

**Regulamin korzystania z usług firmy
HEKATE Radosław Niewiadomski „CENTRUM REKLAMOWE”**

I. Warunki ogólne.

1. Niniejszy regulamin określa warunki korzystania z usług Centrum Reklamowego HEKATE Radosław Niewiadomski „CENTRUM REKLAMOWE” NIP 777-290-78-50 z siedzibą przy ulicy Rynkowej 75C, 62-081 Przeźmierowo – zwana w dalszym regulaminie „Agencją Reklamową”.
2. Korzystanie z usług Agencji Reklamowej oznacza pełną akceptację ustaleń w formularzu umowy, bądź umowie i akceptację regulaminu i zasad w nim zawartych oraz akceptację zasad ustawy o ochronie i przetwarzaniu danych osobowych.
3. Składając zamówienie Zamawiający wyraża zgodę na umieszczenie swoich danych osobowych w bazie Centrum Reklamowego na ich przetwarzanie dla celów realizacji zamówienia. Zamawiającemu przysługuje uprawnienie, do żądania zmiany, aktualizacji, bądź usunięcia danych.
4. Niniejszy regulamin znajduje się w siedzibie firmy oraz jest dostępny na stronie internetowej www.centrumreklamowe.com.pl
5. Korzystając z usług Agencji Reklamowej Zamawiający wyraża zgodę na zawarcie umowy drogą elektroniczną, adres poczty e-mail Agencji Reklamowej to biuro@centrumreklamowe.com.pl, centrum@centrumreklamowe.com.pl.
6. Zamawiającemu przysługuje prawo do rezygnacji z usług świadczonych przez Agencję Reklamową z zastrzeżeniami poczynionymi w ustaleniach szczegółowych stron, wraz z rozliczeniem kosztów poniesionych przez Agencję Reklamową.
7. Rezygnacja z zakupu produktu bądź z wykonania usług przez Agencję Reklamową powinna być złożona przez Zamawiającego w formie pisemnej.
8. W przypadku rezygnacji Zamawiającego z wykonania usługi bądź produktu przed rozpoczęciem prac przez Agencję Reklamową zwracana jest pełna wpłacona kwota a/conto.
9. W przypadku rezygnacji z wykonania usługi bądź produktu w trakcie realizacji, kwota ewentualnego zwrotu jest ustalana indywidualnie w zależności od nakładu pracy i materiałów wniesionych przez Agencję Reklamową.
10. Przedpłata faktury (proforma) uregulowana na konto bankowe lub wpłacona do kasy Agencji Reklamowej uruchamia realizację prac, bez wniesienia ustalonej obopólnie przedpłaty na poczet zlecenia zamówione prace nie są realizowane do czasu uiszczenia kwoty. Agencja Reklamowa nie ponosi odpowiedzialności za opóźnienia w pracach związane z uiszczeniem wpłaty po ustalonym terminie.

II. Warunki korzystania z usług Agencji Reklamowej.

1. Zamówienie złożone przez Zamawiającego musi mieć formę: podpisanego formularza zamówienia, e-maila wyrażającego wolę zamówienia danej usługi, e-maila akceptującego projekt zamówiony wcześniej drogą ustną, bądź pisemnej umowy.
2. Zamawiający zobowiązany jest do udostępnienia Agencji Reklamowej swoich danych umożliwiających prawidłowe wystawienie faktury.
3. W ustalonym w umowie terminie, Zamawiający zobowiązany jest przesłać Agencji Reklamowej wszystkie potrzebne materiały, teksty, grafiki lub zdjęcia, które pomogą w realizacji zamówionych przez Zamawiającego prac.
4. Agencja Reklamowa nie udziela Zamawiającemu zezwolenia na dokonywanie modyfikacji gotowego projektu. Działanie takie wymaga pisemnej zgody autora.

