

OGÓLNE ZASADY ZAMIESZCZANIA OGŁOSZEŃ W CZASOPISMACH AXEL SPRINGER POLSKA SP. ZO.O.

SPIS TREŚCI

1. DEFINICJE – STR. 2
2. WSTĘP – STR.3
 - a) odpowiedzialność z tytułu zamieszczania ogłoszenia – STR. 3
 - b) prawo odmowy zamieszczania ogłoszenia – STR. 3
3. WARUNKI PUBLIKACJI - STR. 4-5
 - a) składanie zamówienia - STR. 4
 - b) warunki rezerwacji - STR. 5
 - c) modyfikacja zamówienia - STR. 5
 - d) anulowanie zlecenia - STR. 5
4. CENNIK - STR. 6
5. WARUNKI TECHNICZNE - STR. 6
6. SPOSÓB DOKONYWANIA PŁATNOŚCI - STR. 6
7. REKLAMACJE - STR. 7
8. POWODY NIEZREALIZOWANIA ZAMÓWIENIA – STR. 7
9. POSTANOWIENIA DODATKOWE - STR. 7

1. DEFINICJE

§ 1

Ilekroć w niniejszym dokumencie występują poniżej zdefiniowane sformułowania należy je rozumieć w następujący sposób:
zasady ogólne – ogólne zasady zamieszczania ogłoszeń w czasopismach Axel Springer Polska sp. z o.o.

wydawca – Axel Springer Polska Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, Al. Jerozolimskie 181, zarejestrowana w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego, Sądu Rejonowego dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000108017, NIP 521-10-00-198, REGON 010687650;

ogłoszeniodawca – osoba fizyczna, osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej zlecająca zamieszczenie w Tytułach ogłoszeń lub reklamy;

tytuły – czasopisma wydawane przez Wydawcę;

ogłoszenie – ogłoszenie wymiarowe płatne za moduł lub inną jednostkę powierzchni wyszczególnioną w cenniku Wydawcy, materiał promocyjny lub inna forma publikacji promocyjnej;

reklama – materiał reklamowy w formie ogłoszenia wymiarowego, płatnego za moduł lub inną jednostkę powierzchni wyszczególnioną w cenniku Wydawcy, w tym także inserty;

zlecenie – pisemne zamówienie powierzchni reklamowej wystawione przez ogłoszeniodawcę i dostarczone Wydawcy zawierające nazwę klienta, kampanii, termin emisji, format ogłoszenia;

modyfikacja zlecenia reklamowego – zmiana, która nie powoduje zmniejszenia wartości zlecenia ani terminu jego realizacji.

2. WSTĘP

§ 2

Przyjmowanie przez Wydawcę do publikacji oraz zamieszczanie w tytułach Wydawcy Ogłoszeń i Reklam jest dokonywane w oparciu o niniejsze Zasady Ogólne oraz obowiązujące przepisy prawa.

a) ODPOWIEDZIALNOŚĆ Z TYTUŁU ZAMIESZCZANIA OGŁOSZENIA

§ 3

1. Pełną odpowiedzialność za treść ogłoszeń lub reklam ponosi Ogłoszeniodawca.
2. Wydawca i redaktor naczelny tytułu nie ponoszą odpowiedzialności za treść zamieszczonych ogłoszeń i reklam.
3. W przypadku gdyby w wyniku publikacji ogłoszeń lub reklam Wydawca poniósł jakiegokolwiek koszty z tytułu roszczeń osób, których prawa (w tym w szczególności dobra osobiste, prawa autorskie, prawa pokrewne, prawa własności przemysłowej lub inne) zostały naruszone wskutek publikacji reklam lub ogłoszeń, Ogłoszeniodawca jest zobowiązany pokryć te koszty w całości łącznie z kosztami postępowań spornych, opłat sądowych, kosztów zastępstwa procesowego i innych uzasadnionych wydatków Wydawcy poniesionych w związku z roszczeniami osób trzecich. Dotyczy to także tych przypadków, gdy stroną postępowania związanego z treścią lub formą ogłoszenia lub reklamy będzie redaktor naczelny tytułu, lub inny redaktor bądź pracownik Wydawcy.
4. W przypadku gdyby na skutek publikacji ogłoszenia lub reklamy właściwy organ wydał postanowienie zakazujące Wydawcy dystrybucji tytułu lub gdyby taka dystrybucja była z powodu będącego bezpośrednim lub pośrednim skutkiem publikacji ogłoszenia lub reklamy niemożliwa Ogłoszeniodawca jest zobowiązany do pokrycia wszelkich szkód poniesionych z tego tytułu przez Wydawcę, w tym również utraconych korzyści.

