



Business MEDIA





M

iesięcznik „Business Media” istnieje na rynku od 2002 roku. Od stycznia 2007 roku wydawany jest przez spółkę **VFP Communications**, wydawcę m.in. branżowego tygodnika „Media & Marketing Polska”.

Zakres tematyczny miesięcznika obejmuje poszczególne sektory rynku usług marketingowych: artykuły reklamowe i promocyjne, POS-y i systemy wystawiennicze, eventy i działania ambientowe oraz szeroko rozumianą branżę out-of-home. Magazyn stanowi platformę komunikacyjną między dostawcami usług i produktów reklamowych a marketerami i agencjami reklamowymi.

W rozbudowanej w styczniu 2009 roku sekcji out-of-home prezentujemy najciekawsze przedsięwzięcia i realizacje branży outdoorowej oraz inspirujące rozwiązania mające wpływ nie tylko na reklamowany produkt, lecz także na miejsca w przestrzeni publicznej, w którym tego typu reklama się pojawia, czyli: na ulicach miast, w środkach komunikacji miejskiej, centrach handlowych, w punktach usługowych, w kompleksach rekreacyjnych, hotelach etc.

Ponadto w dziale out-of-home znajdują Państwo informacje o firmach usługowych i produkcyjnych z wymienionego sektora oraz o rozwiązaniach technologicznych (materiałach, maszynach etc.) stosowanych w tej branży.

Realizując naszą misję, dostarczamy rzetelnych i aktualnych informacji; wiedza merytoryczna oraz doświadczenie naszych redaktorów służy czytelnikom w dogłębnym zrozumieniu branży.

Konsultanci naszego biura reklamy oferują klientom innowacyjne i jednocześnie sprawdzone rozwiązania promocyjne.

Biuro reklamy „Business Media” tworzy zespół wykwalifikowanych i przeszkolonych profesjonalistów.

Korzystajcie z naszych konsultacji! Zapraszamy.

Nakład – 8000 egz.

Dystrybucja: 4400 egz. trafia co miesiąc do prenumeratorów, 98 proc. prenumeraty zakupione jest przez firmy, w tym 75 proc. dla konkretnych osób, głównie decydentów; 2800 egz. jest dystrybuowane poprzez sieci sprzedaży prasy (Empik, Kolporter, Ruch); 800 egz. trafia do partnerów wydawnictwa oraz potencjalnych klientów (rozdawnictwo na targach i imprezach branżowych).

Kontakt w sprawie reklamy:

bm_reklama@media.com.pl

Magdalena Adamowicz, tel.: 022 514 65 62, tel. kom.: 0-602 67 40 30

e-mail: magdalena.adamowicz@media.com.pl

Krystyna Majcher, tel.: 022 514 65 97, tel. kom.: 0-602 50 40 18

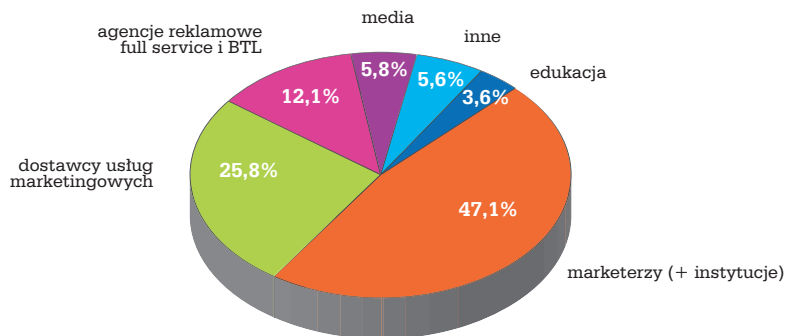
e-mail: krystyna.majcher@media.com.pl

Spis treści:

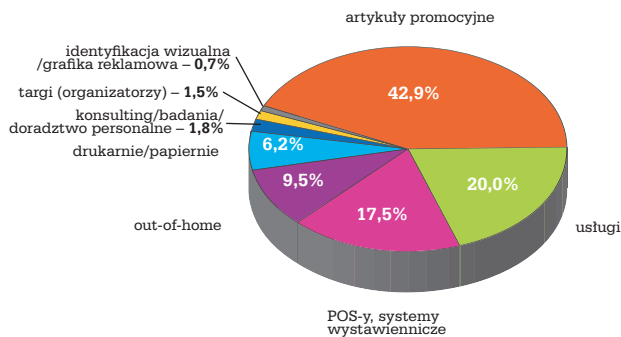
Wstęp	2
Grupa czytelnicza	3
Cennik reklam standardowych	4
Cennik reklam niestandardowych	5
„Podsumowanie Roku Business Media”	6
„Almanach mediów i reklamy”	6-7
Katalogi tematyczne	8
Harmonogram wydawniczy	9
Newsletter „Business Media”	9
Serwisy internetowe	10
Parametry techniczne reklam	11
Zasady zawierania umów	12

