

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, zwana dalej Wydawcą, jest wydawcą czasopism specjalistycznych i książek.
2. Niniejsze Ogólne Warunki Umów, zwane dalej w skrócie OWU, mają zastosowanie do wszystkich umów o świadczenie usług promocyjno-reklamowych, w tym umów o publikację reklam oraz innych treści, takich jak banery czy artykuły (dalej w treści zwane reklamami), w tym w czasopismach, na stronach www, portalach i wortalach, pakietów sponsorskich, stoisk i innych usług na konferencjach, szkoleniach, webinarach i innych wydarzeniach, zawieranych przez Wydawcę z osobami fizycznymi, prawnymi lub innymi jednostkami organizacyjnymi, zwanymi dalej Zamawiającymi.
3. Jeżeli przedstawione przez Wydawcę Zamawiającemu Cenniki i/lub Oferta czy też umowa zawarta w formie pisemnej lub dokumentowej zawierają w swojej treści postanowienia odmienne od postanowień niniejszych OWU, w pierwszej kolejności stosować należy postanowienia zawarte w Cennikach i/lub Ofercie czy umowie, a niniejsze OWU mają zastosowanie w sprawach nieuregulowanych.
4. Poniższe Ogólne Warunki Umów uważa się za przyjęte i zaakceptowane przez drugą stronę w momencie złożenia Zamówienia.
5. Niniejsze Ogólne Warunki Umów wraz z Cennikami, Ofertą i Zamówieniem, jeżeli odpowiada ono warunkom określonym w § 2 OWU, oraz Umową, o ile została zawarta, stanowią o treści łączącego strony stosunku prawnego.
6. 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 świadczenie usług promocyjno-reklamowych, w tym publikację 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,
- specyfikację zamawianej usługi, w tym dla publikacji w czasopiśmie,
- określenie, w którym z czasopism oraz w którym jego numerze ma zostać zamieszczona reklama – z uwzględnieniem § 4 OWU,
- liczbę i rozmiar zamawianych usług i reklam oraz ich wartość ustaloną 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 lokalizacjach, 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 niezmiennego istotnie jego treści. W takim wypadku Strony wiąże Zamówienie w treści zmienionej 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 punkcie 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.

8. Wszelkie materiały przekazane przez Zamawiającego do publikacji, zarówno odpłatnej, jak i nieodpłatnej, nie będą naruszać praw autorskich ani innych dóbr chronionych – w tym dóbr osobistych osób trzecich, a pełną odpowiedzialność za skutki ich publikacji ponosi Zamawiający.

Przekazanie materiałów do publikacji jest równoznaczne z udzieleniem licencji do korzystania z praw autorskich na wszystkich polach eksploatacji wymaganych do publikacji, w tym rozpowszechniania materiałów; udzielona licencja na publikację materiałów obejmuje prawo

Wydawcy do korzystania z materiałów przekazanych do publikacji w celu udzielania dalszych licencji na cele związane z usługami monitorowania mediów.

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 nieotrzymania zastrzeżeń ze strony Zamawiającego Wydawca uważa projekt za zaakceptowany i kieruje reklamę do publikacji.

§ 3. Cenniki i ceny

1. Dla publikacji reklam w czasopismach: ceny zamieszczania reklam zawarte są w Cennikach obowiązujących odrębnie dla każdego z czasopism; cena za reklamę obejmuje przekazanie 1 egzemplarza czasopisma, w którym ukazała się reklama.

2. Cenniki obowiązują dla numerów czasopism w nich określonych bądź też do daty na nich wskazanej lub też do daty wydania nowego Cennika.

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

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

§ 4. Terminy

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

2. Dla reklam publikowanych w czasopismach Oferty i/lub Cenniki określają termin składania zamówień na reklamy do poszczególnych numerów danego czasopisma. 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 pisemnie, faksem lub pocztą elektroniczną Zamawiającego, który niezwłocznie po uzyskaniu takiej informacji może pisemnie, faksem lub pocztą elektroniczną sprzeciwić się zamieszczeniu reklamy w innym numerze i odwołać Zamówienie.

3. 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 Cennik i/lub Oferta czy umowa nie stanowią nic innego, zapłata za świadczenie usług, w tym 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.

