

WARUNKI OGÓLNE

ZAŁĄCZNIK DO UMOWY

zamieszczania reklam w publikacjach oraz serwisach internetowych Wydawnictwa MURATOR Sp. z o.o. w 2007 roku.

nr

§ 1 Definicje

W „Warunkach ogólnych” zamieszczania reklam, porozumieniach, umowach, aneksach do umów, zamówieniach oraz wszelkich innych dokumentach poniżej podanym określeniom nadano następujące znaczenie:

WYDAWNICTWO – Wydawnictwo MURATOR Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie, al. Wyzwolenia 14, 00-570 Warszawa.
ZAMAWIAJĄCY – osoba fizyczna, osoba prawna oraz jednostka organizacyjna nie mająca osobowości prawnej, utworzona zgodnie z przepisami prawa, której przedmiotem działalności jest prowadzenie działalności gospodarczej, zamawiająca w publikacji Wydawnictwa zamieszczenie reklamy bezpośrednio związanej z tą działalnością lub, w przypadku agencji reklamowej, z działalnością Klienta tej Agencji.

STALY KLIENT – Zamawiający, który terminowo wypłacił należności za co najmniej trzy zamówienia, niezależnie od tego czy były one złożone jednocześnie czy osobno, niezależnie od czasu ich złożenia, oraz niezależnie od jednostkowej i łącznej wartości zamówień.

PUBLIKACJA – samoistne wydawnictwo, ukazujące się w określonych lub nieokreślonych odstępach czasu.

EMISJA – jednorazowe ukazanie się (opublikowanie) reklamy w publikacji lub w serwisie internetowym.

SERWIS INTERNETOWY – prezentacja danych, przesyłanych przez Internet, odczytywanych przy pomocy specjalnego oprogramowania, nazywanego przeglądarką internetową lub za pośrednictwem innego oprogramowania i sprzętu umożliwiającego odbiór takich danych. Serwis internetowy może zawierać tekst, pliki graficzne, pliki multimedialne, skrypty, oprogramowanie wykonywane po stronie serwera jak i użytkownika.

STATYSTYKI – dostępne dane przedstawiające liczbę odsłon danej reklamy w serwisie internetowym oraz jej skuteczność.
REKLAMA – płatna forma przedstawiania i promowania towarów, usług lub idei o treści i układzie określonym przez Zamawiającego. Reklama powinna być zgodna z „Warunkami technicznymi zamieszczania reklam w publikacjach Wydawnictwa MURATOR w 2007 roku” dotyczącymi danej publikacji Wydawnictwa oraz nie może naruszać zasad prawa prasowego i karnego. Reklama nie może być konkurencyjna dla interesów Wydawnictwa.

PREZENTACJA – płatna forma przedstawiania i promowania towarów, usług lub idei o treści i układzie zgodnym z linią programową danej publikacji lub serwisu internetowego, określoną przez Wydawnictwo. Prezentacja opracowywana jest przez Wydawnictwo na podstawie materiałów udostępnionych przez Zamawiającego. Forma graficzna Prezentacji jest ściśle określona i przygotowana zgodnie z makietą (szatą graficzną) danej publikacji Wydawnictwa.

MATERIAŁ REKLAMOWY – materiał informacyjny gotowy tj. nadający się do druku lub wycięcia w serwisie internetowym lub dostarczony przez Zamawiającego Wydawnictwu, w celu wytworzenia reklamy lub prezentacji, spełniający wymogi określone w „Warunkach technicznych zamieszczania reklam w publikacjach Wydawnictwa MURATOR w 2007 roku” dotyczących danej publikacji lub serwisu internetowego Wydawnictwa.

INNE USŁUGI – wszystkie niestandardowe usługi oferowane przez Wydawnictwo.

UPUST – wyrażone w procentach obniżenie ceny, przyjętej w cenniku Wydawnictwa, za zamieszczenie reklamy dotyczącej bezpośrednio Zamawiającego.

