

Ogólne Warunki Umów (OWU)
ELAMED E. i R. Cholewa Spółka jawna

§ 1 Postanowienia Ogólne

1. **ELAMED E. i R. Cholewa Spółka jawna**, wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego w Sądzie Rejonowym w Katowicach pod nr 0000265615 z siedzibą w Katowicach przy al. Roździeńskiego 188, zwane dalej Wydawcą, jest wydawcą czasopism specjalistycznych i książek.
2. Niniejsze Ogólne Warunki Umów, zwane dalej w skrócie OWU, mają zastosowanie do wszystkich umów o publikację reklam, zawieranych przez Wydawcę z osobami fizycznymi, prawnymi lub innymi jednostkami organizacyjnymi, zwanymi dalej Zamawiającymi.
3. Jeżeli przedstawione przez Wydawcę Zamawiającemu Cenniki i/lub Oferta zawierają w swojej treści postanowienia odmienne od postanowień niniejszych OWU, stosować należy postanowienia zawarte w Cennikach i/lub Ofercie.
4. Strony mogą odstąpić od poszczególnych bądź wszystkich postanowień OWU w drodze umowy zawartej w formie pisemnej pod rygorem nieważności. Zawarcie takiej umowy skutkuje wyłączeniem odpowiednich postanowień OWU, w miejsce których stosuje się zapisy umowy.
5. Poniższe Ogólne Warunki Umów uważa się za przyjęte i zaakceptowane przez drugą stronę w momencie złożenia Zamówienia, o którym mowa w §2 OWU.
6. Niniejsze Ogólne Warunki Umów wraz z Cennikami, Ofertą i Zamówieniem, jeżeli odpowiada ono warunkom określonym w §2 OWU, stanowią o treści łączącego strony stosunku prawnego.
7. Wszelkie zawiadomienia pomiędzy stronami, jeżeli nie zastrzeżono formy szczególnej (pisemnej, faksu, poczty elektronicznej), mogą być dokonywane wszelkimi środkami, w tym środkami bezpośredniej komunikacji na odległość (telefon).

§ 2. Zamówienia.

1. Zamówienie na zamieszczenie reklamy (Zamówienie) stanowi przyjęcie oferty Wydawcy i jest równoznaczne z zawarciem umowy na warunkach określonych w niniejszych OWU.
2. Zamówienie Zamawiający powinien złożyć w formie pisemnej, faksem lub pocztą elektroniczną według wzoru stanowiącego załącznik nr 1 do niniejszych OWU. W przypadku składania Zamówienia na innym niż załączony formularzu, powinno ono zawierać w swojej treści co najmniej:
 - oświadczenie Zamawiającego o zapoznaniu się z OWU,
 - dane Zamawiającego niezbędne do wystawienia faktury,
 - określenie, w którym z czasopism oraz w którym jego numerze ma zostać zamieszczona reklama – z uwzględnieniem § 4 OWU,
 - ilość, rozmiar, zamawianych reklam oraz jej wartość ustalona w oparciu o Cennik/Ofertę, z uwzględnieniem ustaleń dokonanych z pracownikiem marketingu danego czasopisma,
 - podpis i pieczętkę zamawiającego.
3. Zamówienie może dotyczyć publikacji jednej lub kilku reklam (w tym Cyklu Reklam) w jednym lub kilku czasopismach, w numerach wskazanych przez Zamawiającego bądź bez takiego wskazania. W przypadku braku wskazania numerów, w których ma nastąpić publikacja reklamy wybór numerów, w których publikacja zostanie zamieszczona nastąpi po uzgodnieniu Wydawcy z Zamawiającym.
4. Jeżeli treść złożonego przez Zamawiającego Zamówienia zawiera postanowienie sprzeczne z OWU, Cennikiem lub Ofertą, to obowiązuje ono Wydawcę tylko w wypadku gdy pisemnie zaakceptuje on jego warunki. W innym przypadku w miejsce owego postanowienia stosuje się odpowiedni zapis OWU, Oferty bądź Cenników.
5. Wydawca może potwierdzić pisemnie, faksem lub pocztą elektroniczną przyjęcie Zamówienia. W Potwierdzeniu Wydawca może dokonać zastrzeżenia zmiany lub uzupełnienia Zamówienia nie

zmieniającego istotnie jego treści. W takim wypadku Strony wiąże Zamówienie w treści zmienionej lub uzupełnionej przez Wydawcę, chyba że Zamawiający niezwłocznie sprzeciwił się w formie pisemnej, faksem lub pocztą elektroniczną dokonanej zmianie lub uzupełnieniu.

