

Zasady Ogólne zamieszczania reklam w miesięczniku „Moda na Farmacje”

§ 1

Ilekcroć w niniejszych Zasadach Ogólnych stosuje się poniższe określenia i definicje, należy je rozumieć jak następuje:

Zasady Ogólne – Ogólne zasady zamieszczania ogłoszeń wymiarowych i reklam w „**Modzie na Farmacje**”;

Wydawca –XXL Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Krakowiaków 16;

Ogłoszeniodawca – osoba fizyczna, osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej zamawiająca zamieszczenie w **Modzie na Farmacje** ogłoszenia wymiarowego lub reklamy;

Moda na Farmacje – wydawany przez Wydawcę miesięcznik o zasięgu ogólnopolskim pod tym tytułem, w tym wszystkie jego stałe, okazjonalne i specjalne ogólnopolskie lub lokalne dodatki branżowe i tematyczne wraz ze wszystkimi stronami lokalnymi ukazującymi się w jego wydaniach;

Ogłoszenie – ogłoszenie wymiarowe płatne za moduł lub inną jednostkę powierzchni wyszczególnioną w cenniku Wydawcy;

Reklama – materiał reklamowy w formie ogłoszenia wymiarowego, płatnego za moduł lub inną jednostkę powierzchni wyszczególnioną w cenniku Wydawcy.

§ 2

Przyjmowanie przez Wydawcę do publikacji oraz zamieszczanie w **Modzie na Farmacje** ogłoszeń i reklam jest dokonywane w oparciu o niniejsze Zasady Ogólne oraz obowiązujące przepisy prawa.

§ 3

1. Wydawca i redakcja nie ponoszą odpowiedzialności za treść zamieszczonych ogłoszeń i reklam.

2. Ogłoszeniodawca zobowiązany jest do naprawienia wszelkich szkód powstałych po stronie Wydawcy w związku z treścią lub formą zamieszczonego ogłoszenia lub reklamy, w tym i do poniesienia niezbędnych kosztów postępowań spornych, wpisów 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 **Mody na Farmacje**, redaktor naczelny którejkolwiek z jej redakcji lokalnych lub inny redaktor bądź pracownik Wydawcy.

3. Ogłoszeniodawca jest wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie, że przysługują mu prawa na dobrach niematerialnych (autorskie, pokrewne, wynalazcze, na znakach towarowych lub wzorach zdobniczych, z tytułu tajemnicy przedsiębiorstwa i inne) do posługiwania się użytymi w zleconych do publikacji ogłoszeniach lub reklamach – informacjami, danymi, utworami lub ich fragmentami, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej. Złożenie zamówienia jest równoznaczne z oświadczeniem Ogłoszeniodawcy, że powyższy obowiązek jest spełniony, zaś zamawiane ogłoszenie nie jest sprzeczne z prawem lub zasadami współżycia społecznego (dobrymi obyczajami).

§ 4

1. Ogłoszenia i reklamy nie mogą być sprzeczne z prawem lub zasadami współżycia społecznego (dobrymi obyczajami). Jeżeli warunek ten nie jest spełniony, Wydawca odmawia zamieszczenia ogłoszenia (reklamy).

2. Wydawca ma także prawo odmówić zamieszczenia ogłoszenia (reklamy), jeżeli jego treść lub forma jest sprzeczna z linią programową **Mody na Farmacje** bądź charakterem publikacji.

3. 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.

§ 5

1. Publikacja ogłoszenia lub reklamy jest dokonywana na podstawie pisemnego zamówienia (obejmującego treść ogłoszenia lub reklamy), które Ogłoszeniodawca jest zobowiązany dostarczyć Wydawcy.