UPUST AGENCYNINY – wyrażone w procentach obniżenie ceny, przyjętej w cenniku Wydawnictwa, za zamieszczenie reklamy przez Zamawiającego – agencję reklamową z tytułu dostarczenia zamówień na zamieszczenie reklamy od Klientów Zamawiającego. Upust agencyniny obejmuje łącznie zniżkę dla agencji i ewentualną zniżkę dla Klienta agencji. Wysokość upustu agencyniny uzależniona jest od wartości zamówionych reklam w określonym czasie.

UPUST SPECJALNY – upust dodatkowy udzielany w wypadku dokonania przez Zamawiającego przedpłaty w wysokości 100% wartości tej emisji w terminie płatności zaliczki.

ZALICZKA – część należności za zamieszczenie reklamy w tytułach drukowanych wpłacana z góry w terminie określonym w niniejszych „Warunkach ogólnych”.

§ 2 ZAKRES PRZEDMIOTOWY

1. „Warunki ogólne” dotyczą przyjmowania i zamieszczania reklam w publikacjach oraz serwisach internetowych Wydawnictwa, w ramach prowadzonej przez Zamawiającego działalności gospodarczej. Podstawą realizacji zamówienia przez Wydawnictwo stanowią umowy zawierane z Zamawiającym na podstawie niniejszych „Warunków ogólnych”.

Zawierając umowę strony doręczają sobie wzajemnie kopie aktualnych odpisów z właściwych rejestrów dokumentujące istnienie firmy, sposób jej reprezentacji oraz uprawnienia dla osób zawierających umowę do jej zawarcia.

2. W wypadku podjęcia się przez Wydawnictwo innych usług, niż standardowe wymienione w ust. 1, szczegółowe warunki dostarczenia materiałów reklamowych przez Zamawiającego, terminy i sposób realizacji zamówienia, wycenę i sposób płatności określa stosowna umowa, a w kwestiach w niej nie uregulowanych stosowane będą odpowiednio postanowienia niniejszych „Warunków ogólnych”.

§ 3 MATERIAŁ REKLAMOWY

1. Jeżeli w Umowie nie postanowiono inaczej, Zamawiający zobowiązany jest przygotować i dostarczyć materiały zgodnie z „Warunkami technicznymi zamieszczania reklam w publikacjach Wydawnictwa MURATOR w 2007 roku” poszczególnych publikacji i publikacji w serwisach internetowych Wydawnictwa MURATOR, stanowiącymi załącznik do umowy oraz dodatkowo dostępnymi w Biurze Reklamy Wydawnictwa MURATOR, przy ul. Kamionkowskiej 45, 03-812 Warszawa. Zamawiający dostarcza gotowy materiał reklamowy na swój koszt w terminie określonym w „Warunkach technicznych zamieszczania reklam w publikacjach Wydawnictwa MURATOR w 2007 roku”. Zamawiający może zlecić zamieszczenie reklamy tylko w wielkości zgodnej z formatem odpowiednim dla danej publikacji Wydawnictwa chyba, że zachodzą okoliczności określone w § 2 pkt 2.

2. W wypadku zamówienia na wielokrotną emisję, jeżeli Zamawiający ma zamiar dokonać zmian w zaakceptowanym projekcie reklamnej jest zobowiązany powiadomić o tym fakcie Wydawnictwo i dostarczyć niezbędne materiały w terminie i postaci określonej w „Warunkach technicznych zamieszczania reklam w publikacjach Wydawnictwa MURATOR w 2007 roku”. Niedotrzymanie określonych powyżej warunków powoduje emisję reklamy w wersji ostatnio opublikowanej.

