

**REGULAMIN ZAMIESZCZANIA TREŚCI PR, OGŁOSZEŃ, ARTYKUŁÓW I REKLAM W CZASOPISMACH
WYDAWNICTWA MEDIA CREATIONS**

I. Wyjaśnienia pojęć zawartych w niniejszym regulaminie

Ilekczo w niniejszym regulaminie stosuje się poniższe określenia i definicje należy je rozumieć jako:

“Wydawca” – Media Creations z siedzibą w Białej Podlaskiej przy ulicy Pocztowej 2B, zarejestrowaną w Ewidencji Działalności Gospodarczej prowadzonej przez Prezydenta Miasta Biała Podlaska pod numerem: 15015; NIP 537-234-75-47; REGON: 061092546

“Ogłoszeniodawca” – przedsiębiorca, osoba fizyczna, jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej lub osoba prawna zamawiająca zamieszczenie ogłoszeń i/lub reklam w którymkolwiek czasopiśmie wydawanym przez Media Creations

“Regulamin” - ogólnie obowiązujące warunki zamieszczania, publikacji, emisji ogłoszeń i/lub reklam w czasopiśmie wydawanym przez Media Creations

„Zlecenie” – każde pisemne lub elektroniczne oświadczenie woli złożone przez Ogłoszeniodawcę i przyjęte przez Wydawcę, jak również każda umowa, której przedmiotem, choćby tylko w części, jest publikacja ogłoszenia lub reklamy na łamach czasopism wydawanych przez Wydawcę. Potwierdzenie przyjęcia zlecenia lub przystąpienie przez Wydawcę do jego wykonania oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z uzgodnionych pisemnych oświadczeń stron.

„PR” - rozpowszechnienie informacji skierowanej do odbiorców czasopism.

„Ogłoszenie” - ogłoszenie wymiarowe płatne za moduł lub inną jednostkę powierzchni wyszczególnioną w cenniku Wydawcy lub inne usługi reklamowe świadczone na rzecz ogłoszeniodawcy.

„Reklama” – rozpowszechnienie informacji skierowanej do odbiorców czasopism, zachęcającej do zakupu towarów lub korzystania z usług Ogłoszeniodawcy zamieszczonej (publikowanej, emitowanej) formie ogłoszenia wymiarowego, płatnego za moduł bądź inną jednostkę powierzchni, lub załączanie do czasopism Wydawcy: wklejek, próbek towarów, insertów, wrzutek wyszczególnionych w cenniku Wydawcy.

II. Postanowienia ogólne

§ 1

1. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczanych PR, ogłoszeń i reklam.
2. Ogłoszeniodawca zobowiązany jest do naprawienia wszelkich szkód powstałych po stronie Wydawcy oraz osób trzecich w związku z treścią lub formą zamieszczonego PR, 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 bądź formą PR, ogłoszenia lub reklamy będzie pracownik Wydawcy.
3. Ogłoszeniodawca w przypadku zgłoszenia przez osobę trzecią roszczeń wobec Wydawcy w związku z emisją treści PR, reklamy lub/i ogłoszenia, ponosi odpowiedzialność wobec Wydawcy za zwolnienie Wydawcy z długu, zgodnie z art. 392 kodeksu cywilnego
4. Ogłoszeniodawca zobowiązany jest do udokumentowania, że przysługują mu prawa na dobrach niematerialnych (majątkowe prawa autorskie, prawa pokrewne, prawo do patentu, prawo ochronne do znaków towarowych lub prawo z rejestracji wzoru przemysłowego lub użytkowego, prawo do firmy i inne przewidziane odpowiednimi przepisami prawa) do posługiwania się użytymi w zleconych do publikacji ogłoszeniach lub reklamach – informacjami, utworami bądź ich fragmentami, wizerunkami, znakami towarowymi, wzorami przemysłowymi i użytkowymi, firmą przedsiębiorstwa lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej. Złożenie zlecenia na publikację ogłoszenia wymiarowego bądź reklamy jest równoznaczne z oświadczeniem Ogłoszeniodawcy, że powyższy obowiązek jest spełniony. Ogłoszeniodawca zobowiązany jest na każde żądanie Wydawcy do przedłożenia dokumentu potwierdzającego przysługujące mu prawa na dobrach niematerialnych, o których mowa powyżej.
5. Wydawnictwo ma prawo dostosować według własnego uznania ogłoszenie, treść PR, artykuł bądź reklamę do charakterystyki publikacji, szaty graficznej, treści lub parametrów technicznych publikacji. Taka zmiana nie powoduje żadnych roszczeń po stronie Ogłoszeniodawcy, nie zwalnia Ogłoszeniodawcy z zapłaty oraz nie uprawnia do reklamacji i rabatów.

