

REGULAMIN ZAMIESZCZENIA REKLAM

A. DEFINICJE

Określenia użyte w regulaminie należy rozumieć w następujący sposób:

Wydawnictwo - Oficyna MM Wydawnictwo Prawnicze Mizera Sp. K. z siedzibą w Poznaniu 61-017, ul. Bałtycka 33 A.

Reklamodawca - osoba fizyczna, osoba prawna, jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, zamawiająca zamieszczenie reklamy w publikacjach Wydawnictwa.

Reklama – każdy opublikowany lub przekazany do opublikowania w czasopiśmie, wydaniu elektronicznym oraz w internecie tekst, obraz zmierzający do promocji towaru lub usługi Reklamodawcy.

Formy reklamy w publikacjach Wydawnictwa:

1. **Reklama graficzna** – ogłoszenie zamieszczone drukiem w postaci graficznej, którego rozmiar druku określony jest liczbą standardowych przyjętych przez Wydawnictwo jednostek powierzchni.
2. **Reklama tekstowa** – ogłoszenie w postaci tekstu zamieszczone w Publikacjach Wydawnictwa, z typowym wyróżnieniem graficznym bądź w postaci graficznej, który jest określony liczbą znaków i rozmiarem powierzchni. Reklama tekstowa może mieć formę artykułu sponsorowanego, wywiadu sponsorowanego oraz innych form ustalonych między Wydawnictwem, a Reklamodawcą.
3. **Insert** – reklama w formie ulotki, broszury, katalogu, próbki produktu bądź płyty CD, włożona, wszyta, wklejona zafoliowana lub w inny sposób dystrybuowany wraz z Publikacjami Wydawnictwa.
4. **Baner** – reklama graficzna zamieszczana w wydaniach elektronicznych oraz serwisach internetowych Wydawnictwa określona liczbą standardowych przyjętych przez Wydawnictwo jednostek powierzchni.
5. **Mailing** – reklama w postaci listów poczty elektronicznej w formie tekstowej lub graficznej.
6. **Inne formy reklamy** – reklama nie zdefiniowana w regulaminie, uzgodniona na piśmie między Wydawnictwem a Reklamodawców, dołączona do publikacji wydawnictwa.

Publikacje – czasopisma, wydania elektroniczne oraz inne produkty wydawnicze, serwisy internetowe będące własnością Wydawnictwa.

Zlecenie reklamy – oferta zamieszczenia Reklamy w Publikacjach Wydawnictwa złożona na zasadach określonych w regulaminie. Potwierdzenie przyjęcia Zlecenia Reklamy lub przystąpienie do jego realizacji przez Wydawnictwo oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej z uzgodnionych pisemnych stanowisk stron.

B. POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Zlecenie Reklamy przyjęte przez Wydawnictwo dokonywane jest w oparciu o Regulamin i obowiązujące przepisy prawa. Złożenie Zlecenia reklamy jest równoznaczne z akceptacją przez Reklamodawcę postanowień regulaminu.
2. Odpowiedzialność za treść i formę Reklamy ponosi Reklamodawca.

