emisji, miejsca emisji, liczby emisji, kryteriów targetowania, emitowana zgodnie z Regulaminem, Zleceniem Emisji Reklam oraz innymi obowiązującymi zasadami dotyczącymi w szczególności treści Reklam oraz ich emisji.

Zlecenie Emisji Reklam – każda umowa zawarta pomiędzy Zleceniobiorcą a Zleceniodawcą, której przedmiotem jest emisja reklamy w internetowej sieci reklamowej Tri-table. Potwierdzenie przyjęcia Zlecenia Emisji Reklam oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z uzgodnionych oświadczeń stron oraz niniejszego Regulaminu.

Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam – wyłącznie zmiana ustalonych terminów, miejsc emisji Reklam, liczby emisji Reklam, kryteriów targetowania reklamy dokonana po rozpoczęciu emisji Reklam, niepowodująca zmniejszenia wartości Zlecenia Emisji Reklam.

Specyfikacja techniczna – dokument zawierający parametry techniczne jakie powinny spełniać materiały reklamowe przed emisją Kampanii w sieci Tri-table. Plik w formacie xls. zawiera podstawowe informacje takie jak: nazwa formatu reklamowego, dopuszczalna maksymalna waga, rozmiar wraz z opisem.

Dni robocze – dni tygodnia od poniedziałku do piątku, z wyłączeniem dni ustawowo wolnych od pracy.

§ 2 POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Sprzedaż Reklam przez Zleceniobiorcę odbywa się według następujących kryteriów:
 - produktów niestandardowych wycenianych indywidualnie (m.in. konkursy, profile sponsorowane, dedykowane grupy tematyczne);
 - czasu trwania emisji Reklam (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee;
 - liczby emisji (odstón) – CPM;
 - liczby widocznych emisji (odstón) - vCPM;
 - liczby kliknięć przez użytkownika w Reklamę – CPC;
 - liczby wyświetleń - CPV;
 - liczby działań wykonanych przez użytkowników na stronie Zleceniodawcy lub innego podmiotu, na rzecz którego dokonywana jest emisja Reklam (będących następstwem obejrzenia lub kliknięcia w Reklamę) - CPL;
 - modeli hybrydowych - połączenie kilku modeli sprzedaży, np. liczby emisji (CPM) z liczbą kliknięć przez użytkownika w Reklamę (CPC).

2. Do rozliczenia reklamy stosuje się następujące jednostki rozliczeniowe:
 - 1 produkt (np.: profil sponsorowany, grupa tematyczna);
 - dzień, tydzień, miesiąc emisji;
 - 1000 odstępów;
 - 1000 widocznych odstępów;
 - jedno kliknięcie;
 - jedno wyświetlenie;
 - jedno działanie.

§ 3 REZERWACJA POWIERZCHNI

1. Rezerwacja dokonywana jest na życzenie Zleceniodawcy.
2. Rezerwacja ma zastosowanie w przypadku sprzedaży produktów niestandardowych oraz według wycenianych wg kryterium czasu trwania emisji Reklam (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee.
3. Rezerwacja dokonywana jest dla konkretnego Zleceniodawcy i na potrzeby określonej Kampanii.
4. Ważność Rezerwacji wynosi 45 dni. Przedłużenie ważności Rezerwacji musi być potwierdzone Zleceniem Emisji Reklamy.
5. Rezerwacje dokonywane są na terminy nie dłuższe niż cztery miesiące od czasu dokonania Rezerwacji.
6. Dokonanie Rezerwacji jest potwierdzone przez Zleceniodawcę w postaci Zlecenia Emisji Reklam zgodnego z § 4 Regulaminu na 3 dni przed datą uruchomienia emisji Reklamy.