b) PRAWO ODMOWY ZAMIESZCZANIA OGŁOSZENIA

§ 4

1. Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia lub odmowy publikacji albo też wstrzymania publikacji ogłoszenia, reklamy lub insertu na wcześniej uzgodnionych warunkach, bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu, z następujących przyczyn:
 - a) siły wyższej,
 - b) sprzeczności ogłoszenia, reklamy lub insertu z prawem bądź zasadami współżycia społecznego (dobrymi obyczajami), albo też sprzeczności z linią programową bądź charakterem publikacji, a także z negatywną oceną przez redakcję tytułu treści zawartych w ogłoszeniu, reklamie lub insercie,
 - c) technicznych, technologicznych lub emisyjnych,
 - d) sądowego zabezpieczenia bądź zgłoszenia przez osoby trzecie przeciwko Wydawcy, lub osobom trzecim roszczeń lub uprawdopodobnionych zastrzeżeń związanych z ogłoszeniem, reklamą lub insertem bądź ich emisją w zakresie objętym umową,
 - e) zgłoszenia zastrzeżeń przez uprawniony do tego organ bądź Stowarzyszenie Rady Reklamy, lub Radę Etyki Mediów,
 - f) braku zapłaty w terminie ustalonym w umowie za zamieszczane wcześniej ogłoszenia, reklamy bądź inserty lub opóźnienia w zapłacie wynagrodzenia.
2. Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia lub odmowy dalszej publikacji albo też wstrzymania publikacji ogłoszenia lub reklamy bez podania przyczyny, bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu.

3. WARUNKI PUBLIKACJI

a) SKŁADANIE ZAMÓWIENIA

§ 5

1. Publikacja ogłoszenia lub reklamy jest dokonywana na podstawie pisemnego zamówienia (obejmującego treść ogłoszenia lub reklamy), które Ogłoszeniodawca jest zobowiązany dostarczyć Wydawcy. Terminy dostarczenia zamówienia materiałów reklamowy i promocyjnych do poszczególnych tytułów określają właściwe cenniki reklamowe.
2. Zamówienie, o którym mowa w ust. 1 powyżej, dla swej skuteczności musi zawierać w swej treści następujące elementy:
 - dane dotyczące Ogłoszeniodawcy
 - a) dla osób fizycznych - imię i nazwisko oraz adres zamieszkania,
 - b) dla osób prawnych jak i jednostek organizacyjnych nie posiadających osobowości prawnej - nazwę (firma), siedziba i adres, pod którym podmiot prowadzi działalność, numer w ewidencji działalności gospodarczej albo numer we właściwym rejestrze.
 - wielkość i format zamawianych ogłoszeń lub reklam,
 - określenie tytułu i wydania, na których ma być zamieszczone ogłoszenie lub reklama (np. "Fakt Gazeta Codzienna", wydanie czwartkowe),
 - liczba i proponowane daty publikacji,
 - miejsce publikacji ogłoszenia lub reklamy (np. kolumny ogłoszeniowe, pierwsza strona, strona prawa itp.),
 - oświadczenie zawierające zgodę Ogłoszeniodawcy na realizację składanego zamówienia zgodnie z Zasadami Ogólnymi,
 - określenie formy i terminu płatności,
 - wartość zamówienia netto przed rabatami,
 - oświadczenie, że Ogłoszeniodawca jest lub nie jest podatnikiem VAT,
 - numer NIP, jeżeli Ogłoszeniodawca jest podatnikiem VAT,
 - ewentualne specjalne życzenia dotyczące ogłoszenia lub reklamy według zakresu określonego w obowiązującym cenniku Wydawcy,
 - ewentualne żądanie wystawienia faktury (dotyczy osób fizycznych nie prowadzących działalności gospodarczej),
 - własnoręczny podpis Ogłoszeniodawcy (w przypadku osób fizycznych nie prowadzących działalności gospodarczej),
 - pieczęć firmową oraz pieczęć imienną i własnoręczny podpis osoby upoważnionej do występowania w imieniu Ogłoszeniodawcy (w przypadku innych podmiotów).

