

## WARUNKI OGÓLNE

### zamieszczania reklam w czasopiśmie „PRZEGLĄD OPONIARSKI”

#### 1 DEFINICJE

1.1. Określenia użyte w „Warunkach Ogólnych” należy rozumieć w następujący sposób:

„**Warunki Ogólne**” – niniejsze warunki ogólne zamieszczania reklam w czasopiśmie „Przegląd Oponiarski”

„**Wydawca**” – Wydawnictwo s.c. Górzyński i S-ka, z siedzibą w Toruniu, przy ul. Grudziądzkiej 174, REGON: 871203250, NIP: 956-19-95-864, reprezentowane przez Sławomira Górzyńskiego.

„**Przegląd Oponiarski**” – ogólnopolskie czasopismo specjalistyczne dla serwisów ogumienia pod nazwą „Przegląd Oponiarski”, wydawane przez Wydawcę, zwane dalej „Czasopismem”.

„**Reklamodawca**” – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej, zamawiająca zamieszczenie reklamy lub rezerwująca powierzchnię reklamową w Czasopiśmie, niezależnie od tego czy działa w imieniu własnym, czy w imieniu lub na rzecz osób trzecich.

„**Reklama**” – każdy płatny przekaz o formie, treści i układzie określonym przez Reklamodawcę, zmierzający do przedstawiania i promowania sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług, a także popierania określonych spraw czy idei albo osiągnięcia innego efektu pożądanego przez Reklamodawcę.

„**Emisja**” – jednorazowe ukazanie się (opublikowanie) reklamy w Czasopiśmie.

„**Insert**” – materiał reklamowy w formie ulotki, broszury, katalogu, próbki towaru lub innego przedmiotu, wrzucony, wklejony, wszyty, zafolowany lub w inny sposób dystrybuowany wraz z Czasopismem.

„**Cennik**” – dostarczony lub opublikowany w formie elektronicznej lub drukowanej dokument zawierający informacje o cenach reklam i rabatach.

„**Warunki Techniczne**” - dostarczony lub opublikowany w formie elektronicznej lub drukowanej dokument określający wymagania techniczne dla dostarczanych Wydawcy materiałów reklamowych.

#### 2 POSTANOWIENIA OGÓLNE

2.1. Niniejsze Warunki Ogólne stosuje się do wszystkich reklam przyjętych do realizacji. Jakakolwiek modyfikacja niniejszych warunków wy-

maga formy umowy pisemnej pod rygorem nieważności.

2.2. Przyjmowanie zamówień i zamieszczanie reklam dokonywane jest w oparciu o Warunki Ogólne, Cennik i Warunki Techniczne. W przypadku zawarcia z Reklamodawcą pisemnej umowy, w pierwszej kolejności zastosowanie mają postanowienia tejże umowy, następnie Warunki Ogólne, Cennik i Warunki Techniczne, a w sprawach nieuregulowanych przepisy prawa.

2.3. Reklamodawca ma obowiązek uzyskania praw autorskich, praw do znaków towarowych oraz właściwych licencji do dostarczanych materiałów i przejmuje wszelką odpowiedzialność za opublikowanie ich w zamówionej postaci.

2.4. Reklamodawca ponosi pełną i wyłączną odpowiedzialność za zgodność reklamy z postanowieniami ustawy Prawo Prasowe, ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz innymi przepisami prawa.

2.5. Reklamodawca ponosi pełną i wyłączną odpowiedzialność za treść zamieszczonych reklam względem osób trzecich, a także pokrywa wszelkie poniesione przez Wydawcę koszty związane z zaspokojeniem roszczeń osób, których prawa w wyniku publikacji reklamy zostały naruszone, w tym koszty procesu lub innego postępowania prawnego oraz inne uzasadnione wydatki. Zobowiązanie to dotyczy także sytuacji, gdy stroną postępowania jest właściciel lub pracownik Wydawcy.

