

# LED – ZASADY WSPÓŁPRACY

DOTYCZĄCE REALIZACJI KAMPANII REKLAMOWYCH NA POWIERZCHNIACH REKLAMOWYCH LED PRZEZ JET LINE SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ SPÓŁKA KOMANDYTOWA.

## § 1 DEFINICJE

Ilekcioć w niniejszych Zasadach Współpracy, Umowie na Realizację Kampanii Reklamowej bądź Zamówieniu na produkcję Spotów Reklamowych zawarte są poniższe określenia, należy je interpretować w następujący sposób:

1. Zasady Współpracy – niniejsze zasady współpracy, dotyczące prowadzenia Kampanii Reklamowych na Powierzchniach Reklamowych LED przez Jet Line Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa;
2. Jet Line - Jet Line Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka komandytowa z siedzibą w Warszawie, ul. Broniewskiego 3, 01-785 Warszawa, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców, prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla Miasta Stołecznego Warszawy, Wydział XII Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem 0000303458, będąca płatnikiem VAT o numerze NIP 526 22 37 705, reprezentowana przez Komplementariusza Jet Line Sp. z o.o.;
3. Klient – osoba fizyczna, osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna, nie posiadająca osobowości prawnej zlecająca Jet Line przeprowadzenie Kampanii Reklamowej na Powierzchniach Reklamowych LED;
4. Strony – łącznie Klient i Jet Line;
5. Kampania Reklamowa – zbiór czynności polegających na przygotowaniu oraz emisji w określonym czasie Spotów Reklamowych na Powierzchniach Reklamowych LED;
6. Powierzchnie Reklamowe LED (zwane również Powierzchniami Reklamowymi) – tablice reklamowe zainstalowane na konstrukcjach reklamowych, do których Jet Line posiada prawa, pozwalające na dysponowanie nimi bez jakichkolwiek ograniczeń, mogących mieć wpływ na prawidłowe wykonanie Umowy;
7. Spot Reklamowy (zwany również Spotem) – materiał reklamowy wykonany w technice cyfrowej, przeznaczony do emisji na Powierzchni Reklamowej i przygotowany wg parametrów określonych w § 18;
8. Emisja Spotu Reklamowego (zwana również Emisją lub Emisją Spotu) – wyświetlanie na Powierzchni Reklamowej Spotu Reklamowego;
9. Długość Spotu – liczba sekund, w których trwa emisja Spotu;
10. Liczba Emisji – liczba emisji Spotów w danym okresie: godzinie, dobie, Okresie Kampanii Reklamowej;
11. Częstotliwość Spotu – czas pomiędzy początkiem danego Spotu, a początkiem kolejnej emisji tego samego Spotu;
12. Godziny Pracy Powierzchni Reklamowych – godziny w ciągu doby, w których istnieje możliwość emisji Spotów. Godziny Pracy na poszczególnych Powierzchniach Reklamowych są określone w załączniku do Umowy;
13. Materiały do produkcji Spotów Reklamowych (zwane również Materiałami) – zbiór wytycznych oraz plików graficznych pozwalających na produkcję Spotu Reklamowego wg parametrów określonych w § 18;
14. Umowa na Realizację Kampanii Reklamowej (zwana również Umową) – odpowiedni wzór umowy wraz z załącznikami i aneksami;
15. Okres Kampanii Reklamowej (zwany również Okresem Kampanii) – czas określony w Umowie na przeprowadzenie Kampanii Reklamowej, w którym emitowane są Spoty Reklamowe;
16. Platforma MyLED – oprogramowanie pozwalające na przeprowadzenie Kampanii Reklamowej na Powierzchniach Reklamowych;
17. Wartość Spotu Reklamowego – wartość Kampanii Reklamowej wyrażona kwotą w złotych polskich, podzielona przez liczbę Spotów, które mają być emitowane podczas Kampanii Reklamowej;
18. Dzień Roboczy – każdy dzień od poniedziałku do piątku, za wyjątkiem dni ustawowo wolnych od pracy oraz 2 maja, 24 grudnia i 31 grudnia każdego roku;