W przypadku ogłoszeń i reklam zamawianych przez Ogłoszeniodawcę prowadzącego działalność gospodarczą bądź będącego osobą prawną lub inną jednostką organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, Ogłoszeniodawca taki, o ile nie jest związany z Wydawcą stałą umową o współpracy określającą w swej treści identyfikujące go dane i wszelkie szczegóły zamówienia, powinien złożyć zamówienie, zawierające wszystkie informacje wskazane powyżej i dodatkowo:

- numer z rejestru przedsiębiorców Ogłoszeniodawcy (z podaniem nazwy sądu) lub numer wpisu do ewidencji działalności gospodarczej we właściwym urzędzie gminy (z podaniem nazwy urzędu) albo też numer wpisu do innego stosownego rejestru Krajowego Rejestru Sądowego (z podaniem nazwy właściwego Sądu),
- imię i nazwisko oraz adres zamieszkania właściciela (właścicieli) bądź wspólników podmiotu gospodarczego prowadzącego działalność na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej,
 - oświadczenie wyrażające zgodę na wystawianie przez Wydawcę faktur VAT bez podpisu Ogłoszeniodawcy,
 - wskazanie kontaktu z osobą koordynującą zlecenie ze strony Ogłoszeniodawcy.
3. W celu złożenia zamówienia Ogłoszeniodawca wypełnia czytelnie gotowy druk zamówienia dostępny w Biurze Ogłoszeń lub u przedstawiciela handlowego Wydawcy. Ogłoszeniodawca może również przygotować zamówienie we własnym zakresie, pod warunkiem jednakże, iż będzie ono zawierało w swej treści wszystkie niezbędne informacje określone niniejszym dokumentem.
 4. Integralną częścią zamówienia jest tekst ogłoszenia lub reklamy i ewentualnie inne materiały graficzne lub materiały gotowe do druku w formie zgodnej z warunkami technicznymi Wydawcy.

§ 6

1. Niedotrzymanie terminu dostarczenia zamówienia bądź materiałów z nim związanych a także niezgodność z warunkami technicznymi Wydawcy oraz inne uchybienia zamówienia zwalniają Wydawcę od odpowiedzialności za publikację ogłoszenia bądź reklamy w tym również za publikację ogłoszenia lub reklamy w niewłaściwej formie lub treści oraz zwalniają Wydawcę z obowiązku publikacji ogłoszenia lub reklamy.
2. Nieopublikowanie ogłoszenia lub reklamy lub opublikowanie takiego ogłoszenia lub reklamy w niewłaściwej formie lub treści na skutek okoliczności, o których mowa ust. 1 powyżej, nie zwalnia Ogłoszeniodawcy z obowiązku zapłaty wynagrodzenia w wysokości wynikającej ze złożonego zamówienia.

3. Wszelkie odstępstwa od wymogów technicznych - o ile mogą mieć wpływ na pogorszenie jakości realizacji zamówienia (druku) - dopuszczalne są wyłącznie na prośbę i ryzyko Ogłoszeniodawcy, na podstawie odrębnego pisemnego oświadczenia.

b) WARUNKI REZERWACJI

§ 7

1. Ogłoszeniodawca może dokonać w formie pisemnej wcześniejszej rezerwacji terminów i powierzchni na planowane ogłoszenia i reklamy według zasad określonych w cenniku każdego z tytułów.
2. Termin potwierdzenia rezerwacji – potwierdzenie rezerwacji zgodne z datą zlecenia zawartą w harmonogramie cennika każdego magazynu (czasopisma).
3. Nie potwierdzenie rezerwacji w drodze złożenia pisemnego zamówienia w terminach określonych w ust. 2 powyżej, powoduje automatyczne anulowanie rezerwacji. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności względem Ogłoszeniodawcy z tytułu anulowania dokonanej rezerwacji.
4. Niedotrzymanie przez Ogłoszeniodawcę ww. terminów powoduje nie zamieszczenie zamówionego ogłoszenia lub reklamy z jednoczesnym obciążeniem Ogłoszeniodawcy karą umowną w wysokości 50% wartości zamówionego ogłoszenia lub reklamy.

c) MODYFIKACJA ZAMÓWIENIA

§ 8

1. Ewentualne zmiany zamówienia, treści ogłoszenia lub reklamy bądź materiału graficznego, w razie konieczności ich wprowadzenia, Ogłoszeniodawca zobowiązany jest dostarczyć Wydawcy na piśmie z dokładnym określeniem ich zakresu, nie później niż na 1 dzień od terminu/daty zlecenia zawartej w harmonogramie cennika każdego tytułu.
2. W przypadku przekroczenia określonych w ust. 1 powyżej terminów zgłaszania zmian, a także w przypadku wątpliwości i niejasności co do zakresu i rodzaju zgłoszonych zmian, których nie da się rozstrzygnąć w terminach określonych w ust. 1 powyżej, Wydawca ma prawo do realizacji zamówienia w jego pierwotnej wersji. W takiej sytuacji Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za skutki publikacji ogłoszenia lub reklamy w wersji pierwotnej, a Ogłoszeniodawca zobowiązany jest zapłacić 100% wartości zrealizowanego zamówienia w jego pierwotnej wersji.
3. Wydawca może nie uwzględnić zmian zgłoszonych w terminach określonych w ust. 1 powyżej, jeżeli ich wprowadzenie okaże się niemożliwe ze względów technicznych lub innych zobowiązań Wydawcy, nie ponosząc z tego tytułu żadnej odpowiedzialności wobec Ogłoszeniodawcy.

