

I. WARUNKI SPRZEDAŻY REKLAM

1. Niniejsze Warunki Publikacji Reklam, zwane dalej „Warunkami”, określają podstawowe zasady publikacji materiałów innych niż materiały redakcyjne, na zlecenie osób trzecich, w drukowanym wydaniu czasopisma POLITYKA oraz w jego e-wydaniu.
2. Ilekroć w niniejszych Warunkach używa się poniższych terminów, mają one następujące znaczenie:
 - 1) Biuro Reklamy – POLITYKA Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.A. z siedzibą w Warszawie;
 - 2) Zleceniodawca – podmiot, który zleca opublikowanie Reklamy w czasopiśmie POLITYKA;
 - 3) Reklama – przekaz słowny, graficzny lub słowno-graficzny, pochodzący od Zleceniodawcy, niezależnie od treści, formy i celu jego publikacji. Reklamą w rozumieniu niniejszych Warunków są m. in. także wszelkie ogłoszenia, artykuły reklamowe lub promocyjne (w tym wywiady) i wszelkie inne treści, zleczone do publikacji, niezależnie od ich formy, w szczególności takie jak inserty, wklejki, banderole.
3. Podstawą do zamieszczenia Reklamy w tygodniku POLITYKA jest umowa zawarta w formie pisemnej lub zaakceptowane przez Biuro Reklamy na piśmie lub mailowo zlecenie reklamowe podpisane przez upoważnionego przedstawiciela Zleceniodawcy, określające rodzaj Reklamy, jej powierzchnię, terminy realizacji, terminy i warunki płatności oraz cenę i ewentualnie wysokość upustów.
4. Podane w cenniku ceny publikacji Reklam dotyczą materiałów gotowych do druku. Za opracowanie graficzno-techniczne lub wykonanie Reklamy według dostarczonego projektu dolicza się jednorazowo dodatkowe koszty, w zależności od powierzchni i złożoności grafiki.
5. Publikacja artykułów reklamowych/promocyjnych (w tym wywiadów) jest płatna według cen kolumn redakcyjnych, w zależności od zajętej powierzchni. Przygotowanie tekstów artykułów reklamowych/promocyjnych obciąża Zleceniodawcę. Artykuły reklamowe/promocyjne będą wyraźnie oddzielone od własnych materiałów redakcyjnych tygodnika POLITYKA, np. poprzez ich opublikowanie w ramce i opatrzenie nadtytułem „promocja”, „reklama” lub inną formą dopuszczoną przez wydawcę (np. „materiał informacyjno-promocyjny”, „materiał informacyjny”, „prezentacja”). Nie będą przyjmowane do publikacji materiały upodabniające się graficznie do kolumn redakcyjnych POLITYKI.
6. Jeśli w Reklamie pojawiają się logotypy innych podmiotów niż Zleceniodawcy – materiał reklamowy wymaga akceptacji Biura Reklamy przed podpisaniem zlecenia.
7. Poza standardową reklamą istnieje możliwość zamieszczenia nietypowych form reklamy w postaci insertów, wkłerek, wszywek itp. Forma, termin i cena podlegają każdorazowo uzgodnieniu z Biurem Reklamy. Przed zawarciem umowy wymagane jest przedstawienie wzoru powyższych form do akceptacji Biura Reklamy. Materiały, które upodabniają się graficznie do kolumn redakcyjnych tygodnika lub zawierają reklamy innych podmiotów niż Zleceniodawca, nie uzyskują akceptacji.