5. Niedozwolone jest powielanie projektów wykonanych przez Agencję Reklamową oraz wykorzystywanie ich na innych polach eksploatacji niż jest to przedmiotem umowy bez zgody wykonawcy.
6. W celu przeniesienia praw autorskich w zakresie wskazanym w umowie konieczne jest zawarcie odrębnej umowy z Agencją Reklamową o przeniesienie majątkowych praw autorskich na Agencję Reklamową, w przeciwnym wypadku przyjmuje się, że doszło do udzielenia licencji.
7. Po obopólnym ustaleniu wynagrodzenia za przeniesienie praw za poszczególne elementy dzieła oraz dzieła, jako całości, Agencja Reklamowa przeniesie na Zamawiającego prawa autorskie.
8. Agencja Reklamowa wskazuje, iż wszystkie dzieła Agencji Reklamowej są chronione przez prawa autorskie.
9. Zbycie praw autorskich odbywa się wyłącznie poprzez podpisanie przez strony umowy o przeniesieniu praw autorskich w formie pisemnej, zastrzega się nieważność takiej czynności dokonanej w formie elektronicznej. Nabywca praw otrzyma fakturę do zapłaty za nabycie praw autorskich do dzieła.
10. Jeżeli Zamawiający chce się posługiwać stworzonym dziełem w innych materiałach niż w zawartej umowie musi wykupić przeniesienie praw majątkowych, bądź uzyskać od Agencji Reklamowej licencję na dane pola eksploatacji.

III. Zasady akceptacji projektów.

1. Zamawiający zobowiązany jest do szczegółowego zapoznania się z projektem przedłożonym mu przez Agencję Reklamową, zarówno pod względem graficznym jak i merytorycznym i wyrażenia akceptacji drogą e-mailową bądź w innej formie pisemnej.
2. Zamawiający ponosi odpowiedzialność za naruszenie dóbr osobistych i praw autorskich osób trzecich w materiałach i informacjach przekazanych Agencji Reklamowej.
3. W przypadku stwierdzenia wad prawnych materiałów i informacji przekazanych Agencji Reklamowej, ta zastrzega sobie prawo odstąpienia od realizacji zamówienia.
4. Zawartość merytoryczna przesłana przez Zamawiającego do Agencji Reklamowej celem wykonania zamówienia, powinna być sformatowana.
5. Projekty graficzne do wykorzystania przez Agencję Reklamową należy przysyłać w skali 1:1 w formacie CorelDraw v.16 lub niższa, tekst zapisany w krzywych lub w formacie Photoshop z dołączonymi czcionkami lub spłaszczone PDF, JPG, PNG, TIF, XCF 300 DPI dla wydruków wielkoformatowych 72 DPI.
6. Termin realizacji prac zostanie uzgodniony indywidualnie z Zamawiającym i zostanie szczegółowo sprecyzowany w umowie. Termin realizacji projektu jest uzależniony od stopnia skomplikowania pracy oraz ilości modyfikacji zgłaszanych przez o Zamawiającego. Termin ten może ulec zmianie w zależności od wymaganego nakładu pracy.
7. W przypadku, gdy Zamawiający zobowiązany jest do dostarczenia zawartości merytorycznej do projektu, powinien to uczynić w terminie, jaki został ustalony obopólnie w umowie. Gdy Zamawiający nie dostarczy niezbędnych informacji i materiałów w terminie Agencja Reklamowa zastrzega sobie prawo do przedłużenia czasu realizacji zamówienia bądź jego anulowania, w przypadku wydłużenia czasu realizacji, następuje ono automatycznie bez konieczności sporządzania aneksu do umowy.
8. Termin wykonania usług liczony jest od dnia przekazania Zamawiającemu przedmiotu umowy.
9. Barwy wyświetlane na monitorze mogą różnić się od barw rzeczywistych - wynika to ze specyfiki wyświetlania obrazów na monitorze oraz jego kalibracji.
10. W przypadku nie zgłoszenia żadnych uwag przez Zamawiającego w terminie do 7 dni od dnia otrzymania projektu, projekt uznaje się za zaakceptowany i wykonany w całości prawidłowo.
11. Agencja Reklamowa zastrzega sobie prawo do +/-5% odstępstw w zamówieniu.
12. W przypadku, gdy Zamawiający nie zaakceptuje przedstawionego projektu przez Agencję Reklamową bądź liczba poprawek przekroczy trzy, cena ustalona w formularzu zamówienia

i termin wykonania zamówienia ulega zmianie po uzgodnieniu pomiędzy Zamawiającym a Agencją Reklamową.

IV. Kalkulacje kosztów projektów.

1. Agencja Reklamowa dokonuje wyceny kosztów realizacji projektu w ciągu 7 dni od daty złożenia zapytania ofertowego.
2. Wycena kosztów realizacji jest bezpłatna.
3. Kalkulacja zawiera ceny jednostkowe usług i produktów, koszty techniczne, przybliżony termin realizacji oraz koszt projektu.
4. Podane w kalkulacji ceny są cenami netto, do których należy doliczyć podatek VAT w aktualnie obowiązującej stawce.
5. Jeżeli w kalkulację nie jest wliczony inny koszt projektu - minimalna cena projektu to 50 PLN – kwota jest doliczana automatycznie.
6. Koszt projektu i innych prac wzrasta adekwatnie do jego skomplikowania i nakładu pracy.
7. Kalkulacja jest ważna 21 dni od daty przesłania Zamawiającemu wyceny przez pracownika Agencji Reklamowej.