§ 4 ZLECENIE EMISJI REKLAMY I WARUNKI PŁATNOŚCI

1. Zlecenia Emisji Reklam dokonuje się:
 - w formie skanu przesyłanego przez Zleceniodawcę do Zleceniobiorcy na odpowiednim formularzu przygotowanym przez Zleceniobiorcę, a podpisanym przez Zleceniodawcę;
 - lub
 - w formie dokumentu podpisywanego online przez Zleceniodawcę podpisem elektronicznym na odpowiednim formularzu przygotowanym przez Zleceniobiorcę.
 - lub
 - w formie wiadomości przesłanej drogą mailową przez upoważnioną osobę reprezentującą Zleceniodawcę.
2. Zleceniodawca może używać swoich wzorów formularzy do poinformowania Zleceniobiorcy o chęci zakupu emisji Reklam. W takim przypadku Zleceniobiorca – po otrzymaniu formularza od Zleceniodawcy – przygotowuje swój dokument i przesyła do akceptacji Zleceniodawcy.
3. Zlecenie Emisji Reklam oraz potwierdzenie jego przyjęcia dokonywane są w formie dokumentowej.
4. Zlecenie Emisji Reklam musi zawierać:
 - listę zamawianych powierzchni reklamowych (serwisów) oraz form reklamowych (np. double billboard, rectangle), jednostkę rozliczeniową (odstępów, czas, kliknięcia, działania);
 - wartość jednostki rozliczeniowej;
 - ewentualne rabaty;
 - wartości po udzielonych rabatach;
 - czas trwania emisji Reklam;
 - ewentualne dodatkowe założenia dotyczące emisji Reklam (targetowanie, capping, widoczność itp.);

- nazwę Kampanii;
 - dane identyfikujące klienta Zleceniodawcy, w którego imieniu jest zamawiana emisja reklam (jeżeli ma to miejsce);
 - dane identyfikujące Zleceniodawcę: imię i nazwisko osoby zlecającej, dane firmy: adres, telefon, NIP;
 - dane Zleceniobiorcy: imię i nazwisko osoby przyjmującej zlecenie, adres, telefon, NIP;
 - podpis i pieczęć Zleceniodawcy.
5. Udzielając Zlecenia Emisji Reklam, przygotowanego przez Zleceniobiorcę, Zleceniodawca oświadcza, że:
- posiada odpowiednie umocowanie do składania zamówienia oraz podpisania Zlecenia Emisji Reklam;
 - jest uprawniony do posługiwania się - użytymi w zleconych do emisji materiałach reklamowych - informacjami, danymi, fragmentami utworów, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorami zdobniczymi albo innymi elementami stanowiącymi przedmiot ochrony prawnej na podstawie prawa autorskiego i praw pokrewnych, prawa własności przemysłowej, prawa do znaków towarowych lub wzorów zdobniczych, prawa do tajemnicy przedsiębiorstwa lub innych praw wymaganych w prowadzeniu kampanii;
 - zlecana emisja Reklam jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa i nie narusza praw autorskich oraz innych praw osób trzecich, w tym w szczególności zasad dotyczących emisji Reklam panujących u wydawców oraz podmiotów zarządzających powierzchniami reklamowymi, jak również innych podmiotów, takich jak dostawcy oprogramowania i technologii umożliwiających emisję Reklam zlecana emisja Reklam jest zgodna z obowiązującymi przepisami prawa, a Tri-table i witryny należące do sieci Tri-table nie ponoszą odpowiedzialności prawnej wynikającej ze złamania przepisów prawa przez Zleceniobiorcę;
 - akceptuje warunki niniejszego Regulaminu;
 - upoważnia Zleceniobiorcę do wystawienia faktur VAT bez podpisu odbiorcy w formie elektronicznej w formacie .pdf i jej wysyłkę na adres e-mail wskazany przez Zleceniodawcę.
6. Minimalna wartość Zlecenia Emisji Reklam wynosi 2 000 zł netto.
7. Złożenie Zlecenia Emisji Reklam zgodnie z niniejszym paragrafem Regulaminu oraz potwierdzenie jego przyjęcia przez Zleceniobiorcę jest jednoznaczne z zawarciem umowy o jego realizację.
8. Emisja Reklam może zostać odwołana przez Zleceniodawcę w całości lub części, jednak może wiązać się to z karami umownymi wskazanymi w ust. 10 poniżej.
9. Anulowanie Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniodawcę nie później niż 7 dni roboczych przed datą pierwszej emisji nie rodzi zobowiązań finansowych wobec Zleceniobiorcy.
10. W przypadku anulowania Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniodawcę później niż 7 dni roboczych przed datą pierwszej emisji Reklam Zleceniodawca zapłaci Zleceniobiorcy:
- karę umowną w wysokości 25% wartości netto Zlecenia Emisji Reklam – w przypadku anulowania później niż na 7 dni roboczych przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji Reklam, ale wcześniej niż na 3 dni robocze przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji;
 - karę umowną w wysokości 50% wartości netto Zlecenia Emisji Reklam – w przypadku anulowania później niż na 3 dni robocze przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji Reklam;
 - karę umowną w wysokości 75% wartości netto Zlecenia Emisji Reklam – w przypadku anulowania później niż po ustalonym terminie rozpoczęcia emisji Reklam
11. Kary umowne wskazane w niniejszym Regulaminie będą płatne przez Zleceniodawcę na pierwsze wezwanie Zleceniobiorcy, w terminie 7 dni od dnia otrzymania wezwania. Kara umowna nie będzie podlegać potrąceniu ani zatrzymaniu, a w przypadku, w którym wysokość poniesionej przez Zleceniobiorcę szkody przekroczy wysokość naliczonej kary umownej, Zleceniobiorca będzie uprawniony do dochodzenia odszkodowania przewyższającego wysokość naliczonej kary umownej na zasadach ogólnych.