8. Jeżeli materiały graficzne dostarczone do reprodukcji mają być zwrócone Zleceniodawcy, należy to wyraźnie zaznaczyć w zleceniu reklamowym lub umowie.
9. Biuro Reklamy nie ponosi odpowiedzialności wobec Zleceniodawcy za treść Reklam, opublikowanych zgodnie ze zleceniem. Zlecając publikację Reklamy Zleceniodawca jest zobowiązany starannie sprawdzić, czy treść, jak i forma Reklamy jest zgodna z prawem, zasadami współzycia społecznego i dobrymi obyczajami oraz czy nie narusza jakichkolwiek praw osób trzecich.
10. Podpisana umowa lub zlecenie reklamowe powinny być dostarczone na 21 dni przed datą publikacji na okładki, 14 dni przed datą publikacji na strony wewnętrzne. Gotowe materiały graficzne powinny być dostarczone najpóźniej 10 dni przed ukazaniem się numeru czasopisma, artykuły promocyjne najdalej 14 dni przed ukazaniem się numeru czasopisma.
11. Podpisana umowa lub zlecenie dotyczące nietypowych form reklamy (inserty, wklejki, banderole, foliowanie) powinny być dostarczone 14 dni przed publikacją, po uprzedniej rezerwacji i akceptacji materiałów.
12. Biuro Reklamy pomimo zawarcia umowy lub zaakceptowania zlecenia reklamowego ma prawo odmówić publikacji Reklamy, jeśli:
 - 1) dostarczone przez Zleceniodawcę materiały nie nadają się do reprodukcji z powodu złej jakości lub nie odpowiadają parametrom technicznym, określonym w pliku „Informacje techniczne” dostępnym na stronie www.polityka.pl/biuroreklamy;
 - 2) ich treść lub forma są sprzeczne z Warunkami Publikacji Reklam, w szczególności z postanowieniami pkt 5 lub 6;
 - 3) ich treść lub forma są sprzeczne z prawem, zasadami współzycia społecznego, dobrymi obyczajami lub naruszają prawa osób trzecich;
 - 4) z takim żądaniem zwróci się Komisja Etyki Reklamy działająca przy Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy;
 - 5) ich treść lub forma są sprzeczne z linią programową lub charakterem czasopisma;
 - 6) ich treść lub forma może spotkać się z negatywnym odbiorem czytelników lub sympatyków czasopisma, w szczególności z uwagi na kontekst bieżących wydarzeń publicznych lub treść publikacji redakcyjnych czasopisma.
13. Wszelkie zmiany w treści Reklamy, mogą być dokonane najpóźniej 7 dni przed ukazaniem się numeru czasopisma i dla swej skuteczności muszą być zakomunikowane Biuru Reklamy wyłącznie na piśmie lub pocztą elektroniczną.
14. W przypadku zleceń o charakterze ciągłym, mających za przedmiot publikację różnych Reklam, jeśli Biuro Reklamy nie otrzyma nowych materiałów w terminie określonym w pkt 10,