Grupa czytelnicza

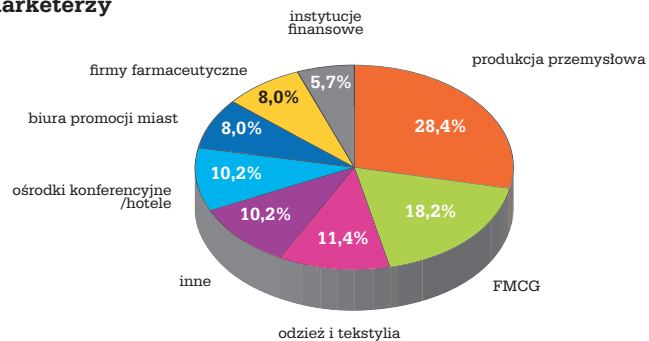
BRANŻE



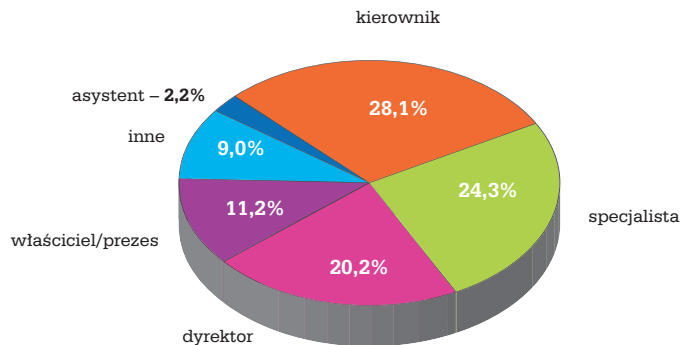
Dostawcy usług marketingowych



Marketerzy



STANOWISKA



Na podstawie bazy danych prenumeratorów „Business Media”, styczeń 2009 r.

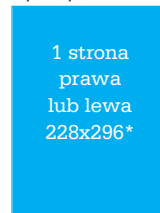
Reklama standardowa

rys.	Powierzchnia reklamowa	Wymiary (mm)	Cena (zł)
1	1 strona prawa	228x296*	5 000
1	1 strona lewa	228x296*	4 500
2	½ strony pozioma	204x130	3 300
3	½ strony pionowa	100x275	3 300
4	½ strony pionowa śródtekstowa	100x275	4 000
5	2 x ½ strony (panorama)	432x130	5 300
6	⅓ strony kwadrat	135x135	3 000
7	⅓ strony pionowa	65x275	3 000
8	⅓ strony pozioma	204x87	3 000
9	⅔ strony pionowa	135x275	4 000
10	¼ strony pionowa	100x130	2 500
11	¼ strony pozioma	152x86	2 500
12	2 x ¼ strony	250x130	3 700
13	¼ strony pasek pionowy	49x275	2 500
14	¾ strony pionowa	152x275	4 400
15	⅙ strony pozioma	100x65	1 500
16	Rozkładówka	456x296*	8 500
17	II i III okładka	228x296*	6 300
18	IV okładka	228x296*	7 500
19	Logo z wpisem	-	1 000
20	Insert (do 100 g)**	-	8 000

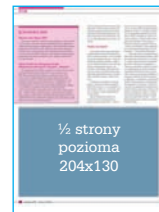
*Format po obcięciu – do podanego wymiaru należy dodać po 5 mm spad z każdej strony.

**Insert powyżej 100 g do 350 g + 2 000 zł.

1, 17, 18



2



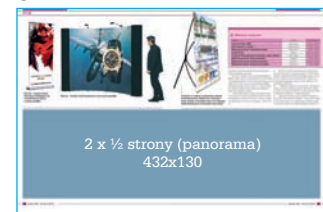
3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



