

Regulamin

Zasady przyjmowania reklam

1. Publikacja reklamy może być dokonana wyłącznie na podstawie umowy lub pisemnego zamówienia, które Zleceniodawca zobowiązany jest dostarczyć Wydawcy. W przypadku zawarcia umowy na publikację reklam w pierwszej kolejności mają zastosowanie postanowienia tejże umowy. W punktach nieuregulowanych umową obowiązuje niniejszy Regulamin.

2. Zamówienie, o którym mowa w pkt. 1 Regulaminu, powinno być sporządzone na gotowym formularzu zamówienia, dostarczonym przez Dział Reklamy Wydawnictwa SPH Credo lub na papierze firmowym Zleceniodawcy i zawierać następujące informacje:

- nazwa i kolejne numery czasopisma, w którym reklama ma zostać zamieszczona,
- liczbę publikacji,
- wielkość i format reklamy,
- formę i termin płatności,
- numer NIP,
- pieczęć firmową oraz podpis osoby upoważnionej do występowania w imieniu Zleceniodawcy.

Ponadto do zamówienia należy dołączyć kopię wypisu z rejestru handlowego (dla spółek z o. o. oraz spółek akcyjnych) lub kopię wpisu do ewidencji działalności gospodarczej.

3. Zlecenia reklamowe przyjmowane są według aktualnie obowiązującego cennika, dostępnego w Dziale Reklamy Wydawnictwa SPH Credo.

4. W razie złożenia zamówienia na podstawie nieaktualnych już stawek cennika lub rabatów Wydawca zawiadamia o tym Zleceniodawcę, a do realizacji publikacji dochodzi po zaakceptowaniu nowych stawek przez Zleceniodawcę.

5. Opublikowane w cenniku stawki nie obejmują przygotowania projektu i opracowania graficznego reklamy (ogłoszenia).

6. Integralną częścią zamówienia jest wzór gotowej reklamy w postaci elektronicznej, którą Zleceniodawca jest zobowiązany dostarczyć na swój koszt – zgodnie z „wymaganiami technicznymi dla materiałów reklamowych”, będących załącznikiem do niniejszych ogólnych warunków, oraz wedle formatów reklam obowiązujących dla określonego tytułu.

7. Wydawca ma prawo odmówić publikacji materiałów, które nie spełniają wymogów określonych w pkt. 6. Opublikowanie materiałów niespełniających wymogów technicznych Wydawcy może nastąpić wyłącznie na prośbę i ryzyko Zleceniodawcy, na podstawie jego odrębnego, pisemnego oświadczenia. Wydawca nie ponosi w tym wypadku odpowiedzialności za ewentualne pogorszenie jakości publikowanych reklam.

8. Wzór reklamy powinien być dostarczony do Działu Reklamy Wydawcy najpóźniej w dniu określonym w harmonogramie wydawniczym jako termin składania materiałów.

Niedostarczenie materiałów w ww. terminie jest równoznaczne z nieopublikowaniem reklamy przy jednoczesnym obowiązku ze strony Zleceniodawcy uiszczenia należności zgodnie z zamówieniem.

9. Wydawca nie gwarantuje Zleceniodawcy, że reklama będzie opublikowana na konkretnej, zamówionej stronie, a także tego, że obok reklamy Zleceniodawcy nie ukaże się reklama konkurencyjnej firmy, chyba że zainteresowane strony zawarą stosowną umowę normującą te kwestie w odmienny sposób.

§ 2.

Zmiany zamówienia

1. Zleceniodawca ma prawo do wprowadzenia zmian w zamówieniu, dotyczących treści lub formy reklamy. W takim wypadku Zleceniodawca w formie pisemnego zawiadomienia, zawierającego dokładny opis planowanych zmian, powiadomi o tym fakcie Wydawcę – nie później niż w terminach opisanych w harmonogramie wydawniczym właściwego tytułu pisma.

2. W wypadku przekroczenia terminu zgłoszenia zmian Wydawca ma prawo do realizacji zamówienia w jego pierwotnej wersji. Wydawca w takim wypadku nie jest odpowiedzialny za skutki publikacji reklamy w wersji pierwotnej, Zleceniodawca zaś jest zobowiązany do zapłaty wynagrodzenia w pełnej wysokości.

3. Wydawca ma prawo do odmowy wprowadzenia zmian opisanych w § 2 pkt. 1 Regulaminu, jeżeli ich wprowadzenie okaże się niemożliwe ze względów technicznych lub z uwagi na inne zobowiązania Wydawcy i nie będzie ponosił z tego tytułu jakiegokolwiek odpowiedzialności w stosunku do Zleceniodawcy.

4. Wydawca zastrzega sobie prawo do odmowy sprzedaży powierzchni reklamowej.

§ 3.