#### 3 PRZYJMOWANIE ZAMÓWIEŃ NA REKLAMY

3.1. Przyjmowanie zamówień i zamieszczanie reklam dokonywane jest w oparciu o Warunki Ogólne, Cennik i Warunki Techniczne. W przypadku zawarcia z Reklamodawcą pisemnej umowy, w pierwszej kolejności zastosowanie mają postanowienia tejże umowy, następnie Warunki Ogólne, Cennik i Warunki Techniczne, a w sprawach nieuregulowanych przepisy prawa.

3.2. Reklamy zamieszczane są na podstawie pisemnego zamówienia złożonego przez Reklamodawcę na formularzu dostarczonym przez Wydawcę lub w innej formie pisemnej, pod warunkiem, że zawiera wszystkie informacje wymagane w formularzu Wydawcy, a w szczególności:

- pełne dane Reklamodawcy niezbędne do wystawienia faktury (pełna nazwa, adres, NIP),
- numer KRS lub wpisu do ewidencji działalności gospodarczej,
- datę, pieczęć firmową, czytelny podpis zamawiającego, uprawnionego do reprezentowania Reklamodawcy,
- formę, typ, rodzaj, format zamawianej reklamy, (liczbę, wagę i rozmiary w przypadku insertów),

- treść reklamy lub wzór reklamy, ewentualnie termin dostarczenia materiałów reklamowych,
- ilość emisji i miesiące emisji (określone numery Czasopisma),
- wartość netto zamówienia po uwzględnieniu uzgodnionych rabatów,
- ewentualne specjalne życzenia dotyczące reklamy (rezerwacja miejsca na konkretnej stronie, itp).

3.3. Przy pierwszym zleceniu Reklamodawca zobowiązany jest wraz z zamówieniem dostarczyć aktualny odpis z Krajowego Rejestru Sądowego lub kopię zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej.

3.4. Wydawca nie gwarantuje Reklamodawcy, że zamówiona przez niego reklama ukaze się w konkretnym miejscu, a także że obok niej nie będzie umieszczona reklama konkurencyjnej firmy, chyba że obie strony spiszą stosowne porozumienie, szczegółowo regulujące te kwestie. Za wybór miejsca (dotyczy to reklam o wielkości minimum 6 modułów) dolicza się opłatę wynikającą z cennika.

3.5. Wzór gotowej reklamy w postaci elektronicznej powinien być dostarczony Wydawcy najpóźniej w dniu określonym w harmonogramie wydawniczym jako termin składania materiałów. Jest to 10 dzień miesiąca poprzedzającego miesiąc ukazania się danego numeru Czasopisma.

3.6. W razie niedostarczenia wzoru reklamy zgodnie z p. 3.5, lub dostarczenia materiału wadliwego lub niedostatecznej jakości, Wydawca ma prawo powtórnej emisji reklamy z wcześniejszego numeru Czasopisma, a w razie braku takiej, do rezygnacji z emisji z winy Reklamodawcy, który będzie zobowiązany do zapłaty pełnej ceny nie wyemitowanej reklamy.

3.7. W przypadku zlecenia wielokrotnego, emisja reklamy w kolejnych numerach czasopisma będzie realizowana na podstawie materiału, który został przesłany i uzgodniony do pierwszej emisji, chyba że Reklamodawca uzgodni z Wydawcą, w formie pisemnej, odrębne zatwierdzenie materiału reklamowego przed każdą emisją.