19. Siła Wyższa – wydarzenia takie jak: zdarzenia losowe znajdujące się poza wolą Stron, wypadki i utrudnienia komunikacyjne, wojna czy działania wojenne, mobilizacja lub ogólny stan gotowości wojskowej, działania przyrody (a w szczególności powódź, intensywne opady atmosferyczne, zamiecie śnieżne, gołoledź, temperatura poniżej  $-20^{\circ}\text{C}$  oraz powyżej  $+40^{\circ}\text{C}$ ), decyzje administracyjne nakazujące demontaż konstrukcji nośnych lub zaprzestania emisji Spotów Reklamowych, zamieszki, sabotaż, strajk lub spór pracowniczy bądź inne okoliczności o podobnie wyjątkowym charakterze, pod warunkiem że zdarzenie takie niezależne jest od żadnej ze Stron, jej podwykonawców i dostawców.

## § 2 POSTANOWIENIA OGÓLNE

Emisja Spotów Reklamowych odbywa się za pośrednictwem Platformy MyLED, zgodnie z Umową na Przeprowadzenie Kampanii Reklamowej, Zasadami Współpracy oraz obowiązującymi przepisami prawa.

## § 3 OKRES KAMPANII REKLAMOWEJ

1. Jet Line gwarantuje, iż na wszystkich Powierzchniach Reklamowych, emisja Spotów Reklamowych rozpocznie się pierwszego dnia Okresu Kampanii, za wyjątkiem sytuacji określonych w § 4, § 11.
2. W przypadku, gdy Klient nie dostarczy Jet Line Spotów Reklamowych w terminie określonym w § 4 ust. 1 oraz w przypadku opóźnienia spowodowanego sytuacją określoną w § 4 ust. 2 niniejszych Zasad Współpracy, Okres Kampanii nie ulega wydłużeniu, zaś Klient jest zobowiązany do zapłaty za kampanię w pełnej wysokości.

## § 4 DOSTARCZENIE SPOTÓW REKLAMOWYCH PRZEZ KLIENTA

1. Po podpisaniu Umowy, Klient jest zobowiązany do dostarczenia Jet Line wszystkich Spotów Reklamowych, przygotowanych zgodnie z warunkami określonymi w § 18 niniejszych Zasad Współpracy, najpóźniej 3 Dni Robocze przed rozpoczęciem Okresu Kampanii. Spoty Reklamowe zostaną dostarczone w formie elektronicznej na adres określony w Umowie.
2. Jeżeli Spoty Reklamowe nie będą spełniały warunków określonych w niniejszych Zasadach Współpracy, Jet Line w terminie 2 Dni Roboczych od daty otrzymania Spotu/Spotów powiadomi o tym fakcie Klienta. Strony traktować będą zaistniałą sytuację jako niedostarczenie Spotów Reklamowych, zaś Jet Line nie będzie zobowiązany do ich emisji. Emisja rozpocznie się najpóźniej w terminie 3 Dni Roboczych po dostarczeniu Spotów Reklamowych, spełniających warunki określone w § 18 niniejszych Zasad Współpracy, jednak nie wcześniej niż w pierwszym dniu Okresu Kampanii.
3. W przypadku, gdy obowiązek produkcji Spotów Reklamowych spoczywa na Kliencie, bierze on na siebie całkowity obowiązek dochodzenia od producenta roszczeń, związanych z nienależnym wykonaniem tych Spotów Reklamowych.

## § 5 WYNAGRODZENIE ZA PRZEPROWADZENIE KAMPANII REKLAMOWEJ

1. Wynagrodzenie za przeprowadzenie Kampanii Reklamowej za poszczególne jednostki czasu Kampanii, określone jest w Umowie.
2. Poza wynagrodzeniem określonym w Umowie Jet Line nie przysługuje żaden dodatkowy zwrot kosztów lub wydatków, za wyjątkiem sytuacji określonych w niniejszych Zasadach Współpracy.

