

REGULAMIN NR ...7.../2022
DYREKTORA ZARZĄDU TRANSPORTU METROPOLITALNEGO
W KATOWICACH
z dnia ...1 kwietnia... 2022 r.

w sprawie zasad sprzedaży powierzchni reklamowych przez Zarząd Transportu Metropolitalnego

Na podstawie § 3 pkt 23 statutu ZTM nadanego uchwałą nr XIII/83/2018 Zgromadzenia Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii z dnia 18 grudnia 2018 r, oraz § 7 ust. 12 pkt 3 i § 30 pkt 11 Regulaminu Organizacyjnego Zarządu Transportu Metropolitalnego stanowiącego załącznik do uchwały nr 87/2022 Zarządu Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii z dnia 30 marca 2022 r.

zarządzam, co następuje:

§ 1

Niniejszy Regulamin określa zasady sprzedaży powierzchni reklamowych przez Zarząd Transportu Metropolitalnego (ZTM).

§ 2

Zakres oferty i powierzchnie reklamowe

1. ZTM świadczy usługi reklamowe, oferując wynajem powierzchni pod dostępne formy ekspozycji.
Sprzedaż może być prowadzona w zakresie:
 - 1) Reklamy zewnętrznej na pojazdach obejmującej powierzchnie boczne po jednej lub obydwu stronach oraz powierzchnię tylną (łącznie z szybami) łącznie lub na każdy z modułów oddzielnie.
 - 2) Reklamy wewnątrz pojazdów:
 - a) plakaty w ramkach A3,
 - b) ekrany LCD,
 - c) reklama bezpośrednia,
 - d) inne wskazane przez ZTM powierzchnie i formy reklamy.
2. Pojazdy wykorzystywane do ekspozycji reklamy zewnętrznej i wewnętrznej kursują w sieci lokalnego transportu zbiorowego organizowanego przez ZTM na terenie GZM.
3. ZTM każdorazowo dla danego pojazdu wskazuje dostępne powierzchnie reklamowe i umożliwia ich wynajęcie. Wszystkie koszty związane z zaprojektowaniem, przygotowaniem, wykonaniem, umieszczeniem i usunięciem z pojazdu reklamy należą do obowiązków Zamawiającego.
4. Dodatkowe formy reklamy, które mogą być udostępnione na powierzchniach ZTM:
 - 1) reklama na wiatkach przystankowych,
 - 2) reklama na rewersie biletów papierowych,
 - 3) reklama w mediach elektronicznych,
 - 4) reklama na Dworcu w Tarnowskich Górach,
 - 5) inne wskazane przez ZTM powierzchnie i formy reklamy.
5. ZTM każdorazowo dla każdej powierzchni reklamowej wskazuje dostępne miejsca i terminy. ZTM zastrzega, że nie wszystkie wymienione w ust. 1 pkt 1 i 2 oraz ust. 4 powierzchnie mogą być dostępne.
6. ZTM oferuje wyłącznie powierzchnie do umieszczania reklamy/informacji. Wszystkie koszty związane z projektowaniem, przygotowaniem, wykonaniem, umieszczeniem i ewentualnym demontażem reklamy/informacji leżą po stronie Zamawiającego.
7. Po zakończeniu terminu ekspozycji reklamy Zamawiający zobowiązany jest do usunięcia reklamy na swój koszt. Poprzez usunięcie reklamy rozumie się przywrócenie do stanu przed zamieszczeniem reklamy w zakresie powierzchni pojazdu udostępnionej pod



reklamę.

8. W przypadku gdy przed oklejeniem folią reklamową pojazd był oklejony folią z oznaczeniami ZTM lub innymi informacjami umieszczonymi przez ZTM, przez przywrócenie do stanu sprzed zamieszczenia reklamy rozumie się: usunięcie folii z reklamą Zamawiającego oraz oklejenie na nowo pojazdu z oznaczeniami ZTM, okleiną zgodną z wymaganiami ZTM. Zamawiający ponosi koszty ponownego oklejenia. Wymagania techniczne dotyczące folii opisane są w § 11 ust. 8.

