

## REGULAMIN ZAMIESZCZANIA REKLAM w miesięczniku Gazeta Wodzisławska

### I

Ilekcroć w niniejszych ogólnych warunkach występują poniżej zdefiniowane pojęcia, należy je rozumieć w sposób następujący:

**Wydawca** – Wodzisławskie Centrum Kultury, ul. Wilhelma Kubsza 17, 44-300 Wodzisław Śląski.

**Reklamodawca** – osoba fizyczna niebędąca konsumentem w rozumieniu art. 22(1) kodeksu cywilnego, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nieposiadająca osobowości prawnej, zlecająca zamieszczenie w Gazecie Wodzisławskiej reklamy. Reklamodawcą jest również agencja lub inny pośrednik reklamowy działający w imieniu własnym, lecz na rachunek swoich klientów.

**Gazeta Wodzisławska** – miesięcznik wydawany przez Wodzisławskie Centrum Kultury. Wydawnictwo dostarczane jest do każdego domostwa w Wodzisławiu Śląskim drogą kolportażu. Oprócz tego egzemplarze dostępne są w pięciu stałych punktach: w Urzędzie Miasta Wodzisławia Śląskiego, Wodzisławskim Centrum Kultury, Muzeum, Miejskiej i Powiatowej Bibliotece Publicznej oraz w poczekalni na Dworcu Autobusowym.

**Reklama** – odpłatna forma prezentacji reklamodawcy lub oferty reklamodawcy, w tym:

a) reklama graficzna – reklama zamieszczana drukiem w tytułach Wydawcy, której rozmiar jest określony liczbą standardowych, przyjętych przez wydawcę jednostek powierzchni (m.in. reklamy całostronicowe, modułowe, ogłoszenia drobne i inne),

b) reklama tekstowa – reklama w postaci tekstu o określonej liczbie znaków i elementów graficznych, w szczególności w formie artykułu sponsorowanego, wywiadu z przedstawicielem reklamodawcy i innych form wynikających z ustaleń między reklamodawcą i wydawcą,

- artykuł sponsorowany- forma reklamy tekstowej w postaci przekazanego przez reklamodawcę, tekstu promującego firmę, usługi lub produkty. Artykuł sponsorowany może zawierać wykresy, zdjęcia oraz grafikę wraz z opisem. Przekazane przez reklamodawcę materiały muszą odpowiadać warunkom technicznym opisanym w załączniku nr 1 do Regulaminu.

c) insert – reklama w formie ulotki, broszury dystrybuowana wraz z Gazetą Wodzisławską. Rozmiar insertu nie może być większy niż format Gazety Wodzisławskiej, czyli musi mieścić się w ramach 289x390 mm. W przypadku zamieszczenia insertu kilkustronicowego cena może ulec zmianie w stosunku do tej, jaka zawarta jest w cenniku reklam stanowiącym załącznik do niniejszego regulaminu. Reklama w formie insertu jest dystrybuowana tylko w ilości zgodnej z nakładem Gazety Wodzisławskiej, czyli 18,5 tys. egzemplarza. Reklama w formie insertu może zostać dystrybuowana tylko po wcześniejszej akceptacji przez Wydawcę. Reklamodawca ma obowiązek dostarczenia insertu do drukarni.

d) niestandardowe formy reklamy uzgodnione między reklamodawcą i wydawcą, dołączane do Gazety Wodzisławskiej (m.in. stickery, naklejki, obwoluty reklamowe i inne).

### II

1. Wszystkie formy reklamy muszą spełniać warunki techniczne określone przez wydawcę w załączniku nr 2 do niniejszego regulaminu. Wydawca przyjmuje materiały reklamowe wyłącznie

w formie elektronicznej.

2. Termin dostarczenia materiałów reklamowych - każdorazowo określony indywidualnie termin, w którym klient zobowiązuje się do przesłania kompletnych materiałów zgodnych z warunkami technicznymi określonymi przez wydawcę. Wydawcy przysługuje prawo zmiany ustalonego terminu dostarczenia materiałów reklamowych. O każdej zmianie terminu wydawca zobowiązany powiadomić reklamodawcę.

3. Materiały reklamowe reklamodawca powinien dostarczyć do siedziby wydawcy lub drogą elektroniczną na adres [gazeta@wck.wodzislaw.pl](mailto:gazeta@wck.wodzislaw.pl) w ustalonym terminie. Niedotrzymanie przez reklamodawcę terminu dostarczenia materiałów reklamowych jest równoznaczne z anulowaniem zlecenia.

4. Wydawca umożliwi skorzystanie z usług grafika. W przypadku chęci skorzystania z usług grafika reklamodawca zobowiązany jest dostarczyć grafikowi materiały w ustalonym wcześniej terminie, a także uiścić dodatkową opłatę wynoszącą 10 proc. kosztów zamieszczenia reklamy.

5. Miejsce zamieszczenia reklamy wyznaczone jest przez wydawcę. Reklamodawca ma prawo dokonać wyboru miejsca zamieszczenia reklamy między ostatnią stroną Gazety Wodzisławskiej a stroną zaproponowaną przez wydawcę.