3.8. Wydawca może, bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu, odmówić zamieszczenia lub wstrzymać zamieszczenie reklamy z przyczyn:

- siły wyższej - zaistnienia nadzwyczajnych okoliczności, których Wydawca nie mógł przewidzieć i im zapobiec,
- zaprzestania wydawania czasopisma,
- sprzeczności z linią programową, stylem i charakterem czasopisma,
- negatywnej oceny wpływu reklamy na wizerunek lub renomę Wydawcy,

- konkurencyjności względem działalności Wydawcy,

- sprzeczności z normami wiążącymi Wydawcę: Kodeksem Dobrych Praktyk Wydawców Prasy, Kodeksem Etyki Reklamy,

- zgłoszenia zastrzeżeń przez uprawniony do tego organ bądź Stowarzyszenie Rady Reklamy lub Radę Etyki Mediów,

- sprzeczności lub uzasadnionej obawy co do sprzeczności reklamy z prawem, zasadami współżycia społecznego, dobrymi obyczajami,

- naruszania lub uzasadnionej obawy naruszania praw osób trzecich,

- sądowego zabezpieczenia roszczeń bądź zgłoszenia takich roszczeń lub uzasadnionych zastrzeżeń przez osoby trzecie,

- braku zapłaty bądź opóźnienia w zapłacie za reklamy zamieszczone wcześniej.

3.9. Niezależnie od powyższego Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia zamówienia bez podania przyczyny, bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu.

#### **4 ZMIANA ORAZ ODWOŁANIE ZAMÓWIENIA**

4.1 Reklamodawca ma prawo zrezygnować z emisji lub odstąpić od umowy poprzez złożenie odpowiedniego oświadczenie w formie pisemnej. W razie rezygnacji z emisji na co najmniej 10 dni przed terminem składania materiałów, Reklamodawca zapłaci karę umowną w wysokości 20 % wartości nie zrealizowanej części zamówienia. W razie rezygnacji z emisji później niż na 10 dni przed terminem składania materiałów, Reklamodawca zapłaci pełną cenę za najbliższą emisję reklamy i karę umowną w wysokości 20 % wartości pozostałej nie zrealizowanej części zamówienia.

4.2 W przypadku odstąpienia przez Reklamodawcę od umowy w trakcie jej realizacji, Wydawca ma prawo do skorygowania udzielonych rabatów do wysokości odpowiadającej liczbie zrealizowanych emisji zgodnie z obowiązującym cennikiem. W takim przypadku Wydawca wystawi faktury korygujące VAT, a Reklamodawca odeśle Wydawcy podpisane kopie niezwłocznie po ich otrzymaniu.

#### **5 REKLAMACJE**

5.1 Wszelkie reklamacje wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.

5.2 Reklamacja powinna zawierać udokumentowany opis wad i usterek zamieszczonej reklamy oraz niezgodności z dostarczonym wzorem oraz egzemplarz dowodowy czasopisma, w którym reklama się ukazała.

5.3 Termin zgłaszania reklamacji wynosi 21 dni

od daty faktury. Reklamacje zgłoszone po tym terminie nie będą rozpatrywane.

5.4 Złożenie reklamacji nie wstrzymuje płatności wynikających z zawartej umowy. Rozpatrywane będą wyłącznie reklamacje zapłaconych reklam.

5.5 W przypadku nie zamieszczenia reklamy w ustalonym numerze czasopisma Wydawca zamieści ją w późniejszym uzgodnionym z Reklamodawcą numerze i udzieli mu bonifikaty w wysokości nie przekraczającej 10 % uzgodnionej ceny.

5.6 W razie wystąpienia istotnego błędu w druku, w sposób znaczący zmieniającego treść lub przesłanie reklamy, Wydawca udzieli Reklamodawcy bonifikaty w wysokości ustalonej w drodze negocjacji lub powtórzy reklamę bezpłatnie w kolejnym numerze czasopisma.

5.7 Górną granicą odpowiedzialności finansowej Wydawcy za niewłaściwe wykonanie zamówienia i wszelkie możliwe wady reklamy i jest jej zapłacona cena.

5.8 Wydawca nie odpowiada za wady reklamy spowodowane niewłaściwą jakością otrzymanych materiałów reklamowych oraz za wady druku ujawnione w poszczególnych egzemplarzach czasopisma w ilości nie przekraczającej 5 % nakładu.