6. Za datę zawarcia umowy uważa się datę złożenia Zamówienia lub datę potwierdzenia przyjęcia Zamówienia w przypadku określonym w pkt.5.
7. Zamawiający zobowiązany jest do przesłania materiałów do reklamy, których szczegółowe parametry określa załącznik nr 2 (Parametry techniczne) w terminie wskazanym w Ofercie/Cenniku. Dostarczone materiały nie mogą naruszać obowiązujących przepisów prawa ani też praw osób trzecich a pełną odpowiedzialność za skutki ich publikacji ponosi Zamawiający.
8. Wydawca po sporządzeniu projektu reklamy, przedstawia go faksem lub za pomocą poczty elektronicznej Zamawiającemu do akceptacji. Zamawiający zobowiązany jest do wyrażenia akceptacji lub sprzeciwu wobec projektu w terminie wyznaczonym przez Wydawcę. W przypadku nie otrzymania zastrzeżeń ze strony Zamawiającego Wydawca uważa projekt za zaakceptowany i kieruje reklamę do druku.

§ 3. Cenniki i ceny

1. Ceny zamieszczania reklam zawarte są w Cennikach obowiązujących odrębnie dla każdego z czasopism.
2. Cena za reklamę obejmuje przekazanie 1 egzemplarza czasopisma, w którym ukazała się reklama.
3. Cenniki obowiązują dla numerów czasopism w nich określonych, bądź też do daty na nich wskazanej lub też do daty wydania nowego Cennika.
4. Wszystkie ceny podane w Cennikach są cenami netto (bez podatku VAT), chyba że wyraźniej stwierdzono inaczej.
5. Aktualne Cenniki są zawsze dostępne w siedzibie Wydawcy lub na stronie www.elamed.com.pl

§ 4. Terminy.

53. Terminy publikacji reklam uzależnione są od cyklu wydawniczego danego czasopisma.
54. Oferty i/lub Cenniki określają termin do składania zamówień na reklamy do poszczególnych numerów danego czasopisma.
55. W przypadku złożenia Zamówienia po terminie określonym w Cenniku i/lub Ofercie Wydawca jest uprawniony do publikacji reklamy w kolejnym numerze czasopisma. O powyższym Wydawca poinformuje Zamawiającego pisemnie, faksem lub pocztą elektroniczną, który niezwłocznie po uzyskaniu takiej informacji może pisemnie faksem lub pocztą elektroniczną sprzeciwić się zamieszczeniu reklamy w innym numerze i odwołać Zamówienie.
56. Poza wypadkiem określonym powyżej Wydawca zastrzega sobie prawo do odwołania lub zmiany ustalonego terminu publikacji reklamy wyjątkowo w uzasadnionych okolicznościach przypadkach, także już po złożeniu przez Zamawiającego zamówienia i potwierdzeniu go przez Wydawcę, w szczególności na skutek siły wyższej i innych wyjątkowych okoliczności niezależnych od Wydawcy. W przypadku zmiany terminu publikacji konieczna jest akceptacja nowego terminu przez Zamawiającego.

§ 5. Fakturowanie, zapłata

1. Jeżeli nic innego nie stanowi Cennik i/lub Oferta zapłata za zamieszczenie reklamy następuje na podstawie wystawionej przez Wydawcę faktury VAT, w terminie wskazanym na fakturze, który standardowo wynosi 14 dni od daty wystawienia faktury.
2. Faktury wystawiane są w terminie do 7 dni od daty publikacji reklamy, która zostaje określona na fakturze jako data sprzedaży, z zastrzeżeniem pkt.3

3. Faktury wystawiane są przed publikacją jedynie w wypadku otrzymania przedpłaty na kwotę otrzymanej zaliczki w terminie do 7 dni od jej wpływu na konto. W takim wypadku datą sprzedaży jest data otrzymania zaliczki.
4. Za datę zapłaty uważa się termin uznania należności w pełnej kwocie na rachunku bankowym Wydawcy lub wpłaty gotówki w kasie.
5. W razie opóźnienia w zapłacie ceny, Zamawiający zobowiązany jest bez odrębnego wezwania do zapłaty odsetek ustawowych.

