

OGÓLNE WARUNKI ZAMIESZCZANIA REKLAM W CZASOPISMACH WYDAWNICTWA K MAGAZINE

BIURO REKLAMY K MAGAZINE

Użyte w Ogólnych Warunkach określenia oznaczają :

Zleceniodawca – osobę fizyczną lub prawną składającą zlecenie na jednorazowe lub wielokrotne zamieszczenie Reklam w Czasopismach wydawanych przez K MAGAZINE,

Wydawnictwo- wydawnictwo – K MAGAZINE,

Reklama – ogłoszenie płatne przekazane przez Zleceniodawcę w celu zamieszczenia w czasopismach wydawanych przez Wydawnictwo,

Cennik- wykaz cen za zamieszczenie Reklam w Czasopismach wydawanych przez Wydawnictwo w dniu złożenia zamówienia oraz zawarte w nim harmonogramy emisji, złożenia zamówienia i złożenia materiałów reklamowych,

Czasopisma- Czasopisma wydawane przez Wydawnictwo.

SKŁADANIE ZAMÓWIENIA:

1. Przyjmowanie do publikacji Reklam oraz zamieszczanie ich przez Wydawnictwo w Czasopismach dokonywane jest na podstawie zamówienia Zleceniodawcy lub umowy z nim zawartej, zgodnie z niniejszymi Ogólnymi Warunkami i obowiązującymi przepisami prawnymi.

2. W przypadku zawarcia ze Zleceniodawcą umowy o publikacji Reklam w pierwszej kolejności mają zastosowanie postanowienia tejże umowy. W punktach nie uregulowanych umową obowiązującą niniejsze Ogólne Warunki.

3. Zamówienie opisane w pkt.1 Ogólnych Warunków powinno być sporządzone na gotowym formularzu zamówienia dostarczonym przez Wydawnictwo lub na papierze firmowym Zleceniodawcy i powinno zawierać następujące informacje :

- nazwa i kolejne numery Czasopisma , w którym Reklama ma zostać zamieszczona,

- ilość publikacji,

- wielkość i format Reklamy,

- forma i termin płatności,

- numer NIP,

- nazwisko osoby upoważnionej przez Zleceniodawcę do koordynowania realizacji danego zamówienia i uprawnionej do zaciągania zobowiązań w jego imieniu .

- pieczęć firmową oraz podpis osoby upoważnionej do występowania w imieniu Zleceniodawcy. Ponadto do zamówienia należy dołączyć kopię wypisu z Krajowego Rejestru Sądowego (dla spółek z o.o. oraz spółek akcyjnych)

lub kopię wpisu do działalności ewidencji gospodarczej.

4. Zleceniodawca ma prawo do wprowadzenia zmian w zamówieniu dotyczącego treści lub formy Reklamy.

W takim wypadku Zleceniodawca, w formie pisemnego zawiadomienia zawierającego dokładny opis planowanych zmian powiadomi o tym fakcie Wydawnictwo nie później niż w terminie określonym jako „termin złożenia zamówienia”

i opisanych w Cenniku.

5. W wypadku przekroczenia terminu zgłoszenia Wydawnictwo ma prawo do realizacji zamówienia w jego pierwotnej wersji. W tym wypadku Wydawnictwo nie jest odpowiedzialne za skutki publikacji Reklamy w wersji pierwotnej, Zleceniodawca zaś jest zobowiązany do zapłaty wynagrodzenia w pełnej wysokości.

6. Wydawnictwo ma prawo do odmowy wprowadzenia zmian opisanych w pkt.4 Ogólnych Warunków jeżeli ich wprowadzenie okaże się niemożliwe ze względów technicznych lub z uwagi na inne zobowiązania Wydawnictwa i nie będzie ponosił z tego tytułu jakiegokolwiek odpowiedzialności w stosunku do Zleceniodawcy.

7. Zamówienie powinno być złożone przez Zleceniodawcę w formie pisemnej za pośrednictwem poczty lub faksem.

8. Wydawnictwo potwierdza otrzymanie zamówienia w formie pisemnej i określa termin nadesłania materiałów reklamowych, cenę z uwzględnieniem ewentualnych rabatów, a także datę publikacji. Jeżeli uwzględnienie proponowanej przez Zleceniodawcę daty publikacji jest niemożliwe, Wydawnictwo zaproponuje inny, najbardziej zbliżony termin. Potwierdzenie zamówienia dokonywane jest na formularzu przygotowanym przez Wydawnictwo, zwanym dalej „drukem potwierdzenia zamówienia”.

9. Zleceniodawca otrzymuje faxem druk potwierdzenia zamówienia , który przesyła do Wydawnictwa ze swoją akceptacją, nie później niż w terminach określonych jako „termin złożenia zamówienia” i opisanych w Cenniku.