2. Zamówienie, o którym mowa w ust. 1 powyżej, musi zawierać w swej treści następujące elementy:

- dane dotyczące Ogłoszeniodawcy (w przypadku osób fizycznych – imię i nazwisko oraz adres zamieszkania, w przypadku innych podmiotów – nazwa (firma), siedziba i adres, pod którym podmiot prowadzi działalność, ewentualne telefony kontaktowe);
- wielkość i format zamawianych ogłoszeń lub reklam;
- określenie stron **Mody na Farmacje** oraz jej stałych, okazjonalnych i specjalnych ogólnopolskich lub lokalnych dodatków branżowych i tematycznych, w których ma być zamieszczone ogłoszenie lub reklama;
- liczbę i proponowane daty publikacji;
- miejsce publikacji ogłoszenia lub reklamy (np. dział, kolumny ogłoszeniowe, redakcyjne, okładka, 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, upoważnienie Wydawcy do wystawiania faktur bez podpisu osoby uprawnionej do otrzymania faktury – 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 nie posiadającą 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 rejestru handlowego firmy (z podaniem nazwy sądu) lub numer wpisu do ewidencji działalności gospodarczej we właściwym urzędzie gminy (z podaniem nazwy urzędu) albo też numer wpisu do 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 Reklamy lub u przedstawiciela handlowego Wydawcy. Ogłoszeniodawca może również przygotować zamówienie we własnym zakresie, pod warunkiem jednakże, iż będzie ono zawierało w swej treści wszystkie informacje, o których mowa w ust. 2 powyżej.

4. Integralną częścią zamówienia jest tekst ogłoszenia lub reklamy i ewentualnie inne materiały graficzne lub materiały gotowe do druku, o jakich mowa w § 8 ust. 1, których ostateczne terminy dostarczenia określa Cennik.

§ 6

Niedotrzymanie terminu dostarczenia zamówienia bądź materiałów z nim związanych oraz wszelkie inne uchybienia formalne lub braki zamówienia zwalniają Wydawcę z obowiązku jego realizacji oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.

§ 7

1. Ogłoszeniodawca może dokonać w formie pisemnej wcześniejszej rezerwacji terminów i powierzchni na planowane ogłoszenia i reklamy. W przypadku agencji reklamowych rezerwacje mogą dotyczyć wyłącznie ogłoszeń i reklam wskazanych konkretnie klientom agencji.

2. Ogłoszeniodawca, w terminie 15 dni roboczych od daty dokonania rezerwacji, zobowiązany jest do jej potwierdzenia poprzez złożenie pisemnego zamówienia na publikację ogłoszeń i reklam objętych tą rezerwacją. W przypadku, gdy rezerwacji dokonano z wyprzedzeniem krótszym, aniżeli 15 dni roboczych w stosunku do terminów na złożenie zamówienia, określonych w Cenniku, zastosowanie mają terminy wynikające z jego treści.

3. Niepotwierdzenie 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.

§ 8

1. Tekst ogłoszenia lub reklamy i ewentualnie komplet materiałów graficznych (logo, ilustracje, zdjęcia itp.) Ogłoszeniodawca jest zobowiązany dostarczyć do Wydawcy łącznie z zamówieniem (patrz § 5) lub najpóźniej w terminach określonych w Cenniku,

2. Niedotrzymanie przez Ogłoszeniodawcę ww. terminów powoduje niezamieszczenie zamówionego ogłoszenia lub reklamy z jednoczesnym obciążeniem Ogłoszeniodawcy pełnymi kosztami zamówionego ogłoszenia lub reklamy.

3. Materiały graficzne i materiały gotowe do druku, o których mowa w ust. 1 niniejszego paragrafu, powinny spełniać ogólne wymagania techniczne, określone w Cenniku.

4. Weryfikacji dostarczonych materiałów graficznych oraz materiałów gotowych do druku i oceny ich zgodności z wymaganiami technicznymi dokonuje pracownik lub upoważniony przedstawiciel Wydawcy.

5. Wszelkie odstępstwa od wymogów technicznych materiałów, o których mowa w ust. 1 niniejszego paragrafu – o ile mogą mieć wpływ na pogorszenie jakości realizacji zamówienia (druku) – dopuszczalne są wyłącznie na prośbę i ryzyko Ogłoszeniodawcy, na podstawie odrębnego pisemnego oświadczenia.

§ 9

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 w terminach określonych w Cenniku

2. W przypadku przekroczenia określonych w ust. 1 powyżej terminów na zgłoszenie 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 na ich zgłoszenie, 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. W przypadku, gdy zaistnieją możliwości techniczne do uwzględnienia przez Wydawcę zmian zgłoszonych później niż w terminach określonych w ust. 1 niniejszego paragrafu, Ogłoszeniodawca będzie obciążony dopłatą w wysokości 30% wartości zamówienia.

