

OGÓLNE WARUNKI SPRZEDAŻY POWIERZCHNI REKLAMOWEJ W CZASOPIMACH WYDAWNICTWA ZWIERCIADŁO SP. Z O.O.

I. Definicje

Ilekcroć w niniejszych ogólnie obowiązujących warunkach stosuje się poniższe określenia i definicje należy je rozumieć w następujący sposób:

“Ogólne Warunki” - ogólne warunki sprzedaży powierzchni reklamowej, w tym zamieszczania, publikacji, emisji ogłoszeń i/lub reklam, w czasopiśmie wydawanych przez Wydawnictwo Zwierciadło Sp. z o.o.

“Wydawca” - Wydawnictwo Zwierciadło Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie (00-324), przy ul. Karowej 31a, zarejestrowaną przez Sąd Rejonowy dla miasta st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000067108, NIP 525-22-22-636.

“Zamawiający” - osoba fizyczna, jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej lub osoba prawna zamawiająca zamieszczenie ogłoszeń i/lub reklam w którymkolwiek czasopiśmie wydawanym przez Wydawcę.

„Zamówienie” - pisemne oświadczenie woli złożone przez Zamawiającego i przyjęte przez Wydawcę lub umowa, której przedmiotem jest publikacja ogłoszenia lub reklamy na łamach czasopism wydawanych przez Wydawcę. Potwierdzenie przyjęcia zamówienia lub przystąpienie przez Wydawcę do jego wykonania oznacza zawarcie umowy o treści wynikającej ze złożonego zamówienia lub zawartych umów.

„Reklama” - każdy przekaz, w tym ogłoszenie, mający na celu promocję sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług, popieranie określonych spraw i idei bądź osiągnięcie innego efektu pożądanego przez Zamawiającego, odpłatnie publikowany w czasopiśmie wydawanych przez Wydawcę, jak również odpłatne załączanie do czasopism Wydawcy: wklejek, próbek towarów, insertów, wrzutek, itp. wyszczególnionych w cenniku Wydawcy lub ustalonych uprzednio z Wydawcą.

„Czasopisma” - czasopisma wydawane przez Wydawcę.

„Cennik” - wykaz cen za zamieszczenie Reklam w danym Czasopiśmie w dniu złożenia Zamówienia.

„Specyfikacja Techniczna” - dokument określający wymagania techniczne cyfrowego przygotowywania materiałów reklamowych Zamawiającego do druku w Czasopiśmie Wydawcy.

„Harmonogram” - dokument określający terminy wydawania kolejnych numerów danego Czasopisma Wydawcy oraz terminy na złożenie prawidłowego Zamówienia i dostarczenia materiałów reklamowych i insertów Zamawiającego, w celu ich publikacji w wybranym przez Zamawiającego numerze Czasopisma.

„Siła Wyższa” - wszystkie zdarzenia i okoliczności oraz ich skutki niezależne od woli Stron, których nie można było przewidzieć ani im zapobiec, a które zaszyły po złożeniu Zamówienia przez Zamawiającego, powodując jego 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.