1. Treść ani forma PR, ogłoszeń i reklam nie może być sprzeczna z prawem obowiązującym w Polsce, dobrymi obyczajami, zasadami współżycia społecznego, a także nie może naruszać praw autorskich i dóbr osobistych osób trzecich oraz nie może wypełniać znamion czynów nieuczciwej konkurencji.
2. Wydawca jest uprawniony do odmowy przyjęcia, wstrzymania, zmiany treści lub odmowy dalszej publikacji ogłoszenia treści pr, artykułu bądź reklamy bez podania przyczyny, bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu, a przede wszystkim, jeśli:
 - a. PR, Ogłoszenie lub reklama nie spełniają warunków określonych w ust. 1 niniejszego paragrafu, Umowa, zlecenie dostarczone Wydawcy zostały podpisane przez osoby nieupoważnione do reprezentowania Ogłoszeniodawcy
 - b. Brak jest możliwości, w zakresie zamieszczenia PR, ogłoszenia i lub reklamy przez Wydawcę w terminie określonym przez Ogłoszeniodawcę
 - c. PR, Ogłoszenie lub reklama są sprzeczne z linią programową określonego czasopisma Wydawcy bądź sprzeczne są z charakterem publikacji zamieszczanych w tych czasopismach, zwłaszcza z szatą graficzną treścią lub parametrami technicznymi.
 - d. PR, Ogłoszenie lub reklama wyczerpują przesłanki materiału redakcyjnego w rozumieniu obowiązujących przepisów ustawy Prawo prasowe.

§ 3

1. Do chwili pisemnego potwierdzenia przyjęcia zlecenia lub przystąpienia do jego realizacji przez Wydawcę, zlecenie stanowi ofertę w rozumieniu art. 66 k.c.
2. Zlecenie, musi dotrzeć do siedziby wydawcy, zgodnie z obowiązującymi dla poszczególnych publikacji terminarzami.
3. Do odmowy przyjęcia zlecenia odpowiednie zastosowanie znajdują postanowienia § 2 ogólnych zasad.
4. Zlecenie, które dotrze później niż ustalone terminy dla poszczególnych publikacji, stanowi jedynie zaproszenie do rokowań w rozumieniu art. 72 k.c.
5. Przeniesienie przez Ogłoszeniodawcę uprawnień wynikających z Zlecenia może nastąpić wyłącznie po powiadomieniu Wydawcy i uzyskaniu jego pisemnej, pod rygorem nieważności, zgody.
6. Agencje reklamowe i inni pośrednicy reklamowi działający w imieniu i na rzecz swoich klientów, są solidarnie odpowiedzialni z osobami, które reprezentują, wobec Wydawcy za regulowanie należności wynikających z przyjętych zamówień.
7. Agent działający w imieniu swojego klienta, zobowiązany jest do zapłaty na rzecz Wydawcy zrealizowanej publikacji reklamy lub ogłoszenia, co zgodnie jest z przyjętym przez Wydawcę zwyczajem
8. Agent działający w imieniu swego klienta odpowiada za zlecenie jak za działania własne. W stosunku do Agenta stosuje się wszystkie postanowienia dotyczące praw, obowiązków i odpowiedzialności Ogłoszeniodawcy.