opublikowane zostaną materiały z poprzedniej publikacji.

15. W przypadku wycofania zlecenia reklamowego przez Zleceniodawcę bez podania przyczyny:
 - 1) najpóźniej na 21 dni przed ukazaniem się numeru czasopisma, w którym Reklama miała zostać opublikowana, Zleceniodawca nie będzie zobowiązany do zapłaty na rzecz Biura Reklamy jakiegokolwiek wynagrodzenia;
 - 2) na 20 dni do 11 dni przed ukazaniem się numeru czasopisma, w którym Reklama miała zostać opublikowana, Zleceniodawca będzie zobowiązany do zapłaty na rzecz Biura Reklamy 50 % uzgodnionego wynagrodzenia;
 - 3) na 10 lub mniej dni przed ukazaniem się numeru czasopisma, w którym Reklama miała zostać opublikowana, Zleceniodawca będzie zobowiązany do zapłaty na rzecz Biura Reklamy 100 % uzgodnionego wynagrodzenia.
16. W przypadku odmowy publikacji Reklamy przez Biuro Reklamy z przyczyn, o których mowa w pkt 12.1.-12.4., Zleceniodawca ma prawo zmodyfikować treść Reklamy, zgodnie z postanowieniami pkt 13 albo wycofać zlecenie reklamowe. W wypadku wycofania zlecenia reklamowego postanowienia pkt 15 stosuje się odpowiednio.
17. W przypadku odmowy publikacji Reklamy przez Biuro Reklamy z przyczyn, o których mowa w pkt 12.5.-12.6., Zleceniodawca ma prawo zmodyfikować treść Reklamy, zgodnie z postanowieniami pkt 13 albo wycofać zlecenie reklamowe. W wypadku wycofania zlecenia reklamowego albo niezamodyfikowania treści Reklamy, zgodnie z postanowieniami pkt 13, umowę w zakresie publikacji Reklamy uważa się za niezawartą.
18. Postanowienia pkt 12.6. stosuje się także do sytuacji, gdy publikacja Reklamy bez względu na jej treść lub formę może spotkać się z negatywnym odbiorem czytelników lub sympatyków czasopisma, w szczególności z uwagi na kontekst bieżących wydarzeń publicznych lub treść publikacji redakcyjnych czasopisma. W takim wypadku, wskutek odmowy publikacji Reklamy przez Biuro Reklamy umowę w zakresie jej publikacji uważa się za niezawartą.
19. Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe na skutek siły wyższej, która zakłóciła częściowo lub całkowicie produkcję lub dystrybucję czasopisma.
20. Reklama wydrukowana może różnić się kolorystycznie od dołączonej próby kolorów o +/- 3%.
21. Należność za publikację Reklamy obliczana jest według cennika obowiązującego w dniu ukazania się czasopisma.
22. Aktualny cennik dostępny zawsze na stronie www.polityka.pl/biuroreklamy.

II. REKLAMACJE

23. Ewentualne reklamacje, wyłącznie na piśmie z trzema egzemplarzami dowodowymi, przyjmowane są w ciągu 14 dni od daty opublikowania Reklamy lub jej nieukazania się w umówionym terminie.
24. Reklamacji nie podlegają Reklamy, które nie spełniają wszystkich wymogów technicznych a szczególnie dla których nie zastosowano odpowiednich profili ICC (odpowiednio dla okładek i dla stron wewnętrznych), zgodnie ze ścieżką dostępu zawartą w „Informacjach technicznych” (www.polityka.pl/biuroreklamy);
25. Reklamacje złożone po terminie lub bez egzemplarzy dowodowych nie będą rozpatrywane.
26. W przypadku uznania reklamacji strony zgodnie ustalą drogą negocjacji uzasadnioną wielkość i formę należnej Zleceniodawcy rekompensaty, w zależności od stopnia lub wielkości błędnie wydrukowanego nakładu.

III. WARUNKI PŁATNOŚCI

27. Płatność za druk ogłoszeń i reklam dokonywana jest na konto: Raiffeisen Bank Polska S.A. 71 1750 0009 0000 0000 1004 2682
28. Ustaloną kwotę należy wpłacić w terminie określonym w zleceniu/umowie.
29. Każdy nowy Zleceniodawca zobowiązany jest do przedpłaty za pierwsze trzy publikacje Reklam.
30. W przypadku opóźnienia płatności w terminie określonym w pkt 28, Zleceniodawca zostanie obciążony odsetkami zgodnie z obowiązującymi przepisami prawnymi.
31. Biuro Reklamy zastrzega sobie prawo wstrzymania publikacji zamówionych Reklam, jeśli poprzednie nie zostały opłacone.

IV. POSTANOWIENIA KOŃCOWE

32. Wszelkie spory powstałe w związku ze zleceniem publikacji Reklamy, których nie uda się rozwiązać w sposób polubowny, będą rozstrzygane przez sądy powszechne, właściwe miejscowo dla siedziby Biura Reklamy.
33. W sprawach nieuregulowanych w powyższych zasadach mają zastosowanie przepisy prawa prasowego i kodeksu cywilnego.
34. Zamówienie publikacji Reklamy oznacza akceptację powyższych warunków w całości.