II. Składanie Zamówienia

1. Przyjmowanie do publikacji Reklam oraz zamieszczanie ich przez Wydawcę w Czasopismach dokonywane jest na podstawie zawartej pomiędzy Wydawcą a Zamawiającym umowy, której przedmiotem chociażby w części jest publikacja Reklamy w Czasopismach Wydawcy, lub na podstawie odrębnego Zamówienia podpisanego przez upoważnionego przedstawiciela/przedstawicieli Zamawiającego, zgodnie z niniejszymi Ogólnymi Warunkami i obowiązującymi przepisami prawnymi.
2. W przypadku zawarcia z Zamawiającym umowy, której przedmiotem chociażby w części jest publikacja Reklamy w Czasopismach Wydawcy, w pierwszej kolejności mają zastosowanie postanowienia tejże umowy. W zakresie nieuregulowanym umową obowiązują niniejsze Ogólne Warunki.
3. Zamówienie, o którym mowa w pkt. 1 powyżej, powinno być sporządzone na gotowym formularzu zamówienia dostarczonym przez Wydawcę i powinno zawierać co najmniej następujące elementy:
 - dane dotyczące Ogłoszeniodawcy (w przypadku osób fizycznych - imię nazwisko, adres zamieszkania, numer PESEL, numer dowodu osobistego lub numer identyfikacji podatkowej NIP, w przypadku innych podmiotów - nazwa firmy, siedziba i adres, pod którym podmiot prowadzi działalność, telefony kontaktowe oraz numer identyfikacji podatkowej NIP);
 - nazwę i dane dotyczące Klienta w imieniu, którego Zamawiający zamawia publikację Reklamy (o ile dotyczy);
 - nazwę Czasopisma, w którym Reklama ma zostać opublikowana;
 - numer wydania wybranego Czasopisma, w którym Reklama ma zostać opublikowana, zgodnie z obowiązującym Harmonogramem publikacji Czasopism;
 - wielkość i format zamawianej Reklamy;
 - ostateczne terminy dostarczenia materiałów reklamowych;
 - określenie formy i terminu płatności
 - wartość zamówienia netto, przed ewentualnymi rabatami wraz z dodatkowymi dopłatami wynikającymi z charakteru Reklamy, zgodnie z obowiązującym Cennikiem lub ustaleniami Stron;
 - łączna wartość zamówienia netto po rabatach;
 - wysokość podatku VAT;
 - łączna wartość zamówienia brutto po rabatach;
 - oświadczenie, że Zamawiający jest bądź nie jest płatnikiem podatku VAT, a w przypadku, gdy Zamawiający jest płatnikiem podatku VAT, zgoda na wystawianie faktur bez podpisu osoby uprawnionej do otrzymania faktur;
 - ewentualne uwagi;

- pieczęć firmowa oraz czytelny, własnoręczny podpis osoby/osób upoważnionej/upoważnionych do działania w imieniu Zamawiającego.

4. Na żądanie Wydawcy Zamawiający jest zobowiązany do przedstawienia dokumentów potwierdzających dane wskazane przez Zamawiającego w Zamówieniu lub których Zamawiający nie podał w Zamówieniu. W przypadku składania Zamówienia przez pośrednika (agencję reklamową, przedstawiciela, brokera, itp.), pośrednik zobowiązany jest na żądanie Wydawcy do przedstawienia dokumentu uprawniającego do wykonywania przez niego czynności w imieniu Klienta/Reklamodawcy - w zakresie co najmniej określonym w Zamówieniu. Pośrednik posiada prawa i obowiązki wynikające z niniejszych Ogólnych Warunków , jak i z szczegółowego Zamówienia oraz ponosi odpowiedzialność tak jak jego Klient/Reklamodawca.
5. Integralną częścią Zamówienia są materiały reklamowe, których ostateczne terminy dostarczenia zawarte są w Zamówieniu zaś forma określona w Specyfikacji Technicznej.
6. Prawidłowe Zamówienie, o którym mowa w pkt. 3 powyżej, wraz z materiałami reklamowymi, Zamawiający jest zobowiązany dostarczyć Wydawcy, w terminach zgodnych z aktualnym Harmonogramem wydawniczym danego Czasopisma. W przypadku materiałów do przygotowania artykułów sponsorskich Zamawiający zobowiązany jest do dostarczenia materiałów składowych projektu w terminie nie krótszym niż 10 dni roboczych licząc od daty terminu oddania materiałów gotowych zgodnie z aktualnym Harmonogramem wydawniczym wybranego wydania Czasopisma. Zamówienia dotyczące nietypowych form Reklamy (np. inserty, wklejki, wszywki) powinny być dostarczone w terminie do 4 tygodni przed terminem planowanej publikacji.
7. Niedotrzymanie terminu dostarczenia Zamówienia bądź materiałów z nim związanych jak również wszelkie inne uchybienia formalne Zamówienia, zwalniają Wydawcę z obowiązku jego realizacji oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.
8. Zamówienie winno być złożone przez Zleceniodawcę w formie pisemnej oraz przesłane Wydawcy drogą listowną lub za pośrednictwem poczty elektronicznej lub faksem.