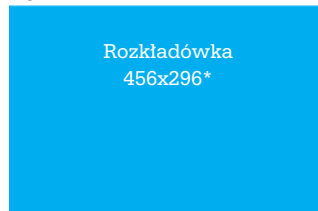
14



15



16



19

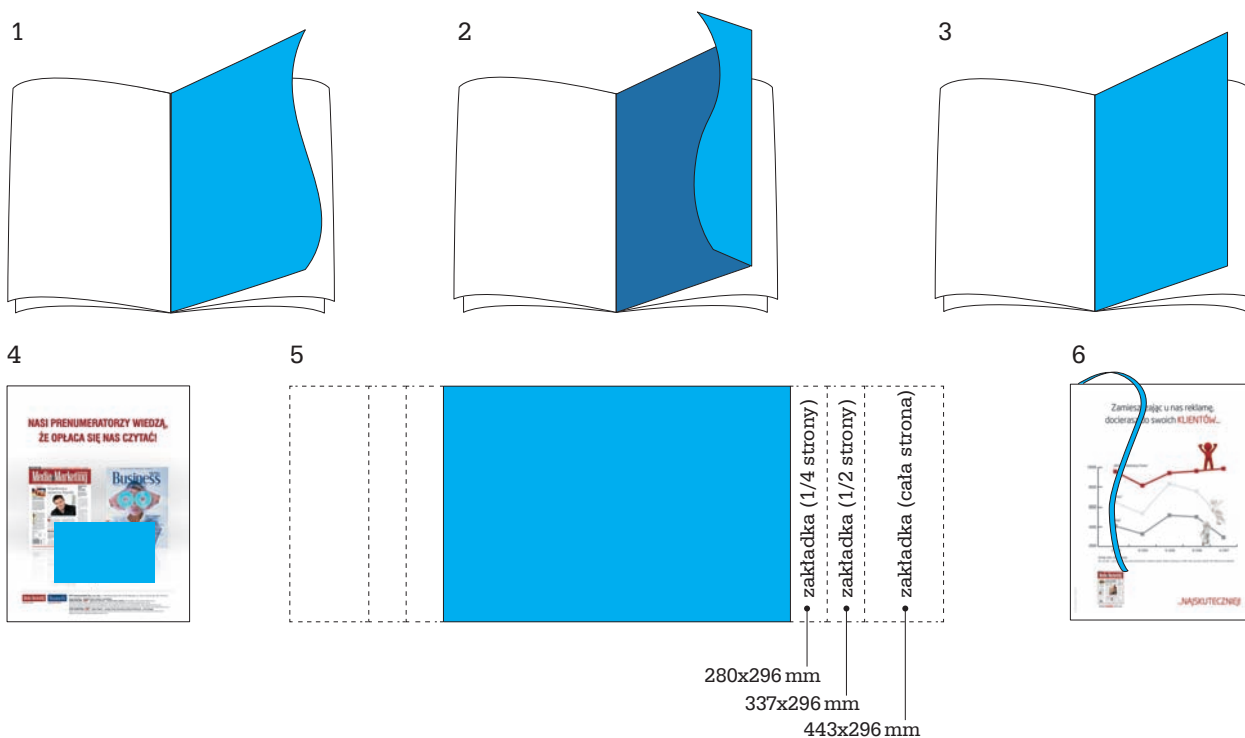


Podane ceny nie zawierają podatku VAT (22 proc.).

Reklama niestandardowa

rys.	Powierzchnia reklamowa	Cena (zł)
1	Sztywna strona z wykrojnikiem	13 000
2	Sztywna strona z zakładką i wykrojnikiem	15 500
3	Sztywna strona wewnątrz magazynu	9 500
4	Wklejka wewnątrz magazynu (na wykupionej reklamie)	+ 3 000
5	Strona z zakładką obustronną o szerokości całej strony (443 x 296 mm)*	9 000
5	Strona z zakładką obustronną o szerokości 1/2 strony (337 x 296 mm)*	8 000
5	Strona z zakładką obustronną o szerokości 1/4 strony (280 x 296 mm)*	7 300
6	Strona z tasiemką	7 500

* Ze względów technicznych strona z zakładką po złożeniu jest krótsza od zwykłej strony bez zakładki o 5 mm.



Podane ceny nie zawierają podatku VAT (22 proc.).

„Podsumowanie Roku Business Media”

Ta kronika to jedyna w Polsce publikacja podsumowująca zakres działalności firm z sektora usług promocyjnych, m.in.: materiałów reklamowych, POS-ów i systemów wystawieni-
niczych, event marketingu i działań ambientowych oraz branży out-of-home.

Rocznik przedstawia pełny obraz rynku usług marketingowych oraz analizuje działalność i przed-
sięwzięcia firm z wymienionych sektorów. Od 2007 r. redakcja miesięcznika „Business Media”
na łamach kroniki dokonuje wyboru najlepszych firm roku i przyznaje tytuły BizTrendy w katego-
riach: artykuły promocyjne, POS-y, eventy/miejsca oraz out-of-home.

„Podsumowanie Roku Business Media” publikowane jest zawsze w grudniu.

Nakład: 8000 egz.

Dystrybucja:

- prenumeratorzy tygodnika „Media & Marketing Polska”;
- prenumeratorzy „Business Media” (wyselekcjonowana grupa niepokrywająca się z bazą prenu-
meratorów „Media & Marketing Polska”);
- targi i imprezy branżowe.

Obowiązują ceny reklam takie jak w miesięczniku „Business Media” (patrz str. 4-5).



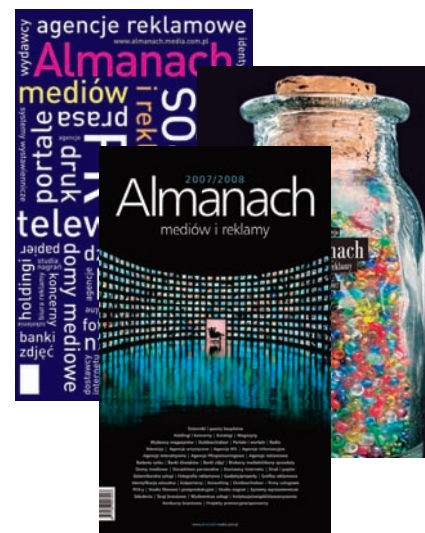
„Almanach mediów i reklamy”

Rocznik (wydawany we wrześniu) stanowiący najszerszą na rynku bazę danych branży. Za-
wiera zobiektywizowane informacje o firmach z kręgu mediów, reklamy oraz branż wspo-
magających te rynki: dane teleadresowe, nazwy i nazwiska właścicieli, opisy
produktów/działalności, odbiorców/klientów, główne stanowiska, dane finansowe i handlowe.
Katalog podzielony jest na 43 tematyczne sekcje, w ramach których znajduje się 60 podsekcji z 3657
wpisami poszczególnych firm. Almanach kierowany jest do osób poszukujących informacji na te-
mat firm działających w branży mediowo-reklamowo-marketingowej.

Nakład: 10 000 egz.

Dystrybucja:

- prenumeratorzy „Media & Marketing Polska” – 6000 egz.;
- wybrani klienci wydawnictwa – 1000 egz.;
- sprzedaż poprzez sieci sprzedaży prasy + sprzedaż własna wydawnictwa – 3000 egz.