3. Kwota wynagrodzenia podana w Umowie jest kwotą netto, do której zostanie doliczony podatek VAT w wysokości określonej stosownymi przepisami prawa.
4. Wynagrodzenie będzie płacone na rachunek bankowy Jet Line, określony na fakturze VAT w terminie 21 dni od daty otrzymania przez Klienta faktury VAT.
5. Faktury będą wystawiane za nie dłuższe niż miesięczne części Okresu Kampanii, w pierwszym Dniu Roboczym każdego miesiąca zawierającego się w Okresie Kampanii Reklamowej. Jeżeli Okres Kampanii nie rozpoczyna się wraz z początkiem miesiąca, pierwsza faktura będzie wystawiona w pierwszym Dniu Roboczym po rozpoczęciu Okresu Kampanii.
6. W przypadku opóźnienia w zapłacie, Klient będzie zobowiązany do zapłaty odsetek w ustawowej wysokości.
7. Klient zobowiązuje się do podpisywania otrzymanych faktur i zwrotu podpisanej kopii na adres korespondencyjny Jet Line, określony w Umowie.
8. Wynagrodzenie ustalone w powyższy sposób nie ulegnie zmianie przez czas trwania Umowy, z uwzględnieniem postanowień określonych w § 6 pkt. f, § 10 ust. 3, § 11 ust. 3 Zasad Współpracy.

## § 6 OBOWIĄZKI JET LINE

W ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 5 niniejszych Zasad Współpracy oraz w Umowie, Jet Line zobowiązuje się do:

- a. emisji Spotów Reklamowych na Powierzchniach Reklamowych;
- b. przeformatowania dostarczonych przez Klienta Spotów Reklamowych do formatów i parametrów Powierzchni Reklamowych, które są wykorzystywane w Kampanii;
- c. informowania Klienta o ewentualnych usterkach w emisji Spotów Reklamowych;
- d. przekazania Klientowi, w ciągu 2 Dni Roboczych od daty rozpoczęcia Kampanii, informacji o jej rozpoczęciu na poszczególnych Powierzchniach Reklamowych oraz przekazania Klientowi w ciągu 2 Dni Roboczych od daty zakończenia Kampanii, informacji o jej zakończeniu na poszczególnych Powierzchniach Reklamowych wraz ze statystykami kampanii w standardzie Platformy MyLED;
- e. przekazania Klientowi, w ciągu 10 Dni Roboczych od daty rozpoczęcia Emisji na wszystkich Powierzchniach Reklamowych, raportu zdjęciowego z przeprowadzanej Kampanii – raport będzie zawierał po jednym zdjęciu Powierzchni Reklamowej z wyświetlanym Spotem Reklamowym;
- f. w przypadku niedotrzymania – z winy Jet Line – terminu emisji Spotów Reklamowych (i braku zgody Klienta na Emisję Spotów w innym terminie), wynagrodzenie należne Jet Line, ulega obniżeniu o wartość każdego niewyemitowanego Spotu. Niniejsze obniżenie wynagrodzenia w pełni zaspokaja roszczenia Klienta.

## § 7 OBOWIĄZKI KLIENTA

Klient zobowiązuje się do:

- a. dostarczenia Jet Line Spotów Reklamowych, wykonanych wg parametrów określonych w § 18 Zasad Współpracy w terminie określonym w § 4 ust. 1;
- b. terminowego dokonywania płatności zgodnie z Zasadami Współpracy oraz Umową.

## § 8 PRAWA DO ZNAKÓW

Zasady Współpracy, Umowa oraz jej wykonanie nie narusza i nie przenosi praw jakiejkolwiek ze Stron lub osób trzecich do znaków towarowych, sloganów i nazw handlowych, praw autorskich, które istnieją bądź mogą zaistnieć w przyszłości na Powierzchni Reklamowej.