III. Materiały reklamowe

1. Materiały reklamowe Zamawiający jest zobowiązany dostarczyć do Wydawcy w formie gotowej do druku w postaci elektronicznej najpóźniej w terminach określonych w Zamówieniu. Koszt przygotowania materiałów reklamowych spoczywa na Zamawiającym.
2. Materiały reklamowe powinny spełniać wymagania określone w Specyfikacji Technicznej oraz w aktualnie obowiązujących Cennikach wydawanych przez Wydawcę Czasopism.
3. Zamówienia dotyczące nietypowych form Reklamy (np. inserty, wklejki, wszywki), stosowanie specjalnych farb i formatów Reklamy wymaga odrębnych uzgodnień Stron i kalkulacji.

4. W przypadku, gdy przedmiotem Zamówienia jest zamieszczenie próbek reklamowych produktu, próbki będą dostarczone na koszt i ryzyko Zamawiającego w terminie i pod adres wskazany przez Wydawcę. Zamawiający odpowiada za jakość dostarczonych próbek, w tym za ich bezpieczne zapakowanie w sposób uniemożliwiający uszkodzenie Czasopisma, do którego będą one dołączone. Zamawiający oświadcza w odniesieniu do dostarczanych przez siebie próbek produktów, że są one nowe, z odpowiednio długim terminem ważności/przydatności (co najmniej o 2 miesiące dłuższy niż data publikacji Czasopisma, w którym próbki produktów będą zamieszczane) oraz że spełniają wszelkie standardy wynikające z przepisów prawa polskiego, w szczególności normy bezpieczeństwa, jak również pozbawione są wad fizycznych, w szczególności ukrytych, jak również wad prawnych oraz mogą być przedmiotem obrotu w Polsce.
5. Weryfikacji dostarczonych materiałów reklamowych pod kątem jakości poziomu artystycznego, technicznego oraz charakteru odpowiadającego profilowi Czasopisma, dokonuje pracownik Wydawcy.
6. W przypadku, gdy dostarczone przez Zamawiającego materiały reklamowe zostały przygotowane niezgodnie z wymaganiami zawartymi w Specyfikacji Technicznej i/lub w aktualnie obowiązujących Cennikach, Wydawca - o ile ze względu na ostateczny termin dostarczenia prawidłowych i gotowych do druku materiałów reklamowych jest to możliwe - może wyznaczyć Zamawiającemu dodatkowy termin na dostarczenie poprawionych materiałów reklamowych. Wydawca ma ponadto prawo podjąć działania mające na celu poprawienie reprodukcji reklamy i w konsekwencji maksymalnego przybliżenia rezultatu druku do dostarczonej przez Zamawiającego próbnej odbitki.
7. Niedotrzymanie przez Zamawiającego terminów dostarczenia materiałów reklamowych lub dostarczenie materiałów reklamowych nie spełniających wymagań określonych w Specyfikacji Technicznej i/lub w aktualnie obowiązujących Cennikach, może skutkować brakiem publikacji zamówionej Reklamy z jednoczesnym obciążeniem Zamawiającego pełnymi kosztami zamówionej powierzchni wydawniczej.
8. Zamawiający oświadcza, że posiada majątkowe prawa autorskie lub niezbędne licencje do dostarczonych Wydawcy materiałów reklamowych i/lub produktów, o których mowa w pkt. 4 powyżej i że nie są one obarczone wadami prawnymi, a ich treść, w tym zawarte w materiałach reklamowych informacje, dane, utwory, wizerunki, znaki towarowe lub inne elementy stanowiące przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej, są zgodne z obowiązującym w Polsce prawem, w szczególności z postanowieniami prawa prasowego i nie naruszają praw i dóbr osobistych osób trzecich, zasad współzycia społecznego ani dobrych obyczajów. Zamawiający oświadcza ponadto, że z tytułu zamieszczania materiałów reklamowych, zamieszczenia w Czasopismach produktów, o których mowa w pkt. 4 powyżej, oraz wykorzystywania ich zgodnie ze złożonym Zamówieniem i postanowieniami niniejszych Ogólnych Warunków, Wydawca nie będzie zobowiązany do zapłaty wynagrodzeń na rzecz twórców i podmiotów praw pokrewnych, płatnych im z tego tytułu zarówno bezpośrednio, jak i za pośrednictwem organizacji zbiorowego zarządzania prawami autorskimi lub prawami pokrewnymi, a wszystkie tego typu wynagrodzenia/opłaty, o ile są lub będą wymagane, zostaną uiszczane przez Zamawiającego we własnym zakresie.
9. O ile będzie to niezbędne do wykonania Zamówienia, w celu prawidłowego wykonania Zamówienia przez Wydawcę na rzecz Zamawiającego, wraz z przekazaniem Wydawcy materiałów reklamowych Zamawiający nieodpłatnie zezwala Wydawcy na korzystanie z