§ 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. Dla umów o zamieszczenie reklamy w terminie 1 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 lub przesłania faksem, lub pocztą elektroniczną. W takim wypadku stronom nie przysługują żadne roszczenia.
2. W przypadku odstąpienia przez Zamawiającego od umowy o zamieszczenie reklamy w terminie późniejszym, niż określony powyżej, jednak przed datą przekazania plików do składu, w inny sposób, zobowiązany jest on zapłacić Wydawcy odstępne w wysokości 30% wartości zamówionej reklamy. W przypadku odstąpienia przez Zamawiającego od umowy obejmującej cykl reklam przed publikacją pierwszej reklamy z cyklu, odstępne wynosi 100% wartości pierwszej reklamy z cyklu, zgodnie z obowiązującym Cennikiem. Nie wyklucza to możliwości dochodzenia przez Wydawcę odszkodowania za szkody przewyższające wartość odstepnego, w szczególności związane z przygotowaniem reklamy do publikacji.

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 czy świadczenia usług dla Zamawiającego, a także do odstąpienia od umowy, w przypadku braku terminowej zapłaty za reklamy wcześniej opublikowane lub usługi już wykonane. 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 jest zwolniony z obowiązku wykonania umowy i uprawniony jest do domagania się zapłaty kary umownej w wysokości 50% wartości zamówienia.

6. Niezależnie od zapisów punktów poprzedzających, Zamawiający będący konsumentem lub osobą fizyczną zawierającą umowę bezpośrednio związaną z jej działalnością gospodarczą, gdy z treści tej umowy wynika, że nie posiada ona dla tej osoby charakteru zawodowego, wynikającego w szczególności z przedmiotu wykonywanej przez nią działalności gospodarczej, udostępnionego na podstawie przepisów o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, do której mają zastosowanie przepisy dotyczące konsumentów, może odstąpić od umowy na zasadach określonych w załączniku do niniejszych OWU.

§ 8. Reklamacje, odpowiedzialność

1. Wszelkie reklamacje i uwagi należy zgłaszać Wydawcy nie później niż z upływem miesiąca następnego po miesiącu, w którym dana reklama miała się ukazać lub usługa miała zostać wykonana, jednak najpóźniej do 14 dnia od daty otrzymania egzemplarza czasopisma, w którym reklama została opublikowana, 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 niedołączenia do gotowego materiału reklamowego proofa 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 sposób zwyczajowo przyjęty między stronami w ich stosunkach handlowych, tak aby mogła się z nimi zapoznać.

5. Aktualne OWU są zawsze dostępne w biurze Wydawcy oraz na ogólnodostępnej stronie internetowej www.elamed.pl, w zakładce Pliki do pobrania.

6. Postanowienia niniejszych OWU nie wiążą konsumentów oraz osób fizycznych zawierających umowę bezpośrednio związaną z ich działalnością gospodarczą, gdy z treści tej umowy wynika, że nie posiada ona dla nich charakteru zawodowego, wynikającego w szczególności z przedmiotu wykonywanej działalności gospodarczej, udestynowanego na podstawie przepisów o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, do których mają zastosowanie niektóre przepisy dotyczące konsumentów – w zakresie, w jakim prawa i obowiązki tych osób regulowane są przepisami odrębnymi, w szczególności art. 384 i następnymi *Kodeksu cywilnego* oraz *Ustawy z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta* (Dz.U.2020.287 z późn. zm.).

Załącznik nr 1 – Wzór zamówienia



ELAMED Sp. z o.o. Sp.k.
Al. Roździeńskiego 188c 40-203 Katowice
NIP: 954-257-33-00
KRS: 0000411505

ZAMÓWIENIE/.....

Przedstawiciel ELAMED:

.....
tel.:
e-mail:

Data:

Przedstawiciel zamawiającego:, stanowisko:

<p>Dane do faktury:</p> <p>.....</p> <p>NIP:</p> <p>.....</p>	<p>Adres do wysłania faktury:</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>Adres korespondencyjny:</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>
---	---	--

rodzaj reklamy	ilość	cena netto	rabat	kwota rabatu	wartość netto	stawka VAT	wartość brutto
Reklama:							
.....							
Orientacja:%				
Typ reklamy:							
Uwagi / inne informacje:							
Platność:							
Razem:							

Łącznie do zapłaty: zł brutto

Konto: PKO BP SA I o/Katowice 35 1020 2313 0000 3302 0133 8490

Uwagi:

Zamawiający oświadcza, że treść materiału promocyjnego nie stanowi naruszenia obowiązujących przepisów prawa ani dóbr prawem chronionych osób trzecich ponosi w tym zakresie pełną odpowiedzialność za skutki jej zamieszczenia zgodnie z tym zobowiązaniem. Za odstąpienie od umowy po terminie składania zamówień, jednak przed oddaniem plików do składu Zamawiający zobowiązany jest do zapłaty odstępnego w wysokości min. 30% wartości reklamy. Zamawiający przyznaje do wiadoomości i akceptuje, że nie jest upoważniony do uzyskania danych osób, których przekazano treści oraz że z uwagi na przedmiot zamówienia potwierdzenie przez Elamed wykonania usługi następuje wyłącznie w formie odczytania.