12. W przypadku anulowania Zlecenia Emisji Reklam w ramach sprzedaży według kryterium czasu trwania emisji (dzień, tydzień, miesiąc) - Flat Fee, Zleceniodawca zapłaci Zleceniobiorcy karę umowną w wysokości 100% wartości brutto należnej za emisję Reklam.
13. Rezygnacja z całości lub części Zlecenia Emisji Reklam musi mieć formę przewidzianą dla Zlecenia Emisji Reklam pod rygorem nieważności.
14. Faktura VAT za zrealizowaną emisję reklam zostanie wystawiona przez Zleceniobiorcę zgodnie z art. 6 ust. 1 Ustawy z dnia 15 lutego 1993 r. o podatku od towarów i usług. Podstawa wystawienia faktury VAT jest podpisane przez Zleceniobiorcę Zlecenie Emisji Reklam. W przypadku emisji Reklam trwających dłużej niż miesiąc zostaną wystawione faktury częściowe obejmujące każdy miesiąc kalendarzowy trwania Kampanii, chyba że ustalenia między Zleceniodawcą, a Zleceniobiorcą stanowią inaczej.
15. Faktura VAT dostarczana jest Zleceniobiorcy za pośrednictwem poczty elektronicznej.
16. Płatność za fakturę VAT powinna zostać dokonana w terminie określonym w ustalonym między stronami terminie.
17. W przypadku niezapłacenia faktury w terminie podanym w Zleceniu Emisji Reklam Zleceniobiorca będzie naliczał odsetki ustawowe za opóźnienie.
18. Niezapłacenie w terminie faktury VAT jest podstawą odstąpienia Zleceniobiorcy od realizacji innych Zleceń Emisji Reklam Zleceniodawcy, przy czym nie rodzi to obowiązków odszkodowawczych dla Zleceniobiorcy z tytułu niezrealizowania Zleceń Emisji Reklam, ani obowiązku zwrotu należności za niezrealizowaną część zamówienia.
19. Sieć reklamowa Tri-table zastrzega sobie prawo do możliwości:
 - dochodzenia zapłaty za nieopłaconą przez Zleceniobiorcę Fakturę VAT, wystawioną za zrealizowaną przez Zleceniobiorcę Kampanię. Dochodzenie zapłaty możliwe jest na drodze windykacji, której kosztami zostanie obciążony Zleceniodawca.
 - realizacji kampanii w oparciu o model przedpłaty (na podstawie wystawionej przez Zleceniobiorcę faktury proforma). Realizacja Kampanii jest możliwa wyłącznie po wcześniejszym wpłynięciu należności na konto Zleceniobiorcy.

