

REGULAMIN ZAMIESZCZANIA REKLAM W WYDAWNICTWACH KOMUNALNYCH

§1

ZASADY OGÓLNE

1. Zlecenie i zamieszczanie reklam modułowych, ogłoszeń drobnych, insertów oraz realizacja innych usług do wydawanych przez Abrys Sp. z o.o. tytułów prasowych PK, CE, REC jest dokonywane w oparciu o niniejszy regulamin przyjmowania reklam i ogłoszeń.
2. Abrys Sp. z o.o. – zwany dalej wydawcą - nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczanych ogłoszeń i reklam.
3. Treść ogłoszenia jest zamieszczana na odpowiedzialność zleceniodawcy.
4. Redakcja zastrzega sobie prawo do odmowy zamieszczenia reklamy, ogłoszenia lub insertu o treści niezgodnej z prawem, zasadami współżycia społecznego lub linią programową czasopism czy interesem wydawcy, bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu.

§2

WARUNKI REALIZACJI REKLAMY I OGŁOSZEŃ

5. Reklamy i ogłoszenia zamieszczane w tytułach prasowych wydawcy i innych wydawnictwach muszą zajmować powierzchnie odpowiadającą jednemu z typów modułów przedstawionych w aktualnie obowiązującym cenniku (Załącznik 2) i ofercie.
6. Publikacja ogłoszeń i reklam oraz realizacja innych usług do tytułów prasowych wydawcy i innych wydawnictw dokonywana jest na podstawie pisemnego zlecenia.
7. Terminy dostarczania zleceń i materiałów na druk ogłoszeń i reklam zawiera harmonogram wydawniczy (Załącznik 1).
8. Wydawca zastrzega sobie możliwość zmiany terminów przyjmowania reklam i ogłoszeń z przyczyn technicznych.
9. Zlecenie na wkładkowanie insertu musi być dostarczone minimum 10 dni przed planowaną datą wydania.
10. Zlecenie na foliowanie lub wklejanie insertu musi być dostarczone minimum 14 dni przed planowaną datą wydania.
11. Przy pierwszym zleceniu – w przypadku osób prawnych i osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą - zleceniodawca musi dostarczyć aktualny odpis z rejestru handlowego lub Krajowego Rejestru Sądowego bądź zaświadczenie o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej.
12. Zlecenie na zamieszczenie reklam, ogłoszeń i insertów powinno zawierać:
 - a) pełną nazwę firmy, pod którą podmiot prowadzi działalność,
 - b) nazwę i adres zleceniodawcy – osoby prawnej lub osoby fizycznej prowadzącej działalność gospodarczą,
 - c) numer KRS lub wpisu do ewidencji działalności gospodarczej oraz regon,
 - d) czytelny podpis zleceniodawcy – a w przypadku zleceń pochodzących od podmiotów gospodarczych, czytelny(e) podpis(y) osoby(osób) uprawnionej(ych) do reprezentowania danego podmiotu oraz ich funkcje, bądź stosowne upoważnienie potrzebne do zawarcia umowy, zlecenia,
 - e) przedmiot zamówienia (treść ogłoszenia lub reklamy),
 - f) format ogłoszenia lub reklamy,
 - g) datę zamówienia,
 - h) czytelna pieczęć firmy,
 - i) wskazane miesiące emisji,
 - j) cenę
 - k) zobowiązanie do zapłacenia należności za ogłoszenie – reklamę w formie i terminie określonym na fakturze,
 - l) numer identyfikacyjny firmy, oświadczenie i upoważnienie do wystawiania faktur bez podpisu osoby upoważnionej,
 - m) oświadczenie o zapoznaniu się z postanowieniami niniejszego regulaminu,
 - n) ewentualne specjalne życzenia dotyczące ogłoszenia, według zakresu określonego w obowiązującym cenniku.
13. Zlecenie na zamieszczenie insertu powinno zawierać dodatkowo:
 - a) termin dystrybucji,
 - b) termin dostarczenia wkładek do wydawcy (zgodnie z przyjętym harmonogramem wydawniczym),
 - c) określenie ilości insertów,
 - d) format wkładki,

e) waga wkładki,

f) informacje na temat przeznaczenia ewentualnej nadwyżki wkładek.

14. W celu złożenia zlecenia zamieszczenia reklamy zleceniodawca wypełnia czytelnie gotowy druk zlecenia dostępny w wydawnictwie lub na stronie internetowej www.komunalny.pl. W wybranych przypadkach zleceniodawca może przygotować zlecenie we własnym zakresie, pod warunkiem, że będzie ono zawierało w swej treści informacje o których mowa w pkt. 12 i 13.