tychże materiałów reklamowych, w zakresie niezbędnym do wykonania Zamówienia, w szczególności do:

- a. utrwalania i zwielokrotniania materiałów reklamowych, w tym wytwarzania określoną techniką ich egzemplarzy, co obejmuje w szczególności technikę drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz technikę cyfrową;
 - b. w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami materiałów reklamowych, na których je utrwalono - wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału materiałów reklamowych albo ich egzemplarzy;
 - c. w zakresie rozpowszechniania materiałów reklamowych w sposób inny niż określony w pkt b. powyżej - odtworzenie, a także publiczne udostępnianie materiałów reklamowych w taki sposób, aby każdy mógł mieć nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w tym w Internecie, w szczególności;
 - d. opracowania materiałów reklamowych, w szczególności tłumaczenie, przeróbka oraz ich adaptacja.
10. W celu realizacji Zamówienia Zamawiający wyraża jednocześnie zgodę na wykonywanie przez Wydawcę wszelkich praw zależnych do przekazanych jej materiałów reklamowych.
11. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść publikowanych na rzecz Zamawiającego materiałów reklamowych. W przypadku gdyby osoby trzecie zgłosiły roszczenia wobec Wydawcy wynikające z tytułu naruszenia praw, o których mowa w pkt. 8 powyżej, przez publikację dostarczonych mu przez Zamawiającego materiałów reklamowych, Zamawiający zobowiązuje się do niezwłocznego podjęcia wszelkich niezbędnych kroków celem usunięcia naruszeń oraz do zaspokojenia roszczeń skierowanych do Wydawcy z tego tytułu jak i do refundacji wszelkich kosztów poniesionych przez Wydawcę, w szczególności tantiem, wynagrodzeń, odszkodowań, zadośćuczynień, kar, jakie ewentualnie musiałby zapłacić lub zapłacił Wydawca z tych tytułów, wraz z wszelkimi kosztami, w tym kosztami obsługi prawnej oraz kosztami sądowymi, poniesionymi z tytułu naruszeń.
12. Wydawcy przysługuje prawo do odmowy przyjęcia Zamówienia lub wstrzymania w części lub całości publikacji Reklamy, bez ponoszenia z tego tytułu odpowiedzialności wobec Zamawiającego, z następujących przyczyn:
- a. jeżeli treść lub forma materiałów reklamowych lub Reklamy jest sprzeczna z niniejszymi Ogólnymi Warunkami, prawem, dobrymi obyczajami oraz normami wiążącymi Wydawcę, w szczególności Kodeksem Dobrych Praktyk Wydawców Prasy i Kodeksem Etyki Reklamy;
 - b. jeżeli osoba trzecia, właściwy organ lub instytucja powołana do czuwania nad przestrzeganiem zasad etyki mediów lub etyki reklamy zgłosiły zastrzeżenia lub roszczenia wobec Wydawcy dotyczące materiałów reklamowych lub publikacji Reklamy;
 - c. jeżeli Reklama stanowi konkurencję dla działalności prowadzonej przez Wydawcę lub podmioty z nim powiązane;
 - d. jeżeli materiały reklamowe zostały przygotowane niezgodnie z wymaganiami zawartymi w Specyfikacji Technicznej i/lub w aktualnie obowiązujących Cennikach;

