

Ogólne Warunki Reklamowe (OWR)

* * *

1. Cel i zakres regulacji OWR (Ogólne Warunki Reklamowe) w publikacjach mają na celu uregulowanie wzajemnych zobowiązań stron wynikających ze zleceń zamieszczenia reklam w mediach (publikacjach i portalach www) Wydawcy, firmy InterGO Europe.
2. OWR dotyczą wszystkich publikacji wydawnictwa i portali www oraz obowiązują wszystkich składających zamówienia na zamieszczenie reklam w tych mediach (zamawiających). Zlecenie zamówienia na reklamę jest jednoznaczne z przyjęciem OWR.

Zasady składania zamówień na publikację reklam

3. Zamówienia na zamieszczanie reklam w mediach (drukowanych oraz on-line) Wydawnictwa (tj. InterGO Europe) mogą być składane na drukach Wydawcy na piśmie, za pośrednictwem faksu, formularza internetowego lub korespondencji e-mailowej.
 - a. Za skuteczne i zarazem wiążące zamówienie zgodnie z art.60 Kodeksu Cywilnego uważa się każde zachowanie się osoby dokonującej czynności prawnej, które ujawnia jej wolę w sposób dostateczny, w tym również przez ujawnienie tej woli w postaci elektronicznej (m.in. formularz internetowy, korespondencja e-mail, a także fax i druki pisemne).
 - b. Po skutecznym złożeniu zamówienia, o którym mowa wcześniej, wydawca potwierdza je przesyłając faksem/mailem zlecenie/zamówienie, które stanowi potwierdzenie przyjęcia realizacji reklamy we wskazanym w dokumencie medium i ustalonych warunków. Jego podpisanie nie jest konieczne, jeżeli umowa została zawarta zgodnie z art.60 Kodeksu Cywilnego (pkt. 3a).
 - c. Najpóźniej w terminie do 20. dnia miesiąca poprzedzającego publikację reklamy Zamawiający obowiązany jest przesłać Wydawcy treść reklamy lub jej projekt. W przypadku opóźnienia Zamawiającego w wykonaniu tego zobowiązania publikacja reklamy nastąpi w kolejnym numerze danego medium Wydawcy.
 - d. Wydawca przedłoży opracowany przez siebie projekt reklamy Zamawiającemu do akceptacji w terminie nie późniejszym niż data zamknięcia redakcyjnego czasopisma. Brak odpowiedzi lub sprzeciwu ze strony Zamawiającego będzie traktowany jako akceptacja projektu reklamy.
 - e. Uwagi i zmiany Wydawca wprowadzi na żądanie Zamawiającego, o ile nie spowoduje to konieczności przesunięcia daty zamknięcia redakcyjnego lub zmiany kosztów reklamy.

Zobowiązania Wydawnictwa wynikające z przyjęcia zamówienia

4. Wydawca zobowiązuje się do:
 - a. zamieszczenia reklamy Zamawiającego w mediach, takich jak czasopisma, broszury, informatory, strony www na warunkach określonych w zamówieniu i potwierdzeniu zamówienia oraz wg. projektu, który ewentualnie może przesłać Zamawiający,
 - i. wydawca nie może zagwarantować zamieszczenia reklamy w konkretnym miejscu sugerowanym przez Zamawiającego, chyba, że zamówienie stanowi inaczej,
 - b. dystrybucji mediów tak, aby dotarły one do jak najszerszego kręgu odbiorców,
 - c. wydania medium (dotyczy miesięczników) na początku oznaczonego w zleceniu miesiąca roku kalendarzowego,
 - d. dostarczenia Zamawiającemu co najmniej jednego egzemplarza danej publikacji na adres Zamawiającego podany w zamówieniu najpóźniej na pierwsze żądanie Zamawiającego,
 - e. zamieszczenia tej reklamy w kolejnym wydaniu danej publikacji lub też w innej z oferty Wydawcy bez ponoszenia dodatkowych kosztów przez Zamawiającego w przypadku nie zamieszczenia w czasopiśmie, stronie www, broszurze czy informatorze zaakceptowanej przez Zamawiającego reklamy z winy Wydawcy.

Prawo do odstąpienia od publikacji.