15. Zmiana terminu emisji bądź wycofanie reklamy - ogłoszenia musi być dokonane w formie pisemnej i może być dokonane do 30 dni przed emisją zlecenia.

16. Zleceniodawca, w przypadku, gdy nie występują ograniczenia wynikające z kompozycji gazety lub sprzedaży danego miejsca w gazecie, może wskazać za dopłatą miejsce zamieszczenia reklamy – ogłoszenia (dotyczy modułów ½ strony oraz 1 strona). Za wybór miejsca dolicza się dopłatę zgodną z obowiązującym cennikiem. Jeżeli miejsce zamieszczenia reklamy nie zostanie wskazane – wydawca ma prawo zamieścić ogłoszenie – reklamę w dowolnym miejscu.

17. W przypadku rezygnacji zleceniodawcy ze zlecenia w terminie powyżej 30 dni przed datą zamknięcia numeru określoną w harmonogramie wydawniczym, zleceniodawca zobowiązuje się do zapłacenia wydawcy kary umownej w wysokości 20 % ceny ustalonej za usługę.

18. W przypadku odstąpienia od zlecenia w terminie krótszym niż 30 dni przed datą zamknięcia numeru określoną w harmonogramie wydawniczym, zleceniodawca zapłaci pełną kwotę za usługę.

19. W przypadku rezygnacji ze zlecenia wielokrotnego zamieszczenia reklamy zleceniodawca zobowiązuje się do zapłacenia wydawcy kwoty udzielonych rabatów z tytułu wielokrotności zlecenia za wyemitowane reklamy.

20. Wydawca zastrzega sobie prawo do zawieszenia emisji reklam bez powiadomienia zleceniodawcy w przypadku nieuregulowania płatności za wcześniejszą emisję reklamy, ogłoszenia.

21. W przypadku niedotrzymania przez zleceniodawcę określonego przez niego w zleceniu lub w harmonogramie wydawniczym terminu dostarczenia materiału reklamowego, zleceniodawca zapłaci fakturę w wysokości kwoty ustalonej na zleceniu, tak jak za wyemitowaną reklamę.

22. W przypadku zlecenia wielokrotnego, emisja reklamy w kolejnych wydaniach będzie realizowana na podstawie materiału, który został przesłany i uzgodniony do pierwszej emisji reklamy, chyba, że zleceniodawca w drodze pisemnego aneksu uzgodni z Redakcją odrębne zatwierdzenia materiału reklamowego przed każdą emisją.

23. Jeżeli dostarczone przez zleceniodawcę materiały mają być zwrócone po ich wykorzystaniu, zleceniodawca musi zastrzec to w zleceniu.

24. Zleceniodawca oświadcza, że publikacja dostarczonych materiałów nie naruszy jakichkolwiek praw autorskich oraz że posiada prawo do ich anonimowego rozpowszechniania i opracowywania. Zleceniodawca przejmuje na siebie wszelkie roszczenia mogące powstać z tego tytułu.

§3 PŁATNOŚCI

25. Opłata za reklamy, ogłoszenia oraz inne usługi uiszczana jest w terminie 7 dni po emisji reklamy (z dołu) według wystawionej faktury VAT - przelewem na konto: PKO BP S.A. I o/ Poznań 69 1020 4027 0000 1102 0336 0286

26. Płatność może nastąpić przed emisją reklamy (z góry), z zastrzeżeniem, że wpłacana kwota musi wpłynąć na konto wydawcy w terminie określonym na fakturze pro forma. Klienci zagraniczni dokonują wpłaty przed emisją zgodnie z terminem określonym na fakturze pro forma.

27. W przypadku dokonania przedpłaty zleceniodawcy przysługuje rabat 5%. Jeżeli jednak zleceniodawca nie dokona przedpłaty we wskazanym terminie rabat ulega anulacji. Punkt ten nie dotyczy klientów zagranicznych.

28. W uzasadnionych wypadkach wydawca może wyrazić zgodę na inny termin płatności.

29. Wydawca będzie naliczać za każdy dzień zwłoki odsetki ustawowe za płatność po terminie określonym na fakturze.

§4 WARUNKI TECHNICZNE

30. Zleceniodawca jest zobowiązany dostarczyć gotowy wzór reklamy, ogłoszenia lub komplet materiałów graficznych (logo, zdjęcia itp.) w terminach określonych w załączniku 1 - Harmonogram wydawniczy. Wszystkie materiały, znaki graficzne przeznaczone do reprodukcji jak logo, rysunki, zdjęcia itp., dostarczone przez zleceniodawcę powinny spełniać wymagania techniczne wydawcy (Załącznik 3 – Warunki techniczne).