V. Płatność i ceny.

1. Płatność za wykonane usługi następuje na podstawie wystawionej faktury VAT.
2. W przypadku braku indywidualnych uzgodnień, co do terminu płatności oraz form płatności, faktury wystawione Zamawiającemu płatne są najpóźniej w dniu odbioru przez Zamawiającego towaru bądź usługi.
3. W sytuacji, gdy termin płatności zostanie przekroczony, Agencja Reklamowa zastrzega sobie prawo naliczania maksymalnych odsetek ustawowych za opóźnienie w zapłacie oraz kosztów wezwań do zapłat kierowanych do Zamawiającego pozostającego w opóźnieniu.
4. W razie nieuregulowania zaległej należności w wyznaczonym terminie, sprawa zostanie skierowana na drogę postępowania sądowego oraz do Krajowego Rejestru Długów.
5. Cena wykonania projektu stanowi koszt zaangażowania, specjalistycznej wiedzy, sprzętu i oprogramowania. Uiszczona cena za wykonanie projektu nie jest równoznaczna z nabyciem majątkowych praw autorskich.
6. Zamawiający może korzystać z projektu na poszczególnych polach eksploatacji, zgodnie z pisemnymi ustaleniami stron.
7. Do chwili zapłaty przez Zamawiającego na rzecz Agencji Reklamowej całej ceny uzgodnionej za projekt bądź produkt, wszelkie prawa przysługują Agencji Reklamowej i Zamawiający nie jest uprawniony do korzystania z efektów pracy Agencji Reklamowej.
8. Zamawiający dokonuje płatności na konto bankowe wskazane w fakturze lub w kasie firmy.

VI. Zakres odpowiedzialności Agencji Reklamowej.

1. Agencja Reklamowa nie ponosi odpowiedzialności za:
 - wydruk prac błędnie przygotowanych pod względem treści przekazanych przez Zamawiającego;
 - wydruk prac błędnie przygotowanych pod względem technicznym, w których nie były dokonywane korekty przez Agencję Reklamową;
 - wydruk prac zaakceptowanych przez Zamawiającego, a zawierających błędy techniczne lub treściowe;
 - opóźnienia w dostawie materiałów przez firmy zewnętrzne;
 - opóźnienia w druku, które powstały na skutek czynników zewnętrznych niezależnych od

Agencji Reklamowej;

- opóźnienia w terminie realizacji wynikające z terminu dostarczenia poprawnych danych przez Zamawiającego;

2. Agencja Reklamowa nie ponosi odpowiedzialności za błędy w projekcie przesłanym przez Zamawiającego.

3. Agencja Reklamowa nie ponosi odpowiedzialności za błędy w przesłanych przez Zamawiającego materiałach pod względem merytorycznym, nie ponosi odpowiedzialności za brak polskich znaków, różnorodne czcionki w jednolitym tekście oraz tzw. literówki.

4. Odpowiedzialność Agencji Reklamowej z tytułu nienależytego wykonania umowy o wykonanie usługi bądź produktu ogranicza się do równowartości opłaty uiszczonej przez Zamawiającego za indywidualne wykonanie dzieła bądź produktu.

5. Agencja Reklamowa nie ponosi odpowiedzialności za uszkodzenia reklam zewnętrznych powstałych z przyczyn żywiołowych lub powstałych z tytułu wad konstrukcji pod reklamę, którą nie realizowało Centrum Reklamowe

VII. Warunki zgłaszania reklamacji.

1. Reklamacje można złożyć do 7 dni od zrealizowania zamówienia. Po tym czasie Zamawiający traci możliwość zgłaszania poprawek do projektu.

2. Zgłaszając reklamację Zamawiający winien jest zawsze posługiwać się formularzem zamówienia, które chce zareklamować.

3. Reklamacja powinna zawierać dokładny opis niezgodności.

4. Reklamacje będą rozpatrywane w terminie 14 dni roboczych licząc od momentu zgłoszenia.

5. Reklamacje zgłoszone w dni wolne od pracy będą rozpatrywane w czasie nie dłuższym niż 14 dni roboczych licząc od kolejnego dnia roboczego.