- e. jeżeli Reklama jest sprzeczna z profilem Czasopisma lub linią programową Czasopisma i/lub Wydawcy;
- f. jeżeli Zamówienie dostarczone Wydawcy zostało podpisane przez osoby nieupoważnione do reprezentowania Zamawiającego;
- g. jeżeli brak jest możliwości publikacji Reklamy przez Wydawcę w terminie wskazanym przez Zamawiającego;
- h. jeżeli Reklama wyczerpuje przesłanki materiału redakcyjnego w rozumieniu obowiązujących przepisów ustawy Prawo prasowe, Kodeksu Dobrych Praktyk Wydawców Prasy i/lub Kodeksu Etyki Reklamy;
- i. opóźnienia zapłaty należnego Wydawcy wynagrodzenia za publikację jakiegokolwiek Reklamy Zamawiającego w terminie określonym we właściwym dokumencie;
- j. wystąpienia Siły Wyższej.

IV. Rezerwacja

1. Zamawiający może dokonać wcześniejszej rezerwacji terminów i powierzchni na planowane Reklamy w formie pisemnej, faxowej lub telefonicznej z pisemnym potwierdzeniem rezerwacji, nie później niż w terminie określonym w aktualnie obowiązującym Cenniku danego Czasopisma, przy czym Wydawca zastrzega sobie prawo nieprzyjęcia rezerwacji Zamówienia, w szczególności w razie posiadania niedostatecznej wolnej powierzchni reklamowej na Reklamę Zamawiającego w wybranym przez Zamawiającego wydaniu Czasopisma.
2. Warunkiem uwzględnienia rezerwacji przez Wydawcę jest posiadanie odpowiednich możliwości technicznych oraz zobowiązanie się Zamawiającego do dostarczenia Zamówienia, o którym mowa w rozdziale II, w terminach określonych w Zamówieniu.
3. Niedostarczenie pisemnego potwierdzenia Zamówienia w terminach określonych w pkt. 2 powyżej zwalnia Wydawcę z obowiązku rezerwacji i jest uważane za rezygnację przez Zamawiającego z zamówienia.
4. Wydawca ma prawo uzależnić publikację Reklamy od wpłacenia na poczet publikacji kwoty (przedpłaty) do wysokości pełnej wartości Zamówienia we wskazanym przez siebie terminie. Brak wpłaty pełnej kwoty (przedpłaty) w terminie wskazanym przez Wydawcę jest uważane za rezygnację przez Zamawiającego z zamówienia zaś Wydawca jest zwolniony z obowiązku publikacji Reklamy.

V. Cena i warunki płatności

1. Wynagrodzenie Wydawcy za zamówioną powierzchnię reklamową jest ustalane na podstawie Cenników Czasopism, obowiązujących w dniu wydania danego Czasopisma, o ile treść Zamówienia nie stanowi inaczej. Wydawca może udzielić Zamawiającemu rabatu w ustalonej przez siebie wysokości. Wysokość rabatu określana jest indywidualnie i zależy w szczególności od wielkości Zamówienia, częstotliwości Zamówień dokonywanych przez Zamawiającego, od wysokości wpłaconej przedpłaty.
2. Wskazane w Cenniku wynagrodzenie Wydawcy dotyczy powierzchni przeznaczonych pod gotowe materiały reklamowe. Za opracowanie przez Wydawcę redakcyjno-graficzne

lub przygotowanie Reklamy według dostarczonego projektu dolicza się dodatkowe koszty, w zależności od powierzchni i złożoności grafiki. Dodatkowe koszty są ustalane w drodze negocjacji Stron w zależności od realizowanego projektu/materiału.