d) ANULOWANIE ZLECENIA

§ 9

1. Rezygnacja z zamówionego ogłoszenia musi być dokonana wyłącznie w formie pisemnej pod rygorem nieważności i dostarczona do Biura Ogłoszeń lub przedstawiciela handlowego Wydawcy.
2. Wpłynięcie rezygnacji z zamówienia nie powoduje konsekwencji finansowych po stronie Ogłoszeniodawcy, jeżeli nastąpi nie później niż w terminach określonych w § 7 ust.2
3. Rezygnacja z zamówienia otrzymana przez Wydawcę po terminach określonych ww. § 7 ust.2 powoduje obciążenie Ogłoszeniodawcy obowiązkiem zapłaty kary umownej w kwocie stanowiącej 100% wartości zamawianego ogłoszenia.

4. CENNIK

§ 10

1. Podstawą do naliczania ceny usługi są cenniki reklam odrębne dla poszczególnych tytułów.
2. Wydawca zastrzega sobie w każdym momencie prawo do modyfikowania cennika bez obowiązku powiadamiania o tym fakcie Ogłoszeniodawców, chyba, że odrębna umowa zawarta z Ogłoszeniodawcą lub jego przedstawicielem określi dokładnie termin powiadamiania o takiej zmianie.

5. WARUNKI TECHNICZNE

§ 11

1. Materiały graficzne i materiały gotowe do druku powinny spełniać ogólne wymagania techniczne, określone poniżej, jak również znajdujące się w cennikach reklam dla poszczególnych tytułów:
 - a) nośniki: ZIP (100 MB), JAZ (1-2 GB), CD-R
 - b) preferowane formaty: EPS, TIFF, dokument Quark'owy powinien mieć dołączone wszystkie elementy graficzne i fonty
 - c) do nośnika powinna być dołączona próba kolorów (Cromalin, Matchprint)
 - d) opis materiałów powinien zawierać datę emisji i wszelkie dodatkowe informacje o sposobie zamieszczania reklamy. Tylko tak opisane materiały będą podstawą do ewentualnych reklamacji.
 - e) reklama wydrukowana może różnić się kolorystycznie od dołączonej próby o +/- 3%
 - f) UWAGA!!!! W reklamach na spad elementy graficzne i tekst powinny być oddalone od linii cięcia o co najmniej 6 mm. Dotyczy to również krawędzi wzdłuż grzbietu w reklamach zamieszczanych na II i III okładce.
2. Weryfikacji dostarczonych materiałów graficznych oraz materiałów gotowych do druku i oceny ich zgodności z wymaganiami technicznymi dokonuje pracownik lub upoważniony przedstawiciel Wydawcy.

6. SPOSÓB DOKONANIA PŁATNOŚCI

§ 12

Za zamówione ogłoszenie Ogłoszeniodawca zobowiązany jest zapłacić wynagrodzenie obliczone na podstawie cen i rabatów określonych w aktualnych w dniu przesłania zamówienia cennikach poszczególnych tytułów.

§13

Za zamówione ogłoszenie lub reklamę Ogłoszeniodawca zobowiązany jest zapłacić Wydawcy wynagrodzenie według następujących zasad:

1. Ogłoszeniodawca może dokonać płatności za zamówione ogłoszenie lub reklamę:
 - a) z góry - przed emisją ogłoszenia lub reklamy,
 - b) z dołu - po emisji ogłoszenia lub reklamy, na podstawie faktury wystawionej przez Wydawcę; w tym przypadku Ogłoszeniodawca zobowiązany jest do uiszczenia stosownej dopłaty wynikającej z cennika Wydawcy.
2. Osoby fizyczne nie prowadzące działalności gospodarczej dokonują płatności za zamawiane ogłoszenia i reklamy wyłącznie z góry.
3. W przypadku zamówienia publikacji o charakterze cyklicznym Wydawca ma prawo wstrzymać druk kolejnych ogłoszeń lub reklam z zamówionego cyklu Ogłoszeniodawcy, jeżeli poprzednia emisja lub cykl emisji nie zostały opłacone w terminie, niezależnie od uprawnienia do naliczenia odsetek ustawowych za cały okres opóźnienia.