6. Agencja Reklamowa zastrzega, iż każdy wydruk może nieznacznie różnić się kolorami od przesłanego projektu lub wizualizacji. Kolory, wygląd, kształt oraz jakość nadruków niektórych produktów mogą w nieznacznym stopniu odbiegać od oryginałów. Nie stanowi to podstawy do ewentualnych reklamacji.

7. Agencja Reklamowa nie gwarantuje powtarzalności koloru w następnych nakładach wydruków jakichkolwiek materiałów reklamowych.

8. Uwagi zgłaszane przez Zamawiającego nie mogą odbiegać od określonych ustaleń, na umówiły się strony. W przypadku zgłoszenia uwag odbiegających od ustaleń Agencja Reklamowa ma prawo do dodatkowego wynagrodzenia ustalonego wspólnie z Zamawiającym.

9. Błędy wynikające z zaniedbań po stronie Zamawiającego nie podlegają reklamacji.

10. Reklamacje można składać osobiście w siedzibie firmy, telefonicznie pod numerem 785-77-54-77 lub drogą mailową pod adresem biuro@centrumreklamowe.com.pl

11. Agencja Reklamowa poinformuje Zamawiającego o sposobie rozpatrzenia jego reklamacji pisemnie lub poprzez wiadomość e-mail.

12. W przypadku nieuznania reklamacji skierowanej do Zamawiającego firma przedstawi uzasadnienie swojej decyzji.

13. Reklamacja zgłoszona przez Zamawiającego i spełniająca powyższe warunki jest rozpatrywana indywidualnie.

VIII. Koszt wysyłki.

1. Koszt wysyłki produktu jest ustalany indywidualnie.

2. Koszt wysyłki uzależniony jest od wielkości zamówienia, ilości wydruków oraz ciężaru przesyłki.

3. Agencja Reklamowa korzysta z usług przewozowych Poczty Polskiej.
4. Na wskazanie Zamawiającego przewoźnikiem może zostać firma kurierska.

5. Koszt transportu produktu ponosi Zamawiający.

IX. Zasady przyznawania rabatu

1. Każdy Zamawiający wykonanie usługi lub produktu spełniający opisane poniżej warunki może wynegocjować i w ramach pertraktacji otrzymać zniżkę cenową z tytułu zamówienia pakietu usług lub produktów.
2. Zamawiający ubiegający się o udzielenie rabatu zobowiązany jest do zamówienia, co najmniej dwóch różnych usług świadczonych przez Agencję Reklamową.
3. Rabat udzielany jest pod warunkiem zawarcia umowy w określonym czasie oraz z zastrzeżeniem terminowego regulowania należności.
4. Wysokość procentowa rabatu udzielonego przez Agencję Reklamową została wskazana w poniższej tabeli:

<u>Liczba usług</u>	<u>% rabatu</u>
2	3%
3	5%
4	10%
5 i więcej	15%

5. Termin wszystkich realizacji zleconych do wykonania przez Zamawiającego z pakietu rabatowego nie może być dłuższy niż trzy miesiące. Chyba, że Agencja Reklamowa uzna, iż czas realizacji musi zostać wydłużony.
6. Rabat jest naliczany przy zawieraniu umowy i wyszczególniony w formularzu zlecenia, po spełnieniu warunków uprawniających do jego udzielenia. Rabatu udziela się w momencie podpisania umowy, w późniejszym okresie udzielenie rabatu zależy od woli Agencji Reklamowej.
7. Przyznany rabat dotyczy tylko usług bądź produktów zawartych w umowie zlecającej ich wykonanie przez Zamawiającego.
8. Zamawiający nie może zrezygnować z pakietu usług w trakcie realizacji. W przypadku rezygnacji z usług wykonania produktu przez Agencję Reklamową z winy Zamawiającego po zrealizowaniu części zamówienia rabat zostaje cofnięty.
9. Rabaty dotyczą realizacji usług bądź produktów wykonanych przez Agencję Reklamową, inne kwoty naliczane są zgodnie z poniesionymi kosztami.
10. W przypadku opóźnienia bądź nieuregulowania faktury w terminie rabat w niej udzielony zostanie cofnięty i ulega on zwrotowi, oraz pierwotna faktura zostanie zastąpiona korygująca.
11. O anulowaniu rabatu z powodu braku zapłaty, Zamawiający zostanie poinformowany w oddzielnym oświadczeniu, w terminie do trzech miesięcy po upływie wymaganej należności.
12. Agencja Reklamowa może zmienić zasady udzielania rabatu albo zakończyć jego udzielanie w każdym czasie. Nie dotyczy to już zawartych umów, gdzie przyznano rabat.
13. Agencja Reklamowa poinformuje Zamawiającego o zmianie zasad przyznawania rabatu w czasie, gdy z Zamawiającym będzie zawierana umowa na realizację usług bądź wykonanie produktu.