1. Warunki realizacji ogłoszeń i reklam.

§ 4

1. Przyjmowanie do publikacji reklam i ogłoszeń wymiarowych jest dokonywane w oparciu o niniejszy Regulamin oraz obowiązujące przepisy prawa.
2. Publikacja reklamy lub ogłoszenia jest dokonywana na podstawie pisemnego zlecenia, które Ogłoszeniodawca zobowiązany jest dostarczyć Wydawcy podpisane, zgodnie z obowiązującymi dla poszczególnych publikacji terminarzami.
3. W przypadku składania zlecenia przez pośrednika (agencje, przedstawiciel, broker), pośrednik musi przedstawić dokument upoważniający do wykonywania podobnych czynności przez niego w imieniu Klienta/Reklamodawcy. Pośrednik posiada prawa i obowiązki wynikające z niniejszego dokumentu, jak i z szczegółowego zlecenia oraz ponosi odpowiedzialność tak jak jego Klient/Reklamodawca.
4. Zlecenie, o którym mowa w ust.2 powyżej musi zawierać w swej treści następujące elementy:
 - a. Dane dotyczące Ogłoszeniodawcy (w przypadku osób fizycznych – imię nazwisko, adres zamieszkania oraz numer dowodu osobistego lub numer identyfikacji podatkowej NIP, w przypadku innych podmiotów - nazwa firmy, siedziba i adres, pod którym podmiot prowadzi działalność, telefony kontaktowe, nazwisko osoby reprezentującej firmę oraz numer identyfikacji podatkowej NIP),
 - b. Nazwę i dane dotyczące Klienta w imieniu, którego Ogłoszeniodawca zleca umieszczenie reklamy, o ile nie reprezentuje on samego siebie,
 - c. Wielkość i format zamawianych ogłoszeń bądź reklam, Nazwę czasopisma, którego dotyczy zlecenie,
 - d. Liczba i daty proponowanych publikacji zgodnie z obowiązującym terminarzem,

- e. Miejsce publikacji ogłoszenia bądź reklamy (np. 2 okładka, strona prawa, etc.), Ostateczne terminy dostarczenia materiałów reklamowych lub ogłoszeń,
 - f. Ewentualne specjalne życzenia dotyczące ogłoszenia lub reklamy według zakresu określonego w obowiązującym cenniku każdego czasopisma
 - g. Określenie formy i terminu płatności
 - h. Wartość zlecenia netto, przed rabatami wraz z dodatkowymi dopłatami wynikającymi z charakteru ogłoszenia (dopłaty za wybór strony, ewentualne koszty techniczne etc.) zgodnie z obowiązującym cennikiem,
 - i. Numer NIP, oświadczenie, że Ogłoszeniodawca jest bądź nie jest płatnikiem VAT, a w przypadku, gdy Ogłoszeniodawca jest płatnikiem VAT, zgoda na wystawienie faktury bez podpisu osoby uprawnionej do otrzymania faktury,
 - j. Pieczęć firmowa oraz czytelny, własnoręczny podpis osoby upoważnionej do występowania w imieniu Ogłoszeniodawcy,
 - k. Oświadczenie, zawierające zgodę na publikację ogłoszenia wymiarowego lub reklamy zgodnie z „Regulaminem Wydawnictwa Media Creations”.
5. W przypadku, gdy Ogłoszeniodawca nie podejmował dotychczas współpracy z Wydawnictwem, bądź uległy zmianie jego dane identyfikacyjne, do powyższych dokumentów należy dołączyć dodatkowo:
- a. Imię i nazwisko oraz adres zamieszkania właściciela (właścicieli) bądź współników podmiotu gospodarczego prowadzącego działalność na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej Numer NIP wraz z oświadczeniem, że Ogłoszeniodawca jest upoważniony do otrzymywania faktur VAT bez podpisu odbiorcy, jeżeli jest on podatnikiem VAT,
 - b. Aktualny wypis z ewidencji działalności gospodarczej (odpis ważny 1 rok) lub wypis z Krajowego Rejestru Sądowego (ważny 3 miesiące),
 - c. Decyzje o nadaniu numeru identyfikacji podatkowej NIP,
6. Integralną częścią Zlecenia są materiały reklamowe, których ostateczne terminy dostarczenia zawarte są w Zamówieniu zaś forma określona w „Specyfikacji technicznej poszczególnych czasopism” i „Harmonogramie Wydawniczym”.
7. Zgodnie z postanowieniami § 1 ust. 3 Regulaminu Ogłoszeniodawca zobowiązany jest na Żądanie Wydawcy przedłożyć dokumenty potwierdzające posiadane przez niego prawa na dobrach niematerialnych.