## § 9 ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA TREŚĆ SPOTÓW REKLAMOWYCH

1. Klient samodzielnie odpowiada za treść Spotów Reklamowych, eksponowanych na Powierzchniach Reklamowych na podstawie Zasad Współpracy oraz Umowy.
2. Klient zobowiązuje się uzyskać od osób trzecich, których dobra zostały wykorzystane przy wykonaniu Spotów Reklamowych, odpowiednie zezwolenia na eksploataowanie tych dóbr, w zakresie określonym w Zasadach Współpracy oraz Umowie.
3. W przypadku wezwań, roszczeń formułowanych przez osobę trzecią (osoby trzecie), żądającą naprawienia szkody, powstałej z tytułu naruszenia jej praw majątkowych lub dóbr osobistych w ramach wykonania Umowy, Klient zobowiązany jest do niezwłocznego zwolnienia Jet Line na jego żądanie, z wszelkich roszczeń osób trzecich, związanych z ekspozycją Spotów Reklamowych. Ponadto Klient będzie odpowiedzialny za wszelkie szkody poniesione przez Jet Line w związku z naruszeniem praw osób trzecich, wynikających z emisji Spotów Reklamowych.
4. W przypadku gdy osoby trzecie zgłoszą wobec Jet Line roszczenia, wynikające z naruszenia ich praw autorskich lub pokrewnych, w związku z wykorzystaniem Spotów Reklamowych, Klient zobowiązuje się do refundacji ewentualnych tantiem i/lub wypłaty odszkodowań, zasądzonych przez sąd na rzecz osób trzecich lub zapłaconych na podstawie ugody sądowej lub pozasądowej, wraz z wszelkimi kosztami poniesionymi w związku z tymi naruszeniami, jeśli roszczenia osób trzecich okażą się zasadne, z zastrzeżeniem że koszty, odszkodowania i tantiemy inne niż zasądzone w postępowaniu sądowym będą każdorazowo ustalane z Klientem.  
Powyższe nie uchyla odpowiedzialności Klienta wobec Jet Line, przewidzianej odpowiednimi przepisami prawa.
5. W przypadku wytoczenia przeciwko Jet Line powództwa przez osobę trzecią lub zgłoszenia przez taką osobę w inny sposób żądań z tytułu naruszenia praw tej osoby w wyniku emisji Spotów Reklamowych, Klient zobowiązuje się do niezwłocznego przystąpienia do toczącego się procesu lub negocjacji, na każde żądanie Jet Line.  
W przypadku nieterminowego wykonania tego obowiązku, Klient nie będzie mógł podnieść w ewentualnym sporze między Stronami Umowy zarzutu, że sprawa została rozstrzygnięta błędnie, albo że Jet Line prowadził proces lub negocjacje wadliwie.
6. Niezależnie od odpowiedzialności, jaką ponosi Klient za treść Spotu Reklamowego, Jet Line może odmówić ich Emisji, w sytuacji gdy treść Spotu Reklamowego będzie:
  - zawierała słowa powszechnie uznawane za obraźliwe i/lub obsceniczne,
  - zawierała obrazy drastyczne, obsceniczne, pornograficzne,
  - nawoływała do nienawiści na tle religijnym, etnicznym, narodowym, kulturowym itp.,
  - nawoływała do popełniania przestępstw lub propagowała przemoc,
  - naruszała i/lub godziła w dobra osobiste innych osób niż Klient,
  - naruszała polskie przepisy prawa.

Takie działanie Jet Line nie będzie uznane za naruszenie Zasad Współpracy oraz Umowy, zaś Klient będzie w szczególności zobowiązany ponieść koszty wynagrodzenia Jet Line określonego w Umowie.

## § 10 NIEZAWINIIONA PRZEZ JET LINE NIEMOŻNOŚĆ EMISJI SPOTU REKLAMOWEGO

1. Jeżeli – z przyczyn niezawinionych przez Jet Line (np. przerwa dostawy energii elektrycznej, konflikt treści Spotu z lokalizacją, na której znajduje się Powierzchnia Reklamowa) – emisja Spotu Reklamowego na Powierzchni lub Powierzchniach Reklamowych w trakcie Okresu Kampanii będzie niemożliwa, Jet Line przedstawi Klientowi zastępczą Powierzchnię Reklamową, ewentualnie na życzenie Klienta zaproponuje zwiększenie w późniejszym okresie Częstotliwości Emisji lub przedłużenie Okresu Kampanii na tej Powierzchni Reklamowej.
2. Klient w ciągu 3 Dni Roboczych od daty przedstawienia przez Jet Line zastępczej Powierzchni Reklamowej zaakceptuje lub odrzuci przedstawioną zastępczą Powierzchnię Reklamową. Z dniem akceptacji zastępcza Powierzchnia Reklamowa wchodzi w zakres Powierzchni Reklamowych na których odbywa się Kampania Reklamowa. Z dniem odrzucenia zastępczej Powierzchni Reklamowej umowa wygasa w zakresie tej Powierzchni Reklamowej. Nieprzesłanie do Jet Line decyzji w w/w terminie oznacza zgodę na zamianę Powierzchni Reklamowej.
3. W przypadku, o którym mowa w ust. 1 i 2, Klient nie jest zobowiązany do zapłaty wynagrodzenia za Spoty, które nie zostały wyemitowane.

