

# OGÓLNE WARUNKI WSPÓŁPRACY

1. Usługi reklamowe świadczone są na podstawie poprawnego pisemnego zamówienia, zawierającego wszystkie niezbędne dane, na podstawie cen podanych w aktualnym cenniku reklam.
2. Za zamówienie uznaje się potwierdzone wycenienia, zamówienie lub dowolny inny dokument, zastępujący standardowe wycenienia lub zamówienie wydawcy (własny formularz klienta).
3. Wydawca wystawi dokument o przyjęciu zamówienia w formie pisemnej lub potwierdzi przyjęcie zamówienia w inny sposób (tel., fax, e-mail itp.)
4. Podpisując zamówienie klient oświadcza, że zapoznał się w całości z ogólnymi warunkami umowy wydawnictwa AMCONEX, rozumie je i akceptuje.
5. Za terminowe i poprawne dostarczenie materiałów do reklamy odpowiada klient, przy czym zobowiązuje się dostarczyć materiały na czas zgodnie z harmonogramem tworzenia poszczególnych czasopism, nie później niż w dniu zamknięcia, podanym na zamówieniu potwierdzonym przez wydawcę.
6. Klient zobowiązuje się dostarczyć materiały w odpowiedniej jakości, aby można było wykonać wysokojakościowy druk zgodnie ze specyfikacjami technicznymi wydawnictwa AMCONEX.
7. Jeśli klient nie jest w stanie dostarczyć materiałów do zamówionej przez niego reklamy lub nie reaguje na wezwanie do ich dostarczenia, wydawca ma prawo postępować w myśl artykułu 19. warunków umowy i naliczyć klientowi 100% opłaty storno.  
W szczególnych wypadkach (wielokrotne reklamy lub współpraca długoterminowa) wydawca ma prawo wykorzystać wizualizację z poprzedniej reklamy danego klienta.
8. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treści zawarte w reklamach i nie ma obowiązku sprawdzać, czy nie naruszają one praw osób trzecich. Wydawca ma prawo odmówić publikacji reklamy, jeśli jej treść lub interpretacja jest sprzeczna z zasadami etycznymi lub interesem wydawcy, lub jeśli jest niezgodna z obowiązującym prawem.
9. Klient ponosi odpowiedzialność za treść i dopuszczalność prawną tekstowych i graficznych projektów reklam.
10. Materiały do reklam są zwracane klientom tylko na żądanie. W dziale tworzenia reklam przechowuje się je dwa miesiące po publikacji, chyba że ustalono inaczej.
11. W przypadku tworzenia reklamy w studiu graficznym wydawcy, klient ma prawo do maksymalnie dwóch poprawek reklamy. Jeśli w ciągu 48 godzin klient nie odniesie się do wprowadzonych zmian, zakłada się, że je akceptuje.
12. Odbitki stworzonej reklamy będą udostępniane klientowi tylko na jego wyraźne życzenie, na podstawie pisemnego wniosku.
13. Jeśli nie ustalono dokładnego dnia publikacji i pozycji reklamy, zostanie ona opublikowana w najbliższym możliwym terminie i umieszczona według uznania wydawcy.
14. Wydawca zastrzega sobie prawo do nieprzyjęcia zamówienia na reklamę od klienta, który zalega z płatnością za wcześniej opublikowaną reklamę, ewent. wydawca ma prawo wstrzymać realizację zamówienia do dnia zapłaty całej zaległej kwoty.  
Z tego środka wydawca może skorzystać również podczas długoterminowej kampanii reklamowej, jeśli klient na bieżąco nie wypełnia swoich zobowiązań.
15. Wydawca gwarantuje standardową jakość druku reklamy, ograniczoną jakością dostarczonych materiałów, a także zastosowaną technologią druku i materiałami.
16. W przypadku wydruku całości lub części reklamy w sposób nieczytelny, nieprawidłowy lub niepełny klient ma prawo do zniżki lub poprawnej reklamy zastępczej, jednak tylko w zakresie, w jakim reklama została ograniczona, pod warunkiem, że częścią przekazanych materiałów był także kolorowy znormalizowany projekt reklamy.
17. Jeśli podczas druku w materiałach stwierdzą się braki, które nie były widoczne przy przyjmowaniu zamówienia, klient nie ma prawa do reklamacji takiej reklamy. Jeśli w takim przypadku po stronie drukarni lub wykonawcy reklamy (np. wpisy, wklejki itp.) wystąpią dodatkowe koszty, zostaną one refakturowane w pełnej wysokości klientowi.
18. Reklamy, które stylistycznie nie przypominają reklam i mogłyby zostać uznane za tekst redakcyjny, zostaną oznaczone jako „Reklama” lub „Prezentacja handlowa”.
19. W przypadku anulowania zamówienia reklamy pomiędzy 20. a 10. dniem roboczym przed zamknięciem reklam konkretnego numeru klientowi zostanie doliczona opłata storno w wysokości 50% całkowitej ceny reklamy po zniżkach dla danego numeru. Po tym terminie reklamy nie można stornować, tzn. w przypadku niedostarczenia materiałów przez reklamodawcę zostanie naliczona 100% opłata storno całkowitej ceny reklamy po zniżkach dla danego numeru.
20. W przypadku anulowania zamówienia ilościowego, w które będzie wliczona zniżka ilościowa, klientowi zostanie doliczona odpowiednia część zniżki dla reklamy, która została już zrealizowana.  
Bonus (bezpłatnych powierzchni) podany w zamówieniu reklamy jest bezpłatny i dlatego nie jest dla wydawcy wiążący, jest to forma bezpłatnego wynagrodzenia za zamówienie reklamy, w szczególności za terminową realizację płatności. Jest to więc dodatkowa bezpłatna reklama. W przypadku nieterminowych płatności ze strony klienta za zrealizowane już reklamy zgodnie z podpisanym zamówieniem, wydawca ma prawo wstrzymać lub anulować realizację bonusów (bezpłatnych powierzchni) podanych w zamówieniu, aż do czasu zapłaty wszystkich aktualnych zobowiązań. Wydawca ma prawo anulować realizację bonusów w przypadku niedotrzymania warunków płatności i ogólnych warunków handlowych, jeśli miałyby to wpływ na prawo do roszczeń wydawcy za zrealizowane reklamy zgodnie z ustaleniami zamówienia.
21. W przypadku, gdy klient zalega z płatnościami za usługi świadczone przez wydawcę, wydawca ma prawo naliczać mu odsetki za zwłokę w wysokości 0,08% za każdy dzień zwłoki w płatności za zrealizowaną reklamę, z fakturowanej kwoty bez VAT od dnia płatności faktury.
22. Wszelkie spory o roszczenia, które bezpośrednio lub pośrednio wynikły z zamówienia lub w związku z zamówieniem, będą rozstrzygane przez Sąd Powszechny właściwy miejscowo dla siedziby AMCONEX Sp. z o.o.
23. Ceny w cennikach, obliczeniach i zamówieniach podane są bez VAT.
24. Jeśli w zamówieniu nie podano inaczej, faktury będą wystawiane po poszczególnych numerach, z terminem płatności 14 dni od dnia wydania reklamy.
25. Wydawca zastrzega sobie prawo do określenia indywidualnych warunków handlowych i warunków płatności, wraz z cenami reklam specjalistycznych.