„Almanach mediów i reklamy” – cennik

Typy reklam	Format (mm)	Cena (zł)
Rozkładówka	530x327*	44 200
II okładka	265x327	27 000
IV okładka	265x327	29 000
Cała strona (lewa)	265x327*	24 000
Cała strona (prawa)	265x327*	26 400
¾ strony	173x299	20 000
½ strony pozioma (lewa)	235x147	13 200
½ strony pozioma (prawa)	235x147	14 500
½ strony pionowa (lewa)	115x299	13 200
½ strony pionowa (prawa)	115x299	14 500
½ strony pionowa śródekstowa	115x299	16 100
2 x ½ panorama	500x147	24 200
2 x ½ strony	260x299	24 200
¼ strony	115x147	7 800
¼ strony pasek poziomy	235x45	7 800
¼ strony pasek pionowy	58x299	7 800
¼ strony pionowa śródekstowa	58x299	9 500
¼ strony poziomy pasek na górze strony na początku sekcji	235x45	9 000
2 x ¼ strony	260x147	13 500
Pasek na dole strony**	176x15	4 000
Pasek z boku strony**	10x287	4 000
Okładka przy wpisie	30x40	1 800
Reklama nad sekcją w spisie treści	55x40	15 000
Dodatkowy kolor	–	3 000
Sztywna strona pełna	–	38 000
Sztywna strona z wykrojnikiem	–	42 000
Logotyp przy wpisie (za logotyp)	54,6x29	1 500
Logotyp z boku strony (za stronę)	60x10 (maks. 287x10)	1 000
Wklejka do wykupionej ½ strony reklamy***	–	+ 5 000
Wklejka do wykupionej ¼ strony reklamy***	–	+ 7 000
Wklejka do wykupionej całej strony reklamowej***	–	+ 3 000
Reklama na okładce – pasek	65x327	40 000
Reklama na grzbiecie	15x110	22 000
Reklama w indeksie ogólnym	90x90	30 000
Reklama w indeksie osobowym	90x90	30 000
Zakładka (z tasiemką)	–	28 000
Banderola	610x80	29 000

*Format po obcięciu – do podanego wymiaru należy dodać po 5 mm spadu z każdej strony.

**Cena za zakup jednego paska. Przy zakupie powyżej trzech pasków rabat 25 proc.

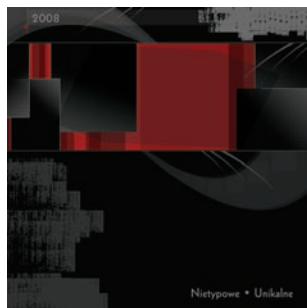
***Ceny obowiązują w przypadku dostarczenia gotowej wklejki przez klienta.

Podane ceny nie zawierają podatku VAT (22 proc.).

Katalogi tematyczne to seria trzech wydawanych w ciągu roku publikacji poświęconych prezentacjom różnych sektorów rynku usług marketingowych. Ich czytelny i elegancki layout pozwala klientowi szybko odnaleźć interesujący go produkt.

Katalogi to wydawnictwa eleganckie, wydawane w formacie 210x210 mm (kwadrat), klejone, na błyszczącym papierze.

W cyklu znajdują się następujące katalogi:



Nietypowe/Unikalne

Katalog prezentuje najbardziej nietypowe i unikalne artykuły promocyjne na rynku. Ułatwia decydom (agencjom reklamowym oraz bezpośrednim marketerom) wybór upominków dla ich klientów i kontrahentów biznesowych. Wspomaga sprzedaż i promocję produktów i usług.

Edycja: marzec.



Skuteczne/Efektowne

Katalog producentów i dystrybutorów materiałów POS i systemów wystawienniczych oraz drukarni i firm z sektora identyfikacji wizualnej, reklamy świetlnej i graficznej, oznakowań środków transportu, opakowań etc. Prezentuje odbiorcom trendy w promocji produktów, inspirowane do tworzenia ciekawych i nietypowych stojaków, standów, ścianek i innych elementów ekspozycyjnych.

Edycja: czerwiec.



Upominki/Prezenty

Katalog prezentujący oferty firm działających w sektorze materiałów promocyjnych, artykułów świątecznych oraz upominków i prezentów.

Ułatwia decydom (agencjom reklamowym oraz bezpośrednim marketerom) wybór materiałów promocyjnych dla ich klientów i kontrahentów biznesowych. Podpowiada i inspirowane do tworzenia interesujących i wyjątkowych prezentów, promocji świątecznych oraz imprez.

Edycja: wrzesień.

Harmonogram wydawniczy „Business Media”

Nr	Data wydania	Zlecenie reklamy	Dostarczenie materiałów
1/09 (50)	07.01.09	15.12.08	22.12.08
2/09 (51)	28.01.09	5.01.09	12.01.09
3/09 (52)	25.02.09	2.02.09	09.02.09
4/09 (53)	25.03.09	2.03.09	09.03.09
5/09 (54)	29.04.09	6.04.09	15.04.09
6/09 (55)	27.05.09	4.05.09	11.05.09
7-8/09 (56)	24.06.09	1.06.09	08.06.09
9/09 (57)	26.08.09	3.08.09	10.08.09
10/09 (58)	30.09.09	7.09.09	14.09.09
11/09 (59)	28.10.09	5.10.09	12.10.09
12/09 (60)	25.11.09	2.11.09	09.11.09

Newsletter „Business Media”

Serwis e-mailowy zawierający najświeższe informacje z branży artykułów reklamowych i promocyjnych, POS-ów i systemów wystawienniczych, eventów i działań ambientowych, oraz szeroko rozumianej branży out-of-home.

Newsletter dociera do działów marketingu i promocji dużych przedsiębiorstw, agencji reklamowych full service oraz BTL, firm eventowych i PR, firm outdoorowych, producentów i dystrybutorów artykułów promocyjnych oraz POS-ów.