4. Wydawca może nie uwzględnić zmian zgłoszonych w terminach określonych w ust. 1 niniejszego paragrafu, jeżeli ich wprowadzenie okaże się niemożliwe ze względów technicznych lub innych zobowiązań Wydawcy, nie ponosząc z tego tytułu żadnej odpowiedzialności wobec Ogłoszeniodawcy.

§ 10

1. Rezygnacja z zamówionego ogłoszenia musi być dokonana wyłącznie w formie pisemnej pod rygorem nieważności i dostarczona do Biura Reklamy 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 Zamówieniu

3. Rezygnacja z zamówienia otrzymana przez Wydawcę w terminach określonych w Zamówieniu, powoduje obciążenie Ogłoszeniodawcy obowiązkiem zapłaty kary umownej w kwocie stanowiącej

100% wartości zamawianego ogłoszenia

4. Postanowienia niniejszego paragrafu stosuje się odpowiednio w przypadku rezygnacji z zamówienia w sytuacjach określonych w § 9 ust. 4.

§ 11

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

1. Ogłoszeniodawca może dokonać płatności za zamówione ogłoszenie lub reklamę:
 - z góry – przed emisją ogłoszenia lub reklamy,

▪ z dołu – po emisji ogłoszenia lub reklamy, na podstawie faktury wystawionej przez Wydawcę
Osoby fizyczne nie prowadzące działalności gospodarczej dokonują płatności za zamawiane ogłoszenia i reklamy wyłącznie z góry.

2. W przypadku płatności z dołu (§ 11 ust. 1 litera b) Ogłoszeniodawca zobowiązany jest zrealizować ją w ciągu czternastu dni od daty wystawienia faktury. Uchybienie powyższego terminu płatności spowoduje naliczenie odsetek karnych w wysokości 54% rocznie za cały okres opóźnienia.

3. W przypadku niedotrzymania terminu płatności, o którym mowa w ust. 2 powyżej, Wydawca ma także prawo odmówić przyjęcia zamówienia na publikację następnych ogłoszeń lub reklam Ogłoszeniodawcy lub działającej w jego imieniu osoby fizycznej bądź prawnej.

4. 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.

§ 12

Wynagrodzenie Wydawcy za zamówione ogłoszenia lub reklamy jest ustalane na podstawie cennika zawierającego ceny, dopłaty, rabaty a obowiązującego w przedsiębiorstwie Wydawcy w dniu emisji ogłoszenia lub reklamy.

§ 13

Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji zamówienia Ogłoszeniodawca zobowiązany jest zgłaszać Wydawcy wyłącznie na piśmie (w przypadku gdy reklamacja dotyczy jakości druku - dostarczając jednocześnie dwa egzemplarze wydania **Mody na Farmacje** zawierających materiał będący przedmiotem reklamacji), nie później niż do godz. 12:00 siódmego dnia roboczego liczonego od dnia pierwszej zakwestionowanej publikacji włącznie, z zastrzeżeniem postanowień poniższych niniejszego paragrafu.

§ 14

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 po konsultacjach z Ogłoszeniodawcą, zobowiązany jest sprostować wady i usterki w reklamowanym ogłoszeniu lub reklamie, chyba że strony ustalą inną formę rekompensaty z tytułu uzasadnionej reklamacji.

§ 15

Złożenie reklamacji nie zwalnia Ogłoszeniodawcy z obowiązku opłacenia kolejnych publikacji. W przypadku braku płatności ze strony Ogłoszeniodawcy stosuje się odpowiednio postanowienia § 11 ust. 2 i 3.

§ 16

1. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności wobec Ogłoszeniodawcy za niezrealizowanie zamówienia z powodu przerw lub zaprzestania prac drukarni bądź kolporterów, z powodu zaprzestania wydawania **Mody na Farmacje** lub któregośkolwiek z jej dodatków w całości czy też tylko określonych stron lokalnych, jak też z powodu innych zdarzeń niezależnych od woli Wydawcy.

2. Wydawca zastrzega sobie prawo niezamieszczenia 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.

§ 17

1. Niniejsze Zasady Ogólne wchodzi w życie z dniem 8 XI 2002 r.

2. W sprawach nieuregulowanych w niniejszych Zasadach Ogólnych zastosowanie mają odpowiednie przepisy kodeksu cywilnego i prawa prasowego.

3. Integralną częścią Zasad Ogólnych stanowi Cennik.