

REGULAMIN EMISJI REKLAM I INSERTÓW W TYTUŁACH PRASOWYCH I SERWISACH INTERNETOWYCH FRATRII SP. Z O.O.

§1

DEFINICJE

Ilekcroć w niniejszym regulaminie występują poniższe sformułowania, należy je rozumieć w sposób zdefiniowany poniżej:

Regulamin – niniejszy „Regulamin emisji reklam i insertów w tytułach prasowych Fratрии Sp. z o.o.”;

Gazeta – tygodnik „Sieci”, oraz magazyn „wSieci Historii”, „Gazeta Bankowa”, serwisy internetowe: www.wpolityce.pl, www.wsieciprawdy.pl, www.wgospodarce.pl, ww.gb.pl, www.abctygodnik.pl wydawane przez Fratria Sp. z o.o. i wszystkie stałe i okazjonalne dodatki tematyczne do tych tytułów;

Wydawca – Fratria Sp. z o.o. z siedzibą w Gdyni (81-472), przy ul. Legionów 126-128, zarejestrowana w Sądzie Rejonowym Gdańsk-Północ, VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000429681, NIP: 113-285-77-90 o kapitale zakładowym w wysokości 5 570 600 zł;

Reklamodawca – osoba prawna, osoba fizyczna nieprowadząca działalności gospodarczej, osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą lub jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej, zlecająca zamieszczenie reklamy lub wykonanie usługi w Gazecie lub dokonująca rezerwacji powierzchni reklamowej lub wykonania usługi w Gazecie, niezależnie od tego, czy działa w imieniu własnym, czy w imieniu lub na rzecz osób trzecich;

Reklama - każdy przekaz zmierzający do powiadomienia o osobie, towarze, usługach lub ruchu społecznym, mający na celu zwiększenie zbytu, poszerzenia klienteli, otrzymania głosów lub społecznej akceptacji albo osiągnięcie innego efektu pożądanego przez Reklamodawcę;

Insert – ulotki, foldery, gadżety itp. o charakterze reklamowym wkładane, wklejane lub wszywane odpłatnie do całości lub części nakładu Gazety;

Insertowanie – usługa polegająca na dołączaniu Insertu do Gazety;

Zlecenie – zamówienie emisji Reklamy lub umieszczenia Insertu złożone na zasadach określonych w Regulaminie;

Cennik – obowiązująca modulatura i cennik Reklam w Gazecie;

Wymagania techniczne – obowiązujące u Wydawcy wymagania techniczne, jakie powinny spełniać Reklamy oraz Inserty przekazywane do emisji w Gazecie; wymagania techniczne stanowią załącznik nr 1 do niniejszego Regulaminu;

Terminarz – dokument określający terminy dostarczania Reklam lub Insertów do Gazety.

§2

POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Emisja Reklam lub Insertów w Gazecie następuje na zasadach określonych w Regulaminie.
2. Podstawą do dokonania emisji Reklamy lub Insertowania jest Zlecenie złożone przez Reklamodawcę. Złożenie Zlecenia jest równoznaczne z akceptacją postanowień niniejszego Regulaminu. OFERTA REKLAMOWA Biuro reklamy // reklama@fratria.pl
3. Odpowiedzialność prawną za treść przekazywanych do emisji Reklam lub Insertów ponosi Reklamodawca. Jeżeli w wyniku emisji Reklamy lub Insertu Wydawca poniósł jakąkolwiek szkodę związaną z zaspokojeniem uzasadnionych roszczeń osób lub podmiotów, których prawa zostały naruszone emisją Reklamy lub Insertu (w tym w szczególności roszczeń z tytułu naruszenia autorskich praw majątkowych, praw pokrewnych, prawa własności przemysłowej lub dóbr osobistych osób trzecich) Reklamodawca będzie zobowiązany naprawić taką szkodę w całości, włączając w to zwrot kosztów postępowań sądowych lub innych, kosztów zastępstwa procesowego oraz innych uzasadnionych wydatków poniesionych przez Wydawcę w związku z zaspokojeniem roszczeń osób trzecich. Dotyczy to także przypadków, w których stroną postępowania związanego z treścią lub formą Reklamy będzie redaktor naczelny Gazety lub inny pracownik Wydawcy.
4. Reklamodawca składając Zlecenie oświadcza, iż przysługują mu prawa na dobrach niematerialnych do posługiwania się użytymi w zleconych do emisji Reklamach lub Insertach informacjami, danymi, utworami, wizerunkami, znakami towarowymi, wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot

jakiegokolwiek ochrony prawnej oraz iż treść Reklamy lub Insertu nie jest sprzeczna z prawem ani zasadami współżycia społecznego, nie narusza dóbr osobistych osób i podmiotów trzecich, praw osób i podmiotów trzecich, a także dobrych obyczajów.

5. Przekazana do emisji Reklama lub Insert powinien odróżniać się od szaty graficznej Gazety. Reklama lub Insert nie może naśladować wyglądu Gazety ani jej poszczególnych elementów. Wydawca ma prawo zamieścić na Reklamie lub Insercie oznaczenie informujące o komercyjnym charakterze Reklamy lub Insertu oraz że nie stanowi on elementu Gazety.

§3 ZLECENIA

1. Emisja Reklam lub Insertów dokonywana jest na podstawie pisemnego Zlecenia składanego przez Reklamodawcę.

2. Terminy dostarczania materiałów niezbędnych do emisji Reklamy lub Insertu określa Terminarz, z tym zastrzeżeniem, że Wydawca zastrzega sobie prawo zmiany terminów określonych w Terminarzu z przyczyn technicznych.

3. Wydawca zastrzega sobie, w przypadku wystąpienia jednej z przesłanek wymienionych w niniejszym ustępie, prawo do odmowy przyjęcia Zlecenia, wstrzymania jego wykonania lub odmowy dalszego wykonania w przypadku:

- a) sprzeczności treści Reklamy lub Insertu z przepisami prawa, dobrymi obyczajami lub zasadami współżycia społecznego lub linią programową Gazety,
- b) gdy emisja Reklamy lub Insertu może negatywnie wpłynąć na charakter lub styl Gazety albo wizerunek lub renomę Wydawcy,
- c) gdy Reklama lub Insert narusza prawa osób trzecich lub podmiotów albo jeżeli istnieje uzasadniona obawa takiego naruszenia,
- d) zgłoszenia zastrzeżeń do Reklamy lub Insertu przez uprawniony do tego organ, w szczególności Stowarzyszenie Rady Reklamy lub Radę Etyki Mediów,
- e) dostarczenia materiałów niezbędnych do emisji Reklamy lub Insertu po terminie, o którym mowa w ust. 2,
- f) złożenia Zlecenia z naruszeniem innych postanowień niniejszego Regulaminu.

4. Warunkiem przyjęcia Zlecenia do wykonania jest dostarczenie przez Reklamodawcę – najpóźniej wraz ze Zleceniem:

- a) aktualnego odpisu z Krajowego Rejestru Sądowego bądź aktualnego zaświadczenia o wpisie do ewidencji działalności gospodarczej – w przypadku gdy Reklamodawcą jest osoba OFERTA REKLAMOWA Biuro reklamy // reklama@fratria.pl prawna lub osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą lub jednostką organizacyjną nie posiadającą osobowości prawnej.
- b) pełnomocnictwa – jeżeli Reklamodawca reprezentowany jest przez pełnomocnika.