3. Jeżeli dostarczony przez Zamawiającego materiał reklamowy (oryginał, w tym nośnik) ma być zwrócony po wykorzystaniu, Zamawiający musi zastrzec to w umowie lub na druku przekazania materiału reklamowego. W wypadku złożenia tego zastrzeżenia, zwrot nastąpi bezwzględnie po upływie terminu dochodzenia roszczeń z tytułu ewentualnych wad opublikowanego materiału. W innych wypadkach materiał przyjęty przez Wydawnictwo w celu wykonania zamówienia pozostaje na stanie Wydawnictwa.

4. Wydawnictwo zastrzega sobie prawo do oznaczania reklam (wypukionych stron lub ich części) np. napisem REKLAMA.

5. Wydawnictwo zobowiązuje się do przygotowania publikacji w jak najwyższej możliwej osiągniętej przez niego jakości.

6. Wydawnictwo nie odpowiada za treść opublikowanych reklam.

7. W przypadku gotowych materiałów reklamowych do zamieszczenia w serwisach internetowych, w formacie jpg, gif, gif animowany, flash do wersji 6 włącznie, html i rich media Zamawiający zobowiązany jest do:

- a) dostarczenia gotowych materiałów reklamowych do Wydawnictwa MURATOR nie później niż na pięć dni roboczych przed terminem emisji w celu przetestowania ich przez Dział Projektów Internetowych.
 - b) dostarczenia zastępczej wersji gotowych materiałów reklamowych w prostym formacie graficznym (jpg, gif lub gif animowany), które będą emitowane, gdy przeglądarka użytkownika uniemożliwi wyświetlenie formatów flash, html lub rich media.
8. Niedostarczenie gotowych materiałów reklamowych do emisji w oznaczonym terminie, traktowane jest jako odwołanie zamówienia. W takiej sytuacji, za zgodą Wydawnictwa MURATOR termin rozpoczęcia kampanii może zostać przesunięty. Po stronie Wydawnictwa nie powstają obowiązki odszkodowawcze z tytułu niezrealizowania zamówienia, ani obowiązki zwrotu należności za niezrealizowaną część zamówienia.

§ 4 PRZYJĘCIE I WYCOFANIE ZAMÓWIENIA

1. Reklamy zamieszczane są na podstawie zawartych umów lub zamówień jednorazowych według wzorów ustalonych przez Wydawnictwo.

2. Podstawą realizacji zamówienia dla Zamawiającego, który w okresie ostatnich dwóch lat nie stosował się do postanowień „Warunków ogólnych” dotyczących terminów i sposobów płatności za opublikowanie reklamy lub innej płatnej informacji, jest dokonanie pełnej przedpłaty przed każdą zamówioną przez Zamawiającego emisją w terminie do 30 dnia przed datą emisji reklamy w danej publikacji.

3. Wydawnictwo może odmówić przyjęcia zamówienia oraz po zawarciu umowy ma prawo odmówić przyjęcia materiału reklamowego, jeżeli według niego opublikowanie reklamy naruszałoby zasady prawa prasowego lub karnego albo treść bądź forma reklam mogłyby narazić na szkodę interesy Wydawnictwa bądź Zamawiającego. Umowa ulega wówczas rozwiązaniu, o czym Zamawiający zostanie poinformowany pisemnie a ewentualnie pobrana zaliczka podlega zwrotowi w terminie 7 dni.

4. Zamawiający może wycofać zamówienie bez skutków odszkodowawczych do 30 dni przed pierwszym dniem sprzedaży dla danej publikacji określonym w „Warunkach technicznych zamieszczania reklam w publikacjach Wydawnictwa MURATOR w 2007 roku” (dla serwisów internetowych przed pierwszym dniem emisji w Internecie). W takiej sytuacji wpłaconą przez Zamawiającego należność podlega zwrotowi w terminie 30 dni po otrzymaniu przez Wydawnictwo wniosku o wycofanie zamówienia.

5. Wycofanie zamówienia z naruszeniem terminów, o których mowa w ust. 4 jest bezskuteczne, a Zamawiający jest zobowiązany uregulować całą należność za reklamę. Odpowiednio stosuje się to do wniosku Zamawiającego o przyjęcie zmiany materiału reklamowego.