## § 11 SIŁA WYŻSZA

1. W przypadku wystąpienia – po podpisaniu Umowy – Siły Wyższej, uniemożliwiającej wykonywanie zobowiązań Jet Line w terminie czy terminach przewidzianych w Umowie oraz Zasadach Współpracy, wówczas wykonanie danego zobowiązania może zostać za zgodą obu Stron przesunięte o czas trwania Siły Wyższej.
2. W przypadku trwania Siły Wyższej dłużej niż dwa tygodnie, Umowa wygasa w zakresie dotkniętym okolicznością Siły Wyższej.
3. Strony oświadczają, że za okres trwania Siły Wyższej wobec danej Powierzchni Reklamowej, Klient nie poniesie kosztów niewyemitowanych Spotów Reklamowych.

## § 12 WŁAŚCIWOŚCI PRAWA I SĄDU

1. Sprawy nieuregulowane niniejszymi Zasadami Współpracy oraz Umową podlegają przepisom polskiego Kodeksu Cywilnego i innym właściwym obowiązującym regulacjom prawnym.
2. Wszelkie kwestie sporne Strony rozstrzygać będą w drodze negocjacji. W przypadku nie osiągnięcia w tym trybie porozumienia między Stronami w terminie 10 dni od daty zaistnienia kwestii spornej, spór rozstrzygnie właściwy Sąd Powszechny dla Jet Line.

## § 13 PODATKI I OPŁATY

1. Wszelkie podatki i opłaty o charakterze publicznym, związane z funkcjonowaniem Powierzchni Reklamowej obowiązujące w dniu podpisania Umowy, spoczywają na Jet Line.
2. W przypadku wzrostu bądź wprowadzenia nowych podatków i opłat, związanych z utrzymaniem Powierzchni Reklamowej, mających udokumentowany wpływ na kalkulację wynagrodzenia, Jet Line zastrzega sobie prawo jej zmiany w odpowiednim zakresie. W przypadku nie zaakceptowania proponowanej zmiany w terminie 5 Dni Roboczych od dnia otrzymania informacji, każda ze Stron ma prawo do wypowiedzenia umowy w trybie natychmiastowym, bez wzajemnych roszczeń Stron.

## § 14 KARY UMOWNE

1. W przypadku rezygnacji przez Klienta z którejkolwiek Powierzchni Reklamowej, Klient zobowiązuje się do zapłaty Jet Line kary umownej w wysokości określonej poniżej:
  - a. w przypadku rezygnacji w okresie od dnia podpisania umowy do 91 dni, licząc do pierwszego dnia Okresu Kampanii – 20 % łącznego wynagrodzenia netto za niewyemitowane Spoty na danej Powierzchni Reklamowej, z której zrezygnował Klient;
  - b. w przypadku rezygnacji w okresie pomiędzy 90 a 46 dniem licząc do pierwszego dnia Okresu Kampanii – 60 % łącznego wynagrodzenia netto za niewyemitowane Spoty na danej Powierzchni Reklamowej, z której zrezygnował Klient;
  - c. w przypadku rezygnacji w okresie pomiędzy 45 a 1 dniem, licząc do pierwszego dnia Okresu Kampanii – 100 % łącznego wynagrodzenia netto za niewyemitowane Spoty na danej Powierzchni Reklamowej, z której zrezygnował Klient;
  - d. w przypadku rezygnacji w trakcie Okresu Kampanii – 100% wynagrodzenia netto za niewyemitowane Spoty na danej Powierzchni Reklamowej, z której zrezygnował Klient, naliczanego za cały Okres Kampanii Reklamowej, poczynając od dnia rezygnacji do dnia zakończenia określonego w Umowie Okresu Kampanii dla tej Powierzchni Reklamowej.
2. Jet Line zastrzega prawo dochodzenia odszkodowania przewyższającego ustaloną karę umowną na zasadach ogólnych.
3. Jeżeli Klient dopuszcza się zwłoki z zapłatą wynagrodzenia co najmniej za dwa okresy płatności, Jet Line może wypowiedzieć Umowę w trybie natychmiastowym.

