

Ogólne Warunki Umów (OWU)
ELAMED Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka Komandytowa

§ 1 Postanowienia Ogólne

1. ELAMED Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Spółka Komandytowa, wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego w Sądzie Rejonowym w Katowicach pod nr 0000411505 z siedzibą w Katowicach przy Al. Roździeńskiego 188c, zwane dalej Wydawcą, jest wydawcą czasopism specjalistycznych i książek.
2. Niniejsze Ogólne Warunki Umów, zwane dalej w skrócie OWU, mają zastosowanie do wszystkich umów o publikację reklam, zawieranych przez Wydawcę z osobami fizycznymi, prawnymi lub innymi jednostkami organizacyjnymi, zwanymi dalej Zamawiającymi.
3. Jeżeli przedstawione przez Wydawcę Zamawiającemu Cenniki i/lub Oferta zawierają w swojej treści postanowienia odmienne od postanowień niniejszych OWU, stosować należy postanowienia zawarte w Cennikach i/lub Ofercie.
4. Strony mogą odstąpić od poszczególnych bądź wszystkich postanowień OWU w drodze umowy zawartej w formie pisemnej pod rygorem nieważności. Zawarcie takiej umowy skutkuje wyłączeniem odpowiednich postanowień OWU, w miejsce których stosuje się zapisy umowy.
5. Poniższe Ogólne Warunki Umów uważa się za przyjęte i zaakceptowane przez drugą stronę w momencie złożenia Zamówienia, o którym mowa w §2 OWU.
6. Niniejsze Ogólne Warunki Umów wraz z Cennikami, Ofertą i Zamówieniem, jeżeli odpowiada ono warunkom określonym w §2 OWU, stanowią o treści łączącego strony stosunku prawnego.
7. Wszelkie zawiadomienia pomiędzy stronami, jeżeli nie zastrzeżono formy szczególnej (pisemnej, faksu, poczty elektronicznej), mogą być dokonywane wszelkimi środkami, w tym środkami bezpośredniej komunikacji na odległość (telefon).

§ 2. Zamówienia

1. Zamówienie na zamieszczenie reklamy (Zamówienie) stanowi przyjęcie oferty Wydawcy i jest równoznaczne z zawarciem umowy na warunkach określonych w niniejszych OWU.
2. Zamówienie Zamawiający powinien złożyć w formie pisemnej, faksem lub pocztą elektroniczną według wzoru stanowiącego załącznik nr 1 do niniejszych OWU. W przypadku składania Zamówienia na innym niż załączony formularzu, powinno ono zawierać w swojej treści co najmniej:
 - oświadczenie Zamawiającego o zapoznaniu się z OWU,
 - dane Zamawiającego niezbędne do wystawienia faktury,

- określenie, w którym z czasopism oraz w którym jego numerze ma zostać zamieszczona reklama
- z uwzględnieniem § 4 OWU,
- ilość, rozmiar, zamawianych reklam oraz jej wartość ustalona w oparciu o Cennik/Ofertę, z uwzględnieniem ustaleń dokonanych z pracownikiem marketingu danego czasopisma,
- podpis i pieczętkę zamawiającego.

3. Zamówienie może dotyczyć publikacji jednej lub kilku reklam (w tym Cyklu Reklam) w jednym lub kilku czasopismach, w numerach wskazanych przez Zamawiającego bądź bez takiego wskazania. W przypadku braku wskazania numerów, w których ma nastąpić publikacja reklamy wybór numerów, w których publikacja zostanie zamieszczona nastąpi po uzgodnieniu Wydawcy z Zamawiającym.

4. Jeżeli treść złożonego przez Zamawiającego Zamówienia zawiera postanowienie sprzeczne z OWU, Cennikiem lub Ofertą, to obowiązuje ono Wydawcę tylko w wypadku gdy pisemnie zaakceptuje on jego warunki. W innym przypadku w miejsce owego postanowienia stosuje się odpowiedni zapis OWU, Oferty bądź Cenników.

5. Wydawca może potwierdzić pisemnie, faksem lub pocztą elektroniczną przyjęcie Zamówienia. W Potwierdzeniu Wydawca może dokonać zastrzeżenia zmiany lub uzupełnienia Zamówienia nie lub uzupełnionej przez Wydawcę, chyba że Zamawiający niezwłocznie sprzeciwił się w formie pisemnej, faksem lub pocztą elektroniczną dokonanej zmianie lub uzupełnieniu.

6. Za datę zawarcia umowy uważa się datę złożenia Zamówienia lub datę potwierdzenia przyjęcia Zamówienia w przypadku określonym w pkt.5.