6. W trakcie realizacji kampanii w serwisie internetowym i przez 30 dni po jej zakończeniu Klientowi udostępniana jest strona WWW ze statystykami dotyczącymi liczby zrealizowanych emisji i liczby kliknięć (jeśli reklama jest kilkanaletnia). Jeżeli z przyczyn niezależnych od Wydawnictwa kampania w serwisach internetowych nie została w pełni zrealizowana w zamówionym okresie czasu, odpowiednio wydłużony jest czas jej realizacji lub Klient może wykorzystać pozostałą liczbę emisji w kolejnym zamówieniu.

§ 5 CENA REKLAMY

1. Ceny za zamieszczenie reklam określone są na podstawie cennika Wydawnictwa, aktualnego w dniu zawarcia umowy. Ceny podane w cenniku (oraz zawarta w umowie wartość zamówienia) są kwotami netto, do których zostanie doliczony podatek od towarów i usług (VAT) według stawki aktualnej w dniu fakturowania.

2. W publikacjach Wydawnictwa MURATOR cena obejmuje także dowodowy egzemplarz publikacji z zamieszczoną reklamą, przekazywany Zamawiającemu; jeżeli Zamawiającym jest agencja reklamowa, dotyczy to także drugiego takiego egzemplarza dla Klienta agencji.

3. W publikacjach i serwisach internetowych Wydawnictwa MURATOR ceny określone są jako usługi jednorazowe – czyli dotyczące zamieszczenia reklamy w jednym numerze danego tytułu Wydawnictwa; wyświetlenia jednokrotnego reklamy lub umieszczenia reklamy w Internecie na określony, zawarty w umowie, okres czasu.

4. W uzasadnionych wypadkach Wydawnictwo zastrzega sobie prawo do zmiany cen reklam. Informacja o zmianie cen (nowym cenniku) wysłana będzie Zamawiającemu listem poleconym najpóźniej do 3 miesięcy przed ukazaniem się numeru objętego podwyżką w wydawnictwach drukowanych i najpóźniej do 1 miesiąca przed zmianą cen w serwisach internetowych.

§ 6 SPOSOBY DOKONYWANIA PŁATNOŚCI (zaliczka, dopłata i przedpłata)

1. Kwota za zamieszczenie reklamy w tytułach drukowanych płatna jest w następujący sposób:

· w przypadku zamówień, których jednostkowa wartość wynosi do 1.000 zł (słownie: tysiąc złotych) w formie zaliczki w wysokości 100% wartości emisji brutto, na podstawie faktury pro-forma, w terminie do 30 dnia przed datą emisji reklamy w danej publikacji.

· w przypadku zamówień, których jednostkowa wartość wynosi powyżej 1.000 zł (słownie: tysiąc złotych) w formie zaliczki w wysokości 40% wartości emisji brutto, na podstawie faktury pro-forma, w terminie do 30 dnia przed datą emisji reklamy w danej publikacji oraz dopłaty pozostałych 60% wartości emisji brutto w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury VAT wysyłanej do Zamawiającego, przy czym po wpłacie pierwszej zaliczki Zamawiający wpłaca kolejne zaliczki zgodnie z postanowieniami i terminami określonymi w tym punkcie

· w przypadku Stałego Klienta cała należna kwota brutto za zamieszczenie reklamy w tytułach drukowanych płatna jest po emisji reklamy w danej publikacji w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury VAT wysyłanej do Zamawiającego. Faktury będą wysyłane listem poleconym