## § 15 DODATKOWE ZOBOWIĄZANIA STRON

1. Strony postanawiają, że wszelkie zawiadomienia i inna korespondencja przekazywana lub udzielana na mocy Umowy oraz Zasad Współpracy (za wyjątkiem przypadków, o których mowa w § 4 ust.2 i 3; § 6 ppkt c, d, e; § 7 ppkt a; § 10 ust. 1 i 2, § 11 ust. 1, § 13 ust. 2 oraz § 19 Zasad Współpracy) będzie uznana za doręczoną lub dokonaną, jeżeli została przedstawiona na piśmie i dostarczona osobiście za poświadczeniem odbioru lub wysłana pocztą kurierską lub listem poleconym na adresy wskazane w Umowie.
2. W przypadku gdy Zasady Współpracy bądź Umowa przewiduje wysyłanie korespondencji pocztą elektroniczną, Strony w Umowie podadzą adresy e-mail osób wyznaczonych do przyjmowania i odbierania korespondencji. O każdej zmianie adresu właściwego dla doręczeń, Strony będą się wzajemnie informowały w sposób właściwy dla zawiadomień.
3. Klient wyraża zgodę na wykorzystywanie przez Jet Line wizerunku Powierzchni Reklamowych z emitowanymi Spotami Reklamowymi w celach marketingowych i promocyjnych. Niniejsza zgoda jest nieograniczona czasowo.

## § 16 OGRANICZONE ODPOWIEDZIALNOŚCI

1. Jet Line nie ponosi odpowiedzialności za szkody wyrządzone przez Powierzchnię Reklamową z przyczyn niezależnych od Jet Line lub z powodu niezdolności do wykorzystania Powierzchni Reklamowej przez Klienta, lub strony trzecie.
2. Żadna ze Stron Umowy nie odpowiada wobec drugiej Strony za szkody pośrednie, włączając w to odpowiedzialność z tytułu utraconych korzyści.

## § 17 KLAUZULA POUFNOŚCI

Strony zobowiązują się do zachowania w tajemnicy wobec osób trzecich wszelkich kwestii wynikających z wykonania Umowy a odnoszących się do spraw handlowych, promocyjnych, marketingowych, strategicznych przez okres trwania niniejszej Umowy oraz 2 lata od daty jej rozwiązania lub wygaśnięcia.

## § 18 WARUNKI TECHNICZNE SPOTÓW REKLAMOWYCH ORAZ MATERIAŁÓW SŁUŻĄCYCH DO ICH PRODUKCJI

### SPOT REKLAMOWY

Powierzchnie Reklamowe LED posiadają różne parametry techniczne (formaty, rozdzielczości itp.). Jet Line w ramach swojego wynagrodzenia zobowiązuje się do dostosowania dostarczonego Spotu/Spotów do rozmiaru każdej Powierzchni Reklamowej wykorzystywanej w Kampanii Reklamowej, przy czym jeżeli w Kampanii Reklamowej wykorzystywane są Powierzchnie Reklamowe LED o różnych proporcjach, Klient zobowiązany jest dostarczyć Spot w każdej z tych proporcji, zgodnie z przekazaną Klientowi informacją. Plik musi spełniać następujące wymagania techniczne:

- formaty wideo: .mov, .wmv, .avi (bez kompresji), .mpg (MPEG-2), .flv, .swf
- minimum 24 klatki na sekundę
- w przypadku spotów, wymagających dostosowania – pliki z minimalną kompresją lub bez kompresji
- w przypadku spotów o docelowym formacie – pliki skompresowane do 10 MB
- pixel aspect ratio: square
- formaty zdjęciowe (paleta RGB): .jpg, .tif, .tga, .bmp, .png
- formaty inne: .ai, .eps, .psd, .pdf – tekst zamieniony na krzywe
- wielkość zdjęć i grafik minimum 600 pikseli w pionie.

### MATERIAŁY DO PRODUKCJI SPOTU REKLAMOWEGO

1. W przypadku, gdy produkcja Spotu Reklamowego została zlecona Jet Line, Klient musi dostarczyć materiały, które pozwolą na jego wyprodukowanie w określonej długości.  
Dostarczone materiały muszą zawierać elementy składowe Spotu Reklamowego:
  - otwarte pliki robocze lub wyjściowe, zawierające wyodrębnione elementy, z których powstanie animacja,
  - nieskompresowane zdjęcia/multimedia, które wejdą w skład animacji,
  - pliki wektorowe logotypów, mających znaleźć się w animacji,
  - fonty, jeżeli są wcześniej sprecyzowane,
  - poglądowy zarys pomysłu spotu reklamowego.
2. Każdy materiał graficzny, nie będący zdjęciem, musi być plikiem wektorowym a wszelkie pliki robocze muszą być w wersji edytowalnej graficznie.

