

Zasady sprzedaży reklam i ogłoszeń do Nowej Trybuny Opolskiej

POSTANOWIENIA OGÓLNE

1. Ilekroć w niniejszych Zasadach Ogólnych stosuje się poniższe określenia i definicje, należy je rozumieć jak następuje:
- Zasady Ogólne** – ogólne zasady zamieszczania ogłoszeń i reklam w nto
- Wydawca** – Pro Media Sp. z o.o. z siedzibą w Opolu przy ul. Powstańców Śląskich 9
- Zleceniodawca** – osoba fizyczna, osoba prawna lub inna jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej zamawiająca zamieszczenie w nto ogłoszenia lub reklamy
- NTO** – wydawany przez Wydawcę dziennik pod nazwą „Nowa Trybuna Opolska”, w tym wszystkie jego stałe, okazjonalne i specjalne dodatki branżowe i tematyczne wraz ze wszystkimi stronami lokalnymi ukazującymi się w jego wydaniach oraz nto on–line
- Dział Reklamy** – jednostka organizacyjna Wydawcy zajmująca się obsługą przyjmowania zleceń od Zleceniodawców na zamieszczanie w nto ogłoszeń lub reklam
- Ogłoszenie** – ogłoszenie drobne lub wymiarowe, płatne za określoną w cennikach lub ofertach Wydawcy jednostkę
- Reklama** – materiał reklamowy w formie ogłoszenia wymiarowego lub innej, płatne za określoną w cennikach lub ofertach Wydawcy jednostkę
- Dzień roboczy** – każdy dzień tygodnia, z wyłączeniem sobót, niedziel i dni ustawowo wolnych od pracy
- Dzień wydawniczy** – określone przez Wydawcę dni, w których wydawana jest nto
- Zamieszczanie ogłoszeń lub reklam w nto dokonywane jest w oparciu o niniejsze zasady oraz obowiązujące przepisy prawa.
 - Zamawiający jest wyłącznie odpowiedzialny za zapewnienie, że przysługują mu prawa na dobrach niematerialnych (autorskie, pokrewne, wynalazcze, na znakach towarowych lub wzorach zdobniczych, z tytułu tajemnicy przedsiębiorstwa lub inne) do posługiwania się użytymi w zleczeniu do publikacji ogłoszeniach lub reklamach – informacjami, danymi, utworami lub ich fragmentami, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej.
 - Każde złożenie zamówienia ogłoszenia lub reklamy jest równoznaczne z oświadczeniem Zamawiającego, że powyższy obowiązek jest spełniony i zamawiane ogłoszenie lub reklama nie jest sprzeczne z prawem lub zasadami współżycia społecznego (dobrymi obyczajami) oraz nie narusza warunków zawartych w niniejszych zasadach.
 - Wydawca i redaktor nto nie ponoszą odpowiedzialności za treść zamieszczanych ogłoszeń ani za skutki prawne zawieranych transakcji. Zleceniodawca zobowiązany jest do naprawienia wszelkich szkód powstałych po stronie Wydawcy w związku z treścią lub formą zamieszczonego ogłoszenia, w tym i do poniesienia niezbędnych kosztów postępowań spornych, wpisów sądowych, kosztów zastępstwa procesowego i innych uzasadnionych wydatków Wydawcy poniesionych w związku z roszczeniami osób trzecich. Dotyczy to także sytuacji, gdy stroną postępowania będzie redaktor naczelny nto lub inny redaktor bądź pracownik gazety.
 - Wszystkie ogłoszenia opublikowane w nto mogą być zamieszczane na stronach internetowych Wydawcy lub firm z nim współpracujących.
 - Wydawca zastrzega sobie prawo publikacji, wymiany, sprzedaży ogłoszeń lub reklam zamieszczanych w nto innym podmiotom.
 - Wydawca zastrzega sobie prawo odmowy przyjęcia lub odmowy dalszej publikacji albo wstrzymania dalszej publikacji ogłoszenia lub reklamy na wcześniej uzgodnionych warunkach, z następujących przyczyn:
 - naruszenia dóbr osobistych osób lub podmiotów gospodarczych,
 - niezgodności z obowiązującym prawem, przyjętymi zasadami współżycia społecznego, religijnego lub dobrymi obyczajami,
 - niezgodności z linią programową gazety bądź charakterem publikacji,
 - brakiem zapłaty lub opóźnieniem terminu zapłaty części lub całości wynagrodzenia za zamieszczane ogłoszenia lub reklamy,
 - siły wyższej.
 - Wydawca ma prawo odmówić przyjęcia ogłoszenia lub reklamy bez podania przyczyny, bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu.
 - Zasady przyjmowania ogłoszeń do rubryki „Towarzystwie” reguluje załącznik nr 1.
 - Wydawca zastrzega sobie prawo do korekty treści ogłoszeń i reklam zgod-

nie z normami języka polskiego.