5. Zlecenie na emisję Reklamy powinno zawierać:

- a) nazwę Reklamodawcy, a w przypadku gdy Reklamodawca jest osobą fizyczną nieprowadzącą działalności gospodarczej imię i nazwisko Reklamodawcy
- b) adres siedziby Reklamodawcy, a w przypadku gdy Reklamodawca jest osobą fizyczną nieprowadzącą działalności gospodarczej miejsce zamieszkania Reklamodawcy
- c) numer KRS lub wpisu do ewidencji działalności gospodarczej oraz regon w przypadku Reklamodawcy będącego osobą prawną, osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą, jednostką organizacyjną nie posiadającą osobowości prawnej, a przypadku gdy Reklamodawca jest osobą fizyczną nieprowadzącą działalności gospodarczej numer PESEL takiego Reklamodawcy
- d) numer identyfikacji podatkowej Reklamodawcy
- e) czytelny(e) podpis(y) osoby(osób) uprawnionej(ych) do reprezentowania danego podmiotu oraz ich funkcje
- f) przedmiot zamówienia
- g) format Reklamy
- h) miejsce publikacji (numer strony, nazwa wkładki itp.)
- i) datę Zlecenia
- j) czytelną pieczęć Reklamodawcy w przypadku Reklamodawcy będącego osobą prawną, osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą, jednostką organizacyjną nie posiadającą osobowości prawnej
- k) dokładne i czytelne daty emisji

- l) wartość Zlecenia netto przed rabatami
 - m) w przypadku płatności po emisji - zobowiązanie do zapłacenia należności za Reklamę w formie i terminie określonym na fakturze
 - n) w przypadku przedpłaty – zobowiązanie do zapłacenia należności za Reklamę w formie i terminie określonym na zleceniu lub fakturze PRO forma
 - o) oświadczenie, czy Reklamodawca jest podatnikiem VAT oraz upoważnienie dla Wydawcy do wystawiania faktur bez podpisu osoby uprawnionej do otrzymania faktury
 - p) oświadczenie o zapoznaniu się z postanowieniami niniejszego Regulaminu
 - q) szczególne cechy Zlecenia – zgodnie z zakresem określonym w Cenniku.
6. Zlecenie Insertowania powinno zawierać:
- a) termin Insertowania
 - b) zasięg (nakład)
 - c) termin dostarczenia Insertu do drukarni zajmującej się drukiem Gazety
 - d) tytuł Insertu zgodny z opisem na opakowaniu zbiorczym i liście przewozowym
 - e) format Insertu
 - f) waga Insertu
 - g) informacje na temat przeznaczenia ewentualnej nadwyżki Insertu
 - h) nazwę Reklamodawcy, a w przypadku gdy Reklamodawca jest osobą fizyczną nieprowadzącą działalności gospodarczej imię i nazwisko Reklamodawcy
 - i) adres siedziby Reklamodawcy, a w przypadku gdy Reklamodawca jest osobą fizyczną nieprowadzącą działalności gospodarczej miejsce zamieszkania Reklamodawcy OFERTA REKLAMOWA Biuro reklamy // reklama@fratria.pl
 - j) numer KRS lub wpisu do ewidencji działalności gospodarczej oraz regon w przypadku Reklamodawcy będącego osobą prawną, osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą, jednostką organizacyjną nie posiadającą osobowości prawnej, a przypadku gdy Reklamodawca jest osobą fizyczną nieprowadzącą działalności gospodarczej numer PESEL takiego Reklamodawcy
 - k) czytelny(e) podpis(y) osoby(osób) uprawnionej(ych) do reprezentowania danego podmiotu oraz ich funkcje,
 - l) datę Zlecenia
 - m) czytelną pieczęć firmową Reklamodawcy w przypadku Reklamodawcy będącego osobą prawną, osobą fizyczną prowadzącą działalność gospodarczą, jednostką organizacyjną nie posiadającą osobowości prawnej
 - n) wartość Zlecenia netto przed rabatami
 - o) w przypadku płatności po emisji - zobowiązanie do zapłacenia należności za Reklamę w formie i terminie określonym na fakturze
 - p) w przypadku przedpłaty – zobowiązanie do zapłacenia należności za Reklamę w formie i terminie określonym na zleceniu lub fakturze PRO forma
 - q) oświadczenie, czy Reklamodawca jest podatnikiem VAT oraz upoważnienie dla Wydawcy do wystawiania faktur bez podpisu osoby uprawnionej do otrzymania faktury
 - r) numer identyfikacji podatkowej Reklamodawcy
 - s) oświadczenie o zapoznaniu się z postanowieniami niniejszego Regulaminu
 - t) szczególne cechy Zlecenia – zgodnie z zakresem określonym w Cenniku.
7. Integralną częścią Zlecenia jest treść Reklamy lub Insertu zgodna z Wymaganiami technicznymi. Emisja Reklamy lub Insertu niezgodnych z Wymaganiami technicznymi następuje wyłącznie na wniosek i ryzyko Reklamodawcy, na podstawie odrębnego pisemnego oświadczenia.
8. Wydawca zastrzega sobie prawo do akceptacji Reklamy lub Insertu przed wykonaniem Zlecenia.
9. Zmiana oraz odwołanie Zlecenia wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
10. Zmiana treści Zlecenia, treści Reklamy lub Insertów może nastąpić nie później niż na 10 dni roboczych przed planowaną datą emisji Reklamy lub Insertu. Reklamodawca jest zobowiązany wskazać na piśmie każdą z planowanych zmian, z dokładnym wskazaniem ich zakresu.
11. Wydawca wykonuje Zlecenie bez uwzględnienia zmian, o których mowa w ust. 11, jeżeli:
- a) Reklamodawca uchybi terminom na ich zgłoszenie,
 - b) zakres lub rodzaj zmian budzi uzasadnione wątpliwości, których nie da się rozstrzygnąć w terminie określonym w ust. 10,
 - c) jeżeli ich wprowadzenie okaże się niemożliwe ze względów technicznych lub z powodu innych zobowiązań Wydawcy.

Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za skutki wywołane przez wykonanie Zlecenia bez zmian i zachowuje prawo do pełnego wynagrodzenia za jego wykonanie.

12. W przypadku, gdy Wydawca otrzyma oświadczenie o odwołaniu Zlecenia później niż na 10 dni robocze przed datą pierwszej emisji Reklamy lub Insertu, Reklamodawca zapłaci Wydawcy karę umowną w następującej wysokości:

- a) w okresie między 10 a 6 dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji 10% wartości brutto Zlecenia
- b) w okresie między 6 a 3 dniem roboczym przed ustalonym terminem rozpoczęcia emisji 30% wartości brutto Zlecenia,
- c) poniżej 3 dni roboczych przed ustalonym terminem emisji 50% wartości brutto Zlecenia,
- d) po wydrukowaniu Gazety i zainserowaniu nakładu 100% wartości brutto Zlecenia. OFERTA REKLAMOWA Biuro reklamy // reklama@fratria.pl
- e) zapłata kary umownej nie wyklucza możliwości dochodzenia odszkodowania w wysokości przewyższającej zastrzeżoną karę umowną.

§4

PŁATNOŚCI

1. Ceny za emisję Reklam lub Insertu ustala się według Cennika obowiązującego w dniu otrzymania Zlecenia przez Wydawcę.

2. Zapłata za emisję może być dokonana:

- a) z góry - przed emisją, na podstawie zlecenia lub faktury pro forma wystawionej przez Wydawcę;
- b) z dołu - po emisji, na podstawie faktury wystawionej przez Wydawcę.
- c) osoby fizyczne nieprowadzące działalności gospodarczej są obowiązane do regulowania zapłaty zawsze z góry przed emisją reklamy, na podstawie zlecenia lub faktury pro forma wystawionej przez Wydawcę.

3. Termin zapłaty wynagrodzenia za emisję wynosi 14 dni od daty wystawienia faktury przez Wydawcę. W razie opóźnienia w zapłacie Wydawca ma prawo żądać odsetek ustawowych za cały okres opóźnienia. Wydawca ma także prawo wstrzymać dalszą realizację Zlecenia (w przypadku emisji cyklicznych) lub odmówić przyjmowania nowego Zlecenia emisji Reklamy lub Insertów, do czasu zapłaty zaległego wynagrodzenia wraz z odsetkami.