§ 3

Podstawy świadczenia usług reklamowych

1. ZTM świadczy usługi reklamowe w oparciu o zawartą z Zamawiającym umowę cywilnoprawną. Wzór umowy wraz z cennikiem stanowią Załącznik nr 1 i Załącznik nr 2 do niniejszego Regulaminu.
2. Najpóźniej w momencie zawierania umowy należy przedłożyć, w przypadku Zamawiającego będącego:
 - 1) podmiotem prowadzącym działalność gospodarczą - kserokopie następujących dokumentów (oryginały do wglądu):
 - a) aktualnego wypisu z właściwego rejestru lub ewidencji działalności gospodarczej,
 - b) potwierdzenia nadania NIP,
 - c) zaświadczenia o nadaniu numeru REGON,
 - 2) osobą fizyczną nieprowadzącą działalności gospodarczej – należy przedłożyć dowód osobisty (do wglądu).
3. Na żądanie ZTM Zamawiający zobowiązany jest przed podpisaniem umowy do wpłacenia kaucji w kwocie równiej miesięcznemu czynszowi najmu powierzchni reklamowej. Dowód wpłaty kaucji musi być dostarczony najpóźniej w momencie zawierania umowy. Kaucja pobierana jest tytułem zabezpieczenia na wypadek nieusunięcia reklamy zgodnie z terminem lub ewentualnych uszkodzeń powstałych w czasie jej montażu lub demontażu. W przypadku braku przesłanek do zajęcia kaucji oraz braku uwag Operatora co do stanu pojazdu jest ona zwracana Zamawiającemu w terminie 21 dni od usunięcia reklamy.
4. Kaucja pobierana jest tylko w przypadku oklejenia pojazdu z zewnątrz. W pozostałych przypadkach kaucja nie jest pobierana.

§ 4

Wybór powierzchni reklamowej w pojazdach

1. ZTM udostępnia na stronie internetowej informację o możliwości wynajęcia aktualnie dostępnych powierzchni reklamowych.
2. Szczegółowe informacje na temat aktualnie dostępnych miejsc można uzyskać, kontaktując się bezpośrednio z ZTM: reklama@metropoliaztm.pl; tel. 32 74 38 403, 32 74 38 503. ZTM zastrzega, że nie wszystkie powierzchnie reklamowe mogą być dostępne do wynajęcia.
3. Zamawiający może dokonać wyboru Operatora, na pojazdach którego zostanie zamieszczona reklama, jak również wybrać rodzaj pojazdu oraz model spośród pojazdów udostępnionych przez Operatora.
4. Składana oferta musi spełniać następujące warunki:
 - 1) oferta musi być złożona na wybrany aktualnie oferowany z wykazu pakiet (pakiety) pojazdów,
 - 2) wraz z ofertą Zamawiający jest zobowiązany do złożenia opisu treści oraz projekt reklamy,
 - 3) w przypadku niekompletnej oferty ZTM zwraca się z prośbą o jej uzupełnienie. Nieuzupełnienie oferty lub brak odpowiedzi do 5 dni roboczych skutkować będzie jej odrzuceniem,
 - 4) ekspozycja reklamy na pojeździe nie może być krótsza niż 1 miesiąc,
 - 5) oferta reklamy wewnątrz pojazdu (plakaty, ekrany itp.) nie może być krótsza niż 1 tydzień,
 - 6) wszystkie oferty muszą zostać złożone na piśmie w siedzibie ZTM – Kancelaria pok.

011 lub przesłane drogą elektroniczną na adres email: kancelaria@metropoliaztm.pl lub na wskazany adres poczty elektronicznej pracowników Wydziału Reklamy i Marketingu ZTM