5.9 Wydawca nie ponosi żadnej odpowiedzialności za bezpośrednie lub pośrednie następstwa nieumyślnego nie umieszczenia reklamy, pominięcia jakiegokolwiek jej elementu lub innych wad w reklamie, poza odpowiedzialnością określoną w p. 5.5, 5.6 oraz 5.7.

## 6. ROZLICZENIA

6.1. Fakturę za zamieszczenie reklamy Wydawca wystawi Reklamodawcy po jej emisji w Czasopiśmie. W razie dokonania przedpłaty - w ciągu 7 dni od daty jej otrzymania.

6.2. Reklamodawca zapłaci Wydawcy należność na podstawie otrzymanej faktury, w terminie 14 dni od daty jej wystawienia, na rachunek bankowy nr 86 1050 1979 1000 0022 6830 3308 w ING Bank Śląski Oddział w Toruniu, ul. Szosa Chełmińska 26/28, 87-100 Toruń.

6.3. W razie opóźnienia w zapłacie Reklamodawca zobowiązuje się do zapłaty odsetek ustawowych za cały okres opóźnienia. Wydawca ma prawo odmówić emisji kolejnej reklamy bez ponoszenia żadnych konsekwencji z tego tytułu do czasu otrzymania zapłaty zaległego wynagrodzenia wraz z odsetkami.

6.4. W razie zmiany nazwy lub adresu Reklamodawcy, zobowiązany jest on niezwłocznie powiadomić o tym Wydawcę i przesłać mu aktualne dokumenty opisane w p.3.3.

6.5. Agencje reklamowe i inni pośrednicy działają-

cy w imieniu i na rzecz swoich klientów, są solidarnie odpowiedzialni z podmiotami, które reprezentują, za terminową zapłatę należności dla Wydawcy z tytułu zamieszczenia reklam.

## 7. INNE POSTANOWIENIA

7.1. Wydawnictwo zastrzega sobie prawo do oznaczania reklam napisem „reklama”, „tekst sponsorowany” lub innym o podobnym znaczeniu.

7.2. Opublikowane w cenniku opłaty za zamieszczenie reklamy nie obejmują przygotowania projektu i opracowania graficznego reklamy.

7.3. Prawa autorskie do reklamy opracowanej przez Wydawcę, przysługują Wydawcy.

7.4. Jeżeli dostarczone przez Reklamodawcę materiały mają być zwrócone po wykorzystaniu, Reklamodawca musi to zastrzec w zamówieniu. Wydawca nie bierze odpowiedzialności za uszkodzenia materiałów powstałe w trakcie przesyłki.

## 8. WARUNKI TECHNICZNE

8.1. Gotowe reklamy powinny być przygotowane w plikach typu: eps, tiff, JPG lub PDF w paletcie kolorów CMYK i rozdzielczości 300 dpi. Czcionki powinny być dołączone do pliku lub zamienione na krzywe.

## 9. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

9.1. Złożenie zamówienia przez Reklamodawcę oznacza, że w pełni akceptuje on postanowienia niniejszych Warunków Ogólnych.

9.2. Niniejsze Warunki Ogólne, dostarczane lub publikowane w formie elektronicznej lub drukowanej, obowiązują od dnia 15.11.2007.

9.3. O ewentualnych zmianach niniejszych Warunków Ogólnych po otrzymaniu zamówienia Wydawca poinformuje Reklamodawcę na piśmie, wysyłając list pocztą lub drogą elektroniczną. W razie odmowy zaakceptowania zmian przez Reklamodawcę, do końca realizacji zamówienia strony będą obowiązywać wcześniejsze postanowienia Warunków Ogólnych. Brak odmowy w ciągu 14 dni od powiadomienia o zmianach oznacza ich pełne zaakceptowanie.

9.4. Wszelkie sprawy sporne rozstrzygać będzie sąd właściwy dla siedziby Wydawcy.