4. Wydawcy przysługuje prawo uzależnienia przyjęcia Zlecenia do realizacji od dokonania przez Reklamodawcę przedpłaty we wskazanym przez Wydawcę terminie. W przypadku nie dokonania przedpłaty w takim terminie, Wydawca ma prawo wstrzymać emisję Reklamy lub Insertów albo odstąpić od wykonania Zlecenia w całości lub w części.

5. W przypadku zawarcia umowy na emisję Reklamy lub Insertu, Wydawca ma prawo udzielić dodatkowych rabatów, niezależnie od rabatów wynikających z Cennika, zgodnie z polityką rabatową Wydawcy.

§5

WARUNKI TECHNICZNE

1. Wszystkie materiały, znaki graficzne przeznaczone do reprodukcji jak logo, rysunki, zdjęcia itp., dostarczone przez Reklamodawcę powinny spełniać kryteria określone w Wymaganiach technicznych.

2. Reklamodawca może zlecić Wydawcy opracowanie graficzne Reklamy lub Insertu, po wcześniejszym ustaleniu wysokości dopłaty z tego tytułu do wartości netto Zlecenia.

3. W przypadku, o którym mowa w ust. 2 prawa autorskie do graficznego opracowania Reklamy będą przysługiwały Wydawcy i jakiegokolwiek wykorzystanie tego opracowania wymaga zgody Wydawcy.

4. Materiały nie mogą naruszać praw osób trzecich.

§6

REKLAMACJE

1. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji Zlecenia Reklamodawca obowiązany jest składać w formie pisemnej na adres Wydawcy. OFERTA REKLAMOWA Biuro reklamy // reklama@fratria.pl

2. Reklamacja powinna zawierać: udokumentowany opis wad lub usterek wykonania Zlecenia lub informację, że nie doszło do emisji pomimo prawidłowo złożonego Zlecenia, propozycję formy rozpatrzenia reklamacji,

wskazanie numeru wydania Gazety, w której doszło lub miało dojść do emisji Reklamy lub Insertu podlegającej reklamacji.

3. Termin zgłoszenia Reklamacji wynosi 7 dni od daty reklamowanej emisji Reklamy lub w przypadku Insertów 3 dni. Reklamacje zgłoszone po tym terminie lub nie spełniające wymogów określonych w ust. 1 lub 2 nie będą rozpatrywane, bez jakichkolwiek roszczeń ze strony Reklamodawcy.

4. Złożenie reklamacji nie zwalnia Reklamodawcy od obowiązku zapłaty wynagrodzenia z tytułu reklamowanej emisji Reklam lub Insertów bądź innych emisji Reklam lub Insertów. W przypadku braku płatności stosuje się odpowiednio postanowienia § 4 ust. 3.

5. Wstępnej oceny zasadności reklamacji dokonuje upoważniony przedstawiciel Wydawcy.

6. Jeżeli reklamacja jest uzasadniona, Wydawca uzgadnia z Reklamodawcą termin i formę usunięcia uchybienia.

7. Wydawca zastrzega sobie prawo nieuwzględnienia reklamacji w przypadku dostarczenia przez Reklamodawcę treści Reklamy lub Insertów z naruszeniem postanowień niniejszego Regulaminu.

8. Świadczenia przysługujące Reklamodawcy w wyniku pozytywnie rozpatrzonej reklamacji są realizowane przez Wydawcę w terminie do 30 dni od daty jej rozpatrzenia, z zastrzeżeniem ust. 9.

9. W przypadku, gdy świadczeniem o którym mowa w ust. 8 jest ponowna emisja Reklamy lub Insertów Wydawca zobowiązany jest do dokonania emisji w terminie uzgodnionym z Reklamodawcą, nie później jednak niż w ciągu 90 dni od daty rozpatrzenia reklamacji. W przypadku braku przekazania materiału reklamowego do ponownej emisji w terminie określonym w zdaniu poprzednim, Wydawca zwolniony jest z obowiązku spełnienia świadczenia a Reklamodawcy nie przysługują z tego tytułu żadne roszczenia.