Serwis wysyłany jest do subskrybentów raz w tygodniu – we wtorek.

Lp.	Forma reklamy	Wymiary (piksele)	Czas trwania	Cena (zł)
1	I pozycja	728x90	1 wydanie	550
2	II pozycja	468x60	1 wydanie	400
3	III pozycja	468x60	1 wydanie	250
4	Skyscraper	125x400	1 wydanie	650

Podane ceny nie zawierają podatku VAT (22 proc.).



Serwisy internetowe

Pod egidą miesięcznika „Business Media” funkcjonują trzy serwisy internetowe. Każdy z nich skierowany jest do odrębnego sektora rynku.

www.gadżety.biz

Pozwala na składanie zapytań ofertowych przez firmy poszukujące artykułów reklamowych oraz POS-ów. Zapytania rozsyłane są bezpośrednio do zarejestrowanych w bazie platformy dostawców. Ponadto w serwisie znajdują się m.in.: katalog firm, katalog produktów, nowości i promocje oraz informacje z branży.

Serwis skierowany jest głównie do działów marketingu dużych firm, agencji reklamowych oraz małych przedsiębiorstw.

www.drukujemy.biz

Grupę docelową serwisu stanowią firmy poszukujące usług poligraficznych, drukarnie, papiernie, producenci i dystrybutorzy maszyn poligraficznych. Serwis oferuje dostęp do katalogu firm i produktów branży poligraficznej. Ponadto w dziale informacyjnym można znaleźć najświeższe informacje o nowych produktach, usługach oraz wydarzeniach na rynku. Platforma pozwala na składanie zapytań ofertowych firmom poszukującym wszelkiego rodzaju ofert z rynku poligraficznego.

www.eventy.biz

Internetowa platforma imprez firmowych mająca za zadanie budowanie relacji między firmami poszukującymi ofert z branży eventów a firmami eventowymi. W serwisie znajduje się m.in.: katalog firm eventowych, katalog produktów, nowości i promocji oraz branżowe informacje. Na stronie istnieje możliwość złożenia konkretnego zapytania ofertowego, które zostanie umieszczone w serwisie oraz rozesłane według wybranego klucza do zapisanych w bazie dostawców usług eventowych.



Cennik reklam w serwisach

Nr	Forma reklamy	Wymiar (piksele)	Czas trwania	Cena (zł)
1	Billboard	728x90 lub 750x100	miesiąc, rotacyjnie (3)	1 800
1	Expand billboard	728x90 lub 750x100	miesiąc, rotacyjnie (3)	2 200
2	Wide skyscraper	160x600	1 tydzień	500
3	Button	120x60	1 tydzień (w zależności od miejsca)	250-350
4	Top layer	–	1 tydzień, rotacyjnie (3)	1 000
5	Gadżet tygodnia	–	1 tydzień	800
6	Tło strony (np. logo firmy)	–	1 tydzień	1 500
7	Banner śródtekstowy	550x80	1 tydzień	400

Podane ceny nie zawierają podatku VAT (22 proc.).

Parametry techniczne reklam drukowanych

Materiały z reklamą do publikacji przyjmujemy w postaci plików EPS (Photoshop lub Illustrator CS3 lub mniejszy) lub TIFF (spłaszczone warstwy) o rozdzielczości 300 dpi i w trybie CMYK.

Należy pamiętać o zamianie czcionek na „krzywe” i używaniu w EPS zdjęć tylko w trybie CMYK 300 dpi.

Nie przyjmujemy prac zapisanych w plikach programów: Freehand, CorelDRAW, QuarkXPress, chyba że zostaną prawidłowo wyeksportowane do formatów opisanych powyżej.

Stosowanie kolorów Pantone jest możliwe tylko wtedy, gdy zostanie to wcześniej uzgodnione z naszym działem handlowym.

Spady (5 mm z każdej strony) wymagane są tylko w reklamach pełnostronicowych lub reklamach przylegających do krawędzi magazynu; pozostałe reklamy modułowe powinny być przygotowane ściśle do wskazanego wymiaru (bez spadów i paserów).

Zalecane jest przesyłanie wydruków croma lin wykonanych z tego samego pliku, który został przesłany do publikacji. W przeciwnym razie reklamacje dotyczące kolorów nie będą uwzględniane.

Materiały mogą być dostarczone na: CD-ROM-ach lub pocztą elektroniczną na adres e-mailowy: produkcja@media.com.pl, bądź mogą być udostępniane na serwerze FTP (należy podać: adres FTP, login, hasło, ścieżki dostępu oraz dokładną nazwę pliku z reklamą. Reklama może być pobrana przez nas dopiero po przesłaniu tych informacji i potwierdzeniu, że plik znajduje się w całości pod wskazanym adresem. Jakakolwiek podmiana materiałów reklamowych na FTP-ie wymaga przekazania handlowcowi koordynującemu informacji o tym fakcie).

Szczegółowych informacji udzielamy pod numerem telefonu 022 514 65 24.

Parametry techniczne reklam w serwisach internetowych

Materiały do reklamy w serwisach elektronicznych muszą spełniać następujące warunki:

WWW:

- format: JPEG, GIF, GIF animowany, flash (SWF)
- rozmiar: banner mały – maks. 25 kB
- rozmiar: banner duży – maks. 30 kB

E-MAIL:

- format: JPEG, GIF, GIF animowany
- rozmiar: 15 kB

Uwaga! W wypadku kampanii reklamy flashowej WWW konieczne jest przygotowanie wersji nieflashowej (JPEG, GIF) reklamy do umieszczenia w e-mailu.