2. Zamawiający będący Stałym Klientem może dokonać wpłaty jednej zaliczki w wysokości 100% wartości całego zamówienia brutto (lub danej emisji), w terminie do 30 dnia przed datą emisji pierwszej z zamówionych reklam w danej publikacji (lub do 30 dnia przed datą emisji każdej kolejnej zamówionej reklamy). Uprawnia to Zamawiającego będącego Stałym Klientem do otrzymania dodatkowego, specjalnego upustu w wysokości 2% kwoty do zafakturowania tej emisji (tj. kwoty za opublikowanie reklamy po odliczeniu ewentualnego upustu z innego tytułu). Każdorazowa wpłata zaliczki będzie traktowana jako wpłata kwoty brutto tj. z podatkiem VAT i zgodnie z §14 ust. 1 i 2 Rozp. Min. Fin. z dn. 25.05.2005 (Dz. U. z 2005 nr 95 poz. 798 ze zm.), zostanie potwierdzona fakturą VAT wystawioną w terminie 7 dni od daty wpłaty na kwotę wpłaconej zaliczki. Przyjmuje się, że datą wpłaty jest data wpływu kwoty na rachunek Wydawnictwa.

3. Niedokonanie w terminie wpłaty pierwszej zaliczki może spowodować rozwiązanie umowy przez Wydawnictwo. Jeżeli przewidziano dalsze zaliczki w toku wykonywania umowy, fakt nie wpłacenia przez Zamawiającego zaliczki za kolejne emisje reklamy w terminie, o którym mowa w ust. 1, upoważnia Wydawnictwo do zawieszenia realizacji umowy lub do jej jednostronnego rozwiązania. Zasady te stosuje się odpowiednio w wypadku opóźnienia dopłaty za zamieszczone reklamy. Wydawnictwo może jednak realizować zamówienie i dochodzić tych należności.

4. W wypadku zmiany cen reklam, o których mowa w § 5 ust. 4, jeżeli Zamawiający dokona przedpłaty 100% wartości zamówienia brutto, zmiany cen nie będą dotyczyły opłaconych już publikacji.

5. Należności z tytułu emisji w serwisach internetowych jest płatna w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury VAT. Faktura wystawiona jest najpóźniej 7 dnia od daty ukazania się kampanii emitowanych na określony z góry czas lub 7 dni po zakończeniu kampanii reklamowej zawierającej określoną liczbę emisji zgodnie z zawartą umową.

§ 7 FORMA DOKONYWANIA PŁATNOŚCI

1. Zamawiający może dokonać wpłaty na konto Wydawnictwa w: BPH SA V Oddział w Warszawie Nr 23 1060 0076 0000 4020 1002 8467 lub – w granicach określonych przepisami o obrocie gotówkowym – bezpośrednio w kasie Wydawnictwa w Warszawie 03-812, przy ul. Kamionkowskiej 45, a także kartą płatniczą akceptowaną przez Wydawnictwo. Koszty przelewu należności, a w wypadku dokonywania wpłaty z zagranicy także koszty banku zagranicznego, ponosi Zamawiający.
2. Za dodatkowe usługi związane z zamieszczeniem i przygotowaniem reklamy, w szczególności usługi graficzne, fotograficzne, przygotowanie do druku, poligraficzne, mailingowe, wysyłkę dodatkowych egzemplarzy oraz koszty odbioru materiałów reklamowych Wydawnictwo może obciążać Zamawiającego odrębną fakturą VAT, płatną w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury, według stawek ustalonych indywidualnie z Zamawiającym. Odpowiednio dotyczy to także przyjętej przez Wydawnictwo zmiany materiału reklamowego dokonanej przez Zamawiającego, powodującej dodatkowe koszty po stronie Wydawnictwa.
3. Nieterminowe płatności powodować będą utratę ewentualnie umówionych upustów oraz naliczanie odsetek według stopy odpowiadającej wysokości odsetek ustawowych.