Zamawiający wyraża zgodę na wykonanie usługi przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i w związku z tym straci prawo do odstąpienia.

Zamawiający przyznaje do wiadoomości i akceptuje, że w wypadku gdy w zamówieniu wskazano jako sposób zapłaty przelewem, wówczas wskazano w zamówieniu kwota rabatu obejmuje dodatkowo 5% rabat za przedpłatę, który obowiązuje do dnia poprzedzającego emisję reklamy. Za dzień zapłaty uznaje się dzień zaksięgowania wpłaty na rachunku bankowym Elamedu. W wypadku zapłaty po upływie tego terminu rabat na wystawianej fakturze zostanie pomniejszony o 5%.

Zamawiający oświadcza, iż zapoznał się z Ogólnymi Warunkami Umów i je akceptuje.
Aktualna treść Umów dostępna jest na stronie internetowej www.elamed.pl w zakładce "PKO do pobrania"

plikie i formularze należy wypełniać w języku polskim drukując

Załącznik nr 2 – Parametry techniczne reklam w czasopiśmie

Typ reklamy	Wymiar/opis
1 strona reklamy	204 x 290 mm + 4 mm spad
1 strona artykułu sponsorowanego	4000 znaków ze spacjami
1/2 strony reklamy (pion/poziom)	pion: 84 x 244 mm, poziom: 172 x 120 mm
1/3 strony reklamy (pion/poziom)	pion: 54 x 244 mm, poziom: 172 x 78 mm
1/4 strony reklamy (pion/poziom)	pion: 84 x 120 mm, poziom: 172 x 58 mm
II okładka	204 x 290 mm + 4 mm spad
III okładka	204 x 290 mm + 4 mm spad
IV okładka	204 x 290 mm + 4 mm spad
3. strona	204 x 290 mm + 4 mm spad
5. strona	204 x 290 mm + 4 mm spad
prezentacja techniczna	opis techniczny z nazwą produktu i jego zastosowaniem – maks. 600 znaków + zdjęcie o rozdzielczości 300 dpi i wymiarach 4 x 5 cm
insert	

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 + 4 mm spad 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 na komputerach 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 właściwie 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 i nie może być powielany bez jego zgody. Możliwe jest wykupienie praw autorskich do projektu w celu wykorzystania go w innych publikacjach

Warunki techniczne dla reklam na portalach internetowych

Serwisy Internetowe

<https://dlaszpitali.pl/reklama/>
<https://vetkompleksowo.pl/reklama-na-www/>
<https://ratownicy24.pl/reklama-na-www/>
<https://dentalmaster.pl/reklama-na-www/>
<https://dlaprodukcji.pl/reklama-na-www/>
<https://behapowcy.com/reklama-na-www/>
<https://autostrady.elamed.pl/reklama-na-www>
<https://mosty.elamed.pl/reklama-na-www>
<https://magazynkruszywa.pl/reklama-na-www>
<https://promotor.elamed.pl/reklama-na-www>
<https://cukiernictwoipiekarstwo.pl/reklama-na-www>
<https://laboratorium.elamed.pl/reklama-na-www>
<https://technik.elamed.pl/reklama-na-www>
<https://ortodoncjawpraktyce.pl/reklama-na-www>
<https://asystadentystyczna.pl/reklama-na-www>
<https://stal.elamed.pl/reklama-na-www>
<https://wakcji.elamed.pl/reklama-na-www>
<https://wetwterenie.elamed.pl/reklama-na-www>
<https://rehabilitacja.elamed.pl/reklama-na-www>

Newslettersy redakcyjne

Moduł reklamowy o rozmiarach 650 x 180 px.

Moduł reklamowy o rozmiarach 650 x 90px.