### III

1. Wysokość kosztów ponoszonych przez reklamodawcę z związku ze zleceniem publikacji reklamy w Gazecie Wodzisławskiej reguluje cennik reklam stanowiący załącznik do niniejszego regulaminu. Cennik dostępny jest także na stronie internetowej Wodzisławskiego Centrum Kultury [www.wck.wodzislaw.pl](http://www.wck.wodzislaw.pl) oraz w siedzibie redakcji miesięcznika.

2. Przy długotrwałej emisji reklamy istnieje możliwość negocjacji ceny.

3. Płatności za reklamę należy dokonać gotówką w kasie lub przelewem na rachunek bankowy wydawcy. Płatności z odroczonym terminem możliwe są w przypadku zawarcia odpowiedniej umowy z wydawcą.

### IV

1. Złożenie zlecenia jest równoznaczne z akceptacją przez reklamodawcę postanowień przedmiotowego regulaminu.

2. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za formę i treść zamieszczanych reklam dostarczonych przez reklamodawcę.

3. Reklamodawca jest jako jedyny odpowiedzialny za zapewnienie, że przysługują mu wszelkie prawa do posługiwania się w zleconych do publikacji reklamach: informacjami, danymi, utworami, wizerunkami, znakami towarowymi, wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej. Zlecenie zamieszczenia reklamy jest równoznaczne z oświadczeniem, że powyższy obowiązek jest spełniony, zaś reklama zarówno co do formy, jak i treści nie jest sprzeczna z prawem lub/i zasadami współżycia społecznego.

4. W przypadku poniesienia przez wydawcę w związku z publikacją zleconej przez reklamodawcę reklamy jakiegokolwiek szkody z tytułu roszczeń osób lub instytucji, których prawa zostały naruszone wskutek tej publikacji, reklamodawca jest zobowiązany naprawić szkodę w całości

łącznie z kosztami postępowań spornych, kosztów zastępstwa procesowego i innych wydatków wydawcy poniesionych w związku z roszczeniami osób trzecich.

5. Wydawca zastrzega sobie prawo do odmowy przyjęcia lub odmowy publikacji albo też do wstrzymania publikacji reklamy bez podania przyczyny, w szczególności w przypadku, gdy jego treść lub forma jest niezgodna z prawem, zasadami współżycia społecznego, w przypadku zgłoszenia zastrzeżeń przez osobę lub instytucję trzecią, właściwy organ, instytucję powołaną do czuwania nad przestrzeganiem zasad etyki mediów lub etyki reklamy, siły wyższej, a także w przypadku zalegania przez reklamodawcę z płatnościami należności przysługujących wydawcy.

7. W przypadku artykułów sponsorowanych wydawca uprawniony jest do poprawiania błędów stylistycznych i innych oczywistych omyłek.

## V

1. Modyfikacja ustalonego wcześniej zlecenia możliwa jest wyłącznie za uprzednią pisemną zgodą wydawcy.

2. Reklamodawca może zrezygnować z jednostkowego lub/i długoterminowego zlecenia. Rezygnacja musi zostać złożona wydawcy na piśmie (fax, poczta) lub drogą elektroniczną (mail) pod rygorem nieważności.

3. Anulowanie zlecenia jednostkowego nie spowoduje konsekwencji finansowych po stronie reklamodawcy, jeżeli rezygnacja nastąpi nie później niż 5 dni roboczych przed terminem dostarczenia materiałów reklamowych.

4. W przypadku, gdy oświadczenie o anulowaniu zlecenia zostanie złożone wydawcy z naruszeniem powyższego terminu reklamodawca zobowiązany jest do zapłaty na rzecz wydawcy 50% łącznej należności brutto za zlecenie.

5. W przypadku rezygnacji ze zlecenia długoterminowego reklamodawca zostanie obciążony kwotą w wysokości 50% wartości brutto niezrealizowanej części zlecenia.

## VI

1. Niniejszy regulamin stanowi integralną część zlecenia, zgodnie z art. 384 kodeksu cywilnego.

2. Ewentualne spory wynikające z umów zawartych w oparciu o niniejszy regulamin rozstrzygane będą przez sąd właściwy dla siedziby wydawcy.

3. Regulamin Zamieszczania Reklam obowiązuje od dnia 15.01.2014 r.

### Załącznik nr 2 do Regulaminu Zamieszczania Reklam

Reklamy zlecone do publikacji, dostarczane przez reklamodawcę muszą spełniać poniższe warunki.

Formaty plików przyjmowanych do publikacji:

- PDF wysokiej rozdzielczości (300 dpi w skali 1:1)
- EPS z fontami zamienionymi na krzywe, załączona grafika rastrowa w rozdzielczości 300 dpi
- TIFF, JPG 300 dpi w skali 1:1
- TAC max 280

Wszystkie pliki muszą być w profilu CMYK bez dodatkowych kolorów (Pantone, RGB).