



FORMULARZ ZAMÓWIENIA

Zleceniobiorca:

Wydawnictwo Diecezji Warszawsko-Praskiej z siedzibą w Warszawie przy ul. Grochowskiej 194/196, NIP 113-252-32-67, działające na podstawie dekretu Biskupa Diecezji Warszawsko-Praskiej z dnia 4.12.2004.

Zleceniodawca:

Data zamówienia	
Imię i nazwisko	
Nazwa firmy	
ulica	
Kod, miejscowość	
NIP	
Nazwa banku i nr konta	

Format reklamy/ bannera	Cena netto	Rabat	Cena netto po rabacie	Cena brutto (VAT 23%)	Data ukazania się pisma na rynku	Termin dostarczenia gotowej reklamy / materiałów do przygotowania reklamy
Ogólna wartość zamówienia brutto w PLN						

Słownie (kwota brutto).....
Uwagi:

Powyższą kwotę za każdą z zamówionych reklam Zleceniodawca zobowiązuje się wpłacić w terminie 14 dni po otrzymaniu faktury VAT, wystawionej przez Wydawnictwo Diecezji Warszawsko-Praskiej, wraz z egzemplarzem pisma, w którym została zamieszczona zamówiona reklama.

Gotowa do publikacji reklama, przygotowana zgodnie z wymaganą specyfikacją techniczną, zostanie przesłana na adres: redakcja@idziemy.com.pl w terminie wskazanym w zamówieniu.

Materiały potrzebne do przygotowania reklamy przez studio graficzne Wydawcy zostaną przez Zleceniodawcę przesłane na adres j.w. w terminie wskazanym w zamówieniu.

Reklama, w przypadku przygotowania przez studio graficzne Wydawcy, zostanie opublikowana po pisemnej akceptacji projektu przez Zleceniodawcę, który wyraża zgodę na wysłanie projektu drogą elektroniczną na adres:Akceptacja nastąpi zgodnie z Ogólnymi Zasadami Publikacji Reklam w Tygodniku „IDZIEMY” oraz w Serwisie www.idziemy.pl.

Zleceniodawca zapoznał się z Ogólnymi Zasadami Publikacji Reklam w Tygodniku „IDZIEMY” oraz w Serwisie www.idziemy.com.pl zamieszczonymi poniżej i je akceptuje.

Osoba upoważniona przez Zleceniodawcę do kontaktu z Wydawcą w sprawie akceptacji reklamy

.....

.....
Zleceniobiorca

.....
Zleceniodawca (podpis i pieczęć firmowa)

OGÓLNE ZASADY PUBLIKACJI REKLAM
W TYGODNIKU „IDZIEMY” ORAZ W SERWISIE WWW.IDZIEMY.PL

1. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.
2. Przekazanie reklamy do publikacji jest równoznaczne z oświadczeniem Reklamodawcy, że przysługują mu prawa na dobrach niematerialnych (autorskie, pokrewne, wynalazcze i inne) do posługiwania się użytymi w zleceniu do publikacji reklamy informacjami.
3. Reklama nie może być sprzeczna z prawem lub zasadami współżycia społecznego. Jeżeli warunek ten nie jest spełniony, Wydawca ma prawo odmówić publikacji reklamy.
4. Wydawca ma prawo odmówić publikacji reklamy, jeżeli jej treść lub forma jest sprzeczna z charakterem Tygodnika.
5. Rezygnacja z zamówienia wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.
6. Z uwagi na cykl wydawniczy Tygodnika rezygnacja z zamówienia może nastąpić w terminie trzech dni od podpisania zamówienia i w takim wypadku nie powoduje żadnych konsekwencji finansowych po stronie Reklamodawcy.
7. Rezygnacja z zamówienia po upływie trzech dni od daty podpisania zamówienia powoduje obciążenie Reklamodawcy należnością w wysokości 50 % wartości zamówienia, jeżeli zaś rezygnacja nastąpi w terminie 7 dni roboczych przed publikacją reklamy, powoduje obciążenie Reklamodawcy pełną kwotą, stanowiącą wartość zamówienia.
8. W przypadku dostarczenia Wydawcy gotowej reklamy do publikacji, Wydawca nie przedstawia jej wydruku do akceptacji przed publikacją.
9. W przypadku przekazania materiałów na podstawie których studio graficzne Wydawcy opracowuje reklamę, projekt reklamy zostanie wysłany Reklamodawcy w wybranej przez niego i zaznaczonej w zamówieniu formie.
10. Reklamodawca zobowiązuje się niezwłocznie powiadomić Wydawcę o ewentualnych uwagach, nie później jednak niż na 5 dni przed planowaną emisją. Uwagi te muszą precyzyjnie opisać wymagane zmiany w projekcie, a ich wprowadzenie przez Wydawcę nie wymaga kolejnej akceptacji Reklamodawcy.
11. Brak reakcji Reklamodawcy na wysłany do niego do akceptacji projekt reklamy uważa się za nie zgłaszanie żadnych uwag do projektu i tym samym jego akceptację.
12. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji zamówienia Reklamodawca zobowiązany jest zgłaszać Wydawcy wyłącznie na piśmie, nie później niż w terminie 7 dni od dnia pierwszej zakwestionowanej publikacji.
13. Niedotrzymanie terminu zgłaszania reklamacji, bądź niezachowanie formy pisemnej powoduje utratę przez Reklamodawcę prawa do reklamacji reklamy, jak też kolejnych dotkniętych wadą lub usterką publikacji tego samego materiału w przypadku publikacji cyklicznej.
14. Reklamacja powinna zawierać udokumentowany opis wad i usterek opublikowanej reklamy w stosunku do złożonego zamówienia.
15. Oceny przedmiotu reklamacji oraz jej zasadności dokonuje pracownik bądź upoważniony przedstawiciel Wydawcy.
16. Jeżeli rekompensata jest uzasadniona, Wydawca według własnego wyboru i możliwości, po konsultacjach z Reklamodawcą, zobowiązany jest do realizacji ustalonej rekompensaty.
17. W żadnym wypadku Wydawca nie ponosi odpowiedzialności wyższej niż kwota wynagrodzenia za publikację reklamy.
18. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności wobec Reklamodawcy za niewykonanie lub nienależyte wykonanie usługi z przyczyn leżących po stronie osób trzecich lub spowodowanych działaniami siły wyższej.
19. Z niniejszymi „Ogólnymi zasadami publikacji reklam w Tygodniku „Idziemy” oraz w Serwisie www.idziemy.pl” Reklamodawca zapoznał się i je akceptuje, co potwierdza własnoręcznym podpisem na pierwszej stronie zamówienia.
20. W sprawach nieuregulowanych w niniejszych zasadach Ogólnych zastosowanie mają odpowiednie przepisy kodeksu Cywilnego