§ 8 UPUST

1. Jeżeli Zamawiający zleca w umowie więcej niż jedną emisję reklamy, Wydawnictwo może udzielić upustu od wartości cennikowej reklam opublikowanych na podstawie tego samego zamówienia. Przyznanie i wysokość ewentualnego upustu podlega obustronnemu pisemnemu ustaleniu.
2. Jeśli Zamawiający, będący Stałym Klientem, w terminie płatności zaliczki, dokona przedpłaty w wysokości 100% brutto wartości całego zamówienia (lub danej emisji), doręczając jednocześnie Wydawnictwu (także faksem) kopię dowodu wpłaty lub bankowego potwierdzenia dokonania przelewu, otrzymuje wówczas dodatkowo upust specjalny w wysokości 2% kwoty netto każdej emisji (tj. kwoty za opublikowanie reklamy po odliczeniu ewentualnego upustu z innego tytułu).
3. Upusty przyznane Zamawiającemu dotyczące reklam i prezentacji we wskazanych publikacjach i serwisach internetowych nie przekładają się automatycznie na inne publikacje i serwisy Wydawnictwa MURATOR.

§ 9 REKLAMACJE

1. W przypadku zamieszczania reklam w publikacjach i serwisach internetowych Wydawnictwa MURATOR Zamawiający traci uprawnienia z tytułu ewentualnej wadliwości opublikowanego materiału reklamowego, jeżeli nie zawiadomi Wydawnictwa o wadzie (nie zgłosi reklamacji) w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury VAT za opublikowanie reklamy lub zalega z płatnościami wynikającymi z zawartej umowy. W wypadku wystawienia faktury przed opublikowaniem reklamy, termin powyższy liczony jest od daty doręczenia egzemplarza dowodowego.
2. Wydawnictwo w terminie 21 dni od daty doręczenia pisemnej reklamacji dotyczącej zamieszczenia reklam w publikacjach i serwisach internetowych Wydawnictwa MURATOR odpowie pisemnie na reklamację.
3. Złożenie reklamacji nie wstrzymuje płatności wynikających z zawartej umowy. Rozpatrywane będą wyłącznie reklamacje zapłaconych reklam.

§ 10 FORMA ZAWARCIA UMOWY

1. Umowy pomiędzy Wydawnictwem a Zamawiającym zawierane są na piśmie. Wszelkie zmiany uzupełnienia tych umów wymagają również formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Oryginalny egzemplarz podpisanej umowy lub zamówienia musi być doręczony Wydawnictwu wraz ze wszystkimi załącznikami w terminie określonym w umowie lub zamówieniu. W przypadku nie zachowania terminu Wydawnictwo zastrzega sobie prawo przesunięcia zamieszczenia reklamy na następną edycję bez skutków odszkodowawczych, chyba że strony ustalą inaczej.
3. Zamawiający ma obowiązek bezwzględnego powiadomienia na piśmie (za pokwitowaniem lub listem poleconym za zwrotnym poświadczaniem odbioru) Wydawnictwa o zmianie swojego adresu (w tym również faksu i telefonu) pod rygorem uznania za skuteczne doręczeń dokonywanych pod dotychczasowy adres.

§ 11 WŁAŚCIWE PRZEPISY

W kwestiach nie uregulowanych w umowie oraz w „Warunkach ogólnych” stosuje się odpowiednie przepisy Kodeksu cywilnego.

§ 12 ROZSTRZYGANIE SPORÓW

Ewentualne spory między stronami rozpoznawane będą przez Sąd właściwy ze względu na siedzibę Wydawnictwa.

Telefony kontaktowe:

Dział Produkcji 022 59 05 118, 59 05 114, 59 05 237 fax 022 59 05 385 lub e-mail: produkcja@murator.com.pl

Dział Projektów Internetowych 022 59 05 121

Dział Rozliczeń i Windykacji Należności 022 59 05 216; fax 022 59 05 441

Wszelkie uwagi dotyczące jakości obsługi należy kierować do Biura Obsługi Klienta 022 59 05 555

Zamawiający potwierdza własnym podpisem zgodę na powyższe Warunki oraz otrzymuje jeden ich egzemplarz.

.....
miejscowość, data

.....
podpis Zamawiającego