Zasady ogólne zawierania umów na usługi reklamowe

§ 1 ZAKRES OBOWIĄZYWANIA

Niniejsza umowa określa ogólne warunki zamieszczania reklam w czasopiśmie i serwisach internetowych publikowanych przez VFP Communications Ltd. Sp. z o.o., zwane dalej warunkami, i ma zastosowanie do publikacji reklam w każdym produkcie wydawniczym spółki VFP Communications Ltd., o ile szczegółowe warunki umowy nie stanowią wyrażonej inaczej. Warunki publikacji zawierające oznaczenie miejsca, czasopisma lub serwisu internetowego, ilości i ceny usługi zawiera umowa szczegółowa w zakresie usług reklamowych, zwana dalej umową szczegółową.

§ 2 FORMY ZAWARCIA UMOWY

Umowa w zakresie usług reklamowych, zwana dalej umową szczegółową, powinna być zawarta w formie pisemnej poprzez:

1. podpisanie takiego aktu przez strony;
2. potwierdzenie przyjętego zamówienia przez Wydawcę;
3. potwierdzenie na piśmie przez Reklamodawcę oferty Wydawcy.

§ 3 TREŚĆ UMOWY

1. Podpisując dokumenty określone w par. 1, Reklamodawca oświadcza, iż zapoznał się z niniejszymi warunkami oraz akceptuje je bez zastrzeżeń.

2. Niniejszy dokument stanowi załącznik do umowy szczegółowej.

§ 4 PRZYJĘCIE UMOWY I ZAMIESZCZANIE REKLAM

1. Zamówienia w zakresie zamieszczania reklam w czasopiśmie lub serwisach internetowych wydawanych przez Wydawcę powinny być składane na piśmie i zgodnie z zasadami określonymi w umowie szczegółowej.
2. W przypadku składania zamówienia przez pośrednika (agencja, przedstawiciel, broker) pośrednik taki musi przedstawić dokument uprawniający do wykonywania podobnych czynności przez niego w imieniu Reklamodawcy. Pośrednik ma prawa i obowiązki wynikające z niniejszego dokumentu i z umowy szczegółowej oraz ponosi odpowiedzialność tak jak Reklamodawca.
3. Zamówienia na zamieszczenie reklam powinny być dostarczane Wydawcy zgodnie z terminarzem wydań czasopisma lub serwisu internetowego. Terminarz wydań czasopisma stanowi w każdym przypadku załącznik do umowy szczegółowej.
4. Materiały do publikacji Reklamodawca wyprodukuje na własny koszt i dostarczy w postaci uzgodnionej z Wydawcą i dostosowanej do jego potrzeb technologicznych do siedziby Wydawcy.
5. Materiały dostarczone przez Reklamodawcę będą uznane za przyjęte w dniu ich dostarczenia, jeżeli Wydawca nie złoży oświadczenia o ich nieprzydatności do druku.
6. Do zamówienia Reklamodawca powinien dołączyć informacje zawierające dokładny opis reklamy, obejmujący co najmniej jej rodzaj i typ, wielkość (format), nazwy poszczególnych reklam oraz kopie metryki reklamy jako dzieła w rozumieniu ustawy o prawach autorskich i prawach pokrewnych. Reklamodawca oświadcza, że ponosi wyłączną odpowiedzialność za treści zawarte w przygotowywanych materiałach reklamowych i zobowiązuje się do zapoznajenia roszczeń w przypadku naruszenia dóbr osobistych lub majątkowych w wyniku publikacji oraz z tytułu innych wad prawnych materiałów reklamowych. W szczególności Reklamodawca zobowiązuje się do zaspokojenia roszczeń w przypadku naruszenia przez publikację praw autorskich, praw pokrewnych, prawa do wizerunku oraz innych praw osobistych, praw do znaku towarowego, nazwy firmy oraz wszelkich praw tego rodzaju. W przypadku zgłoszenia przez osobę trzecią roszczeń lub zastrzeżeń do publikacji ww. materiałów Wydawca jest uprawniony do wstrzymania publikacji, jeżeli roszczenie zgłoszono przed ostatecznym terminem rezerwacji. W takim przypadku Reklamodawca zobowiązuje się do bezwzględnego wyjaśnienia sprawy i udokumentowania swych praw.
7. W przypadku wstrzymania publikacji, o którym mowa w pkt 6, Reklamodawca zobowiązuje się do zapłaty za świadczenie usługi, jakby została ona wykonana.
8. Do zamówienia Reklamodawca powinien dołączyć orzeczenia, zezwolenia, zgody właścicieli władz na dopuszczenie przedmiotu reklamy do obrotu na terytorium RP, jeżeli dopuszczenie jest warunkiem obrotu.
9. Do zamówienia Reklamodawca powinien dołączyć zgody, pozwolenia osób fizycznych i osób prawnych oraz innych podmiotów, jeżeli takie zgody bądź pozwolenia są niezbędne w przypadku prawidłowej publikacji materiałów reklamowych.
10. Wydawca może nie przyjąć zamówienia, jeżeli przeszkodzą są jakiegokolwiek problemy związane z zamówieniem lub jego nosnikiem, informacjami lub metryką reklamy, w szczególności jeżeli:
 - zawierają one wady fizyczne uniemożliwiające, utrudniające lub ograniczające publikację reklamy;
 - zostały dostarczone w stanie niekompletnym;
 - treść, forma lub inne właściwości reklamy naruszają przepisy prawa.
11. W przypadku niedostarczenia nowych materiałów w terminach określonych w cenniku Wydawca ma prawo do potraktowania ostatnio złożonego przez Reklamodawcę zamówienia oraz dostarczonych wraz z tym zamówieniem materiałów jako przeznaczonych do publikacji, a w przypadku ich braku – dowolnej reklamy własnej. Niedostarczenie materiałów w terminie zgodnym z harmonogramem wydawni-

czym nie zwalnia Reklamodawcy z obowiązku uiszczenia 100 proc. wartości zamówienia.