§ 5

Wybór powierzchni reklamowej na pozostałych powierzchniach

1. ZTM udostępnia na stronie internetowej informacje o dostępnych do wynajęcia powierzchniach reklamowych.
2. Szczegółowe informacje na temat aktualnie dostępnych miejsc można uzyskać, kontaktując się bezpośrednio z ZTM pod adresem mailowym: reklama@metropoliaztm.pl; tel. 32 74 38 403, 32 74 38 503. ZTM zastrzega, że nie wszystkie powierzchnie reklamowe mogą być dostępne do wynajęcia.
3. ZTM zastrzega, że do sprzedaży oferowane będą wyłącznie aktualnie w danym czasie dostępne powierzchnie spośród wymienionych w § 1 ust. 1 pkt 1) i 2) oraz ust 4.
4. ZTM zastrzega możliwość wyłączenia wybranych powierzchni reklamowych ze sprzedaży.
5. ZTM zastrzega, że część oferowanych powierzchni reklamowych może zostać sprzedana w drodze ogłoszenia publicznego przetargu.
6. Składana oferta musi spełniać następujące warunki:
 - 1) oferta musi być złożona na wybrane przez Zamawiającego aktualnie oferowane z wykazu miejsce,
 - 2) wraz z ofertą Zamawiający jest zobowiązany do złożenia opisu treści oraz projekt reklamy,
 - 3) w przypadku niekompletnej oferty ZTM zwraca się z prośbą o jej uzupełnienie. Nieuzupełnienie oferty lub brak odpowiedzi do 5 dni roboczych skutkować będzie jej odrzuceniem,
 - 4) ekspozycja reklamy:
 - a) w mediach elektronicznych umieszczane są zgodnie z harmonogramem publikacji,
 - b) na ekranie LCD nie może być krótsza niż 1 tydzień,
 - c) W przypadku biletów papierowych minimalny nakład to 50 tys. szt. Bilety do obrotu wprowadzane są sukcesywnie, nie ma możliwości dystrybucji ich w wybranej dacie bądź we wskazanym przez Zamawiającego punkcie.

§ 6

Wybór oferty oraz zawarcie umowy

1. Wszystkie oferty muszą zostać złożone na piśmie w siedzibie ZTM – Kancelaria pok. 011 na formularzu stanowiącym Załącznik nr 3 do niniejszego Regulaminu lub przesłane drogą elektroniczną na adres email: kancelaria@metropoliaztm.pl lub na wskazany adres poczty elektronicznej pracowników Wydziału Reklamy i Marketingu. Dodatkowe szczegółowe wymagania techniczne oraz warunki realizacji reklamy każdorazowo opisywane są również na stronie internetowej przy ofercie sprzedaży danej powierzchni.
2. Aktualna dostępna oferta publikowana jest na stronie internetowej ZTM.
3. W terminie do 5 dni roboczych od złożenia oferty, ZTM dokona jej oceny i podejmie decyzję dotyczącą jej ekspozycji.
4. Jeżeli na aktualnie oferowane, opublikowane na stronie internetowej, powierzchnie reklamowe do wynajmu w jednym czasie złożona zostanie więcej niż jedna oferta, ZTM dokona oceny i wyboru najkorzystniejszej oferty.
5. Liczy się data wpływu oferty, rozumiana jako doba kalendarzowa.
6. Poprzez najkorzystniejszą ofertę rozumie się ofertę z najwyższą ceną oraz czasem ekspozycji, która wpłynęła w tej samej dobie kalendarzowej.
7. ZTM wraz z przesłaniem informacji o wyborze oferty wyznacza termin podpisania umowy. Umowa z Zamawiającym prowadzącym działalność gospodarczą musi być podpisana przez osoby uprawnione do reprezentacji Zamawiającego lub osoby upoważnione do działania w imieniu Zamawiającego odpowiednio zgodnie z aktualnym wpisem do KRS (lub udzielonym pełnomocnictwem) lub wpisem do CEIDG.
8. W przypadku gdy w terminie do 7 dni roboczych z przyczyn leżących po stronie

Zamawiającego umowa nie zostanie podpisana, ZTM ma prawo wyboru kolejnej oferty spośród złożonych.

9. W przypadku o którym mowa w ust. 8 o wyborze oferty powiadomiony zostanie kolejny podmiot zgodnie z oceną ofert.

§ 7

Cennik reklamy

1. Ceny za wynajem powierzchni pod poszczególne formy ekspozycji reklamy określa „Cennik”, który stanowi Załącznik nr 2 do niniejszego Regulaminu.
2. ZTM dopuszcza możliwość indywidualnego ustalenia cen z Zamawiającym.
3. W przypadku umów długookresowych, tj. trwających ponad 6 miesięcy, ceny ekspozycji mogą podlegać indywidualnym negocjacjom.
4. W przypadku jednoczesnego wynajęcia powierzchni reklamowej na kilku nośnikach możliwe jest uzyskanie dodatkowych upustów cenowych.
5. Ewentualne upusty cenowe liczone są od ceny podstawowej, określonej w cenniku.