X. Faktura w formie elektronicznej

1. Faktura po obopólnym uzgodnieniu może również zostać wystawiona i przesyłana w formie elektronicznej.

2. Zamawiający (ustnie lub pisemnie) upoważnia Agencję Reklamową do wystawienia e-faktury.
3. Zamawiający jednocześnie zachowuje e-fakturę w swojej dokumentacji.
4. E-faktura zostanie wysłana drogą elektroniczną, e-mailem z załącznikiem w formacie PDF, CSV, png lub jpg.
5. W przypadku wystawienia e-faktury Zamawiający nie otrzyma faktury w wersji papierowej.
6. Zamawiający, który otrzymał e-fakturę zawierającą pomyłki (pozwalające na sporządzenie noty korygującej), przesyła lub udostępnia notę korygującą Agencji Reklamowej.
7. Faktura elektroniczna zostaje uznana za otrzymaną, gdy dotrze do odbiorcy, czyli będzie to data wysłania e-maila.
8. Zgodnie z obowiązującymi przepisami faktura elektroniczna nie wymaga podpisu.
9. Uregulowanie należności jest jedną z form akceptacji faktury elektronicznej.
10. E-faktura wystawiona jest w dwóch jednakowych egzemplarzach, z których jeden otrzymuje Zamawiający, a drugi zachowuje Agencja Reklamowa.

XI. Postanowienia końcowe.

1. Agencja Reklamowa zastrzega sobie prawo do umieszczenia w wykonanym dziele znaku autorskiego, będącego odnośnikiem do strony Agencji Reklamowej.
2. Agencja Reklamowa zastrzega sobie w związku z budowanym wizerunkiem firmy możliwość umieszczenia wykonanych prac dla Zamawiającego w swoim portfolio, na stronie internetowej firmy pod adresem: www.centrumreklamowe.com.pl, oraz w serwisach społecznościowych na profilach Agencji Reklamowej tj. Facebook, You Tube, LinkedIn, Tumblr, Pinterest, Twitter, Instagram, Google+ - jako wykonane realizacje.
3. W sprawach nieuregulowanych przedmiotowym regulaminem zastosowanie mają przepisy ustawy kodeksu cywilnego, ustawy o ochronie danych osobowych oraz ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.
4. Agencja Reklamowa zapewnia, że dołoży wszelkich starań, aby usługa bądź produkt został wykonany prawidłowo.
5. Agencja Reklamowa nie ponosi odpowiedzialności za szkodliwe działania osób trzecich mających wpływ na wykonanie usługi bądź produktu, nadto nie ponosi odpowiedzialności za skutki wynikające z działania siły wyższej: awarii telekomunikacyjnych, energetycznych lub innych zdarzeń pozostających poza kontrolą Agencji Reklamowej.
6. Agencja Reklamowa zastrzega sobie prawo do zmiany regulaminu.
7. Wszelkie zmiany regulaminu obowiązują od daty opublikowania ich na stronie www.centrumreklamowe.com.pl. Zamówienia złożone przed datą wprowadzenia zmian do niniejszego regulaminu są realizowane na podstawie zapisów obowiązujących w dniu złożenia zamówienia.
8. Ewentualne spory wynikłe w trakcie realizacji umowy będą rozstrzygane przez właściwy Sąd dla siedziby Agencji Reklamowej.
9. W przypadku rozbieżności pomiędzy pisemnymi ustaleniami indywidualnymi z Zamawiającym, a zapisami regulaminu, pierwszeństwo nadaje się zapisom indywidualnej umowy.
10. W przypadku uznania, iż jedno lub więcej z postanowień niniejszej umowy miałyby być obecnie lub w przyszłości nieskuteczne, to przyjmuje się, iż nie naruszy to skuteczności pozostałych postanowień. Strony umowy będą wówczas zobowiązane do umieszczenia w miejsce postanowienia nieskutecznego regulacji prawnie dopuszczalnej i najbardziej zbliżonej do ekonomicznego celu pierwotnego postanowienia. Ta sama zasada dotyczy luk w umowie oraz przypadku, w którym jedno z postanowień nie będzie mogło być zrealizowane ze względów praktycznych czy ekonomicznych.
11. Regulamin wchodzi w życie z dniem publikacji na stronie internetowej Agencji Reklamowej.