

Załącznik do zamówienia

CZAS NA OPOLE

Wydawca: Zakład Komunalny Sp. z o.o.,
45-574 Opole, ul. Podmiejska 69
REGON: 531124805 NIP: 7541351921

OGÓLNE ZASADY PUBLIKACJI OGŁOSZEŃ W GAZECIE „CZAS NA OPOLE”

1. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.
2. Przekazanie reklamy do publikacji jest równoznaczne z oświadczeniem Reklamodawcy, że przysługują mu prawa do posługiwania się użytymi w zleceniu do publikacji reklamy informacjami.
3. Reklama nie może być sprzeczna z prawem lub zasadami współżycia społecznego. Jeżeli warunek ten nie jest spełniony Wydawca ma prawo odmówić publikacji.
4. Określone w cenniku ceny reklam są kwotami netto, do których należy doliczyć podatek VAT.
5. Reklamę w formie gotowej do publikacji Reklamodawca jest zobowiązany dostarczyć do Wydawcy najpóźniej na 5 dni przed oddaniem gazety do druku lub datą zamieszczenia na portalu www.czasnaopole.pl
6. Reklama w formie gotowej do publikacji powinna spełniać następujące wymagania techniczne: A) EPS (Encapsulated Postscript File) z tekstami zamienionymi na krzywe, zawierające w pojedynczym pliku informacje niezbędne do wydruku B) TIF (Tagged Image File Format) nieskompresowany lub skompresowany LZW, o rzeczywistej rozdzielczości 300 dpic C) Zdjęcia i pliki muszą być dużej rozdzielczości. Całe Moduły przesyłane przez klienta najlepiej w pdf, cmyk, bitmapy co najmniej 300 dpi, bez profili barwnych, teksty w postaci krzywych. W przypadku reklamy na portal www.czasnaopole.pl reklama musi spełniać ustalone parametry (rozdzielczość i typ: swf lub gif)
7. Jeśli Reklamodawca nie posiada swojego projektu reklamy, jego stworzenie jest dodatkowo płatne po indywidualnym uzgodnieniu i ocenie zakresu prac.
8. Za zamówioną publikację reklamy Reklamodawca zobowiązany jest zapłacić Wydawcy wynagrodzenie w terminie do 14 dni od podpisania zlecenia na publikację, na podstawie wystawionego przez Wydawcę rachunku.
9. Rezygnacja z zamówienia wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.
10. Z uwagi na cykl wydawniczy Gazety rezygnacja z zamówienia może nastąpić w terminie trzech dni od podpisania zamówienia i w takim wypadku nie powoduje żadnych konsekwencji finansowych po stronie Reklamodawcy.
11. Rezygnacja z zamówienia na trzy dni przed datą podpisania zamówienia powoduje obciążenie Reklamodawcy należnością w wysokości 50 % wartości zamówienia, jeżeli zaś rezygnacja nastąpi w terminie krótszym niż 3 dni przed publikacją reklamy, powoduje obciążenie Reklamodawcy pełną kwotą, stanowiącą wartość zamówienia.
12. W przypadku dostarczenia Wydawcy gotowej reklamy do publikacji, Wydawca nie przedstawia Reklamodawcy jej wydruku do akceptacji przed publikacją.
13. W przypadku przekazania materiałów na podstawie których Wydawca opracowuje projekt reklamy zostanie wysłany Reklamodawcy w wybranej przez niego i zaznaczonej w zamówieniu formie. Materiały do składu reklamy, Reklamodawca przekazuje Wydawcy na 10 dni przed planowaną datą publikacji reklamy.
14. Reklamodawca zobowiązuje się niezwłocznie powiadomić Wydawcę o ewentualnych uwagach, nie później jednak niż na 5 dni przed planowaną emisją. Uwagi te muszą precyzyjnie opisać wymagane zmiany w projekcie, a ich wprowadzenie przez Wydawcę nie wymaga kolejnej akceptacji Reklamodawcy.
15. Brak reakcji Reklamodawcy na wysłany do niego do akceptacji projekt reklamy uważa się za nie zgłaszanie żadnych uwag do projektu i tym samym jego akceptację.
16. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji zamówienia Reklamodawca zobowiązany jest zgłaszać Wydawcy wyłącznie na piśmie, nie później niż w terminie 7 dni od dnia pierwszej zakwestionowanej publikacji.
17. Niedotrzymanie terminu zgłaszania reklamacji, bądź niezachowanie formy pisemnej powoduje utratę przez Reklamodawcę prawa do reklamacji reklamy, jak też kolejnych dotkniętych wadą lub usterką publikacji tego samego materiału w przypadku publikacji cyklicznej.
18. Reklamacja powinna zawierać udokumentowany opis wad opublikowanej reklamy w stosunku do złożonego zamówienia.
19. Oceny przedmiotu reklamacji oraz jej zasadności dokonuje pracownik bądź upoważniony przedstawiciel Wydawcy.
20. Jeżeli rekompensata jest uzasadniona, Wydawca według własnego wyboru i możliwości, po konsultacjach z Reklamodawcą, zobowiązany jest do realizacji ustalonej rekompensaty.
21. W żadnym wypadku Wydawca nie ponosi odpowiedzialności wyższej niż kwota wynagrodzenia za publikację reklamy.
22. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności wobec Reklamodawcy za niewykonanie lub nienależyte wykonanie usługi z przyczyn technicznych lub leżących po stronie osób trzecich.
23. Z niniejszymi „Ogólnymi zasadami publikacji reklam w gazecie „Czas na Opole” Reklamodawca zapoznał się i je akceptuje, co potwierdza własnoręcznym podpisem na pierwszej stronie zamówienia.
24. W sprawach nieuregulowanych w niniejszych zasadach Ogólnych zastosowanie mają odpowiednie przepisy Kodeksu Cywilnego.