3. Po stronie Reklamodawcy pozostaje zapewnienie, że ma on prawo posługiwać się użytymi w Reklamie informacjami, utworami, danymi, znakami towarowymi, wizerunkami, oraz wszelkimi pozostałymi elementami będącymi przedmiotem jakiegokolwiek ochrony prawnej. Zlecenie reklamy przez Reklamodawcę jest równoznaczne z oświadczeniem, że powyższy obowiązek został spełniony, zaś zamawiane Reklamy nie są sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami.
4. W przypadku, gdyby Wydawnictwo w wyniku zamieszczenia Reklamy poniosło jakąkolwiek szkodę, Reklamodawca zobowiązany jest naprawić taką szkodę w całości włącznie ze zwrotem kosztów postępowań prawnych, kosztów zastępstwa procesowego oraz innych wydatków poniesionych w związku z roszczeniami osób trzecich.
5. Agencje reklamowe i inni pośrednicy reklamowi działający w imieniu na rzecz swoich klientów, są współodpowiedzialne z podmiotami, które reprezentują za terminową zapłatę należności na rzecz Wydawnictwa z tytułu zamieszczenia Reklamy w jego Publikacjach.
6. Wydawnictwo zastrzega sobie prawo do odmowy zamieszczenia Reklamy, bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności: jeżeli treść Reklamy lub jej forma jest sprzeczna z prawem i dobrymi obyczajami, narusza prawa osób trzecich, wymusza na odbiorcy podanie swoich danych, jest sprzeczna z linią programową Publikacji, zostały zgłoszone zastrzeżenia osób trzecich, organu lub instytucji powołanych do czuwania nad przestrzeganiem zasad etyki mediów lub etyki reklamy, a także w przypadku zalegania przez Reklamodawcę z płatnościami za zamieszczoną Reklamę.
7. Wydawnictwo zastrzega sobie prawo do odmowy zamieszczenia Reklamy w przypadku braku współdziałania Reklamodawcy przy wykonywaniu Zlecenia reklamy.
8. Przedmiotem reklamy nie mogą być szkolenia zarówno w formie stacjonarnej jak i szkolenia on-line.
9. Niezależnie od powyższego, Wydawnictwo zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia Zlecenia reklamy, bez podania przyczyny oraz jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu.
10. W przypadku Reklamy odnoszącej się do działalności, która wymaga przy jej prowadzeniu posiadanie licencji, koncesji lub pozwolenia Reklamodawca ma obowiązek przedstawić odpowiedni dokument Wydawnictwu.

C. WARUNKI REALIZACJI

1. Emisja Reklamy w Publikacjach Wydawnictwa zamieszczana jest na podstawie złożonego pisemnego Zamówienia reklamy lub pisemnej umowy podpisanej przez Reklamodawcę. Zlecenie reklamy składane jest na formularzu przygotowanym przez Wydawnictwo.
2. Terminy składania zamówienia- Wydawnictwo zamówienie reklamy przyjmuje do 5 dnia miesiąca poprzedzającego wydanie, w którym ma się ukazać reklama. Potwierdzenie pisemne Zlecenia reklamy jest podstawą wystawienia faktury za umieszczenie Reklamy w Publikacjach Wydawnictwa, chyba że strony postanowią inaczej.

3. Termin dostarczania materiału gotowego i treści Reklamy - Reklamodawca ma obowiązek dostarczyć kompletne materiały zgodne z harmonogramem wydawniczym.
4. Gotowe materiały i treści Reklamy powinny spełniać ogólne wymagania techniczne określone w załączniku nr 1 Regulaminu zamieszczenia reklamy.
5. W przypadku zaistnienia przyczyn niezależnych od Wydawnictwa, emisja Reklamy nie została wyemitowana w ustalonym wcześniej terminie, czas emisji zostaje odpowiednio przełożony na inny termin realizacji uprzednio uzgodniony z Reklamodawcą.
6. Wydawnictwu przysługuje zmiana terminu materiału gotowego i treści reklamy. O zmianie terminu wydawnictwo zobowiązane jest powiadomić Reklamodawcę.
7. Zamawiający wyraża zgodę na możliwość nieodpłatnej dystrybucji magazynu poprzez placówki/oddziały firmy, którą reprezentuje.