3. Wydawca zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian cen sprzedawanej powierzchni reklamowej.
4. Za zamówioną powierzchnię wydawniczą Zamawiający zobowiązany jest zapłacić Wydawcy ustalone wynagrodzenie po publikacji Reklamy, na podstawie faktury VAT wystawionej przez Wydawcę, w terminie wskazanym na fakturze lub Zamówieniu.
5. Termin płatności liczony jest od dnia wystawienia faktury, który pokrywa się z pierwszym dniem sprzedaży danego Czasopisma, zawierającego publikację zamówionej Reklamy, zgodnie z aktualnym harmonogramem dostępnym na stronie internetowej www.grupazwierciadlo.pl zakładka Reklama. Za termin zapłaty uważa się datę uznania rachunku bankowego Wydawcy.
6. W przypadku opóźnienia płatności, Zamawiający zostanie obciążony odsetkami ustawowymi zgodnie z obowiązującymi przepisami prawnymi.
7. W przypadku niedotrzymania terminu płatności, o którym mowa w pkt. 6 powyżej, Wydawca ma ponadto prawo odmówić przyjęcia nowego Zamówienia lub wstrzymania publikacji kolejnych Reklam Zamawiającego lub działającej w jego imieniu lub na rachunek osoby fizycznej bądź prawnej, jak również odstąpić od Zamówienia w całości bądź jego części.
8. Wydawca ma prawo uzależnić publikację danej Reklamy od dokonania przez Zamawiającego przedpłaty w sposób określony w rozdziale IV pkt. 4.

VI. Rezygnacja z Zamówienia

1. Zamawiający jest uprawniony do odstąpienia od Zamówienia i rezygnacji z publikacji Reklamy składając Wydawcy stosowne pisemne oświadczenie.
2. Wpłynięcie rezygnacji z Zamówienia nie powoduje obowiązku zapłaty za Zamówienie po stronie Zamawiającego, o ile nastąpi nie później niż w terminie do 30 dni przed datą dostarczenia materiałów wskazanych w Zamówieniu, chyba, że Wydawca poniósł koszty związane z wykonaniem Zamówienia.
3. Po upływie wskazanego w pkt. 2 terminu Zamawiający jest zobowiązany do zapłaty 100 % wartości Zamówienia w terminie 14 dni od daty doręczenia przez Wydawcę wezwania do zapłaty.
4. Postanowienia niniejszego paragrafu stosuje się odpowiednio w przypadkach określonych w rozdziale II pkt. 7 oraz w rozdziale VII pkt. 6.