§ 6. Prawa autorskie

1. Wyłącznym właścicielem praw autorskich do sporządzonego przez siebie projektu reklamy jest Wydawca. Bez zgody Wydawcy nie może on być powielany ani wykorzystywany w inny sposób.
2. Odrębną umową Wydawca może zezwolić Zamawiającemu na wykorzystywanie projektu reklamy w określony taką umową sposób.

§ 7. Wypowiedzenie, odstąpienie od umowy

1. W terminie jednego dnia roboczego od dnia złożenia Zamówienia, jednakże nie później niż ostatniego dnia składania zamówień określonego w Ofercie/Cenniku zarówno Wydawca jak i Zamawiający mogą złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy, bez podawania przyczyn. Oświadczenie takie dla swojej ważności wymaga formy pisemnej, faksu lub poczty elektronicznej. W takim wypadku stronom nie przysługują żadne roszczenia.
2. W przypadku odstąpienia przez Zamawiającego od umowy w terminie późniejszym niż określony powyżej, jednak przed datą oddania do druku, zobowiązany jest on zapłacić Wydawcy odstępne w wysokości 30% wartości zamówionej reklamy. W przypadku odstąpienia przez Zamawiającego od umowy obejmującej cykl reklam przed publikacją pierwszej reklamy z cyklu, odstępne wynosi 100 % wartości pierwszej reklamy z cyklu, zgodnie z obowiązującym cennikiem. Nie wyklucza to możliwości dochodzenia przez Wydawcę odszkodowania za szkody przewyższające wartość odstepnego, w szczególności związane z przygotowaniem reklamy do druku.
3. W przypadku Zamówienia obejmującego publikację więcej niż jednej reklamy, w tym także cyklu reklam, zarówno Zamawiający jak i Wydawca upoważnieni są do wypowiedzenia takiej umowy z zachowaniem co najmniej jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia. Dla swojej ważności wypowiedzenie musi zostać złożone na piśmie, faksem lub pocztą elektroniczną. W przypadku jeżeli wypowiedzenia dokonał Zamawiający obowiązany jest on do zapłaty Wydawcy dodatkowo kary umownej w wysokości różnicy pomiędzy ceną za reklamy już opublikowane, a cenami regularnymi, jakie obowiązują dla publikacji pojedynczej reklamy.
4. Wydawca upoważniony jest do wstrzymania się z publikacją dalszych reklam dla Zamawiającego, a także do odstąpienia od umowy, w przypadku braku terminowej zapłaty za reklamy wcześniej opublikowane. W takim wypadku Zamawiający obowiązany jest do zapłaty Wydawcy dodatkowo także kary umownej w wysokości różnicy pomiędzy ceną za reklamy już opublikowane, a cenami regularnymi, jakie obowiązują dla publikacji pojedynczej reklamy.
5. W przypadku, gdy Zamawiający nie wykonał czynności umożliwiających wykonanie umowy przez Wydawcę, w szczególności poprzez niedostarczenie materiałów umożliwiających opracowanie reklamy, Wydawca zwolniony jest z obowiązku wykonania umowy i uprawniony jest do domagania się zapłaty kary umownej w wysokości 50% wartości zamówienia.

§ 8. Reklamacje, Odpowiedzialność

300. Wszelkie reklamacje i uwagi należy zgłaszać Wydawcy najpóźniej do 14 dnia od daty otrzymania egzemplarza czasopisma, w którym reklama została opublikowana, jednak nie później niż z upływem

miesiąca następnego po miesiącu, w którym dana reklama miała się ukazać, pod rygorem utraty prawa do zgłaszania czy też powoływania się na jakiegokolwiek zastrzeżenia dotyczące opublikowanej reklamy.