## § 19 POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Jet Line zastrzega prawo do dokonywania zmian Zasad Współpracy. Zmiany Zasad Współpracy zostaną umieszczone na stronie internetowej [www.jetline.pl](http://www.jetline.pl), a o fakcie wprowadzania zmian Klient zostanie poinformowany za pomocą poczty elektronicznej na adres e-mail wskazany w Umowie. Jeżeli w ciągu dwóch tygodni, licząc od dnia otrzymania informacji o dokonanych zmianach Zasad Współpracy, Klient nie wyrazi pisemnie sprzeciwu, uważa się że wyraził zgodę na zmiany Zasad Współpracy. Jeżeli zaś Klient sprzeciwi się akceptacji wprowadzonych zmian Zasad Współpracy, Strony będą kontynuować realizację Umowy wedle dotychczas obowiązujących Zasad Współpracy.
2. Jet Line przy wykonywaniu Umowy może posługiwać się osobami trzecimi, przy czym za ich zaniechania lub działania odpowiada tak, jak za własne.
3. W przypadku różnic pomiędzy treścią niniejszych Zasad Współpracy a treścią Umowy, rozstrzygające znaczenie mają postanowienia Umowy .
4. Niniejsze Zasady Współpracy wchodzi w życie z dniem 01.09.2017 r.



# LED – WARUNKI TECHNICZNE

DOTYCZĄCE REALIZACJI KAMPANII REKLAMOWYCH NA POWIERZCHNIACH REKLAMOWYCH LED PRZEZ JET LINE SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ SPÓŁKA KOMANDYTOWA.

## SPOT REKLAMOWY

Powierzchnie Reklamowe, na których odbywa się Kampania Reklamowa, posiadają różne parametry techniczne (formaty, rozdzielczości itp.) Jet Line w ramach swojego wynagrodzenia zobowiązuje się do dostosowania dostarczonego Spotu/Spotów do parametrów każdej Powierzchni Reklamowej wykorzystywanej w Kampanii Reklamowej. Jeżeli w Kampanii Reklamowej występują różne Powierzchnie Reklamowe LED, Klient zobowiązany jest dostarczyć Spot do każdej proporcji Powierzchni Reklamowej, zgodnie z przekazaną Klientowi informacją na temat proporcji poszczególnych Powierzchni Reklamowych. W związku z powyższym dostarczony plik nie może być skompresowany i jego elementy muszą spełniać następujące wymagania techniczne:

- formaty wideo: .mov, .wmv, .avi (bez kompresji), .mpg (MPEG-2), .flv, .swf
- minimum 24 klatki na sekundę
- pliki z minimalną kompresją lub bez kompresji
- pixel aspect ratio: square
- formaty zdjęciowe (paleta RGB): .jpg, .tif, .tga, .bmp, .png
- formaty inne: .ai, .cdr, .eps, .psd, .pdf – tekst zamieniony na krzywe
- rozdzielczość zdjęć i grafik minimum 600 pikseli w pionie

## MATERIAŁY DO PRODUKCJI SPOTU REKLAMOWEGO

1. W przypadku, gdy produkcja Spotu Reklamowego została zlecona Jet Line, Klient musi dostarczyć materiały które pozwolą na jego wyprodukowanie w określonej długości.  
Dostarczone materiały muszą zawierać elementy składowe Spotu Reklamowego:
  - pliki robocze lub wyjściowe, zawierające wyodrębnione elementy, z których powstanie animacja,
  - zdjęcia/multimedia, które wejdą w skład animacji,
  - pliki wektorowe logotypów, mających znaleźć się w animacji,
  - fonty, jeżeli są wcześniej sprecyzowane,
  - poglądowy zarys pomysłu spotu reklamowego,
2. Każdy materiał graficzny, nie będący zdjęciem, musi być plikiem wektorowym a wszelkie pliki robocze muszą być w wersji edytowalnej graficznie.