§ 5

1. Niedotrzymanie terminu dostarczenia Zlecenia bądź materiałów z nim związanych oraz wszelkie inne uchybienia formalne Zlecenia zwalniają Wydawcę z obowiązku jego realizacji oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.
2. Wydawcy przysługuje prawo wstrzymania w części lub całości publikacji ogłoszenia i lub reklamy z następujących przyczyn:
 - a. Technicznych, technologicznych
 - b. Wniesienia przez osoby trzecie roszczeń dot. Ogłoszenia i / lub reklamy lub ich publikacji w zakresie objętym zleceniem.
 - c. Opóźnieniem zapłaty wynagrodzenia za publikację jakiegokolwiek ogłoszenia i/lub reklamy Ogłoszeniodawcy w terminie określonym we właściwym dokumencie.
 - d. Wystąpienia siły wyższej zdefiniowanej w rozdziale VI Zasad ogólnych.

§ 6

1. Ogłoszeniodawca może dokonać wcześniejszej rezerwacji terminów i powierzchni na planowane reklamy i/lub ogłoszenia w formie pisemnej, faksowej lub telefonicznej z pisemnym potwierdzeniem rezerwacji, nie później niż w terminie określonym w aktualnie obowiązujących Cennikach wydawanych przez Wydawcę czasopism, jednakże Wydawca zastrzega sobie prawo nie przyjęcia zlecenia.
2. Warunkiem uwzględnienia rezerwacji przez Wydawcę jest posiadanie odpowiednich możliwości technicznych przy jednoczesnym braku kolizji z harmonogramem wydawniczym obowiązującym dla konkretnego czasopisma oraz zobowiązanie się Ogłoszeniodawcy do dostarczenia Zlecenia, o jakim mowa w § 4 w terminach określonych w Zleceniu.
3. Niedostarczenie pisemnego potwierdzenia Zlecenia w terminach określonych w Zleceniu zwalnia Wydawcę z obowiązku rezerwacji i jest uważane za rezygnację przez Ogłoszeniodawcę z zlecenia.
4. Wydawca ma prawo uzależnić publikację reklamy lub ogłoszenia od wpłacenia na poczet publikacji kwoty (przedpłaty) do wysokości pełnej wartości zlecenia we wskazanym przez siebie terminie.
5. Nie wypłacenie kwoty wymienionej w pkt. 4 poprzedzającym zwalnia Wydawcę od obowiązku publikacji ogłoszenia i/lub reklamy.