§14

1. Zleceniodawca zobowiązany jest do przelania środków z tytułu wynagrodzenia na podstawie faktury Vat w terminie 14 dni od daty jej otrzymania. Uchybienie powyższego terminu płatności spowoduje naliczenie odsetek w wysokości określonej w przepisach prawa za cały okres opóźnienia.
2. W przypadku niedotrzymania terminu płatności, o którym mowa w ust. 1 powyżej, Wydawca ma także prawo odmówić przyjęcia zamówienia na publikację następnych ogłoszeń lub reklam Ogłoszeniodawcy lub działającej w jego imieniu osoby fizycznej bądź prawnej.
3. W przypadku dokonywania przez Ogłoszeniodawcę przedpłaty płatność powinna nastąpić najpóźniej w przeddzień terminu określonego w § 7 ust.2

4. Wydawcy przysługuje prawo do uzależnienia przyjęcia zlecenia od dokonania przez Ogłoszeniodawcę przedpłaty w wybranym przez Wydawcę terminie.

§15

Wynagrodzenie zostanie przelane na konto Wydawcy:
Axel Springer Polska Sp. z o.o. , Al. Jerozolimskie 181, 02-22 Warszawa
Deutsche Bank Polska, nr 34188000090000001100128006.

7. REKLAMACJE

§ 16

1. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji zamówienia Ogłoszeniodawca zobowiązany jest zgłaszać Wydawcy wyłącznie na piśmie (w przypadku gdy reklamacja dotyczy jakości druku - dostarczając jednocześnie oryginalny egzemplarz wydania tytułu zawierających materiał będący przedmiotem reklamacji), nie później niż w 14 dni licząc od dnia pierwszej reklamowanej emisji włącznie.
2. Jeżeli zamówienie dotyczy ogłoszeń lub reklam cyklicznych, zamieszczanych częściej niż co sześć dni, reklamacja musi być zgłoszona nie później niż do godziny 12.00, na trzy dni robocze przed datą następnej publikacji.
3. Jeżeli zamówienie dotyczy ogłoszeń lub reklam cyklicznych, zamieszczanych dzień po dniu, reklamacja musi być zgłoszona w dniu pierwszej reklamowanej emisji do godziny 12.00.
4. Reklamacje zgłaszane po terminie zgłoszenia reklamacji lub bez zachowania formy pisemnej, nie będą uwzględniane.

§ 17

1. Reklamacja powinna zawierać udokumentowany opis rodzaju wad lub usterek opublikowanego ogłoszenia lub reklamy w stosunku do złożonego zamówienia.
2. Wstępnej oceny przedmiotu reklamacji oraz jej zasadności dokonuje pracownik bądź upoważniony przedstawiciel Wydawcy.
3. Jeżeli reklamacja jest uzasadniona, Wydawca zobowiązany jest do naprawienia szkody poniesionej przez Ogłoszeniodawcę w sposób z nim uzgodniony, w szczególności poprzez ponowną publikację ogłoszenia lub reklamy.

§ 18

Złożenie reklamacji nie zwalnia Ogłoszeniodawcy z obowiązku opłacenia kolejnych publikacji. W przypadku braku płatności ze strony Ogłoszeniodawcy Wydawca jest uprawniony do wstrzymania dalszych emisji.

8. POWODY NIEZREALIZOWANIA ZAMÓWIENIA

§ 19

1. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności wobec Ogłoszeniodawcy za niezrealizowanie zamówienia z powodu przerw lub zaprzestania prac drukarni bądź kolporterów, z powodu zaprzestania wydawania tytułu lub któregośkolwiek z dodatków do tytułu, jak też z powodu innych zdarzeń niezależnych od woli Wydawcy.
2. Wydawca zastrzega sobie prawo nie zamieszczenia ogłoszenia lub reklamy w uzgodnionym terminie z przyczyn programowych lub technicznych. W takim przypadku ogłoszenie lub reklama zostaną zamieszczone w najbliższym możliwym terminie uzgodnionym przez strony.
3. Wydawca zastrzega sobie także prawo zamieszczenia ogłoszenia lub reklamy w innym niż uzgodnione wcześniej miejscu, o ile jest to uzasadnione nadzwyczajnymi wydarzeniami w kraju lub na świecie powodującymi potrzebę redakcyjnej zmiany makiety bądź układu danego wydania tytułu.

9. POSTANOWIENIA DODATKOWE

§ 20

1. Niniejsze Zasady Ogólne wchodzi w życie z dniem 1.05.2006 r.
2. W sprawach nieuregulowanych w niniejszych Zasadach Ogólnych zastosowanie mają odpowiednie przepisy prawa polskiego.