

## OGÓLNE WARUNKI ZAMIESZCZANIA REKLAM

### Rozdział I - DEFINICJE

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

**Wydawnictwo** – Spółka „Grupa Wydawnicza Semantika” Sp. z o.o., z siedzibą w Poznaniu ul. Żuławska 10, wpisana do rejestru przedsiębiorców, prowadzonego przez Sąd Rejonowy Poznań Nowe Miasto i Wilda w Poznaniu, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000470869  
NIP 7773232650

**Zamawiający** – osoba fizyczna nie będąca konsumentem w rozumieniu art. 22<sup>1</sup> kodeksu cywilnego, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej zlecająca zamieszczenie w czasopiśmie wydawcy reklam i ogłoszeń. Ogłoszeniodawcą jest również agencja lub inny pośrednik reklamowy działający w imieniu własnym lecz na rachunek swoich klientów.

**Reklama** – reklama lub inne ogłoszenie zamieszczana drukiem lub w formie elektronicznej (Internet) w postaci graficznej lub /i w postaci tekstu, a także materiał reklamowy w formie insertu a ponadto udostępnienie powierzchni pod stoisko promocyjno-reklamowe oraz sponsoring podczas konferencji, zjazdów, eventów.

**Insert** – materiał reklamowy w formie ulotki, broszury, katalogu, płyty bądź próbki produktu wrzucony, wszyty, wklejony, zafoliowany bądź w inny sposób dystrybuowany wraz z tytułem.

**Zlecenie** – oznacza zamówienie złożone przez Zamawiającego oraz każdą inną umowę, której przedmiotem choćby tylko w części jest zamieszczenie reklamy. Przyjęcie zlecenia przez Wydawnictwo oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z zamówienia/umowy, niniejszych ogólnych warunków oraz innych uzgodnień stron.

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

### Rozdział II POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Zlecenie zamieszczenia reklam jest dokonywane w oparciu o niniejsze ogólne warunki. Złożenie przez Zamawiającego zlecenia jest równoznaczne z akceptacją postanowień niniejszego dokumentu.
2. Ceny podane w cenniku reklam dotyczą zajętych powierzchni reklamowej oraz materiałów gotowych do druku. W przypadku opracowania graficzno-technicznego lub wykonania graficznego projektu reklamy według dostarczonych wytycznych, Zamawiający ponosi dodatkowy koszt, ustalany indywidualnie w zależności od powierzchni reklamowej oraz złożoności grafiki.
3. Wydawnictwo nie ponosi odpowiedzialności za formę i treść zamieszczanych ogłoszeń.
4. Zamawiający jest wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie, że przysługują mu wszelkie prawa na dobrach niematerialnych do posługiwania się, użytymi w zleconych do publikacji reklamach, informacjami, danymi, utworami, wizerunkami, znakami towarowymi, wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej. Zlecenie reklamy jest równoznaczne z oświadczeniem, że powyższy obowiązek jest spełniony zaś ogłoszenie zarówno co do formy jak i treści nie jest sprzeczne z prawem lub/i zasadami współżycia społecznego.

5. W przypadku gdyby w wyniku publikacji reklamy Wydawnictwo poniosło jakąkolwiek szkodę z tytułu roszczeń osób lub instytucji, których prawa zostały naruszone wskutek tej publikacji, Zamawiający jest zobowiązany naprawić szkodę w całości łącznie z kosztami postępowań spornych, kosztów zastępstwa procesowego i innych wydatków Wydawnictwa poniesionych w związku z roszczeniami osób trzecich.
6. Wydawnictwo zastrzega sobie prawo do odmowy przyjęcia lub odmowy publikacji albo też do wstrzymania publikacji reklamy:
  - bez podania przyczyny w szczególności gdy: treść lub forma reklamy jest niezgodna z prawem, zasadami współżycia społecznego, godzi w interesy Wydawnictwa, w przypadku zgłoszenia zastrzeżeń przez osobę lub instytucje trzecią lub właściwy organ lub instytucje powołaną do czuwania nad przestrzeganiem zasad etyki mediów lub etyki reklamy, siły wyższej, braku zapłaty lub opóźnienia w zapłacie za zamieszczane wcześniej reklamy,
  - z powodu ich złej jakości lub nieodpowiadającym warunkom technicznym.
7. W przypadku reklam dotyczących działalności, do której prowadzenia wymagana jest koncesja, zezwolenie lub licencja Zamawiający jest zobowiązany przedstawić Wydawcy stosowny dokument.
8. Jeśli materiały graficzne mają być zwrócone Zamawiającemu należy to wyraźnie zaznaczyć w zleceniu.
9. Gdy z przyczyn niezależnych od Wydawnictwa reklama nie została zrealizowana w określonym czasie, czas emisji zostaje odpowiednio przedłużony lub w przypadku reklamy internetowej Zamawiający może wykorzystać pozostałą ilość odsłon w innym zamówieniu.
10. Materiały reklamowe powinny spełniać ogólne wymagania techniczne określone w cenniku/ofercie Wydawnictwa.
11. Poza standardową formą reklamy (określoną w ofercie Wydawnictwa) istnieje możliwość zamieszczenia nietypowych form reklamy. Forma, termin i ceny każdorazowo podlegają uzgodnieniu z Sekcją Sprzedaży Reklam. Przed umieszczeniem reklamy wymagane jest przedstawienie wzoru niestandardowych form do akceptacji.
12. W przypadku udostępniania powierzchni pod stoisko promocyjno-reklamowe lub/i sponsoringu, Zamawiający uprawniony jest do promowania i/lub reklamy wyłącznie własnych produktów i usług. Promocja lub/i reklama produktów i usług osób trzecich możliwa jest jedynie za uprzednią pisemną zgodą Wydawnictwa. Za naruszenie wyżej powołanych postanowień, Zamawiający, bez odrębnego wezwania, zapłaci Wydawnictwu karę umowną w kwocie netto odpowiadającej dwukrotności, należnego Wydawnictwu od Zamawiającego, wynagrodzenia za udostępnienie powierzchni pod stoisko lub /i sponsoring, wraz z podatkiem VAT w wysokości zgodnej z obowiązującymi przepisami. Wydawnictwo zastrzega sobie prawo dochodzenia od Zamawiającego odszkodowania przenoszącego wysokość kary umownej.