§ 5 REALIZACJA ZLECENIA

1. Realizacja zlecenia może zostać rozpoczęta, gdy:
 - Zleceniodawca prześle Zlecenie Emisji Reklam zawierające elementy wymienione w § 4.4.;
 - Zleceniobiorca potwierdzi prawidłowe zliczanie się statystyk w systemie na podstawie którego Zlecenie Emisji Reklam będzie rozliczane.
2. W trakcie realizacji Zlecenia Emisji Reklam i po jej zakończeniu na życzenie Zleceniodawcy udostępniane są statystyki emisji Reklam. Link ze statystykami zostanie przesłany na żądanie Zleceniodawcy przez Zleceniobiorcę e-mailem w ciągu jednego dnia roboczego od otrzymania żądania.
3. Podstawą oceny poziomu realizacji Zlecenia Emisji Reklam są dane pochodzące z adserwera Zleceniobiorcy.
4. Za zgodą Zleceniobiorcy istnieje możliwość oceny poziomu realizacji Zlecenia Emisji Reklam, na podstawie danych z systemu Zleceniodawcy. Adres strony WWW ze statystykami, login i hasło zostaną przesłane Zleceniobiorcy przez Zleceniodawcę e-mailem najpóźniej w ostatni dzień roboczy poprzedzający planowaną datę rozpoczęcia emisji Reklam.

5. Jeżeli z winy Zleceniobiorcy emisja Reklam nie zostanie zrealizowana lub zostanie zrealizowana niewłaściwie, Zleceniobiorca zobowiązuje się do powtórnej emisji Reklam w niezrealizowanej części w terminie ustalonym ze Zleceniodawcą.
6. W przypadku braku możliwości emisji Reklam z powodu okoliczności, za które odpowiedzialność ponosi Zleceniodawca, Zleceniobiorcy należyne jest pełne wynagrodzenie z tytułu emisji tak, jakby została zrealizowana zgodnie z postanowieniami Zlecenia Emisji Reklam oraz Regulaminu.
7. Jeżeli z przyczyn obiektywnych emisja Reklam nie została w pełni zrealizowana w zamówionym terminie:
 - czas jej realizacji zostanie odpowiednio wydłużony;
 - Zleceniodawca może wykorzystać pozostałą liczbę emisji w kolejnym zamówieniu;
 - Kampania jest refakturowana (dokonuje się korekty Zlecenia Emisji Reklam oraz faktury VAT, jeśli została już wystawiona).

§ 6 MODYFIKACJA ZLECENIA EMISJI REKLAM

1. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam wymaga formy przewidzianej dla Zlecenia Emisji Reklam pod rygorem nieważności, to jest akceptacji zmiany warunków umowy przez Zleceniobiorcę.
2. Modyfikacja Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniobiorcę jest dokonywana w czasie nie dłuższym niż 1 dzień roboczy od momentu ustalenia warunków Modyfikacji Zlecenia Emisji Reklam zgodnie z ust. 1 powyżej.
3. W przypadku wystąpienia wątpliwości i niejasności co do zakresu i rodzaju Modyfikacji Zlecenia Emisji Reklam, Zleceniobiorca ma prawo do realizacji zamówienia w pierwotnej formie.