7. Zamawiający zobowiązany jest do przesłania materiałów do reklamy, których szczegółowe parametry określa załącznik nr 2 (Parametry techniczne) w terminie wskazanym w Ofercie/Cenniku. Dostarczone materiały nie mogą naruszać obowiązujących przepisów prawa ani też praw osób trzecich a pełną odpowiedzialność za skutki ich publikacji ponosi Zamawiający.

8. Wydawca po sporządzeniu projektu reklamy, przedstawia go faksem lub za pomocą poczty elektronicznej Zamawiającemu do akceptacji. Zamawiający zobowiązany jest do wyrażenia akceptacji lub sprzeciwu wobec projektu w terminie wyznaczonym przez Wydawcę. W przypadku nie otrzymania zastrzeżeń ze strony Zamawiającego Wydawca uważa projekt za zaakceptowany i kieruje reklamę do druku.

§ 3. Cenniki i ceny

1. Ceny zamieszczania reklam zawarte są w Cennikach obowiązujących odrębnie dla każdego z czasopism.
2. Cena za reklamę obejmuje przekazanie 1 egzemplarza czasopisma, w którym ukazała się reklama.
3. Cenniki obowiązują dla numerów czasopism w nich określonych, bądź też do daty na nich

wskazanej lub też do daty wydania nowego Cennika.

4. Wszystkie ceny podane w Cennikach są cenami netto (bez podatku VAT), chyba że wyraźniej stwierdzono inaczej.

5. Aktualne Cenniki są zawsze dostępne w siedzibie Wydawcy lub na stronie www.elamed.pl

§ 4. Terminy

1. Terminy publikacji reklam uzależnione są od cyklu wydawniczego danego czasopisma.

2. Oferty i/lub Cenniki określają termin do składania zamówień na reklamy do poszczególnych numerów danego czasopisma.

3. W przypadku złożenia Zamówienia po terminie określonym w Cenniku i/lub Ofercie Wydawca jest uprawniony do publikacji reklamy w kolejnym numerze czasopisma. O powyższym Wydawca poinformuje Zamawiającego pisemnie, faksem lub pocztą elektroniczną, który niezwłocznie po uzyskaniu takiej informacji może pisemnie faksem lub pocztą elektroniczną sprzeciwić się zamieszczeniu reklamy w innym numerze i odwołać Zamówienie.

4. Poza wypadkiem określonym powyżej Wydawca zastrzega sobie prawo do Odwołania lub zmiany ustalonego terminu publikacji reklamy wyjątkowo w uzasadnionych okolicznościach przypadkach, także już po złożeniu przez Zamawiającego zamówienia i potwierdzeniu go przez Wydawcę, w szczególności na skutek siły wyższej i innych wyjątkowych okoliczności niezależnych od Wydawcy. W przypadku zmiany terminu publikacji konieczna jest akceptacja nowego terminu przez Zamawiającego.

§ 5. Fakturowanie, zapłata

1. Jeżeli nic innego nie stanowi Cennik i/lub Oferta zapłata za zamieszczenie reklamy następuje na podstawie wystawionej przez Wydawcę faktury VAT, w terminie wskazanym na fakturze, który standardowo wynosi 14 dni od daty wystawienia faktury.

2. Faktury wystawiane są w terminie do 7 dni od daty publikacji reklamy, która zostaje określona na fakturze jako data sprzedaży, z zastrzeżeniem pkt.3

3. Faktury wystawiane są przed publikacją jedynie w wypadku otrzymania przedpłaty na kwotę otrzymanej zaliczki w terminie do 7 dni od jej wpływu na konto. W takim wypadku datą sprzedaży jest data otrzymania zaliczki.

4. Za datę zapłaty uważa się termin uznania należności w pełnej kwocie na rachunku bankowym Wydawcy lub wpłaty gotówki w kasie.

5. W razie opóźnienia w zapłacie ceny, Zamawiający zobowiązany jest bez odrębnego wezwania do zapłaty odsetek ustawowych.

§ 6. Prawa autorskie

1. Wyłącznym właścicielem praw autorskich do sporządzonego przez siebie projektu reklamy jest Wydawca. Bez zgody Wydawcy nie może on być powielany ani wykorzystywany w inny sposób.
2. Odrębną umową Wydawca może zezwolić Zamawiającemu na wykorzystywanie projektu reklamy w określony taką umową sposób.