§7

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Ilekroć w Regulaminie mowa jest o formie pisemnej należy również przez nią rozumieć transmisję mailową na adres: reklama@fratria.pl.

2. Spory związane z wykonaniem Zleceń będą rozpatrywane przez Sąd miejscowo właściwy dla siedziby Wydawcy, z wyjątkiem sporów, w których stroną jest reklamodawca będący osobą fizyczną nieprowadzącą działalności.

3. W sprawach nieuregulowanych w niniejszym Regulaminie zastosowanie mają odpowiednie przepisy kodeksu cywilnego i prawa prasowego oraz ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

4. Niniejszy Regulamin ze zmianami wchodzi w życie z dniem 16 stycznia 2017 roku. OFERTA REKLAMOWA Biuro reklamy // reklama@fratria.pl

ZAŁĄCZNIK NR 1 – WYMAGANIA TECHNICZNE

Przyjmujemy gotowe reklamy

- Technologia druku: offset.
- Pliki zapisane w formatach: PDF, TIFF.
- Rozszerzenie musi odpowiadać rodzajowi pliku np. PDF, TIFF.
- Dla zmniejszenia wielkości pliki można spakować metodą ZIP.
- Rozdzielczość 300 dpi. (Przysłanie grafiki o niższej rozdzielczości oznacza akceptację na obniżenie jakości danego zdjęcia.)
- Liniatura 150 lpi.
- Kolory separowane do CMYK.
- Reklamy składane w Corelu należy wyeksportować jako PDF.
- Fonty w reklamach: zamienione na krzywe (grafika wektorowa) lub zrastowane.
- Prosimy o dostarczanie wydruku próbnego (proof cyfrowy) z umieszczonym paskiem kontrolnym ze stopniową skalą barw dla każdego koloru. Wydruk próbny powinien zostać przygotowany we wskazanej przez Wydawcę drukarni.
- Brak kolorystycznego wydruku próbnego może stanowić podstawę do odrzucenia ewentualnej reklamacji.

Inne

- Minimalny stopień pisma drukowanego jednym kolorem wynosi dla krojów jednoelementowych 7 pkt.; dla krojów dwuelementowych 8 pkt. Minimalny stopień pisma drukowanego więcej niż jednym kolorem lub w kontrze wynosi dla krojów jednoelementowych 9 pkt; dla krojów dwuelementowych 10 pkt.
- Najmniejsza dopuszczalna grubość linii to 0,4 pkt. Linie wykonane w kontrze lub więcej niż w jednym kolorze powinny mieć grubość nie mniejszą niż 0,75 pkt.
- Czarne teksty na kolorowym tle powinny być zawsze nadrukowywane (overprint), niedopuszczalne jest wybieranie tła spod czarnego tekstu.
- Niedopuszczalne jest tworzenie czarnego tekstu w separacji.
- Wszelkie kolory dodatkowe muszą być zamienione na CMYK.
- Maksymalne nafarwienie (TAC, TIL) nie powinno przekraczać 318%.
- W przypadku reklam „na spad” elementy graficzne typu tekst czy logo należy odsunąć min. 5 mm od linii wyznaczających powierzchnię reklamy.
- W reklamach „na spad” należy dodać po 3 mm spadu z każdej strony.
- Materiały lub ich elementy graficzne nie mogą zawierać dołączonych profili kolorystycznych.
- Elementy graficzne strony nie mogą zawierać dołączonych komentarzy OPI (Open Prepress Interface).
- Dostarczone pliki w formacie PDF muszą posiadać zdefiniowany trim box.
- Z uwagi na oprawę klejoną w tytułach; „Gazeta Bankowa” oraz „wSieci HISTORII”, elementy graficzne i teksty powinny być oddalone od grzbietu o 8 mm.

Nośniki

- Pliki mogą być dostarczane na nośnikach formatu Macintosh, PC.