§ 7 WARUNKI EMISJI REKLAM

1. Zleceniobiorca dysponuje szczegółowymi Specyfikacjami technicznymi oferowanych form Reklamy i udostępnia je na życzenie Zleceniodawcy.
2. Warunkiem akceptacji Zlecenia Emisji Reklam przez Zleceniobiorcę jest dostarczenie przez Zleceniodawcę kreacji zgodnej ze Specyfikacją techniczną.
3. Wszystkie gotowe, wykonane zgodnie ze Specyfikacją techniczną, materiały reklamowe konieczne do rozpoczęcia emisji reklam muszą być dostarczone na 3 dni roboczych przed rozpoczęciem ich emisji. Materiały muszą być przesłane e-mailem na adres przedstawiciela Zleceniobiorcy obsługującego Zleceniodawcę.
4. Zleceniobiorca jest zobowiązany sprawdzić poprawność otrzymanych materiałów w czasie nie dłuższym niż 1 dzień roboczy od chwili ich otrzymania oraz poinformować Zleceniodawcę o ewentualnych błędach zawartych w materiałach reklamowych lub ich poprawności. Weryfikacja dokonywana przez Zleceniobiorcę nie obejmuje oceny materiałów pod kątem zgodności z regulacjami wskazanymi w § 4.5 Regulaminu.
5. Niedostarczenie w terminie poprawnie wykonanych materiałów reklamowych jest jednoznaczne z akceptacją przez Zleceniodawcę faktu, iż rozpoczęcie emisji Reklam może zostać opóźnione w stosunku do terminów zawartych w Zleceniu Emisji Reklam. Zleceniobiorca dąży wszelkich starań, aby emisja Reklam odbyła się Zgodnie z terminami zawartymi w Zleceniu Emisji Reklam.
6. Jeśli w wyniku niedostarczenia materiałów przez Zleceniodawcę termin rozpoczęcia emisji reklam zostanie - za zgodą Zleceniobiorcy - przesunięty, nie rodzi to dla Zleceniobiorcy obowiązków odszkodowawczych z tytułu niezrealizowania emisji Reklam ani obowiązku zwrotu należności za niezrealizowaną z tego powodu część emisji Reklam.

7. Wszystkie materiały reklamowe konieczne do przygotowania kreacji reklamowej, tworzonej w całości przez Zleceniobiorcę, muszą być dostarczone na 5 dni roboczych przed rozpoczęciem ich emisji. Materiały muszą być przesłane e-mailem na adres przedstawiciela Zleceniobiorcy obsługującego Zleceniodawcę.
8. Kreacja reklamowa przygotowywana jest przez Zleceniobiorcę na bazie ustaleń między stronami, w oparciu o materiały i wytyczne dostarczone przez Zleceniodawcę.
9. Zleceniodawcy przysługuje prawo do wprowadzenia maksymalnie dwóch poprawek (zmian) do stworzonej, gotowej kreacji reklamowej. Wprowadzenie większej ilości poprawek (zmian) może wiązać się z dodatkowymi kosztami.
10. W przypadku kampanii realizowanych w modelu CPV oraz vCPM Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo wstrzymania emisji lub jej odmowy, jeżeli w jego ocenie treść Reklamy uniemożliwia prawidłową realizację Zlecenia.
11. Jeżeli Zleceniodawca zdecyduje się na wymianę materiałów reklamowych po rozpoczęciu emisji Reklam, Zleceniobiorca zobowiązuje się dokonać wymiany w terminie nie dłuższym niż 2 dni robocze od chwili otrzymania poprawnie wykonanych materiałów reklamowych. Akceptacja zmienionych materiałów odbywać się będzie na podstawie postanowień niniejszego paragrafu.
12. Niedotrzymanie terminu dostarczenia Zlecenia Emisji Reklam lub Materiałów reklamowych przez Zleceniodawcę zwalniają Zleceniobiorcę z obowiązku realizacji Zlecenia Emisji Reklam oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.
13. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy lub wstrzymania emisji Reklam bez podania przyczyny, jeżeli zachodzi uzasadnione podejrzenie, że ich treść lub treść strony docelowej jest sprzeczna z prawem lub zasadami współżycia społecznego bądź narusza prawa osób trzecich. Zleceniobiorca zastrzega sobie prawo do odmowy lub do wstrzymania emisji Reklam również wtedy, gdy treść lub forma Reklam jest sprzeczna z linią programową witryn wchodzących w skład internetowej sieci reklamowej Tri-table lub z interesem Zleceniobiorcy. W takim wypadku Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za niedotrzymanie terminów oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.
14. Jeśli na skutek emisji Reklam dostarczonych przez Zleceniodawcę, Zleceniobiorca poniesie szkodę, Zleceniobiorca ma prawo do dochodzenia odszkodowań od Zleceniodawcy na zasadach ogólnych.
15. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za treść i kształt banerów reklamowych oraz innych form Reklamy dostarczonych przez Zleceniodawcę i widocznych w sieci Internet na witrynach internetowej sieci reklamowej Tri-table, a w szczególności treści niezgodnych z polskim prawem lub naruszających prawnie chroniony interes osób trzecich.
16. W przypadku wstrzymania Emisji Reklam przez podmiot trzeci z uwagi na naruszenie przez Zleceniobiorcę przepisów prawa, regulaminów wydawców lub innych zasad Zleceniodawca zobowiązany będzie do zapłaty na rzecz Zleceniobiorcy kary umownej w wysokości 50 % wynagrodzenia Zleceniobiorcy za emisję Reklam zgodnie ze Zleceniem Emisji Reklam, za każdy dzień wstrzymania Emisji Reklam. Całkowita wysokość kary umownej naliczonej na podstawie poprzedzającego zdania nie może przekroczyć 50% wynagrodzenia należnego Zleceniobiorcy. W takim przypadku Zleceniobiorca może odstąpić od realizacji Zlecenia Emisji Reklam.
17. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności:
 - za wykonywanie wszelkich zobowiązań w szczególności wynikających z ofert zawartych w treści banerów reklamowych oraz innych form Reklamy dostarczonych przez Zleceniodawcę i widocznych w sieci Internet, w ramach witryn internetowej sieci reklamowej Tri-table, skierowanych do osób trzecich;
 - za zaspokojenie wszelkich roszczeń z tytułu naruszenia praw autorskich do materiałów tworzących banery reklamowe oraz inne formy Reklamy dostarczone przez Zleceniodawcę w szczególności takie jak: zdjęcia, informacje, materiały tekstowe.