Rezygnacja z zamówienia

1. Zleceniodawca ma prawo do rezygnacji z zamówienia w terminach składania zamówień na reklamy, określonych w harmonogramie wydawniczym tytułu.

Odstąpienie od zamówienia w ww. terminach nie będzie powodowało jakichkolwiek skutków finansowych dla Zleceniodawcy. Rezygnacja z zamówienia powinna być potwierdzona na piśmie.

2. W przypadku odstąpienia przez Zleceniodawcę od zamówienia po terminach składania zamówień na reklamy, określonych w harmonogramie wydawniczym tytułu, Zleceniodawca jest zobowiązany do zapłaty Wydawcy ustalonego wynagrodzenia w pełnej wysokości.

3. W razie wycofania się Zleceniodawcy ze zlecenia reklamowego w trakcie jego realizacji Wydawca nabywa prawo do korekty rabatów do wysokości odpowiadającej rabatowi

należnemu liczbie zrealizowanych reklam lub ogłoszeń – zgodnie z aktualnie obowiązującym cennikiem. W takim przypadku Wydawca wystawi faktury korygujące VAT do faktur wystawionych, a Zleceniodawca odeśle Wydawcy podpisane kopie ww. faktur niezwłocznie po ich otrzymaniu.

4. Zamówienie dotyczące dowolnej strony okładki magazynu nie podlega anulowaniu.

§ 4.

Wynagrodzenie

1. Z tytułu zamieszczenia reklam w czasopismach Zleceniodawca będzie uiszczał Wydawcy wynagrodzenie zgodnie z opisanymi poniżej zasadami:

a/ z góry – tj. przed publikacją ogłoszenia lub reklamy – na podstawie faktury pro forma,

b/ z dołu – tj. po publikacji ogłoszenia lub reklamy – na podstawie faktury VAT wystawionej przez Wydawcę w nieprzekraczalnym terminie 7 dni od daty wystawienia.

2. W wypadku opóźnienia płatności za czas opóźnienia naliczane będą odsetki ustawowe.

3. Wydawca gwarantuje niezmiennosc stawek cenowych i rabatów jedynie w przypadku dokonania płatności z góry, tj. łącznie ze złożeniem zamówienia.

4. Za dokonanie płatności za publikację ogłoszenia lub reklamy z góry Zleceniodawcy udzielany jest rabat wg zasad opisanych w cenniku.

5. Wydawca niezwłocznie po dokonaniu emisji (publikacji) reklamy wystawi i dostarczy fakturę z tytułu sprzedaży powierzchni reklamowej, na podstawie której Zleceniodawca dokona zapłaty należności z niej wynikającej w terminie 7 dni od daty jej otrzymania w formie przelewu na konto Wydawcy.

§ 5.

Reklamacje

1. Zleceniodawca ma prawo zgłosić Wydawcy reklamację dotyczącą jakości publikowanej reklamy w formie pisemnego zawiadomienia w maksymalnym terminie 2 tygodni od daty ukazania się czasopisma.

2. Niedotrzymanie terminu reklamacji lub brak wymaganej formy pisemnej powodować będzie utratę przez Zleceniodawcę prawa do reklamacji danej reklamy, jak też prawa do reklamacji kolejnych wyemitowanych wadliwych lub dotkniętych usterką reklam w wypadku ich emisji cyklicznej.

3. Reklamacja powinna w sposób szczegółowy opisywać rodzaj wad lub usterek opublikowanej reklamy.

4. Przyjęcia i oceny zasadności reklamacji dokonuje upoważniony przedstawiciel Wydawcy.

5. W wypadku uzasadnionej reklamacji Wydawca po konsultacji ze Zleceniodawcą dokona stosownych zmian w reklamowanej reklamie.

6. Złożenie przez Zleceniodawcę reklamacji nie powoduje wstrzymania obowiązku Zleceniodawcy zapłaty za kolejne przyjęte do publikacji reklamy.

§ 6.

Inne postanowienia

1. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.

2. Zleceniodawca będzie ponosić w stosunku do Wydawcy pełną odpowiedzialność za szkody poniesione przez Wydawcę, związane z treścią lub formą opublikowanej reklamy.

3. Reklamy nie mogą naruszać praw osób trzecich, obowiązujących przepisów prawa i zasad współżycia społecznego.

4. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności w stosunku do Zleceniodawcy za brak realizacji umówionej lub zamówionej publikacji w przypadku działania siły wyższej, a także przerw lub zaprzestania prac drukarni, w której drukowane są czasopisma, lub zaprzestania wydawania czasopisma, w jakim reklama miała być opublikowana.

5. Wszystkie postanowienia niniejszego Regulaminu dotyczące reklam mają zastosowanie również do ogłoszeń.

6. W sprawach nieuregulowanych Regulaminem zastosowanie mieć będą odpowiednie przepisy kodeksu cywilnego, ustawy o prawie prasowym i ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.