§ 7

1. Materiały ogłoszeniowe i/lub reklamowe (logo, ilustracje zdjęcia, materiały graficzne gotowe do druku, itp.) Ogłoszeniodawca jest zobowiązany dostarczyć do Wydawcy najpóźniej w terminach określonych w Zamówieniu.
2. W przypadku niemożności opublikowania przez Wydawcę ogłoszenia i/lub reklamy z powodu spóźnionego dostarczenia przez Ogłoszeniodawcę materiałów ogłoszeniowych i / lub reklamowych, bądź też z powodu dostarczenia przez Ogłoszeniodawcę materiałów niezgodnych z wymogami technicznymi, koszt nie opublikowania ogłoszenia i/lub reklamy w całości pokrywa Ogłoszeniodawca.
3. Materiały reklamowe powinny spełniać wymagania określone w „Specyfikacji technicznej”.
4. Weryfikacji dostarczonych materiałów reklamowych i ich zgodności z wymaganiami technicznymi dokonuje pracownik Wydawcy.
5. W wypadku oddawania materiałów reklamowych przygotowanych niezgodnie z wymaganiami zawartymi w „Specyfikacji technicznej”, Ogłoszeniodawca zobowiązany jest do ponownego dostarczenia poprawnie przygotowanych materiałów. Wydawca zastrzega sobie jednak prawo do podjęcia działań mających na celu poprawienie reprodukcji reklamy. Działanie to przybliży maksymalnie rezultat druku do dostarczonej przez klienta odbitki próbnej.
6. W wypadku ponownego oddania poprawionych, ewentualnie zmienionych materiałów, w zakresie treści ogłoszenia lub reklamy bądź materiału graficznego, po ustalonym w zamówieniu terminie, Wydawca zastrzega sobie prawo do obciążenia Ogłoszeniodawcy dopłatą w wysokości do 30% wartości zlecenia.
7. Wydawca może nie uwzględnić zmian, zgłoszonych po terminach określonych w zamówieniu, jeżeli ich wprowadzenie okaże się niemożliwe ze względów technicznych lub innych zobowiązań Wydawcy, nie ponosząc z tego tytułu Żadnej odpowiedzialności wobec Ogłoszeniodawcy.
8. Jeżeli zmiany w materiałach reklamowych i ogłoszeniach, o których mowa w ust. 5 niniejszego paragrafu, mogłyby prowadzić do ewentualnego naruszenia praw autorskich, dóbr osobistych lub praw objętych ochroną przewidzianą obowiązującymi przepisami ustawy Prawo własności przemysłowej, Ogłoszeniodawca zobowiązany jest niezwłocznie poinformować o tym fakcie Wydawcę.
9. Jeżeli niemożność wprowadzenia zmian do reklamy lub/i ogłoszenia wynika z przyczyn określonych w ust. 8, a warunki techniczne nie pozwalają na ich publikację w wersji dostarczonej przez Ogłoszeniodawcę, Wydawca uprawniony jest do zaniechania publikacji reklamy lub/i ogłoszenia, nie ponosząc z tego tytułu odpowiedzialności wobec Ogłoszeniodawcy.
10. Materiały reklamowe, ogłoszenia i treści PR dostarczone w przypadku wejść na kilka wydań lub kilka magazynów powinny być dostarczone w terminie zgodnym ze zleceniem dla pierwszego wydania, kolejne w przypadku zmiany treści na co najmniej 30 dni przed kolejnym wydaniem – w przeciwnym wypadku Wydawca publikuje poprzednią wersję materiału reklamowego, ogłoszenia i treści PR.

§ 8

1. Rezygnacja z zlecenia wymaga zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Wpłynięcie rezygnacji ze zlecenia nie powoduje obowiązku zapłaty za zlecenie po stronie Ogłoszeniodawcy, jeżeli nastąpi nie później niż w terminach określonych w Zleceniu, chyba że Wydawca poniósł koszty związane z wykonaniem zlecenia.
3. Jeżeli rezygnacja wpłynie po terminach określonych w zamówieniu, Ogłoszeniodawca zobowiązany jest do zapłaty na rzecz Wydawcy kary umownej w wysokości 100% wartości zlecenia w terminie 14 dni od dnia doręczenia przez Wydawcę wezwania do zapłaty.
4. Rezygnacja ze zlecenia Pakietowego – na kilka wydań lub wejść na kilka różnych magazynów może nastąpić na 30 dni przed kolejnym wydaniem, Ogłoszeniodawca zobowiązany jest do zapłaty na rzecz Wydawcy kary umownej w wysokości 55% wartości całego pakietowego zlecenia w terminie 7 dni od dnia doręczenia przez Wydawcę wezwania do zapłaty.
5. Postanowienia niniejszego paragrafu stosuje się odpowiednio w przypadkach rezygnacji z zlecenia w sytuacjach określonych w § 7 ust. 7, 8 i 9 oraz § 11 ust.3

IV Płatność i rabaty

§ 9

1. Wynagrodzenie Wydawcy za zamówioną powierzchnię wydawniczą jest ustalane na podstawie cenników, obowiązujących w dniu przyjęcia zlecenia, o ile treść samego zlecenia nie stanowi inaczej.
2. Wydawca zastrzega sobie prawo do modyfikowania cen sprzedawanej powierzchni wydawniczej poprzez ich podwyższenie do 10% wartości wskazanej w cennikach, obowiązujących u Wydawcy bez obowiązku powiadamiania o tym fakcie Ogłoszeniodawcy, chyba, że odrębna



umowa zawarta z Ogłoszeniodawcą lub jego przedstawicielem określi dokładnie termin powiadamiania o takiej zmianie. Nie dotyczy to sytuacji, w której strony przyjęły i podpisały zlecenie.

3. Wydawca zastrzega sobie prawo do podwyższenia cen sprzedawanej powierzchni wydawniczej w przypadku nadzwyczajnej zmiany stosunków. W takim przypadku Wydawca zobowiązany jest niezwłocznie powiadomić o tym fakcie Ogłoszeniodawcę w terminie poprzedzającym realizację zlecenia.
4. Wydawca zastrzega sobie prawo, do podwyższania ceny świadczonych usług w przypadku realizacji specyficznych, czyli innych niż określone w niniejszych ogólnych zasadach, zleceń reklamowych.
5. W przypadku prezentacji w jednym ogłoszeniu i/lub reklamie produktów, usług lub innych elementów identyfikujących więcej niż jednego Ogłoszeniodawcę, lub dotyczy więcej niż jednego produktu lub usługi, Wydawca zastrzega sobie prawo do pobrania dodatkowej opłaty za każdą prezentację w wysokości 10% ceny jednej publikacji.
6. Ogłoszeniodawca jest zobowiązany do informowania Wydawcy o zaistnieniu sytuacji określonej w ust. 5 oraz upoważnia Wydawcę do podwyższenia wynagrodzenia określonego w zamówieniu o kwotę za każde dodatkowe świadczenie.

§ 10

1. Faktury są wystawiane przez Wydawcę na Ogłoszeniodawcę w ciągu 7 dni od daty wykonania usługi publikacji ogłoszenia i/lub reklamy.
2. Za zamówioną powierzchnię wydawniczą Ogłoszeniodawca zobowiązany jest zapłacić Wydawcy wynagrodzenie po emisji reklamy, na podstawie faktury VAT wystawionej przez Wydawcę w terminie 14 dni od jej doręczenia.
3. Uchybienie powyższemu terminowi płatności spowoduje naliczanie odsetek ustawowych
4. W przypadku niedotrzymania terminu płatności, o którym mowa w ust. 2 powyżej, Wydawca ma także prawo odmówić przyjęcia zlecenia lub wstrzymania publikacji następných ogłoszeń i/lub reklam Ogłoszeniodawcy, lub działającej w jego imieniu lub na rachunek osoby fizycznej bądź prawnej, oraz odstąpić od zlecenia w całości bądź jego części, a Ogłoszeniodawca zobowiązany będzie do zapłaty na rzecz Wydawcy kary umownej, jak w przypadku rezygnacji z zlecenia w sposób określony w § 8 ust.3
5. Wydawca ma prawo uzależnić publikację ogłoszenia lub/i reklamy od dokonania przedpłaty w sposób określony w § 6 pkt. 4 i 5