§ 8 SIŁA WYŻSZA

1. Zleceniobiorca nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązań wynikających z umowy Zlecenia Emisji Reklam, jeśli jest ono następstwem zdarzeń pozostających poza jego kontrolą, w tym w szczególności (choć nie wyłącznie): wybuchu lub groźby wybuchu wojny; aktów, decyzji lub weta instytucji rządowych, umów rządowych lub międzynarodowych, strajków lub innych działań protestacyjnych, powodzi, pożarów, eksplozji, pandemii, awarii sieci Internet lub jej części, sieci energetycznej, awarii komputerowych systemów nadzoru i dystrybucji lub innych przejawów działań siły wyższej.
2. W przypadku wyżej wymienionych zdarzeń Zleceniobiorca zobowiązuje się niezwłocznie zawiadomić o nim Zleceniodawcę i zaproponować, jeśli będzie to możliwe, inne dogodne dla niego terminy emisji Reklam.

§ 9 WŁAŚCIWOŚCI PRAWA I SĄDU

1. Wszystkie umowy Zlecenia Emisji Reklam, do których ma zastosowanie Niniejszy Regulamin, podlegają prawu polskiemu.
2. Strony ustalają, że wszelkie spory wynikające z umowy zawartej na podstawie niniejszego Regulaminu będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Zleceniobiorcy.

§ 10 POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Regulamin wchodzi w życie z dniem 07.01.2026 r.
2. Niniejszy Regulamin dostępny jest na stronie internetowej: www.tri-table.com
3. Regulamin może zostać zmieniony, poprzez zamieszczenie na powyższej stronie nowego Regulaminu oraz informacji o terminie, od którego ten nowy Regulamin będzie obowiązywać, jak też powiadomienie Zleceniodawcy o zamiarze zmiany niniejszego Regulaminu wraz z przestaniem Zleceniodawcy linka do tej strony. Powiadomienie to nie wymaga formy pisemnej. Powyższy termin nie może wypadać wcześniej niż piętnaście dni po doręczeniu Zleceniodawcy tego powiadomienia. Jeżeli Zleceniodawca nie wypowie Zlecenia Emisji Reklam w terminie czternastu dni od doręczenia mu tego powiadomienia, uważa się, że Zleceniodawca i Zleceniobiorca przyjęli nowy Regulamin. Niezależnie od powyższego, nowy Regulamin stosuje się także do Zleceń Emisji Reklam złożonych po jego zamieszczeniu na wymienionej stronie i od terminu, w którym zaczyna on obowiązywać.
4. We wszelkich sprawach nie uregulowanych w niniejszym Regulaminie mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego.