

Regulamin zamieszczania reklam w serwisach internetowych Gazetaprawna.pl, Dziennik.pl oraz Forsal.pl

DEFINICJE

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

Regulamin	niniejszy regulamin zamieszczania reklam na stronach internetowych Gazetaprawna.pl, Dziennik.pl oraz Forsal.pl.
Wydawca Serwis	Infor Biznes Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie 01-042 przy ul. Okopowej 58/72, strona internetowa zarządzana przez Wydawcę lub zbiór takich stron, w szczególności Gazetaprawna.pl, Dziennik.pl oraz Forsal.pl.
Reklamodawca	osoba fizyczna i prawna, a także jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej zlecająca emisję w reklamy w Serwisie lub dokonująca rezerwacji powierzchni reklamowej w Serwisie, niezależnie od tego czy działa w imieniu własnym czy w imieniu lub na rzecz osób trzecich (agencja lub inny pośrednik reklamowy).
Reklama	każdy przekaz zmierzający do promocji sprzedaży albo innych form korzystania z towarów lub usług, albo do osiągnięcia innego efektu pożądanego przez Reklamodawcę;
Odsłona	jest to jedno wyświetlenie reklamy użytkownikowi.
Zamówienie reklamowe	pisemne potwierdzenie kupna reklamy przez reklamodawcę. Na podstawie zlecenia Wydawca emituje reklamy.

POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Przyjmowanie przez Wydawcę Zamówień reklamowych oraz zamieszczanie reklam w Serwisach dokonywane jest na podstawie Regulaminu. W zakresie nieuregulowanym w Regulaminie stosuje się obowiązujące przepisy prawa.
2. Odpowiedzialność za treść reklam ponosi Reklamodawca. W przypadku gdyby w wyniku zamieszczenia Reklamy w Serwisie Wydawca poniósł jakąkolwiek szkodę związaną z zaspokojeniem uzasadnionych roszczeń osób, których prawa zostały naruszone na skutek zamieszczenia Reklamy (w tym w szczególności autorskie prawa majątkowe) Reklamodawca będzie zobowiązany do naprawienia szkody w całości, nie wykluczając zwrotu kosztów postępowań prawnych, kosztów zastępstwa procesowego oraz innych uzasadnionych wydatków poniesionych przez Wydawcę w związku z zaspokojeniem roszczeń osób trzecich.
3. Agencje reklamowe i inni pośrednicy reklamowi działający w imieniu i na rzecz swoich klientów, są solidarnie odpowiedzialni z podmiotami, które reprezentują za terminową zapłatę należności na rzecz Wydawcy z tytułu zamieszczenia Reklam w Serwisie.
4. Wydawca zastrzega sobie prawo do odmowy zamieszczenia Reklam mogących negatywnie wpłynąć na charakter lub styl danego Serwisu albo wizerunek lub renomę Wydawcy, jak również Reklam niezgodnych z prawem lub naruszających prawa osób trzecich albo wobec których istnieje uzasadniona obawa takiej niezgodności lub naruszenia.

WARUNKI REALIZACJI REKLAM

1. Reklamy są zamieszczane w Serwisach na podstawie pisemnych Zamówień składanych przez Reklamodawców. Zamówienia reklamowe składane są na formularzach przygotowanych przez Wydawcę.
2. Integralną częścią Zamówienia Reklamowego jest tekst reklamy, ewentualnie inne materiały reklamowe lub promocyjne gotowe do zamieszczenia w Serwisie i odpowiadające wymogom technicznym takiego zamieszczenia obowiązującym u Wydawcy.
3. Wydawca potwierdza przyjęcie Zamówienia Reklamowego na piśmie. Pisemne potwierdzenie Zamówienia Reklamowego jest równoznaczne z zawarciem umowy o zamieszczenie Reklamy w Serwisie.
4. Nietrzymanie terminu złożenia Zamówienia Reklamowego lub dostarczenia materiałów reklamowych lub promocyjnych z nim związanych, a także niezgodność takich materiałów z warunkami technicznymi Wydawcy oraz inne niezgodności Zamówienia Reklamowego z Regulaminem uprawniają Wydawcę do odmowy zamieszczenia Reklamy w Serwisie, bez jakichkolwiek roszczeń Reklamodawcy z tego tytułu.
5. Reklamodawca może dokonać wcześniejszej rezerwacji powierzchni reklamowych i terminów w Serwisie. Rezerwacje reklam przyjmowane są wyłącznie w formie pisemnej. Wydawca ma prawo żądać zapłaty zaliczki w wysokości 30% wartości brutto Zamówienia Reklamowego objętego rezerwacją. Niewykonanie rezerwacji poprzez niedostarczenie zamówienia w terminie 2 dni roboczych przed emisją jest równoznaczne z jej anulowaniem, bez jakichkolwiek roszczeń Reklamodawcy.