§ 7. Wypowiedzenie, odstąpienie od umowy

1. W terminie jednego dnia roboczego od dnia złożenia Zamówienia, jednakże nie później niż ostatniego dnia składania zamówień określonego w Ofercie/Cenniku zarówno Wydawca jak i Zamawiający mogą złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy, bez podawania przyczyn. Oświadczenie takie dla swojej ważności wymaga formy pisemnej, faksu lub poczty elektronicznej. W takim wypadku stronom nie przysługują żadne roszczenia.
2. W przypadku odstąpienia przez Zamawiającego od umowy w terminie późniejszym niż określony powyżej, jednak przed datą oddania do druku, zobowiązany jest on zapłacić Wydawcy odstępną w wysokości 30% wartości zamówionej reklamy. W przypadku odstąpienia przez Zamawiającego od umowy obejmującej cykl reklam przed publikacją pierwszej reklamy z cyklu, odstępną wynosi 100% wartości pierwszej reklamy z cyklu, zgodnie z obowiązującym cennikiem. Nie wyklucza to możliwości dochodzenia przez Wydawcę odszkodowania za szkody przewyższające wartość odstępną, w szczególności związane z przygotowaniem reklamy do druku.
3. W przypadku Zamówienia obejmującego publikację więcej niż jednej reklamy, w tym także cyklu reklam, zarówno Zamawiający jak i Wydawca upoważnieni są do wypowiedzenia takiej umowy z zachowaniem co najmniej jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia. Dla swojej ważności wypowiedzenie musi zostać złożone na piśmie, faksem lub pocztą elektroniczną. W przypadku jeżeli wypowiedzenia dokonał Zamawiający obowiązany jest on do zapłaty Wydawcy dodatkowo kary umownej w wysokości różnicy pomiędzy ceną za reklamy już opublikowane, a cenami regularnymi, jakie obowiązują dla publikacji pojedynczej reklamy.
4. Wydawca upoważniony jest do wstrzymania się z publikacją dalszych reklam dla Zamawiającego, a także do odstąpienia od umowy, w przypadku braku terminowej zapłaty za reklamy wcześniej opublikowane. W takim wypadku Zamawiający obowiązany jest do zapłaty Wydawcy dodatkowo także kary umownej w wysokości różnicy pomiędzy ceną za reklamy już opublikowane, a cenami regularnymi, jakie obowiązują dla publikacji pojedynczej reklamy.
5. W przypadku, gdy Zamawiający nie wykonał czynności umożliwiających wykonanie umowy przez Wydawcę, w szczególności poprzez niedostarczenie materiałów umożliwiających opracowanie reklamy, Wydawca zwolniony jest z obowiązku wykonania umowy i uprawniony jest do domagania się zapłaty kary umownej w wysokości 50% wartości zamówienia.

§ 8. Reklamacje, Odpowiedzialność

1. Wszelkie reklamacje i uwagi należy zgłaszać Wydawcy najpóźniej do 14 dnia od daty otrzymania egzemplarza czasopisma, w którym reklama została opublikowana, jednak nie później niż z upływem miesiąca następnego po miesiącu, w którym dana reklama miała się ukazać, pod rygorem utraty prawa do zgłaszania czy też powoływania się na jakiegokolwiek zastrzeżenia dotyczące opublikowanej reklamy.
2. Wydawca odpowiada za jakość danej publikacji tylko w wypadku, gdy nadesłane przez Zamawiającego materiały spełniają parametry techniczne określone w załączniku nr 2.
3. Zamawiający przyjmuje do wiadomości, iż jakość reklamy uzależniona jest od jakości dostarczonych przez Zamawiającego materiałów.
4. Zaakceptowanie przez Zamawiającego projektu reklamy zgodnie z § 2 pkt 8 OWU wyłącza prawo do reklamacji dotyczących zamieszczonej reklamy.
5. Prawo do reklamacji zamieszczonej reklamy nie przysługuje w szczególności w przypadku nie dołączenia do gotowego materiału reklamowego proofu cyfrowego lub analogowego zgodnego z wymaganiami określonymi w załączniku nr 2.
6. Górną granicą odpowiedzialności Wydawnictwa jest wartość reklamy wynikająca z Zamówienia. Ograniczenie to nie dotyczy wypadków, gdy szkoda została wyrządzona umyślnie.

§ 9. Postanowienia końcowe

1. Wszelkie spory mogące wyniknąć między Stronami będą w miarę możliwości rozstrzygane na drodze polubownej.
2. Sądem właściwym dla rozstrzygania sporów jest Sąd miejscowo właściwy dla siedziby Wydawcy.
3. W przypadku nieważności któregokolwiek z punktów zawartych w Ogólnych Warunkach Umów, pozostałe zachowują pełną ważność i moc prawną.
4. Wydawca zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian w Ogólnych Warunkach Umów. Zmiany postanowień zaczynają wiązać drugą stronę w momencie, gdy zostały jej dostarczone w zwyczajowo przyjęty między stronami w ich stosunkach handlowych sposób, tak aby mogła się z nimi zapoznać.
5. Aktualne OWU są zawsze dostępne w biurze Wydawcy oraz na ogólnodostępnej stronie internetowej www.elamed.com.pl
6. W sprawach nieuregulowanych zastosowanie mają odpowiednie przepisy Ustawy z 23 kwietnia

1964 roku Kodeks cywilny (Dz. U. z 1964 roku, nr 16, poz. 93 z późniejszymi zmianami).