§ 5 ZMIANY I UZUPELNIENIA

1. Ewentualna zmiana i/lub uzupełnienie zamówienia może być dokonane przez Reklamodawcę nie później niż w dniu rezerwacji wynikającej z terminarza wydań czasopiśmie.
2. Wydawca może nie przyjąć zmian i/lub uzupełnień zamówienia w przypadku:
 - niedostarczenia ich w terminie ustalonym zgodnie z pkt 1 bądź ustalonym w umowie szczegółowej;
 - dostarczenia ich w stanie niekompletnym;
 - jeżeli przyjęcie zmian bądź uzupełnień naruszałoby wcześniej ustalony plan dyspozycji powierzchni reklamowej lub warunki przyjętych już zamówień.
3. Zmiana za zgodą Wydawcy pojedynczej reklamy na inną pojedynczą reklamę nie jest odstąpieniem od umowy, jeżeli łączna liczba zamieszczonych reklam jest zgodna z umową.
4. Postanowienie pkt 3 ma zastosowanie także w przypadku zmiany terminu publikacji.

§ 6 OSOBY ODPOWIEDZIALNE

1. Za realizację umowy w zakresie usług reklamowych odpowiedzialny jest handlowiec wskazany w jej treści. Wszelka korespondencja dotycząca wykonywania umowy powinna być kierowana do wskazanego handlowca.
2. W przypadku niemożności wykonywania obowiązków przez handlowca spowodowanej jego nieobecnością Wydawca powierza na czas jego nieobecności koordynowanie realizacji umowy szczegółowej innym osobom, o czym Reklamodawca zostanie niezwłocznie powiadomiony.

§ 7 ZAMIESZCZANIE REKLAM

1. Reklamy są zamieszczane w czasopiśmie lub serwisach internetowych Wydawcy zgodnie z warunkami ustalonymi w umowie szczegółowej wyłącznie w zakresie możliwości technicznych i technologicznych Wydawcy, z uwzględnieniem formatu i standardu według stanu na dzień publikacji, na co Reklamodawca wyraża zgodę.
2. Reklamy są publikowane przez Wydawcę wyłącznie po zapłaconiu przez Reklamodawcę wynagrodzenia należnego Wydawcy, chyba że umowa szczegółowa lub zamówienie stanowią inaczej.
3. Wydawcy przysługują prawo wstrzymania w części lub całości publikacji reklamy z następujących przyczyn:
 - technicznych, technologicznych;
 - wniesienia przez osoby trzecie roszczeń dotyczących reklamy lub jej publikacji w zakresie objętym umową;
 - opóźnienia zapłaty wynagrodzenia za publikację jakiegokolwiek reklamy Reklamodawcy w terminie określonym we właściwym dokumencie (zamówienie, umowa, faktura);
 - wystąpienia siły wyższej.
4. W przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania umowy z przyczyn leżących po stronie Wydawcy Wydawca zobowiązany będzie do ponownej publikacji reklamy w terminie uzgodnionym z Reklamodawcą, co stanowi górną granicę odpowiedzialności Wydawcy w stosunku do Reklamodawcy.
5. W przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania umowy z przyczyn leżących po stronie Reklamodawcy jest on zobowiązany do zapłaty wynagrodzenia za zamieszczenie reklamy, tak jak by umowa została wykonana.

§ 8 CENA PUBLIKACJI REKLAM

1. Wartość świadczeń za publikację reklam i inne szczególne usługi w zakresie reklamy określa umowa szczegółowa w zakresie usług reklamowych.
2. Reklamy są publikowane w czasopiśmie lub serwisach internetowych Wydawcy według cennika obowiązującego w terminie publikacji reklamy, chyba że umowa szczegółowa stanowi inaczej.
3. Ceny zawarte w cenniku obejmują wynagrodzenie za odpłatne zamieszczenie reklamy na łamach czasopisma lub serwisu internetowego, jej publikację oraz szczególne usługi w zakresie reklamy, o których mowa w umowie szczegółowej.
4. Ceny nie zawierają podatku od towarów i usług.

§ 9 WARUNKI PŁATNOŚCI

1. Cena ustalona w umowie szczegółowej jest płatna w ciągu 14 dni od daty otrzymania faktury przez Reklamodawcę. Faktury wystawiane będą przez Wydawcę za usługi przed wykonaniem świadczenia lub po publikacji każdej z zamieszczanych reklam. Szczegółowe warunki płatności określa umowa szczegółowa.
2. Jako zarejestrowany płatnik podatku VAT Reklamodawca upoważnia Wydawcę do wystawiania faktur VAT bez jego podpisu.
3. W przypadku opóźnienia w uiszczeniu wynagrodzenia Reklamodawca jest zobowiązany do zapłaty na rzecz Wydawcy ustawowych odsetek za każdy dzień zwłoki, a jeżeli opóźnienie przekroczy 30 dni – odsetek umownych w podwójnej wysokości odsetek ustawowych.