D. ZMIANA ORAZ ANULOWANIE ZLECENIA REKLAMY

1. Zmiana oraz anulowanie Zlecenia reklamy wymagają formy pisemnej (fax, poczta) lub drogą elektroniczną (mail) pod rygorem nieważności.
2. Zmiana Zlecenia Reklamy lub zmiana związanych z nią materiałów reklamowych może nastąpić nie później niż 3 dni przed terminem dostarczania materiału gotowego i treści Reklamy.
3. W przypadku niedopilnowania terminu określonego w punkcie 2 tego rozdziału, a także w przypadku wątpliwości i niejasności co do zakresu i rodzaju zgłoszonych zmian, których nie da się rozstrzygnąć w terminie określonym w punkcie 2 tego rozdziału, Wydawca ma prawo do wykonania Zlecenia Reklamy w pierwotnej wersji lub odwołania emisji reklamy, przy zachowaniu prawa do 100 % wynagrodzenia brutto.
4. Wydawnictwo może nie uwzględnić zmian zgłoszonych w terminach określonych w punkcie 2, jeżeli ich wprowadzenie okaże się niemożliwe ze względów technicznych lub innych zobowiązań Wydawnictwa, nie ponosząc z tego tytułu żadnej odpowiedzialności wobec Reklamodawcy.
5. Anulowanie Zlecenia reklamy nie spowoduje konsekwencji finansowych po stronie Reklamodawcy w przypadku gdy anulowanie nastąpi nie później niż 7 dni przed terminem dostarczania materiału gotowego i treści Reklamy.
6. W przypadku niedopilnowania terminu anulowania zlecenia reklamy określonego w punkcie 5 tego rozdziału Reklamodawca zobowiązany jest do zapłaty:
 - a. 50% wynagrodzenia brutto za zlecenie reklamy w przypadku anulacji między 8 a 9 dniem przed terminem dostarczania materiału gotowego i treści Reklamy.
 - b. 100% wynagrodzenia brutto za zlecenie reklamy w przypadku anulacji w dniu terminu dostarczania materiału gotowego i treści Reklamy.
7. Niedotrzymanie przez Reklamodawcę terminu dostarczania materiału gotowego i treści Reklamy jest równoznaczne z anulowaniem zlecenia reklamy na zasadach określonych

w punkcie 3 b. tego rozdziału.

E. PŁATNOŚCI

1. Wydawnictwo za Zlecenie reklamy wystawia Reklamodawcy fakturę VAT. Zamawiający upoważnia Wydawcę do wystawienia faktury bez podpisu Zamawiającego i przesłania jej drogą elektroniczną. Reklamodawca zobowiązany jest zapłacić wynagrodzenie Wydawnictwu według następujących zasad.
 - a. gotówką
 - b. przelewem
2. W przypadku płatności przelewem Reklamodawca zobowiązany jest do zapłaty faktury w terminie 14 dni od daty wystawienia faktury. Niedotrzymanie terminu płatności spowoduje naliczanie odsetek ustawowych za cały okres zwłoki.
3. W przypadku długoterminowego zlecenia reklamy Wydawnictwo ma prawo wstrzymać kolejne emisje reklamy, jeżeli poprzednia emisja lub cykl emisji nie zostały opłacone w terminie.
4. Reklamę, inserty wyceniane są na podstawie cennika Wydawnictwa aktualnego w dniu zlecenia reklamy. Ceny w cenniku są kwotami netto, do których zostanie doliczony podatek VAT według stawki obowiązującej w dniu fakturowania.
5. Zamówioną Reklamę lub insert, Reklamodawca może opłacić w sposób:
 - a) z góry – wynagrodzenie dla Wydawnictwa, płatne przed emisją Publikacji.
 - b) z dołu –wynagrodzenie dla Wydawnictwa, płatne po emisji Publikacji, po wcześniejszych ustaleniach z Wydawnictwem, przed złożeniem formularza zamówienia reklamy. Płatność faktury wystawionej z dołu w terminie 7 dni od daty wystawienia faktury.
 - c) inny, określony w umowie.