12. Wszystkie publikowane ogłoszenia i reklamy muszą być wykonane i oznaczone w sposób nie budzący wątpliwości, iż nie stanowią one materiału redakcyjnego.
13. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności wobec Zleceniodawcy za niezrealizowanie zamówienia z powodu przerw lub zaprzestania pracy drukarni lub kolporterów, zaprzestania wydawania nto w całości lub w części, jak i innych zdarzeń niezależnych od woli Wydawcy. Po powzięciu przez Wydawcę informacji o wystąpieniu lub możliwości wystąpienia takiego zdarzenia poinformuje on niezwłocznie o tym fakcie Zleceniodawcę.

ZLECENIA

1. Przyjmowaniem zleceń na emisję ogłoszeń i reklam oraz ich obsługą zajmuje się Dział Reklamy i upoważnione przez biuro firmy lub agencję. Wykaz upoważnionych podmiotów do przyjmowania zleceń znajduje się w Dziale Reklamy.
2. Publikacja ogłoszenia lub reklamy jest dokonywana na podstawie zlecenia, które Zleceniodawca dostarcza Wydawcy w terminach określonych w cennikach lub ofertach Działu Reklamy.
3. Zlecenie musi zawierać w swej treści następujące elementy:
 - dane dotyczące Zleceniodawcy (w przypadku osób fizycznych – imię i nazwisko oraz adres zamieszkania; w przypadku innych podmiotów – nazwa, siedziba i adres, pod którym prowadzi działalność, telefony kontaktowe),
 - wielkość i format zamawianych ogłoszeń i reklam,
 - miejsce publikacji ogłoszenia lub reklamy (np. strony ogłoszeniowe, redakcyjne, dodatki tematyczne),
 - proponowane daty emisji,
 - określenie formy i terminu płatności,
 - wartość zlecenia netto po dopłatach i rabatach,
 - numer NIP (nieobowiązkowy dla osób fizycznych, nieprowadzących działalności gospodarczej),
 - pieczęć firmową oraz pieczęć imienną i własnoręczny podpis osoby upoważnionej do występowania w imieniu Zleceniodawcy.
4. W celu złożenia zlecenia Zleceniodawca wypełnia czytelnie gotowy druk zlecenia dostępny w Dziale Reklamy. Zleceniodawca może również przygotować zlecenie we własnym zakresie, pod warunkiem, iż będzie ono zawierać w swej treści wszystkie informacje, o których mowa w pkt. 3.
5. Integralną częścią zlecenia jest tekst ogłoszenia lub reklamy.
6. Zlecenia drukowane są w terminach uzgodnionych między Zleceniodawcą a Działem Reklamy. W przypadku braku w zleceniu oczekiwanego terminu emisji reklamy, Dział Reklamy zastrzega sobie prawo do określenia takiego terminu bez uzgodnienia ze Zleceniodawcą. Druk ogłoszenia nastąpi jednak nie później niż do 3 dni roboczych od dnia otrzymania zlecenia.
7. Dział Reklamy zastrzega sobie prawo:
 - do limitowania powierzchni ogłoszeniowej na dowolny dzień wydawniczy,
 - odmowy przyjęcia ogłoszeń na poszczególne strony lub dni, jeśli w dniu, który życzy sobie Zleceniodawca, limit ogłoszeń został już wyczerpany.
8. Nietrzymanie terminu dostarczenia zlecenia lub materiałów z nim związanych oraz wszelkie inne uchybienia formalne lub braki w zleceniu, szczególnie wynikające z zapisów punktu 3, zwalniają Wydawcę z obowiązku jego realizacji oraz ewentualnej odpowiedzialności, jaka mogłaby powstać z tego tytułu.
9. Rezygnacja z zamówionego ogłoszenia musi być dokonana wyłącznie w formie pisemnej i dostarczona do Działu Reklamy lub przedstawiciela handlowego Wydawcy. Za rezygnację w terminie krótszym niż dwa dni robocze przed dniem zakończenia przyjmowania zleceń pobierana jest określona w cennikach opłata.
10. Zleceniodawca może dokonać w formie pisemnej wcześniejszej rezerwacji terminów i powierzchni na planowane ogłoszenia i reklamy. Zleceniodawca zobowiązany jest w terminie do 7 dni roboczych przed planowaną datą druku potwierdzić rezerwację poprzez złożenie pisemnego zlecenia dotyczącego publikacji ogłoszeń i reklam objętych tą rezerwacją.
11. Niepotwierdzenie rezerwacji w drodze złożenia pisemnego zamówienia w terminach określonych w punkcie 10 powoduje automatyczne anulowanie rezerwacji.
12. Zleceniodawca wyraża zgodę na otrzymywanie informacji handlowych związanych z Wydawcą za pośrednictwem wszystkich środków komunikacji tradycyjnej i elektronicznej. Zezwolenie może być przez Zleceniodawcę odwołane w każdym czasie.