31. Wszelkie odstępstwa od wymogów technicznych materiałów, o których mowa w pkt. 32 o ile mają wpływ na pogorszenie jakości realizacji zlecenia – dopuszczane są na prośbę i ryzyko zleceniodawcy, na podstawie odrębnego pisemnego oświadczenia.

32. Istnieje możliwość przygotowania, projektu reklamy modułowej do akceptacji przez klienta. Złożenie tego typu zlecenia jest możliwe w terminie do 14 dni roboczych przed datą pierwszej emisji.

33. Zleceniodawcy przysługuje prawo wprowadzenia zmian w reklamie, w przypadku, kiedy jest to możliwe technicznie. Do ceny reklam może zostać doliczona opłata za opracowanie projektu reklamy lub dokonanie zmian w reklamach gotowych.

Wysokość opłaty ustalana jest indywidualnie i zależy o pracochłonności zlecenia (załącznik 4).

34. Wszelkie zmiany i poprawki naniesione przez wydawcę podlegają pisemnej akceptacji przez zleceniodawcę.

35. W przypadku dostarczenia zleceniodawcy projektu reklamy, brak akceptacji przez zleceniodawcę reklamy upoważnia wydawcę do emisji zaproponowanego projektu reklamy. Na akceptację reklam, wydawca czeka 3 dni, nie później niż do dnia poprzedzającego tzw. próbny wydruk czasopisma (ozalid).

36. Prawa autorskie do graficznego opracowania reklamy przysługują wydawcy i jakiegokolwiek wykorzystanie tego opracowania poza tytułami wydawanymi przez Abrys Sp. z o.o. wymaga zgody wydawcy.

§5 REKLAMACJE

37. Reklamacje dotyczące reklamy, ogłoszenia lub innych usług należy składać pisemnie w ciągu 7 dni roboczych od daty pierwszej zakwestionowanej emisji, podając dokładny opis tego, co jest kwestionowane, tytuł gazety oraz miesiąc wydania, w którym ukazała się reklama lub ogłoszenie.

38. Niedotrzymanie terminu i formy zgłoszenia reklamacji powoduje utratę przez zleceniodawcę prawa do reklamacji.

39. W przypadku nie ukazania się reklamy lub ogłoszenia w ustalonym terminie wydawca zamieści je w innym uzgodnionym ze zleceniodawcą terminie.

40. W przypadku istotnego błędu w druku reklamy lub ogłoszenia, w sposób znaczący zmieniający jego treść lub przesłanie, wydawca opublikuje stosowne sprostowanie lub w drodze negocjacji ze zleceniodawcą ustali bonifikatę do ceny reklamowanego ogłoszenia.

41. Reklamacje dotyczące reklam i ogłoszeń zakupionych według ofert specjalnych (promocyjnych) będą – w wypadku ich uwzględnienia - rekompensowane do faktycznej kwoty, za którą zostały kupione.

42. Złożenie reklamacji nie zwalnia zleceniodawcy z opłacenia zlecenia.

§6 UWAGI KOŃCOWE

43. Niniejsze zasady wchodzi w życie z dniem 30.09.2008r., przy czym mają zastosowanie do umów zawartych przed tą datą, o ile obejmują one okres współpracy po 30.09.2008 r.

44. W sprawach nieuregulowanych w niniejszych zasadach zastosowanie mają odpowiednie przepisy kodeksu cywilnego i prawa prasowego.

45. Zleceniodawca wyraża zgodę na otrzymywanie informacji handlowych związanych z wydawcą za pośrednictwem środków komunikacji elektronicznej.

46. W przypadku zleceń reklam i ogłoszeń składanych przez klientów zagranicznych, do umów wynikających, z tych zleceń będą miały zastosowanie wyłącznie przepisy prawa polskiego, a ewentualne spory rozstrzygane będą przez Sąd polski właściwy miejscowo dla siedziby wydawnictwa.

47. Integralną część zasad stanowią:

Załącznik I – Harmonogram wydawniczy

Załącznik II – Dopłaty za obróbkę techniczną

Tomasz Szymkowiak

Dyrektor - redaktor naczelny wydawnictw

30.09.2008r