F. REKLAMACJE

1. Wydawnictwo nie odpowiada za opóźnienie publikacji lub wady druku spowodowane niewłaściwą treścią lub jakością materiałów reklamowych.
2. Wydawca nie odpowiada za szkody powstałe z powodu dostarczenia przez Reklamodawcę wadliwych materiałów reklamowych.
3. Reklamacje dotyczące publikacji Reklamy i jakości realizacji zlecenia, Reklamodawca zobowiązany jest zgłaszać Wydawnictwu na piśmie w ciągu 7 dni od daty ukazania się reklamy.
4. Reklamacje powinny opisywać w sposób szczegółowy rodzaj wad lub usterek wykonanego przez Wydawnictwo zlecenia.
5. Wydawnictwo zastrzega sobie prawo nieuwzględnienia reklamacji w przypadku dostarczenia reklamacji po terminie.

6. Złożenie przez Reklamodawcę reklamacji nie powoduje wstrzymania obowiązku Reklamodawcy zapłaty wynagrodzenia za publikację Reklamy.
7. Reklamodawcy nie przysługują żadne roszczenia w przypadku błędu powstałego w wyniku niejasnych instrukcji Reklamodawcy lub wad w dostarczonych materiałach.
8. Odpowiedzialność Wydawnictwa za błędy techniczne lub wadę druku zmieniającą sens Reklamy ograniczona jest do wartości zamówienia reklamy.
9. Wydawnictwo zobowiązuje się do przechowywania gotowych materiałów reklamy na nośnikach elektronicznych przez okres co najmniej 6 miesięcy od daty publikacji.

G. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Niniejszy Regulamin Zamieszczenia Reklam stanowi integralną część zlecenia reklamy zgodnie z art. 384 Kodeksu cywilnego.
2. Spory wynikające na tle niniejszego Regulaminu Zamieszczenia Reklam będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Wydawnictwa.
3. Do spraw nieuregulowanych niniejszym Regulaminem Zamieszczenia Reklam będą miały zastosowania przepisy Kodeksu cywilnego.

Załącznik nr 1

Wymagania techniczne reklamy:

- przestrzeń kolorystyczna CMYK, bez kolorów spotowych i bez zaszytych profili barwnych
- fonty (czcionki) zamienione na krzywe
- teksty i krzywe czarne tylko w kanale czarnym, z nadanym overprintem (nadrukowane)
- rozdzielczość bitmap minimum 300 dpi
- teksty i elementy graficzne odsunięte min. 5 mm od krawędzi
- wymiar netto zgodny z zakupionym, spady po 5 mm z każdej strony
- maksymalne nafarwienie (TAC, TIL): 320%
- teksty, logotypy, elementy graficzne, schematy, grafiki – w wersji wektorowej (skalowalnej).

Akceptowane formaty plików:

- PDF (*Portable Document Format*)
- TIFF 400 – 600 dpi, z kompresją bezstratną ZIP
- EPS (*Encapsulated PostScript*)

Projekty prosimy przesyłać w formacie brutto, bez linii cięcia lub linie cięcia odsunąć poza spady.

Prosimy nie umieszczać żadnych innych znaków drukarskich.

Zgodnie z art. 13 ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r. (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016) informuję, iż:

1) administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Oficyna MM Wydawnictwo Prawnicze Sp. z o.o. Sp. k., ul. Bałtycka 33A, 61-017 Poznań

2) Pani/Pana dane osobowe przetwarzane będą w celu realizacji umowy sprzedaży powierzchni reklamowej na podstawie: Art. 6 ust. 1 lit. b – przetwarzanie niezbędne do celu realizacji umowy - ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r. (RODO)

3) odbiorcami Pani/Pana danych osobowych będą wyłącznie podmioty uprawnione do uzyskania danych osobowych tylko na podstawie przepisów prawa a także podmioty przetwarzające

4) Pani/Pana dane osobowe przechowywane będą 6 lat od momentu ustania przetwarzania w ramach zawartej umowy

5) posiada Pani/Pan prawo do żądania od administratora dostępu do danych osobowych, prawo do ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania, prawo do przenoszenia danych,

6) ma Pani/Pan prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego

7) podanie danych osobowych jest dobrowolne, jednakże odmowa podania danych może skutkować odmową zawarcia umowy.