Załącznik nr 2 – parametry techniczne reklam

typ reklamy	wymiar / opis
1 strona reklamy	204x290 mm + 4 mm spad
1 strona artykułu	4000 znaków ze spacjami
sponsorowanego	
1/2 strony reklamy	pion: 84x244 mm poziom: 172x120 mm
(pion/poziom)	
1/3 strony reklamy	pion: 54x244 mm poziom: 172x78 mm
(pion/poziom)	
1/4 strony reklamy	pion: 84x120 mm poziom: 172x58 mm
(pion/poziom)	
II okładka	204x290 mm + 4 mm spad
III okładka	204x290 mm
IV okładka	204x290 mm + 4 mm spad
3. strona	204x290 mm + 4 mm spad
5. strona	204x290 mm + 4 mm spad
prezentacja techniczna	opis techniczny z nazwą produktu i jego zastosowaniem - maks. 600 znaków + zdjęcie o rozdzielczości 300 dpi i wymiarach 4x5 cm
insert	

Warunki techniczne dla reklam Uwaga!

Minimalna odległość tekstów i znaków graficznych od linii cięcia (margines) powinna wynosić 10 mm (dotyczy reklam całostronicowych).

Przykład:

Dla czasopisma o wymiarach 204 x 290 mm + 4mm spadu reklama powinna mieć wymiar 212 x 298 mm. Obszar, w którym powinny być zawarte teksty oraz znaki graficzne, wynosi 184 x 270 mm.

Formaty plików

Studio graficzne pracuje z komputerami klasy PC. Gotowe reklamy przyjmowane są w postaci cyfrowej, wykonane za pomocą programów InDesign, Illustrator, Photoshop, CorelDraw lub innych, a następnie zapisane w drukarskim formacie pdf (do wersji 1.4 włącznie).

Uwagi

- Elementy bitmapowe (np. zdjęcia) muszą mieć minimalną rozdzielczość 300 dpi przy rzeczywistym rozmiarze i być w trybie CMYK.
- Wszystkie kolory użyte w pracy powinny być definiowane w standardzie CMYK (nie RGB, Lab, Pantone lub innych). Uwaga! Elamed Media Group nie ponosi odpowiedzialności za zgodność kolorów logo niepodanych w standardzie CMYK.
- W plikach .pdf powinny znajdować się tylko i wyłącznie obiekty w trybie CMYK.
- Konieczne jest przesłanie na adres wydawnictwa wydruku próbnego – proofa. Tylko poprawnie wykonany proof umożliwia poprawny kolorystycznie druk. Istnieje możliwość wykonania proofa w studio graficznym Elamed Media Group – w takim przypadku do faktury doliczona zostanie kwota w wysokości 100 zł. Reklamodawca może zrezygnować z druku materiałów z próbą kolorystyczną (proof), jednakże wiąże się to z możliwością drobnych przekłamań kolorów, za które Elamed Media Group nie bierze odpowiedzialności.
- Wszystkie teksty w pracy powinny być zamienione na krzywe bądź w pliku powinny być osadzone użyte czcionki. W przeciwnym razie studio graficzne Elamed Media Group nie jest w stanie zagwarantować zgodności użytych krojów z wydrukowanymi.

Materiały do przygotowania reklamy przez studio graficzne Elamed Media Group

- **Tekst** – pliki Worda (z rozszerzeniem .doc).
- **Zdjęcia** – o rozdzielczości min. **300 dpi**, ostre. Format pliku: **jpg, tif**
- **Logo** – w formacie **tif, eps, jpg, pdf, cdr, ai** (tryb CMYK), o rozdzielczości min. 300 dpi przy rzeczywistych rozmiarach.

Studio Graficzne opracowuje projekt reklamy, który jest zatwierdzany przez reklamodawcę. Projekt może być przesłany do akceptacji pocztą elektroniczną (pdf).

Projekt reklamy przygotowany przez studio graficzne jest własnością Elamed Media Group nie może być powielany bez jego zgody. Możliwe jest wykupienie praw autorskich do projektu w celu wykorzystania go w innych publikacjach.