TYPY

1. Typy świadczonych usług reklamowych określone są w cennikach lub ofertach Działu Reklamy.
2. Ogłoszenie drobne może liczyć maksymalnie 8 linii tekstu. Dział Reklamy może określić w swoich ofertach promocyjnych inną liczbę przyjmowanych linii tekstu w jednym ogłoszeniu.
3. Dział Reklamy realizuje odpłatnie usługę zbierania ofert. Oferty kierowane do Działu Reklamy na ogłoszenia Zleceniodawców zamieszczone w nto przechowywane są przez 14 dni, licząc od dnia ostatniej publikacji ogłoszenia ze zlecenia. Oferty wydawane są wyłącznie na podstawie oryginału faktury VAT.
4. Wybrane typy ogłoszeń mogą zawierać elementy obowiązkowe, bez których ogłoszenie nie będzie przyjęte do emisji. Wykaz takich elementów określony jest w cennikach lub ofertach Działu Reklamy.

REKLAMACJE

1. Reklamacje do emisji ogłoszeń przyjmowane są wyłącznie pisemnie w terminie 3 dni roboczych od daty publikacji ogłoszenia. Inny termin rozpatrywania reklamacji może być określony tylko w drodze pisemnej umowy. Reklamacje złożone po terminie nie będą rozpatrywane. Reklamacje należy przysyłać na adres Działu Reklamy.
2. W reklamacji należy podać dokładny opis tego, co jest kwestionowane, numer ogłoszenia i datę, kiedy reklamowane ogłoszenie lub reklama zostały opublikowane. Do reklamacji należy dołączyć – w przypadku ogłoszeń lub reklam prasowych – egzemplarz gazety z kwestionowanym ogłoszeniem lub reklamą.
3. Dział Reklamy rozpatrzy reklamację w ciągu 7 dni roboczych od dnia jej przyjęcia.
4. W przypadku uznania reklamacji Wydawca na swój koszt powtarza poprawione ogłoszenie w najbliższym tego samego typu wydaniu. Jeśli Zleceniodawca nie chce powtórki ogłoszenia, Wydawca dokonuje po korekcie zwrotu, części lub całości płatności. Wydawca i Zleceniodawca mogą w drodze porozumienia określić inną formę rekompensaty z tytułu reklamacji.

INNE POSTANOWIENIA

1. Niniejsze Zasady Ogólne wchodzi w życie z dniem 26 maja 2008 roku i mają zastosowanie do umów zawartych przed tą datą, o ile obejmują one okres współpracy po 26 maja 2008 roku.
2. W przypadku konieczności dokonania interpretacji Zasad Ogólnych decyzję podejmuje Wydawca.
3. Zasady Ogólne są dostępne w siedzibie Działu Reklamy w Opolu oraz na stronie internetowej www.nto.pl.
4. Wydawca ma prawo do wprowadzania zmian Zasad Ogólnych. Zmiany wchodzi w życie w dniu ich opublikowania na stronie internetowej www.nto.pl. Zmiany dotyczą wszystkich ogłoszeń składanych od dnia ogłoszenia zmian.
5. W sprawach nieuregulowanych zastosowanie mają odpowiednie przepisy kodeksu cywilnego i prawa prasowego.
6. Wydawca zastrzega sobie prawo wydawania innych zasad lub regulaminów dotyczących szczególnych form korzystania z usług reklamowych świadczonych przez Wydawcę.