MATERIAŁY REKLAMOWE

10. Materiały reklamowe Zleceniodawcy dostarczy Wydawnictwu nie później niż w terminach określonych jako data złożenia materiałów opisanych w Cenniku. Datę publikacji ustala się na podstawie terminarza ukazywania się Czasopisma .
11. Zamówienie na zamieszczanie wkładek , strony wszywanej do środka , a także zamieszczenie innych niestandardowych form Reklamy, stosowanie specjalnych farb i formatów Reklamy wymaga odrębnych uzgodnień i kalkulacji.
12. Na żądanie Zleceniodawcy Wydawnictwo może również zamieścić próbki reklamowego towaru. Próbki będą na koszt i ryzyko Zleceniodawcy. Zleceniodawca odpowiada za jakość dostarczonych próbek . Jeżeli na skutek złej jakości próbek ulegnie uszkodzeniu co najmniej 0,5% nakładu Czasopisma, Zleceniodawca zobowiązuje się do pokrycia strat i kosztów powstałych z tego tytułu dla Wydawnictwa.
13. Termin ważności nadesłanych próbek powinien być co najmniej 2 m-ce dłuższy niż data publikacji Czasopisma , w którym w/w próbki będą zamieszczane.
14. Materiały reklamowe Zleceniodawca przedstawi w formie gotowej do druku, w postaci elektronicznej , zgodnej z wymogami określonymi w parametrach technicznych materiałów reklamowych stanowiących integralny element Cennika. Koszt przygotowania materiałów reklamowych spoczywa na Zleceniodawcy.
15. W przypadku odrzucenia projektu Reklamy Wydawnictwo może zaproponować poprawki lub złożyć ofertę wykonania nowego projektu w oparciu o odrębną umowę zlecenia lub wyznaczyć Zleceniodawcy dodatkowy termin na dostarczenie poprawionych materiałów reklamowych . Jeżeli Zleceniodawca nie dokona poprawek w określonym terminie , Wydawnictwo może odstąpić od umowy bez konsekwencji finansowych. Ocena jakości poziomu artystycznego, technicznego oraz charakteru Reklamy odpowiadającego profilowi Czasopisma należy do Wydawnictwa.
16. Wydawnictwo ma prawo do dokonywania zmian w materiałach reklamowych bez wiedzy i zgody Zleceniodawcy.
17. Publikowanie materiałów nie spełniających wymogów technicznych wydawnictwa może nastąpić wyłącznie na prośbę odpowiedzialności za ewentualnie pogorszenie jakości publikowanych Reklam.
18. Zleceniodawca ma prawo, za zgodą Wydawnictwa , dokonać na własny koszt zmiany w materiałach reklamowych. Dokonanie zmian w materiałach reklamowych po zamknięciu numeru Czasopisma nie jest niemożliwe.
19. Zleceniodawca oświadcza ,że posiada pełnię praw autorskich , właściwie licencje do dostarczonych materiałów i przejmuje wszelką odpowiedzialność za opublikowanie ich w zamówionej postaci. Zleceniodawca ponosi pełną wyłączną odpowiedzialność za treść i jakość zamieszczonych Reklam względem osób trzecich , a także pokrywa koszty związane z zaspokojeniem roszczeń osób, których prawa wskutek treści lub wydrukowania lub innego wykorzystania reklamy zostały naruszone. Zleceniodawca ponosi odpowiedzialność za zgodność Reklamy z postanowieniami ustawy Prawo Prasowe, ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz innych przepisów prawnych.
20. Wydawnictwo ma prawo , bez szczegółowego uzasadnienia, odmówić zamieszczenie Reklamy stanowiącej konkurencję dla działalności prowadzonej przez Wydawnictwo lub podmioty z nim powiązane, naruszające przepisy prawa ,zasady współżycia społecznego lub w jakości technicznej materiałów reklamowych Zleceniodawca dokonuje na swój koszt.
21. O odmowie zamieszczenia Reklamy Wydawnictwo poinformuje Zleceniodawcę w ciągu dwóch dni roboczych od dnia otrzymania materiałów reklamowych. Zleceniodawca ma prawo zmiany odrzuconej Reklamy . W powyższym przypadku zmiany w treści lub w jakości technicznej materiałów reklamowych Zleceniodawca dokonuje na swój koszt.
22. Zleceniodawca jest odpowiedzialny za terminowe dostarczenie właściwych materiałów reklamowych. W przypadku zmian w powyższych materiałach, spowodowanych niewłaściwą treścią lub jakością techniczną , termin publikacji ulegnie przedłużeniu co najmniej o okres przeznaczony na dostarczenie właściwych materiałów reklamowych i w miarę wolnego miejsca w czasopiśmie.
23. Zleceniodawca może zrezygnować z publikacji Reklamy bez konsekwencji finansowych w terminie do 8 tygodni przed datą dostarczenia materiałów w uzgodnionym terminie . Jeżeli Zleceniodawca odstąpi od umowy z przyczyn niezależnych od Wydawnictwa w terminie 4 tygodni przed datą dostarczenia materiałów jest zobowiązany do natychmiastowej zapłaty 50% ceny . Po upływie tego terminu Zleceniodawca jest zobowiązany do zapłaty całej ustalonej ceny. W przypadku zamieszczenia Reklam na okładkach Czasopism wyżej wymienione terminy zostają wydłużone o 2 tygodnie.
24. W przypadku zmniejszenia ilości zamówionych Reklam Zleceniodawca traci prawo do przyznanych mu rabatów. Wydawnictwo wystawi odpowiednio skorygowane faktury obejmujące również wcześniej opublikowane reklamy.
25. Rezygnacja z zamówienia musi być
26. potwierdzona na piśmie przez Zleceniodawcę.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