5. Strony mogą zrezygnować z realizacji zamówienia wyłącznie w przypadkach i na zasadach oznaczonych w niniejszym OWR.
 - a. Wydawcy przysługuje prawo odstąpienia od publikacji czasopisma, broszury czy informatora bez podania przyczyny. W takim przypadku Wydawca zawiadomi Zamawiającego na piśmie o zamiarze odstąpienia od publikacji.
 - i. Zamawiający może zrezygnować z reklamy w danej publikacji nie później niż w terminie ostatecznego przyjmowania reklam (zamknięciem redakcyjnym) dla danej publikacji.
 - ii. Zamawiający zawiadomi Wydawcę na piśmie o zamiarze odstąpienia od publikacji. Wydawca zachowuje prawo do wynagrodzenia za reklamę zgodnie z wcześniejszym zamówieniem na reklamę (pkt. 3).
 - iii. Po dokonaniu zamknięcia redakcyjnego dla danej publikacji Zamawiający nie może zrezygnować z publikacji reklamy.
 - b. W przypadku zamówień na kilka edycji reklamy w danej publikacji Zamawiający może odstąpić od publikacji przyszłych edycji z 4 tygodniowym wyprzedzeniem, przy czym Wydawca zachowuje prawo do wynagrodzenia za reklamę zgodnie z wcześniejszym zamówieniem na reklamę (pkt. 3).

Ograniczenia odpowiedzialności.

6. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za:
 - a. opóźnienie w publikacji czasopisma, broszury, materiałów na www czy informatora, wynikające z okoliczności niezależnych od Wydawcy,
 - b. treści zawarte w opublikowanej reklamie,
 - c. bezpośrednie lub pośrednie następstwa nie zamieszczenia reklamy, pominięcia jej jakiegokolwiek elementu lub innego błędu w reklamie.

Odmowa realizacji zamówienia

7. Wydawca może odmówić zamieszczenia reklamy dostarczonej przez Zamawiającego albo odmówić zamieszczenia w reklamie danego elementu, jeżeli w jego ocenie reklama lub jakikolwiek jej element nie spełnia wymagań technicznych, jest sprzeczna z linią programową bądź charakterem publikacji lub jest sprzeczna z prawem bądź zasadami współżycia społecznego.

Prawa autorskie

8. Prawa autorskie niemajątkowe do reklam zamieszczanych w publikacjach Wydawnictwa przysługują autorom tych reklam i ich opublikowanie nie narusza osobistych praw autorskich twórcy.
 - a. W zakresie reklam, których projekty dostarczane są przez Zamawiającego – upoważnia on Wydawcę do dokonywania niezbędnych zmian technicznych, redakcyjnych i kompozycyjnych oraz udziela prawa do publikacji reklam w zakresie oznaczonym w zamówieniu.
 - b. Zamawiający ponosi wyłączną odpowiedzialność za naruszenie praw osób trzecich, wynikających z użycia w reklamie jakiegokolwiek elementu dostarczonego przez Zamawiającego.
 - i. W przypadku, gdyby jakakolwiek osoba trzecia wystąpiła wobec Wydawcy z jakimkolwiek żądaniem powołując się na naruszenie swoich praw poprzez publikację reklamy lub jej elementu dostarczonego przez Zamawiającego, Zamawiający ponosi pełną odpowiedzialność odszkodowawczą wobec tych osób oraz wobec Wydawcy, w tym także pełną odpowiedzialność za koszty pomocy prawnej poniesione przez Wydawcę w związku z tym naruszeniem.
 - c. Majątkowe prawa autorskie do reklamy opracowanej przez Wydawcę przysługują Wydawcy i opublikowanie reklam nie narusza jakichkolwiek innych praw osób trzecich.
 - i. Wydawca udziela Zamawiającemu, po dokonaniu przez Zamawiającego wpłaty należności wynikającej z potwierdzenia zamówienia, licencji na korzystanie z reklamy poprzez jej

utrwalenie, zwielokrotnienie, wprowadzenie do pamięci komputerów i publikację, przy czym Zamawiający przy publikacji i rozpowszechnieniu reklamy zobowiązany jest do zamieszczania czytelnej informacji stanowiącej, iż prawa autorskie do reklamy przysługują Wydawcy.

Wynagrodzenie Wydawcy

9. Zamawiający zobowiązuje się zapłacić Wydawcy określone w potwierdzeniu zamówienia wynagrodzenie.
 - a. W przypadku opóźnienia w zapłacie Wydawcy określonych należności Zamawiający zapłaci Wydawcy odsetki w wysokości ustawowej.

Pozostałe postanowienia

10. Zamawiający powinien poinformować Wydawcę o zmianach nazwy, adresu, numeru telefonu i faksu listem poleconym lub osobiście na piśmie przed datą zamknięcia redakcyjnego czasopisma. Za datę wpłynięcia informacji przyjmuje się dzień doręczenia listu/pisma Wydawcy.
11. Wszelkie reklamacje Zamawiającego muszą zostać zgłoszone Wydawcy najpóźniej w ciągu miesiąca od daty publikacji czasopisma, materiałów www, broszury czy informatora. Reklamacja powinna zostać zgłoszona na piśmie wysłanym listem poleconym na adres Wydawcy.
 - a. W przypadku reklamy kolorowej Wydawca nie uwzględni reklamacji dotyczących jakości wydrukowanej reklamy, o ile nie były mu dostarczone przez Zamawiającego wyciągi barwne oraz cromalin.