

REGULAMIN ZAMIESZCZANIA REKLAM

Rozdział I - Definicje

Ilekczoć w niniejszych ogólnych warunkach występują poniżej zdefiniowane pojęcia, należy je rozumieć w sposób następujący:

Wydawca – FORUM Press Sp. z o.o. z siedzibą w Poznaniu, ul. Polska 13, wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS nr 0000333142, NIP 781-18-40-772, kapitał zakładowy: 150 000,00 zł.

Reklamodawca – osoba fizyczna niebędąca konsumentem w rozumieniu art. 22(1) kodeksu cywilnego, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, zlecająca zamieszczenie w tytule Wydawcy reklamy. Reklamodawcą jest również agencja lub inny pośrednik reklamowy działający w imieniu własnym, lecz na rachunek swoich klientów.

Tytuł Wydawcy – czasopisma, inne produkty wydawnicze oraz serwisy internetowe będące własnością Wydawcy.

Reklama – odpłatna forma prezentacji Reklamodawcy lub oferty Reklamodawcy, w tym:

a) **reklama graficzna** – reklama zamieszczana drukiem w tytułach Wydawcy, której rozmiar jest określony liczbą standardowych, przyjętych przez Wydawcę jednostek powierzchni (m.in. reklamy całostronicowe, modułowe, ogłoszenia drobne i inne),

b) **reklama tekstowa** – reklama w postaci tekstu o określonej liczbie znaków i elementów graficznych, w szczególności w formie artykułu sponsorowanego, wywiadu z przedstawicielem Reklamodawcy, testu produktów Reklamodawcy, wypowiedzi eksperckiej i innych form wynikających z ustaleń między Reklamodawcą i Wydawcą,

- **artykuł sponsorowany**- forma reklamy tekstowej w postaci, przekazanego przez Reklamodawcę, tekstu promującego firmę, usługi lub produkty. Artykuł sponsorowany może zawierać wykresy, zdjęcia oraz grafikę wraz z opisem. Przekazane przez Reklamodawcę materiały muszą odpowiadać warunkom technicznym opisanym w załączniku nr 1 do Regulaminu.

c) **prezentacja audiowizualna** – reklama w formie klipu promującego Reklamodawcę i/lub ofertę Reklamodawcy, który zawiera reklamowy przekaz obrazowy i dźwiękowy funkcjonujący jako odrębny tytuł Wydawcy lub dystrybuowany z innymi tytułami Wydawcy,

d) **insert** – reklama w formie ulotki, broszury, katalogu, płyty bądź próbki produktu - umieszczany, wszyty, wklejony, zafoliowany bądź w inny sposób dystrybuowany wraz z tytułem Wydawcy,

e) **mailing** – reklama, która dociera do odbiorców z wykorzystaniem poczty elektronicznej, w szczególności newslettery i biuletyny informacyjne,

f) **niestandardowe formy reklamy** uzgodnione między Reklamodawcą i Wydawcą, dołączane do tytułów Wydawcy (m.in. stickery, naklejki, obwoluty reklamowe i inne).

Wszystkie formy reklamy muszą spełniać warunki techniczne określone w załączniku 1 do niniejszego regulaminu lub warunki techniczne indywidualnie określone przez Wydawcę.

Zlecenie – oznacza każdą umowę, której przedmiotem choćby tylko w części jest zamieszczenie reklamy w tytułach Wydawcy. Potwierdzenie przyjęcia zlecenia lub przystąpienie do jego realizacji przez Wydawcę oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z niniejszego Regulaminu Zamieszczania Reklam i innych uzgodnień stron zawartych w zleceniu/umowie.

Zlecenie jednostkowe - zlecenie jednorazowej emisji reklamy.

Zlecenie długoterminowe - zlecenie obejmujące 2 i więcej emisji reklamy.

Modyfikacja zlecenia – zmiana zlecenia obejmująca m.in. zmianę terminów emisji lub wielkości zamówionej powierzchni w obrębie cyklu wydawniczego poszczególnych tytułów.