27. Wydawnictwo zapewnia jakość druku odpowiadającą poziomowi poligraficznemu Czasopisma.

28. Wydawnictwo nie odpowiada za wady jakościowe druku zamówionej Reklamy ujawnione w poszczególnych egzemplarzach Czasopisma i nie przekraczającej 5% całego nakładu .

29. Wydawnictwo nie odpowiada za opóźnienie publikacji lub wady druku spowodowane niewłaściwą treścią lub jakością materiałów reklamowych.

30. Wydawnictwo odpowiada za techniczne zniekształcenia lub wady druku zmieniające sens Reklamy wynikające z winy Wydawnictwa , z tym, że Wydawnictwo nie odpowiada za zniekształcenia lub błędy wynikłe z wady ukrytej materiałów reklamowych. Wydawnictwo nie odpowiada również za szkody powstałe w wyniku dostarczenia przez Zleceniodawcę wadliwych materiałów reklamowych. W przypadku opisanym powyżej Zleceniodawca ma prawo do uzyskania rekompensaty proporcjonalnej do faktycznej wartości zniekształcenia . Rekompensata może być wypłacona poprzez obniżenie kwoty, ustalonej za publikację Reklamy w tym samym Czasopiśmie i kolumnie (z tym, że termin publikacji zostanie określony przez Wydawnictwo). Wybór sposobu rekompensaty strony ustalą w trybie roboczym.

31. Zleceniodawca ma prawo złożenia reklamacji, w formie pisemnej, w terminie 14 dni od daty publikacji. Reklamacja zostanie rozpatrzona przez Wydawnictwo w terminie do 14 dni.

32. 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.

33. Reklamacja powinna opisywać w sposób szczegółowy rodzaj wad lub usterek opublikowanej Reklamy.

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

35. Zleceniodawcy nie przysługują żadne roszczenia w przypadku błędu powstałego w wyniku niejasnych, wprowadzających w błąd instrukcji Zleceniodawcy lub wad w dostarczonych materiałach.

36. Odpowiedzialność Wydawnictwa za techniczne zniekształcenia lub wadę druku zmieniającą sens Reklamy ograniczona jest do wartości złożonego zamówienia z uwzględnieniem przyznanых rabatów.

37. Wydawnictwo zobowiązuje się do archiwizowania materiałów ogłoszeniowych na nośnikach elektronicznych przez okres co najmniej 3 miesięcy od daty publikacji.

38. Wydawnictwo 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 którym Reklama miała być opublikowana.

CENA I WARUNKI PŁATNOŚCI

39. Cenę za zamieszczenie Reklamy określa Cennik. Wydawnictwo może udzielić Zleceniodawcy rabatu. Wysokość rabatu określana jest indywidualnie i zależy od wielkości, częstotliwości zamówień oraz od wysokości wpłaconego zadatku.

40. Wydawnictwo może uzależnić wykonanie zlecenia od przedpłaty, wpłaty zadatku w umówionej wysokości , wystawienia weksła własnego in blanco, czeku potwierdzonego lub innych uzgodnionych między stronami zabezpieczeń.

41. W przypadku nie uiszczenia przedpłaty w określonym terminie Wydawnictwo zastrzega sobie prawo anulowania ustalonego rabatu za przedpłatę lub wstrzymania publikacji Reklamy.

42. Wydawnictwo wystawia i wysyła fakturę w dacie wydawniczej tj. pierwszego dnia sprzedaży. Zapłatę zleceniodawca uiszcza w terminie 14 dniowym od dnia wystawienia faktury. Za termin zapłaty uważa się datę uznania rachunku Wydawnictwa.

43. W przypadku opóźnienia zapłaty Wydawnictwo naliczy odsetki w wysokości ustawowej.

44. Wydawnictwo ma prawo odmówić dalszej publikacji Reklam, w przypadku niezapłacenia w terminie przez Zleceniodawcę faktur za zamieszczenie poprzednich Reklam. Wydawnictwo ma prawo uzależnić dalsze publikacje Reklam od zapłaty całości lub części należności przed wykonaniem pozostałych publikacji. Za szkody Zleceniodawcy powstałe wskutek okoliczności określonych w postanowieniach poprzednich Wydawnictwo nie ponosi odpowiedzialności.

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

45. W razie zaistnienia sporów dotyczących publikacji Reklam będą one rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Wydawnictwa.