6. Niedotrzymanie terminu dostarczenia zamówienia bądź materiałów z nim związanych zwalniają Wydawcę z obowiązku jego realizacji oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.
7. Materiały reklamowe, o których mowa w pkt. 2 należy przesłać najpóźniej na 2 dni robocze przed faktyczną emisją reklamy (wyjątkiem jest reklama-artykuł sponsorowany, do którego materiały należy przesłać na 4 dni przed emisją). Niedotrzymanie przez Reklamodawcę ww. terminów powoduje niezamieszczenie zamówionej reklamy i powoduje obciążenie Reklamodawcy kosztami zamówionej reklamy.
8. Wszystkie informacje i materiały do jednej konkretnej emisji reklamowej należy przesłać w jednym mailu. Powinny to być następujące elementy: kreacje, dokładny adres url, do którego dana kreacja ma przekierowywać, termin emisji oraz hasło (służy ono do rezerwacji reklam jak i ich ewentualnej lokalizacji). W przypadku gdy reklama składa się z kilku kreacji, należy przesłać je jednocześnie (lub ewentualnie w przedziałach czasowych jednak nie późniejszych niż dwa dni robocze przed emisją konkretnej kreacji), należy też jednoznacznie przypisać adresy url do odpowiedniej kreacji.
9. Każda kreacja musi być wykonana zgodnie ze specyfikacją infor.pl. Sprawdzenie poprawności danej kreacji następuje wciągu dwóch dni roboczych po przesłaniu materiałów.
10. Wydawca zastrzega sobie także prawo zamieszczenia Reklamy w innym niż uzgodnione wcześniej miejscu, o ile jest to uzasadnione nadzwyczajnymi wydarzeniami w kraju lub na świecie powodującym potrzebę redakcyjnej zmiany układu danego Serwisu.
11. Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia Zamówienia Reklamowego, wstrzymania jego realizacji lub odmowy dalszego zamieszczania Reklamy w Serwisie z przyczyn:
 - Siły wyższej,
 - Sprzeczności Reklamy z prawem lub zasadami współżycia społecznego (dobrymi obyczajami) albo sprzeczności z linią programową bądź charakterem Serwisu, a także z negatywną oceną treści Reklamy,
 - Technicznych, technologicznych lub emisyjnych, braku zapłaty lub opóźnienia w zapłacie wynagrodzenia za Reklamy zamieszczone wcześniej.
12. Niezależnie od powyższego Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia Zamówienia Reklamowego bez podania przyczyny, bez ponoszenia jakichkolwiek odpowiedzialności z tego tytułu.

ZMIANA I REZYGNACJA Z ZAMÓWIENIA REKLAMOWEGO

1. Zmiana oraz rezygnacja z zamówienia wymaga złożenia odpowiedniego oświadczenia w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Ewentualne zmiany zamówienia w zakresie: treści reklamy, elementu graficznego, czasu trwania oraz adresu url w razie konieczności ich wprowadzania Reklamodawca zobowiązany jest dostarczyć Wydawcy na piśmie z dokładnym określeniem ich zakresu.
3. W przypadku wystąpienia wątpliwości i niejasności co do zakresu i rodzaju zgłoszonych zmian Wydawca ma prawo do realizacji zamówienia w pierwotnej formie.

WYNAGRODZENIE

1. Za zamówioną reklamę Reklamodawca zobowiązany jest zapłacić Wydawcy wynagrodzenie na podstawie faktury VAT wystawionej przez Wydawcę pierwszego dnia emisji.
2. Termin zapłaty wynagrodzenia wynosi 14 dni od daty wystawienia faktury VAT. W razie opóźnienia w zapłacie Wydawca ma prawo żądać odsetek ustawowych za cały okres opóźnienia.
3. Wynagrodzenie Wydawcy za zamówioną reklamę ustalane jest na podstawie obowiązującego w dniu złożenia Zamówienia Reklamowego cennika zawierającego ceny oraz opłaty dodatkowe.
4. Rabaty dla Reklamodawców wykupujących reklamę w serwisach Gazetaprawna.pl, Dziennik.pl oraz Forsal.pl ustalane są indywidualnie.

REKLAMACJE

1. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji zamówienia reklamowego wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Reklamodawca zobowiązany jest zgłaszać Wydawcy reklamację najpóźniej do godziny 12:00 następnego dnia roboczego liczonego od dnia pierwszej zakwestionowanej publikacji.
3. Niedotrzymanie terminu reklamacji bądź też niezłożenie jej w formie pisemnej powoduje utratę przez Reklamodawcę prawa do reklamacji.
4. Reklamacja powinna zawierać szczegółowy opis wad lub usterek usługi oraz propozycję rekompensaty.
5. Jeżeli reklamacja jest uzasadniona, Wydawca po konsultacjach z Reklamodawcą, zobowiązany jest sprostować wady i usterki w reklamie oraz realizacji ustalonej w konsultacjach z Reklamodawcą rekompensaty, jednak wartość rekompensaty nie może przewyższać wartości pierwotnego zamówienia reklamowego.
6. Złożenie reklamacji nie zwalnia Reklamodawcy z obowiązku opłacenia emisji reklamy.

POSTANOWIENIA KOŃCOWE

1. Zmiany w Regulaminie wymagają formy pisemnej.
2. W sprawach nieuregulowanych w niniejszym regulaminie mają zastosowanie odpowiednie przepisy Kodeksu Cywilnego oraz ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.
3. Niniejszy regulamin wchodzi w życie z dniem 1 maja 2008.