Termin dostarczenia materiałów reklamowych - każdorazowo określony w zleceniu termin, w którym klient zobowiązuje się do przesłania kompletnych materiałów zgodnych z warunkami technicznymi określonymi w załączniku 1 do niniejszego Regulaminu Zamieszczania Reklam. Wydawcy przysługuje prawo zmiany terminu dostarczenia materiałów reklamowych. O każdej zmianie terminu, Wydawnictwo obowiązane jest powiadomić Reklamodawcę.

Termin dokonania akceptacji - określony w treści zlecenia termin, w którym Reklamodawca zobowiązuje się do ostatecznej akceptacji reklam (dotyczy reklam przygotowanych lub modyfikowanych przez Wydawcę na zlecenie reklamodawcy). Wydawcy przysługuje prawo zmiany terminu dostarczenia materiałów reklamowych. O każdej zmianie terminu, Wydawnictwo obowiązane jest powiadomić Reklamodawcę.

Dzień roboczy – każdy dzień tygodnia z wyjątkiem sobót i dni ustawowo wolnych od pracy.

Rozdział II

Postanowienia ogólne

1. Zlecenie zamieszczenia reklamy w tytułach Wydawcy jest dokonywane w oparciu o niniejsze ogólne warunki. Złożenie zlecenia jest równoznaczne z akceptacją przez Reklamodawcę postanowień przedmiotowego regulaminu.
2. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za formę i treść zamieszczanych reklam dostarczonych przez Reklamodawcę.
3. Reklamodawca jest wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie, że przysługują mu wszelkie prawa na dobrach niematerialnych do posługiwania się w zleconych do publikacji reklamach; informacjami, danymi, utworami, wizerunkami, znakami towarowymi, wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej. Zlecenie zamieszczenia reklamy jest równoznaczne z oświadczeniem, że powyższy obowiązek jest spełniony, zaś reklama zarówno co do formy, jak i treści nie jest sprzeczna z prawem lub/i zasadami współżycia społecznego.
4. W przypadku, gdyby w wyniku publikacji reklamy Wydawca poniósł jakąkolwiek szkodę z tytułu roszczeń osób lub instytucji, których prawa zostały naruszone wskutek tej publikacji, Reklamodawca jest zobowiązany naprawić szkodę w całości łącznie z kosztami postępowań spornych, kosztów zastępstwa procesowego i innych wydatków Wydawcy poniesionych w związku z roszczeniami osób trzecich.
5. Wydawca zastrzega sobie prawo do odmowy przyjęcia lub odmowy publikacji albo też do wstrzymania publikacji reklamy bez podania przyczyny, w szczególności w przypadku, gdy jego treść lub forma jest niezgodna z prawem, zasadami współżycia społecznego lub linią programową tytułu, w przypadku zgłoszenia zastrzeżeń przez osobę lub instytucję trzecią lub właściwy organ lub instytucję powołaną do czuwania nad przestrzeganiem zasad etyki mediów lub etyki reklamy, siły wyższej, a także w przypadku zalegania przez Reklamodawcę z płatnościami należnościami przysługujących Wydawcy.
6. W przypadku reklam dotyczących działalności, do której prowadzenia wymagana jest koncesja, zezwolenie lub licencja Reklamodawca jest zobowiązany przedstawić Wydawcy stosowny dokument.
7. W przypadku artykułów sponsorowanych Wydawca uprawniony jest wyłącznie do poprawiania błędów stylistycznych i innych oczywistych omyłek.