§ 10 REKLAMACJE

Wszelkie reklamacje z tytułu wykonania umowy szczegółowej muszą być przedstawiane Wydawcy na piśmie wraz z trzema egzemplarzami dowodowymi w ciągu 7 dni od daty ukazania się reklamy. Reklamacji nie podlegają reklamy, których projekty dostarczono bez wyciągu barwnego.

Reklamacje złożone po terminie nie będą rozpatrywane. Wydawca zobowiązany będzie rozpatrzyć reklamację w ciągu 7 dni od jej złożenia, a o jej rezultacie powiadomić Reklamodawcę na piśmie.

§ 11 SIŁA WYŻSZA

Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy w przypadku działania siły wyższej. Przez siłę wyższą rozumie się wszystkie zdarzenia i okoliczności oraz ich skutki niezależne od woli stron, niedające się przewidzieć w chwili zawarcia umowy, które zaszyły po zawarciu umowy, powodując jej niewykonanie albo nienależyte wykonanie w części lub całości.

§ 12 ODSTĄPIENIE OD UMOWY

1. Odstąpienie Reklamodawcy od złożonego zamówienia lub zlecenia reklamowego w terminie 15 dni i krótszym przed terminem publikacji uprawnia Wydawcę do obciążenia Reklamodawcę równowartością 100 proc. uzdunionej wartości zamówienia. W przypadku odstąpienia od zlecenia w terminie 21/16 dni przed terminem publikacji zleceniodawca ponosi koszty w wysokości 30/50 proc. wartości zamówienia.
2. Odstąpienie od złożonego zamówienia przed ustalonym ostatecznym terminem rezerwacji nie powoduje obowiązku zapłaty kary, chyba że Wydawca poniosł koszty związane z wykonaniem zamówienia z przyczyn leżących po stronie Reklamodawcy. Reklamodawca jest wówczas zobowiązany do zapłaty kwoty w wysokości poniesionych przez Wydawcę kosztów oraz do uzgodnienia z nim nowego terminu publikacji reklamy. Niezależnie od powyższych postanowień w przypadku odstąpienia od umowy szczegółowej przez Reklamodawcę w trakcie jej realizacji będzie on zobowiązany do zapłaty na rzecz Wydawcy kwoty stanowiącej równowartość różnicy pomiędzy wynagrodzeniem wynikającym z cennika publikacji reklam obowiązującym u Wydawcy w dniu powstania takiego roszczenia a wynagrodzeniem określonym w umowie szczegółowej, uwzględniającym uzyskane przez Reklamodawcę rabaty z tytułu wartości umowy szczegółowej i/lub liczby publikowanych reklam. Należne z tego tytułu Wydawcy dodatkowe wynagrodzenie zostanie powiększone o odsetki ustawowe za każdy dzień, licząc od dnia wniesienia wpłat za publikację reklam przez Reklamodawcę lub terminu wymagalności takiej płatności. W przypadku niedotrzymania innych warunków uzyskania rabatów, na przykład z tytułu deklaracji dokonania przedpłaty, Reklamodawca będzie również zobowiązany do zapłaty wynagrodzenia w wysokości wynikającej z cennika, tak jak jest to określone powyżej.

Powysze postanowienia nie wyłączają warunków odstąpienia od umowy określonych umową szczegółową.

§ 13 OGRANICZENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI

1. Reklamodawca ponosi ryzyko legalności i uczciwości, w szczególności w zakresie wykróceń przeciwko przepisom o nieuczciwej konkurencji, praktykach monopolistycznych, prawa autorskiego i praw pokrewnych, znakach towarowych, wzorach zdobniczych, prawa wynalazczego.
2. Na swój koszt Reklamodawca w przypadku wystąpienia roszczeń osób trzecich niezwłocznie przystąpi na wezwanie Wydawcy bądź innego odpowiedniego organu do postępowania sądowego, pozasądowego – mediacyjnego, arbitrażowego, concylnacyjnego, polubownego – oraz prowadzić będzie wszelkie negocjacje, a tym samym Wydawca wyraża zgodę i przynajmniej Reklamodawca prawo do podejmowania decyzji co do sposobu postępowania, decyzji wpływających na jego wynik oraz prowadzenia negocjacji. Jednocześnie w trakcie takiego postępowania Reklamodawca ma obowiązek szanowania i ochrony praw Wydawcy, uzgadniając z nim swe działania bądź zamierzenia w tym zakresie.

§ 14 ROZSTRZYGANIE SPORÓW

Wszelkie spory wynikające z umów, do których mają zastosowanie niniejsze warunki lub w związku z nimi, będą rozstrzygane przed sądem powszechnym właściwym rzeczowo i miejscowo dla siedziby Wydawcy. W przypadku zaistnienia jakiegokolwiek sporu wynikającego z treści umowy zawartej pomiędzy Wydawcą a Reklamodawcą będącym osobą fizyczną, osobą prawną bądź jednostką organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, którego miejsce zamieszkania albo miejsce siedziby znajduje się poza terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, sądem właściwym rzeczowo i miejscowo do rozstrzygnięcia ewentualnych sporów jest sąd polski.



VFP Communications Ltd. Sp. z o.o.
ul. Wał Miedzeszytzki 63, 03-994 Warszawa
tel.: 022 514 65 00, faks: 022 740 50 55