Newslettersy komercyjne

Informacje od klienta:

- temat wysyłki,
- nadawca wiadomości,
- data i godzina wysyłki.

Ogólne wytyczne do przygotowania mailingu:

- Szablon powinien być zakodowany w HTML w postaci pliku index.html, spakowanego w plik *.zip wraz ze zdjęciami.
- Nie powinien zawierać skryptów JavaScript i styli zewnętrznych.
- Należy pamiętać o zamieszczeniu preheadera – modułu z linkiem do podglądu szablonu w przeglądarce internetowej.
- Kreacja powinna zawierać większą objętość tekstu w stosunku do zdjęć.
- Optymalna szerokość kreacji to 600 px.
- Cały szkielet szablonu maila powinien być osadzony w tabeli.
- Waga kreacji powinna wynosić maksymalnie 400 kb.
- Kodowanie znaków w wiadomości w systemie UTF-8.
- Stosowanie tekstów alternatywnych przy grafikach.
- Używanie tzw. bezpiecznych fontów – mają one wpływ na prawidłowe wyświetlenie tekstu w kreacji mailingowej u odbiorców. Fontami bezpiecznymi są między innymi: Times New Roman, Arial, Helvetica, Tahoma, Verdana, Georgia.

Szczegółowa specyfikacja przygotowania kodu do systemu GetResponse:

<https://www.getresponse.pl/baza-wiedzy/poradniki/specyfikacja-tworzenia-wiadomosci-email-w-formacie-html>.

Załącznik nr 3 – Prawo konsumenta do odstąpienia od umowy

1. Stosownie do postanowień *Ustawy z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta* (Dz.U. 2020.287), dalej zwanej *Ustawą o prawach konsumenta*, konsument, który zawarł umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów.
2. Bieg terminu do odstąpienia od umowy rozpoczyna się:
 - dla umowy, w wykonaniu której Elamed Media Group wydaje rzecz, będąc zobowiązany do przeniesienia jej własności – od objęcia rzeczy w posiadanie przez konsumenta lub wskazaną przez niego osobę trzecią inną niż przewoźnik,
 - w przypadku umowy, która obejmuje wiele rzeczy, które są dostarczane osobno, partiami lub w częściach – od objęcia w posiadanie ostatniej rzeczy, partii lub części,
 - w przypadku umowy, która polega na regularnym dostarczaniu rzeczy przez czas oznaczony – od objęcia w posiadanie pierwszej z rzeczy,
 - dla pozostałych umów, w tym o świadczenie usług promocyjno-reklamowych, publikację reklam, w tym kilku reklam, cyklu reklam – od dnia zawarcia umowy.
3. Aby skorzystać z prawa odstąpienia, konsument powinien złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy na adres: Elamed Sp. z o.o. sp. k., al. Roździeńskiego 188c, 40-203 Katowice, e-mail: dok@elamed.pl. Oświadczenie można złożyć na formularzu, którego wzór stanowi załącznik, jednak skorzystanie z formularza nie jest obowiązkowe. Elamed Media Group niezwłocznie potwierdzi konsumentowi na e-mail (podany przy zawieraniu umowy i inny, jeżeli został podany w złożonym oświadczeniu) otrzymanie oświadczenia o odstąpieniu od umowy. Do zachowania terminu do odstąpienia od umowy wystarczy wysłanie oświadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy.
4. Elamed Media Group ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, zwrócić mu wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy. Jeżeli jednak konsument wybrał sposób dostarczenia inny niż najtańszy, zwykły sposób dostarczenia oferowany przez Elamed Media Group, Elamed Media Group nie jest zobowiązany do zwrotu konsumentowi poniesionych przez niego dodatkowych kosztów. Elamed Media Group dokonuje zwrotu płatności przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jakiego użył konsument, chyba że wyraźnie zgodził się on na inny sposób zwrotu, który nie wiąże się dla niego z żadnymi kosztami.
5. Konsument ma obowiązek zwrócić rzecz Elamed Media Group niezwłocznie, jednak nie później niż 14 dni od dnia, w którym odstąpił od umowy, chyba że Elamed Media Group zaproponował, że sam odbierze rzecz. Do zachowania terminu wystarczy odesłanie rzeczy przed jego upływem. Elamed Media Group może wstrzymać się ze zwrotem płatności otrzymanych od konsumenta do chwili otrzymania rzeczy lub dowodu jej odesłania.
6. Konsument ponosi tylko bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy.
7. Jeżeli konsument wykonuje prawo do odstąpienia po zgłoszeniu żądania rozpoczęcia wykonywania usługi przed upływem terminu do odstąpienia od umowy, ma obowiązek zapłaty

za świadczenia spełnione do chwili odstąpienia od umowy. Przy czym dla publikacji w czasopiśmie datą wykonania usługi jest data przekazania plików do składu.

8. Konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy.

9. Konsument nie ponosi kosztów dostarczania treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli:

- konsument nie wyraził zgody na spełnienie świadczenia przed upływem terminu do odstąpienia od umowy,
- konsument nie został poinformowany o utracie przysługującego mu prawa odstąpienia od umowy w chwili udzielania takiej zgody,
- Elamed Media Group nie dostarczył konsumentowi dokumentu umowy lub potwierdzenia jej zawarcia.

10. W chwili odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa wygasają powiązane z nią umowy dodatkowe zawarte przez konsumenta, jeżeli na ich podstawie świadczenie jest spełniane przez Elamed Media Group lub osobę trzecią na podstawie porozumienia z Elamed Media Group. Jeżeli umowa dodatkowa została zawarta z osobą trzecią, Elamed Media Group informuje tę osobę o odstąpieniu przez konsumenta od umowy. Konsument nie ponosi kosztów związanych z wygaśnięciem tych umów.

11. W wypadku promocyjnej sprzedaży wiązanej, gdzie w związku z zawarciem umowy w określonym kształcie, przykładowo dla określonej liczby czy wartości produktów, udzielono konsumentowi rabatów, promocji lub gratisów, wszystkie produkty objęte są jedną umową i odstąpienie od umowy powinno dotyczyć całej transakcji. Częściowe odstąpienie od takiej umowy powoduje utratę rabatów, promocji i gratisów i konsument zobowiązany jest do dopłaty do cen regularnych, takich, jakie miałyby zastosowanie w transakcji nie obejmującej produktu, co do którego złożył oświadczenie o odstąpieniu.

12. Prawo odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do umów:

- o świadczeniu usług, jeżeli Elamed Media Group wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez Elamed Media Group utraci prawo odstąpienia od umowy; w przypadku zamówienia usługi za pośrednictwem strony internetowej informacja ta będzie widniała na stronie internetowej, a w przypadku zamówienia drogą telefoniczną konsument zostanie o tym poinformowany podczas rozmowy telefonicznej;
- w których przedmiotem świadczenia jest rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb;
- w których przedmiotem świadczenia jest rzecz ulegająca szybkiemu zepsuciu lub mająca krótki termin przydatności do użycia;

- w których przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu;
- w których przedmiotem świadczenia są rzeczy, które po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostają nierozłącznie połączone z innymi rzeczami;
- w których przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu,
- dostarczanie dzienników, periodyków lub czasopism, z wyjątkiem umowy o prenumeratę;
- świadczenie usług w zakresie zakwaterowania, innych niż do celów mieszkalnych, przewozu rzeczy, najmu samochodów, gastronomii, usług związanych z wypoczynkiem, wydarzeniami rozrywkowymi, sportowymi lub kulturalnymi, jeżeli w umowie oznaczono dzień lub okres świadczenia usługi;
- o dostarczaniu treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli spełnianie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i po poinformowaniu go przez Elamed Media Group o utracie prawa do odstąpienia od umowy; w przypadku zamówienia usługi za pośrednictwem strony internetowej informacja ta będzie widniała na stronie internetowej, a w przypadku zamówienia drogą telefoniczną konsument zostanie o tym poinformowany podczas rozmowy telefonicznej.



WZÓR FORMULARZA ODSTĄPIENIA OD UMOWY

(formularz ten należy wypełnić i odesłać tylko w przypadku chęci odstąpienia od umowy)

Niniejszym informuję o moim odstąpieniu od

- umowy sprzedaży następujących rzeczy^(*)
- umowy dostawy następujących rzeczy^(*)
- umowy o dzieło polegającej na wykonaniu następujących rzeczy^(*)
- umowy o świadczenie następującej usługi^(*)

.....
Data zawarcia umowy/odbioru:

Imię i nazwisko konsumenta:

Adres konsumenta:

.....

Data:

.....
Podpis konsumenta

(tylko jeżeli formularz jest przesyłany w wersji papierowej)

(*) Niepotrzebne skreślić