ZASADY PRYJMOWANIA OGŁOSZEŃ DROBNYCH DO RUBRYKI „TOWARZYSKIE”

1. Ogłoszenia towarzyskie (oferty i agencje towarzyskie, ogłoszenia dotyczące pracy sugerujące charakter towarzyski) publikowane są tylko i wyłącznie w rubryce „TOWARZYSKIE”.
2. W rubryce „TOWARZYSKIE” drukowane są ogłoszenia drobne i modułowe. Ogłoszenia modułowe mogą mieć szerokość tylko jednego tamu (38 mm x 38mm).
3. Zlecającym może być agencja towarzyska legitymująca się zezwoleniem na ten rodzaj działalności gospodarczej lub osoba fizyczna zlecająca ogłoszenie we własnym imieniu po okazaniu dokumentu potwierdzającego tożsamość.
4. Ogłoszenia do rubryki „TOWARZYSKIE” nie mogą zawierać podtekstów erotycznych.
5. Treść ogłoszeń towarzyskich powinna ograniczać się do: nr. telefonu, imienia lub w przypadku agencji – nazwy, pod jaką agencja została zarejestrowana, nazwy miasta, dzielnicy.
6. Ogłoszenia do rubryki „PRACA” nasuwające przypuszczenie, że dotyczą ofert pracy agencji towarzyskich, przyjmowane są na podstawie wpisu do działalności gospodarczej. Jeżeli w zakresie działalności wymienione są usługi towarzyskie, ogłoszenie to winno znaleźć się w rubryce „TOWARZYSKIE”.

7. Ogłoszenia dotyczące ofert pracy nie powinny się ograniczać do sformułowania typu: „zatrudnię panie...”, „atrakcyjna szuka pracy...”, „opiekunka szuka pracy.” itp. Niesprecyzowanie stanowiska i wymaganych kwalifikacji nasuwa przypuszczenie, że ogłoszenie ma charakter towarzyski. W takim przypadku Wydawca zamieści ofertę w rubryce „TOWARZYSKIE”. Ponadto Wydawca ma prawo odmówić przyjęcia ogłoszenia.
8. Treści typu:
 - Nocny klub zaprasza (nazwa, adres, telefon)
 - Masaże
 - Klub towarzyski ...
 - Tancerki tel.zostaną opublikowane wyłącznie w rubryce „TOWARZYSKIE”.

DANE TECHNICZNE

PRZYGOTOWANIE MATERIAŁÓW

1. **Wydawca przyjmuje materiały reklamowe do publikacji w następujących formatach:** CDR (Corel do wersji 15 – fonty zamienione na krzywe), PDF-drukarski, TIFF, JPG lub EPS (Encapsulated PostScript). **Wydawca nie przyjmuje reklam** wykonanych w programach: Word, QuarkXpress, PowerPoint, Excel, Page Meaker, itp.
3. **Materiały przyjmowane są z wydrukiem lub proofem.**
4. **Materiały przygotowane do druku czarno-białego** muszą zawierać wyłącznie elementy przygotowane w skali szarości.
5. **Materiały do druku barwnego** nie mogą zawierać innych kolorów niż paleta CMYK. Kolor czarny musi mieć opcję nadruku.
6. **Minimalny stopień pisma** jednoelementowego - 8 pkt., pisma dwuelementowego - 10 pkt.
7. **Minimalna grubość lini** - 0,376 mm
8. **Należy unikać drukowania tekstów** w więcej niż w 2 kolorach, a do druku tekstów złożonych z więcej niż 1 koloru, należy używać fontów typu bold.
9. **Wielkość materiału** musi dokładnie odpowiadać wymiarom wybranego modułu.

Liniatura rastra stosowana w „Nowej Trybunie Opolskiej” wynosi od 85 do 100 lpi (linii na cal). Rozdzielczość zdjęć i rysunków półtonowych dołączonych do materiału powinna mieć 300 dpi.

Reklamy niebiesko-czarne muszą się składać z kolorów: black od 15 do 100% i cyjanu od 15 do 100%, bitmapy (CMYK) muszą zawierać tylko kanały black i cyjan Y-0% i M-0%.

PRZYGOTOWANIE BITMAP

rozdzielczość - 300 dpi
przebieg koloru - CMYK
typ separacji - UCR
black limit - 90 %
nafarbiecie - 240%
przyrost punkty rastrowego - +30%

PRZESYLANIE MATERIAŁÓW

1. Materiały można przekazywać na adres e-mail: ogloszenia@nto.pl.
2. **ftp.nto.pl**
login - bo
hasło - b1u0g@\$@N123

Każda wysłana reklama musi być potwierdzona przesłaniem Wydawcy wydruku materiału.

Gotową reklamę należy przysłać najpóźniej na 2 dni robocze przed emisją do godz. 12.00.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA DRUK MATERIAŁÓW

1. W przypadku nie przestrzegania podanych wyżej zasad Wydawca nie odpowiada za terminowość i jakość zamieszczonej pracy.
2. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za błędy w gotowych materiałach. Dostarczone materiały powinny odpowiadać ogólnie przyjętym zasadom ortograficznym, stylistycznym i gramatycznym.