### **Rozdział III WARUNKI REALIZACJI ZLECEŃ**

1. Podstawą do zamieszczenia reklamy jest zlecenie, podpisane przez Zamawiającego lub osobę/osoby upoważnioną do reprezentacji Zamawiającego.
2. Zlecenie powinno określać:
  - produkt, w którym reklama zostanie umieszczona,
  - rodzaj reklamy,
  - powierzchnię reklamy,
  - termin emisji,
  - warunki płatności,
  - ceny i wysokość upustów.
3. Jeżeli wymaga tego rodzaj zamówionej reklamy, integralną część zlecenia stanowi tekst

reklamy i ewentualnie inne materiały graficzne lub materiały gotowe do druku w formie zgodnej z warunkami technicznymi Wydawnictwa.

4. Do chwili przyjęcia zlecenia lub przystąpienia do jego wykonania przez Wydawnictwo, zlecenie stanowi ofertę.
5. Agencje reklamowe i inni pośrednicy reklamowi działający w imieniu i na rzecz swoich klientów są solidarnie odpowiedzialni z podmiotami( klientami) , które reprezentują wobec Wydawnictwa.
6. Gotowe materiały graficzne powinny być dostarczone do Wydawnictwa nie później niż 10 dni roboczych przed emisją reklamy określoną na formularzu zamówienia. Nietrzymanie przez Zamawiającego ww. terminu uprawnia Wydawnictwo do nie zamieszczenia zamówionej reklamy z jednoczesnym obciążeniem Zamawiającego kosztami zamówionej reklamy.
7. W przypadku sponsoringu, Zamawiający zobowiązany jest do przesłania prezentacji swojej firmy lub produktu do akceptacji przez Wydawnictwo oraz do naniesienia sugerowanych przez Wydawnictwo poprawek.
8. Płatność za reklamę następuje w formie przelewu na konto Wydawnictwa w ciągu 14 dni od daty wystawienia faktury VAT za zamieszczenie reklamy.
9. Warunki i terminy płatności w wyjątkowych przypadkach mogą być ustalane indywidualnie z Zamawiającym.

#### **Rozdział IV MODYFIKACJA ZLECENIA**

1. Zleceniodawca jest zobowiązany dostarczyć Wydawnictwu oświadczenie modyfikujące zlecenie, na piśmie z dokładnym określeniem zakresu zmian, nie później niż na 15 dni roboczych przed terminem zamknięcia wydania lub przekazania do dystrybucji, określonym przez Wydawnictwo w formularzu zamówienia.
2. Oświadczenie modyfikujące wykraczające poza zmianę treści materiału reklamowego, terminu emisji lub wielkości zamówionej powierzchni w obrębie cyklu wydawniczego poszczególnych produktów jest równoznaczne z anulowaniem zlecenia.
3. W przypadku przekroczenia terminów zgłaszania zmian określonych w punkcie 1 a także w przypadku wątpliwości, niejasności co do zakresu i rodzaju zgłoszonych zmian, których nie da się rozstrzygnąć w terminach określonych w punkcie 1 powyżej, Wydawnictwo ma prawo realizacji zlecenia w jego pierwotnej wersji. W takiej sytuacji Wydawnictwo nie ponosi odpowiedzialności za skutki publikacji ogłoszenia w wersji pierwotnej, a Zamawiający zobowiązany jest do zapłaty 100% wartości zlecenia.
4. Wydawnictwo przyjmie zmiany określone przez Zamawiającego w miarę istniejących możliwości. W przypadku gdy dokonanie modyfikacji okaże się niemożliwe ze względów technicznych lub innych zobowiązań Wydawnictwa. Zamawiający wg. własnego wyboru może zrezygnować z modyfikacji zlecenia, bądź odstąpić od umowy. Odstąpienie od umowy jest równoznaczne z anulowaniem zlecenia i powoduje skutki określone w rozdziale V.