VII. Reklamacje

1. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji Zamówienia Zamawiający zobowiązany jest zgłaszać Wydawcy w formie pisemnej w ciągu 14 dni od daty publikacji Reklamy lub terminu, w którym Reklama miała zostać zgodnie z Zamówieniem i/lub postanowieniami niniejszych Ogólnych Warunków opublikowana, dołączając do reklamacji egzemplarz dowodowy Czasopisma. Reklamacja powinna ponadto opisywać w sposób szczegółowy rodzaj wad lub usterek opublikowanej Reklamy wraz z uzasadnieniem.
2. Niedotrzymanie terminu zgłoszenia reklamacji, niezachowanie wymaganej formy pisemnej i/lub nie dołączenie do reklamacji egzemplarza dowodowego Czasopisma powoduje utratę przez Zamawiającego prawa do reklamacji Reklamy, jak też kolejnych dotkniętych wadą lub usterką publikacji tej Reklamy w wypadku jej cyklicznej emisji.
3. Oceny przedmiotu reklamacji oraz jej zasadności dokonuje pracownik bądź upoważniony przedstawiciel Wydawcy.
4. Prawidłowe reklamacje będą rozpatrywane przez Wydawcę w terminie dni roboczych, z zastrzeżeniem pkt. 5 poniżej. W przypadku, gdyby rozpatrzenie reklamacji wymagało dodatkowych opinii i/lub ekspertyz podmiotów trzecich, wskazany powyżej termin może ulec przedłużeniu o czas niezbędny na uzyskanie dodatkowej w/w opinii i/lub ekspertyzy od podmiotu trzeciego.
5. Złożenie przez Zamawiającego reklamacji nie powoduje wstrzymania obowiązku Zamawiającego zapłaty za kolejne przyjęte do publikacji Reklamy. W przypadku, gdy Zamawiający nie uregulował w całości płatności wynikających ze złożonego Zamówienia Wydawca jest uprawniony do odmowy przyjęcia reklamacji lub wstrzymania jej rozpatrzenia do czasu uregulowania w całości płatności wynikających z Zamówienia.
6. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za opóźnienie publikacji Reklamy lub wady druku spowodowane niewłaściwą treścią lub jakością materiałów reklamowych, jak również w sytuacji, gdy materiały reklamowe nie spełniają wymogów określonych w niniejszych Ogólnych Warunkach lub w Specyfikacji Technicznej. W wypadku otrzymania materiałów reklamowych nie spełniających powyższych wymogów, Zamawiający traci prawo do ewentualnej reklamacji i zrzeka się z tego tytułu wszelkich roszczeń.
7. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności w stosunku do Zamawiającego za niewykonanie lub nienależyte wykonanie Zamówienia w przypadku działania Siły Wyższej, a także przerw lub zaprzestania prac drukarni, w której drukowane są Czasopisma lub zaprzestania wydawania Czasopisma, w którym Reklama miała być opublikowana. Zamawiający zrzeka się niniejszym dochodzenia roszczeń z powyższych tytułów wobec Wydawcy.
8. W przypadku braku publikacji zamówionej Reklamy w ustalonym terminie z wyłącznej winy Wydawcy lub publikacji Reklamy niezgodnie z Zamówieniem z wyłącznej winy Wydawcy Zamawiający ma prawo do otrzymania rekompensaty w postaci rabatu przy publikacji kolejnych Reklam w łącznej kwocie nie przekraczającej wartości nieopublikowanej Reklamy lub dodatkowej jednorazowej publikacji Reklamy. W przypadku uznania reklamacji Strony zgodnie ustalą drogą negocjacji uzasadnioną wielkość i formę rabatu/dodatkowej jednorazowej publikacji Reklamy w zależności od

stopnia lub wielkości błędnie wydrukowanego nakładu Czasopisma z reklamowaną Reklamą.

9. Zamawiający niniejszym zrzeka się dochodzenia rekompensaty w innej formie.

VIII. Postanowienia końcowe

1. Przeniesienie przez Zamawiającego uprawnień wynikających ze złożonego Zamówienia może nastąpić wyłącznie po uprzednim powiadomieniu Wydawcy i uzyskaniu jego pisemnej, pod rygorem nieważności, zgody.
2. Niniejsze Ogólne Warunki wchodzi w życie z dniem 12 lutego 2015 r.
3. W kwestiach nieuregulowanych zastosowanie mają odpowiednie przepisy prawa.
4. Integralną częścią niniejszych Ogólnych Warunków Warunki stanowią Zamówienie oraz aktualnie obowiązujące Cenniki wydawanych przez Wydawcę Czasopism a także Specyfikacja Techniczna poszczególnych Czasopism.

Wydawnictwo Zwierciadło Sp. z o.o., Dział Reklamy, ul. Karowa 31a, 00-324 Warszawa, tel. (22) 312 37 12, fax (22) 312 37 21, NIP 525-22-22-636