Rozdział III

Warunki realizacji zleceń

1. Publikacja reklam w tytułach Wydawcy dokonywana jest wyłącznie na podstawie pisemnego zlecenia lub pisemnej umowy podpisanej przez Reklamodawcę.
2. Przeniesienie przez Reklamodawcę uprawnień wynikających ze zlecenia może nastąpić wyłącznie po uprzednim powiadomieniu Wydawcy i uzyskaniu jego pisemnej zgody pod rygorem nieważności.
3. Agencje reklamowe i inni pośrednicy reklamowi działający na rzecz swoich klientów są solidarnie odpowiedzialni z podmiotami (Klientami), które reprezentują wobec Wydawcy.

Rozdział IV

Modyfikacja zlecenia

Modyfikacja zlecenia możliwa jest wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą Wydawcy.

Rozdział V

Anulowanie zlecenia

1. Reklamodawca może zrezygnować z jednostkowego lub/i długoterminowego zlecenia. Rezygnacja musi zostać złożona Wydawcy na piśmie (fax, poczta) lub drogą elektroniczną (mail) pod rygorem nieważności.
2. Anulowanie zlecenia jednostkowego nie spowoduje konsekwencji finansowych po stronie Reklamodawcy, jeżeli rezygnacja nastąpi nie później niż 10 dni roboczych przed terminem dostarczenia materiałów reklamowych.
3. W przypadku, gdy oświadczenie o anulowaniu zlecenia zostanie złożone Wydawcy z naruszeniem terminu określonego w ust. 2. tego rozdziału, Reklamodawca zobowiązany jest do zapłaty na rzecz Wydawcy:
 - a) 50% łącznej należności brutto za zlecenie, w przypadku anulowania zlecenia w okresie między 9. a 3. dniem roboczym przed terminem dostarczenia materiałów reklamowych,
 - b) 100% łącznej należności brutto za zlecenie, w przypadku anulowania zlecenia później jak 3 dni robocze przed terminem dostarczenia materiałów reklamowych.
4. W przypadku rezygnacji ze zlecenia długoterminowego Reklamodawca zostanie obciążony kwotą w wysokości 50% wartości brutto niezrealizowanej części zlecenia.
5. Niedochowanie przez Reklamodawcę terminu dostarczenia materiałów reklamowych jest równoznaczne z anulowaniem zlecenia na zasadach określonych w ust.3 b.
6. Reklamodawca wyraża zgodę na to, że w przypadku anulowania zlecenia później niż na 10 dni roboczych przed terminem dostarczenia materiałów reklamowych lub w przypadku rezygnacji ze zlecenia długoterminowego albo niedochowania terminu dostarczenia materiałów reklamowych, Wydawcy przysługuje prawo do świadczenia ustalonego na zasadach opisanych w ust. 3, 4 i 5 niniejszego rozdziału.

Rozdział VI

Postanowienia końcowe

1. Niniejszy Regulamin Zamieszczania Reklam stanowi integralna część zlecenia, zgodnie z art. 384 kodeksu cywilnego.
2. Ewentualne spory wynikające z umów zawartych w oparciu o niniejszy Regulamin rozstrzygane będą przez sąd właściwy dla siedziby Wydawcy.
3. Regulamin Zamieszczania Reklam obowiązuje od dnia 22.12.2011 r.

Załącznik nr 1 do Regulaminu Zamieszczania Reklam

Warunki techniczne

Ze względu na technologię produkcji przyjmujemy materiały wyłącznie w formie elektronicznej w plikach:

- PDF,
- AI,
- EPS,
- TIF,
- wymiary zgodne z formatem wykupionej powierzchni reklamowej. W przypadku reklamy na spad należy dodać po 3 mm zapasu z każdej strony na obcięcie,
- w reklamach całostronicowych oraz spadowych należy koniecznie odsunąć ważne elementy o 10 mm od wewnętrznej krawędzi reklamy (czasopismo ma oprawę klejoną i elementy w obszarze 10 mm od grzbietu mogą być zasłonięte),
- warunkiem reklamacji jest dostarczenie proofa.

Wymagania techniczne:

- teksty zamienione na krzywe,
- modele koloru CMYK,
- osadzone bitmapy o rozdzielczości co najmniej 250 dpi.