

**POROZUMIENIE O ZACHOWANIU POUFNOŚCI
I POSZANOWANIU WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ**

zawarte w [] dnia [] r.

pomiędzy

[] z siedzibą w [] reprezentowaną przez [] („Dom Mediowy”),

a

- 1) [] z siedzibą w [] reprezentowaną przez [] („Klient”);
- 2) [] z siedzibą w [] reprezentowaną przez [] („Audytor”);

Zważywszy, że

Audytor występuje w imieniu i na rzecz Klienta.

Audytor i Agencja prowadzą rozmowy, których celem jest zlecenie Agencji przez Klienta świadczenia usług reklamowych oraz, że w trakcie tych rozmów Agencja może udostępnić Audytorowi i Klientowi pewne informacje poufne i pomysły reklamowe,

Postępowanie zmierzające do zawarcia przez Agencję i Klienta umowy, monitorowane jest przez Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR z siedzibą w Warszawie, za pomocą strony przetargowej SAR, pod kątem zgodności tego postępowania z zasadami przetargowymi EACA, WFA, SAR oraz dobrymi obyczajami.

Strony zgodnie postanawiają, co następuje:

1. Poniższe wyrażenia używane w niniejszym porozumieniu mają następujące znaczenie:

1.1 „Informacje Poufne” - wszelkie informacje udostępnione przez Dom Mediowy Audytorowi i Klientowi związane z potencjalną współpracą Domu Mediowego i Klienta, niezależnie od formy ich utrwalenia i udostępnienia (np. pisemnej, elektronicznej, ustnej lub innej), obejmujące w szczególności:

- 1) informacje o charakterze biznesowym, prawnym, finansowym, operacyjnym technicznym, handlowym lub organizacyjnym dotyczące przedsiębiorstwa Domu Mediowego lub przedmiotu potencjalnej współpracy Domu Mediowego i Klienta oraz wszelkiego innego rodzaju informacje posiadające wartość gospodarczą, do których Klient i Audytor uzyskał dostęp w toku wzajemnej wymiany informacji,
- 2) zestawienia, analizy, opracowania i wszelkiego innego rodzaju dokumenty przygotowane przez Dom Mediowy, jeżeli zawierają one lub są sporządzone przy

wykorzystaniu informacji, o których mowa w pkt 1 lub są w inny sposób związane z tymi informacjami.

1.2 „Pomysły Reklamowe” - idee, rozwiązania, teksty, ilustracje oraz inne materiały, niezależnie od sposobu ich wyrażenia oraz niezależnie od tego, czy stanowią one przedmiot ochrony prawa autorskiego lub innych praw bezwzględnych. Pomysły Reklamowe mogą obejmować w szczególności strategię kampanii reklamowej lub plany mediowe, a także:

2. Klient i Audytor przyjmują do wiadomości, że podczas rozmów Dom Mediowy udostępni im Informacje Poufne oraz Pomysły Reklamowe. Informacje Poufne oraz Pomysły Reklamowe zostaną zaprezentowane Klientowi i Audytorowi jedynie w ramach stosunku poufności istniejącego pomiędzy stronami.

3. Udostępnienia przez Dom Mediowy Informacji Poufnych oraz Pomysłów Reklamowych nie należy rozumieć jako przeniesienia na Klienta lub Audytora praw ani udzielenia mu jakichkolwiek licencji dotyczących tych dóbr.

4. Klient zapewni, że Informacje Poufne oraz Pomysły Reklamowe będą udostępniane wyłącznie tym pracownikom lub współpracownikom Klienta i Audytora, którzy muszą się z nimi zapoznać celem oceny oferty Domu Mediowego. Osoby takie zostaną zobowiązane do zachowania poufności oraz wykorzystywania Informacji Poufnych i Pomysłów Reklamowych wyłącznie celem oceny oferty Domu Mediowego. Klient i Audytor odpowiada za działania i zaniechania takich osób jak za własne.

5. Jeżeli nie zostanie zawarta umowa o świadczenie usług planowania i zakupu czasu i przestrzeni reklamowej, Klient i Audytor na wezwanie Domu Mediowego wyda mu niezwłocznie wszystkie nośniki informacji zawierające Informacje Poufne oraz Pomysły Reklamowe. Jeżeli zapisy zawierające Informacje Poufne lub Pomysły Reklamowe będą znajdowały się na nośnikach informacji, które nie mogą być wydane Domowi Mediowemu, Klient i Audytor niezwłocznie skasuje lub zniszczy takie zapisy.

Klient i Audytor nie będzie też wykorzystywał w swojej działalności ani udostępniał osobom trzecim Informacji Poufnych ani Pomysłów Reklamowych, bez uzyskania uprzedniej pisemnej zgody Domu Mediowego.

6. Powyższe zobowiązania nie dotyczą:

6.1 Informacji Poufnych i Pomysłów Reklamowych, jeżeli Klient lub Audytor wykaże przy pomocy odpowiednich dokumentów, że przed datą ich udostępnienia przez Dom Mediowy znał je i planował ich wykorzystanie,

6.2 Informacji Poufnych, które są lub staną się publicznie dostępne w wyniku zdarzeń innych niż naruszenie postanowień niniejszego porozumienia,

6.3 Informacji Poufnych, które muszą być ujawnione na mocy orzeczeń sądowych lub decyzji administracyjnych, w związku z prowadzeniem postępowań na mocy przepisów

prawa, jednak w takim wypadku Klient powinien niezwłocznie poinformować Dom Mediowy o konieczności i zakresie ujawnienia informacji oraz

6.4 Informacji Poufnych po upływie 5 lat od daty ujawnienia ich Klientowi lub Audytorowi.

7. W przypadku naruszenia przez Klienta obowiązków wynikających z niniejszego porozumienia, Klient będzie obowiązany do zapłaty na rzecz Domu Mediowego kary umownej wynoszącej ... (słownie: ...). Kara umowna płatna będzie przez Klienta na wezwania do zapłaty wystawionego przez Dom Mediowy, na rachunek bankowy Domu Mediowego wskazany w wezwaniu, w ciągu 14 dni od daty doręczenia wezwania. Dom Mediowy może dochodzić odszkodowania przewyższającego wysokość zastrzeżonej kary umownej na zasadach ogólnych.

8. W przypadku naruszenia przez Audytora obowiązków wynikających z niniejszego porozumienia, Audytor będzie obowiązany do zapłaty na rzecz Domu Mediowego kary umownej wynoszącej ... (słownie: ...). Kara umowna płatna będzie przez Audytora na podstawie wezwania do zapłaty wystawionego przez Dom Mediowy na rachunek bankowy Domu Mediowego wskazany w wezwaniu, w ciągu 14 dni od daty doręczenia wezwania. Dom Mediowy może dochodzić odszkodowania przewyższającego wysokość zastrzeżonej kary umownej na zasadach ogólnych.

9. Dom Mediowy, Klient i Audytor poddają wszelkie spory powstałe w związku z zawarciem i wykonaniem niniejszego porozumienia pod rozstrzygnięcie Sądu Arbitrażowego przy Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych „Lewiatan”, zgodnie z jego regulaminem.

10. Wszelkie zmiany niniejszego porozumienia wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.

11. Niniejsze porozumienie sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

w imieniu Klienta

w imieniu Audytora

imię nazwisko, stanowisko

imię nazwisko, stanowisko

podpis

podpis

w imieniu Domu Mediowego

imię nazwisko, stanowisko

podpis