301. Wydawca odpowiada za jakość danej publikacji tylko w wypadku, gdy nadesłane przez Zamawiającego materiały spełniają parametry techniczne określone w załączniku nr 2.
302. Zamawiający przyjmuje do wiadomości, iż jakość reklamy uzależniona jest od jakości dostarczonych przez Zamawiającego materiałów.
303. Zaakceptowanie przez Zamawiającego projektu reklamy zgodnie z § 2 pkt 8 OWU wyłącza prawo do reklamacji dotyczących zamieszczonej reklamy.
304. Prawo do reklamacji zamieszczonej reklamy nie przysługuje w szczególności w przypadku nie dołączenia do gotowego materiału reklamowego proofu cyfrowego lub analogowego zgodnego z wymaganiami określonymi w załączniku nr 2.
305. Górną granicą odpowiedzialności Wydawnictwa jest wartość reklamy wynikająca z Zamówienia. Ograniczenie to nie dotyczy wypadków, gdy szkoda została wyrządzona umyślnie.

§ 9. Postanowienia końcowe.

1. Wszelkie spory mogące wyniknąć między Stronami będą w miarę możliwości rozstrzygane na drodze polubownej.
2. Sądem właściwym dla rozstrzygnięcia sporów jest Sąd miejscowo właściwy dla siedziby Wydawcy.
3. W przypadku nieważności któregokolwiek z punktów zawartych w Ogólnych Warunkach Umów, pozostałe zachowują pełną ważność i moc prawną.
4. Wydawca zastrzega sobie prawo do dokonywania zmian w Ogólnych Warunkach Umów. Zmiany postanowień zaczynają wiązać drugą stronę w momencie, gdy zostały jej dostarczone w zwyczajowo przyjęty między stronami w ich stosunkach handlowych sposób, tak aby mogła się z nimi zapoznać.
5. Aktualne OWU są zawsze dostępne w biurze Wydawcy oraz na ogólnodostępnej stronie internetowej www.elamed.com.pl
6. W sprawach nieuregulowanych zastosowanie mają odpowiednie przepisy Ustawy z 23 kwietnia 1964 roku Kodeks cywilny (Dz. U. z 1964 roku, nr 16, poz. 93 z późniejszymi zmianami).

Czasopismo:		Wydawnictwo Elamed 40-203 Katowice, Al. Roździeńskiego 188 tel./fax (0-32) 258 03 61, fax (0-32) 203 93 56					
Data:	ZAMÓWIENIE					Przedstawiciel wydawnictwa tel.	
Zamawiający:							
Dane do faktury: Nazwa: Adres: NIP:				Adres korespondencyjny			
Telefon:		Fax:			e-mail:		
Imię i nazwisko osoby zamawiającej reklamę:				Stanowisko służbowe			
Terminarz publikacji (numer, wydanie):							
Typ reklamy:				Umiejscowienie:			
Płatność przed drukiem (data):				Płatność po druku:			
Rodzaj reklamy	Cena jednostkowa (netto)	Ilość edycji:	Wartość	Rabat	Dopłata	Wartość z rabatem	Do zapłaty (netto)
Suma							
Podatek VAT (22%)							
Do zapłaty (brutto):							
Słownie:							
Uwagi:							
Konto:	PKO BP S.A. I o/Katowice 35 1020 2313 0000 3302 0133 8490						
Proszę o zwrot następujących materiałów			1.	2.		3.	
4.		5.			6.		
Zleceniodawca oświadcza, że treść materiału promocyjnego nie stanowi naruszenia obowiązujących przepisów prawa ani dóbr prawem chronionych osób trzecich ponosi w tym zakresie pełną odpowiedzialność za skutki jej zamieszczenia zgodnie z tym zleceniem. Za odstąpienie od umowy po terminie składania zamówień, jednak przed oddaniem do druku Zamawiający zobowiązany jest do zapłaty odstępnego w wysokości 30% wartości reklamy.							
Zleceniodawca oświadcza, iż zapoznał się z Ogólnymi Warunkami Umów i je akceptuje.							
Pieczeń firmowa zamawiającego				Zamawiający			
				Pieczeń imienna i podpis			
				Miejscowość i data			
Proszę o pieczętkę, podpis oraz odesłanie faxem (0-32) 203 93 56 Aktualna treść Ogólnych Warunków Umów znajduje się na stronie www.elamed.com.pl							

Parametry techniczne

Studio Graficzne pracuje z komputerami klasy PC.