V Reklamacje

§ 11

1. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji zlecenia Ogłoszeniodawca zobowiązany jest zgłaszać Wydawcy wyłącznie na piśmie listem poleconym i nie później niż w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury którą objęty był przedmiot zlecenia, chyba że reklamacja dotyczy Reklamy w postaci wklejek, wrzutek, insertów bądź innych materiałów poligraficznych wtedy zgłaszanie reklamacji nie może nastąpić później niż w terminie 10 dni od daty zakończenia sprzedaży magazynu w którym były one zamieszczone.
2. Niedotrzymanie terminu zgłoszenia reklamacji bądź niezachowanie jej formy pisemnej powoduje utratę przez Ogłoszeniodawcę prawa do reklamacji reklamy i/lub ogłoszenia bądź treści pr, jak też kolejnych dotkniętych wad lub usterką emisji tego samego materiału.
3. W wypadku otrzymania przez Wydawcę materiałów reklamowych wyprodukowanych niezgodnie z „Specyfikacją techniczną”, bądź dostarczeniem ich niezgodnie z obowiązującym terminarzem, Ogłoszeniodawca traci prawo do ewentualnej reklamacji i zrzeka się z tego tytułu wszelkich roszczeń wobec Wydawcy.

§ 12

1. Reklamacja powinna zawierać rodzaj wad lub usterek opublikowanej reklamy i/lub ogłoszenia wraz z uzasadnieniem.
2. Oceny przedmiotu reklamacji oraz jej zasadności dokonuje pracownik bądź upoważniony przedstawiciel Wydawcy.
3. Na rozpatrzenie reklamacji Wydawca zastrzega sobie termin 10 dni roboczych. W przypadku, gdy reklamacja wymaga dodatkowych ekspertyz podmiotów zewnętrznych (drukarnia, etc.), powyższy termin przedłuża się o czas potrzebny na uzyskanie dodatkowej odpowiedzi od podmiotu zewnętrznego.

§ 13

1. Złożenie reklamacji nie zwalnia Ogłoszeniodawcy z obowiązku opłacenia publikacji kolejnych zamówionych reklam i/lub ogłoszeń.



2. Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia reklamacji, jeśli Ogłoszeniodawca nie wywiązał się z terminowego dokonania płatności wynikającego z podpisanego zlecenia.
3. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności wobec Ogłoszeniodawcy za niezrealizowanie zlecenia z powodu przerw lub zaprzestania prac drukarni, jak też z powodu zaprzestania wydawania określonego czasopisma.
4. Ogłoszeniodawca zrzeka się niniejszym dochodzenia roszczeń z powyższych tytułów wobec Wydawcy.
5. W przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania przedmiotu zlecenia z wyłącznej winy Wydawcy Ogłoszeniodawca ma prawo do otrzymania rekompensaty w postaci rabatu przy publikacji kolejnych ogłoszeń i/lub reklam w łącznej kwocie nieprzekraczającej wartości nie opublikowanego ogłoszenia i/lub reklamy lub dodatkowej jednorazowej emisji reklamy i/lub ogłoszenia.

VI Siła wyższa i zdarzenia losowe

§ 14

Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zlecenia w przypadku działania siły wyższej. Przez siłę wyższą rozumie się wszystkie zdarzenia i okoliczności oraz ich skutki niezależnie od woli stron, niedające się przewidzieć, które zaszły po złożeniu zlecenia przez Ogłoszeniodawcę, powodując jej niewykonanie albo nienależyte wykonanie w części lub całości. Przez siłę wyższą rozumie się w szczególności: wojnę, powstania, rozruchy, stan wojenny, pożar, trzęsienie ziemi, powódź i inne klęski żywiołowe, a także strajki, lokauty i inne nadzwyczajne akcje mające związek ze sprawami pracowniczymi.

VII Postanowienia końcowe

§ 15

1. Niniejsze ogólnie obowiązujące warunki zamieszczania ogłoszeń i reklam w czasopismach wydawanych przez Wydawcę wchodzi w życie z dniem 01.09.2011r.
2. Integralną częścią ogólnie obowiązujących warunków zamieszczania ogłoszeń i reklam w czasopismach wydawanych przez Wydawcę stanowią Zlecenie oraz aktualnie obowiązujące Cenniki wydawanych przez wydawcę czasopism a także „Specyfikacja techniczna” i „Harmonogramem Wydawniczym” poszczególnych czasopism i wymaganiami cyfrowego przygotowywania reklam do druku.

Zatwierdzam

Biała Podlaska dn. 01 września 2011 r.

Adam Hordejuk

właściciel