#### **Rozdział V ANULOWANIE ZLECENIA**

1. Zamawiający może zrezygnować z zamówionej reklamy/ anulowanie zlecenia/. Rezygnacja musi zostać zgłoszona Wydawnictwu na piśmie (fax, poczta) lub drogą elektroniczną (mail) pod rygorem nieważności.
2. Rezygnacja ze zlecenia nie spowoduje konsekwencji finansowych po stronie Zamawiającego, jeżeli nastąpi nie później niż:

**w przypadku reklamy drukowanej w czasopiśmie lub publikacji wymiennokartkowej** - 10 dni roboczych przed terminem zamknięcia reklamowego wydania podanym na formularzu zamówienia.

**w przypadku reklamy internetowej** - 10 dni roboczych przed terminem emisji,

**dla insertów** - 10 dni roboczych przed datą przekazania do dystrybucji podaną na formularzu zamówienia,

**stoisko lub/i sponsoring w czasie konferencji, zjazdów, eventów** - brak możliwości rezygnacji bez ponoszenia konsekwencji finansowych.

3. W przypadku, gdy oświadczenie o anulowaniu zlecenia zostanie zgłoszone Wydawnictwu później niż w terminach określonych w punkcie 2 powyżej, Zamawiający zaleźnie od terminu złożenia oświadczenia, zobowiązany jest do zapłaty na rzecz Wydawnictwa:

**dla reklam drukowanych**

- między 9, a 6 dniem roboczym przed zamknięciem reklamowym podanym na formularzu zamówienia - 50% należności brutto za zlecenie,

- później niż 6 dni roboczych przed zamknięciem reklamowym wydania podanym na formularzu zamówienia - 100% należności brutto za zlecenie

**dla reklamy internetowej**

- między 9, a 6 dniem roboczym przed terminem emisji,- 50% należności brutto za zlecenie,

- później niż 6 dni roboczych przed terminem emisji - 100% należności brutto za zlecenie,

**dla insertów**

- między 9, a 4 dniem roboczym przed datą przekazania do dystrybucji podaną na formularzu zamówienia - 50% należności brutto za zlecenie,

- później niż 4 dni robocze przed datą przekazania do dystrybucji podaną na formularzu zamówienia - 100% należności brutto za zlecenie,

**stoisko lub/i sponsoring w czasie konferencji, zjazdów, eventów** - w przypadku rezygnacji później niż na 7 dni przed planowanym terminem, Zleceniodawca zostaje obciążony pełnymi kosztami (100 % wartości brutto zamówienia) a w przypadku rezygnacji co najmniej 7 dni przed planowanym terminem, Zamawiający ponosi 50 % wartości brutto zamówienia.

4. W przypadku częściowego anulowania zlecenia stosuje się zasady określone w ust 2-3 powyżej w stosunku do anulowanej części zlecenia.

## **Rozdział VI POSTĘPOWANIE REKLAMACYJNE**

1. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji zlecenia, Zamawiający zobowiązany jest zgłaszać Wydawnictwu na piśmie w ciągu 7 dni od daty ukazania się zakwestionowanej reklamy (konferencji, zjazdu, eventu).
2. Reklamacje powinny zawierać udokumentowany opis wad, usterek i innych nieprawidłowości w wykonaniu zlecenia.
3. Wydawnictwo zastrzega sobie prawo nieuwzględnienia reklamacji w przypadku dostarczenia materiałów reklamowych po terminie.  
Wydawca zastrzega sobie prawo nieuwzględnienia reklamacji materiałów reklamowych, do których nie został dołączony materiał porównawczy (próba kolorów).
4. Niedotrzymanie terminu zgłoszenia reklamacji bądź niezachowanie jej formy pisemnej powoduje utratę przez Zamawiającego prawa do reklamacji, dotyczy to także kolejnych dotkniętych wadą lub usterką emisji tego samego materiału (w przypadku emisji cyklicznych).

5. Złożenie reklamacji nie zwalnia Zamawiającego z obowiązku uregulowania należności wynikającej ze zlecenia.
6. Wydawnictwo zastrzega sobie prawo rozpatrywania wyłącznie reklamacji dotyczących zleceń zapłaconych w całości.
7. Zamawiającemu nie przysługuje prawo potrącenia ewentualnej należności z tytułu reklamacji z należnego Wydawnictwu wynagrodzenia.
8. Wydawnictwo nie ponosi odpowiedzialności wobec Zamawiającego za niezrealizowane zlecenie z powodu przerw lub zaprzestania pracy drukarni, zaprzestania wydawania publikacji, odwołania konferencji, zjazdu lub/i z powodu innych zdarzeń niezależnych od Wydawnictwa.

## **Rozdział VII Postanowienia końcowe**

1. Niniejsze Ogólne Warunki Zamieszczania Reklam stanowią integralną część zlecenia, zgodnie z art. 384 kodeksu cywilnego.
2. Ewentualne spory wynikające z umów zawartych w oparciu o niniejsze Ogólne Warunki rozstrzygane będą przez sąd właściwy dla siedziby Wydawnictwa.
3. Ogólne Warunki Zamieszczania Reklam obowiązują od dnia 01.09.2019