Materiały do reklam powinny być przesłane wg następujących parametrów:

zdjęcia	tif, jpg, psd	RGB	300 dpi*	Zdjęcia nie powinny być osadzone w dokumentach z programów Office (Word, PowerPoint) lub innych programach do grafiki wektorowej (np. CorelDraw, Illustrator)
ilustracje	cdr (do wersji 10), eps, pdf	CMYK	nd.	Rysunki wykonane w programach do grafiki wektorowej (np. CorelDraw, Illustrator) nie powinny być osadzone w dokumentach Office (Word, PowerPoint). Rysunki wykonane w programie Word lub programach do grafiki bitmapowej (np. Photoshop) wymagają ponownego narysowania podobnie jak schematy i wykresy w formatach bitmapowych (np. tif, jpg, psd). Do wykresów prosimy dołączać tabele z danymi. Kolory RGB muszą zostać zamienione na CMYK co wiąże się z możliwością drobnych przekłamań.**
tekst	doc, rtf	nd	nd	Teksty powinny być dostosowane do ogólnie przyjętych zasad edycji tekstów. Wcięcia akapitowe nie powinny być wykonane kilkukrotną spacją. Klawisz „enter” powinien być stosowany tylko w celu oddzielenia kolejnego akapitu, nie po każdym wierszu, między wyrazem a znakiem przestankowym nie należy używać spacji. Przed wysłaniem artykułu należy usunąć podwójne spacje. Dla wyróżnienia ważnych fragmentów tekstu nie należy stosować podkreśleń i należy starać się unikać wersalików (CAPS), a zamiast tego stosować wytłuszczenia (bold).
całość	indd, eps, ai, pdf (w wersji 1.3), psd, cdr (do wersji 10),	CMYK	300 dpi	Pliki w formatach eps, pdf można wyeksportować z dowolnego programu graficznego pracującego na platformie Macintosh. Elementy bitmapowe (np. zdjęcia) muszą mieć minimalną rozdzielczość 300 dpi przy rzeczywistym rozmiarze i być w trybie CMYK. Wszystkie kolory użyte w pracy powinny być definiowane w standardzie CMYK (nie RGB, Lab, Pantone lub innych), Uwaga! Wydawnictwo nie ponosi odpowiedzialności za zgodność kolorów logo niepodanych w standardzie CMYK.** W plikach .pdf powinny znajdować się tylko i wyłącznie obiekty w trybie CMYK. Pliki pdf nowsze niż 1.3 mogą być błędnie interpretowane podczas rasteryzacji! Teksty w pracy nie powinny być zamienione na krzywe, poza elementami znaków firmowych, w których kroje pisma są niezmiennie.

* większość kompaktowych aparatów cyfrowych zapisuje zdjęcia w rozdzielczości 72 dpi. Prawie wszystkie materiały z internetu posiadają rozdzielczość 72 dpi. Aby zostały poprawnie wydrukowane wymiary zdjęcia muszą ulec czterokrotnemu zmniejszeniu.

** Konieczne jest przesłanie na adres wydawnictwa wydruku próbnego – proofa analogowego bądź cyfrowego. Tylko poprawnie wykonany proof umożliwi poprawny kolorystycznie druk. Uwaga! Proofem nie może być wydruk ze zwykłej drukarki atramentowej. Urządzenie, z którego pochodzi wydruk, musi być skalibrowane na potrzeby druku offsetowego. Istnieje możliwość wykonania proofa w Studio Graficznym wydawnictwa Elamed – w takim przypadku do faktury doliczona zostanie kwota w wysokości 50 zł (proof cyfrowy) lub 100 zł (proof analogowy). Reklamodawca może zrezygnować z druku materiałów z próbą kolorystyczną (proof), jednakże wiąże się to z możliwością drobnych przekłamań kolorów, za które wydawnictwo Elamed nie bierze odpowiedzialności. W

takim przypadku możliwe jest dołączenie zwykłego wydruku lub dla prac przysyłanych w plikach indd, eps, ai, psd, cdr, PDF, pliku JPG o niskiej rozdzielczości, w trybie RGB, jako wzorca reklamy.