§ 8

Postanowienia ogólne

1. ZTM ma prawo odmówić ekspozycji reklamy w przypadku niezgodności z zapisami § 9. Informacja o braku zgody na publikację zaproponowanej reklamy przekazywana będzie Zamawiającemu na piśmie. Decyzję o zgodzie na publikację reklamy podejmuje Naczelnik Wydziału Reklamy i Marketingu. W przypadkach budzących wątpliwości powołana może zostać komisja spośród pracowników ZTM, która wydaje opinię. Zamawiający ma prawo się odwołać do dyrektora ZTM. W sprawach spornych ZTM ma prawo za uprzednią zgodą i na koszt Zamawiającego wystąpić do Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy na temat zgodności reklamy z Kodeksem Etyki Reklamy - usługa *copy advice*. Kosztem tej usługi obciążony zostanie Zamawiający. W razie niewyrażenia zgody przez Zamawiającego umowa nie zostanie podpisana z przyczyn leżących po stronie Zamawiającego bez prawa do jakichkolwiek roszczeń z tego tytułu.
2. Zamawiający odpowiada za wszelkie szkody w mieniu powstałe przy wykonywaniu przez niego prac związanych z nanoszeniem, zmianą, odnowieniem, naprawą oraz usunięciem reklamy. Podstawą ustalenia rodzaju i rozmiaru szkody jest sporządzony raport podpisany przez osobę upoważnioną przez Zamawiającego oraz przez przedstawiciela Operatora, którego własnością jest pojazd.

§ 9

Treść reklamy

1. Zamawiający ponosi odpowiedzialność za treść i formę reklamy.
2. Reklama nie może być niezgodna z obowiązującymi przepisami prawa, w szczególności naruszać dóbr osobistych, stanowić czynu nieuczciwej konkurencji, a także ze względu na treść lub formę godzić w dobre obyczaje. Ponadto reklama nie może godzić w uzasadnione interesy ZTM.
3. Przekaz reklamowy w szczególności nie może: naruszać godności ludzkiej; zawierać treści dyskryminujących ze względu na rasę, płeć, narodowość, pochodzenie etniczne, wyznanie lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek czy orientację seksualną; ranić przekonań religijnych lub politycznych; zagrażać fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich; sprzyjać zachowaniom zagrażającym zdrowiu, bezpieczeństwu lub ochronie środowiska, dotyczyć sfery obyczajowej, zachęcać i propagować zachowania agresywne, akty przemocy lub innego rodzaju zachowania antyspołeczne i podważające wartości społeczne.
4. ZTM ma prawo odmówić publikacji reklamy bez podawania przyczyny. W szczególności dotyczy to reklam i informacji mogących stanowić konkurencję dla usług realizowanych przez ZTM, godzących w dobre imię i/lub wizerunek ZTM, GZM lub komunikacji miejskiej bądź będących w sprzeczności z wizerunkiem ZTM lub GZM.
5. Zawierając umowę, Zamawiający oświadcza, że posiada zgodę osób widocznych na

- projekcie reklamy na wykorzystanie ich wizerunku w pełnym zakresie objętym umową oraz że ekspozycja tej reklamy nie narusza praw osób trzecich. W przypadku wystąpienia do ZTM przez osobę trzecią z roszczeniami dotyczącymi ekspozycji reklamy, Zamawiający zobowiązany jest do ich zaspokojenia i zwolnienia ZTM od obowiązku świadczeń z tego tytułu oraz do zwrotu poniesionych przez nią wydatków związanych z takimi roszczeniami.
6. W razie stwierdzenia któregośkolwiek z przypadków wskazanych w ust. 2 i 3 bądź jeżeli treść lub forma reklamy jest niezgodna z zaakceptowanym projektem, ZTM ma prawo do rozwiązania umowy oraz odmowy ekspozycji reklamy, żądania od Zamawiającego jej usunięcia bądź samodzielnego usunięcia na jego koszt, bez prawa Zamawiającego do jakichkolwiek roszczeń. W przypadku zaistnienia okoliczności nieznanych przez ZTM w chwili akceptacji reklamy, a w szczególności potwierdzających fakt reklamowania podmiotu działającego niezgodnie z prawem, ZTM może rozwiązać umowę oraz zatrzymać czynsz najmu bez prawa do jakichkolwiek roszczeń ze strony Zamawiającego.
 7. W razie stwierdzenia, że wykonane prace są niezgodne ze zleceniem albo z zaakceptowanym projektem, niezależnie od postanowień określonych w ust. 5 może skutkować nałożeniem kary umownej na Zamawiającego w wysokości 500,00 zł netto/pow.
 8. W trakcie trwania umowy Zamawiający może dokonać zmiany treści reklamy wyłącznie za zgodą ZTM. Zmiany treści reklamy dokonuje się po zatwierdzeniu nowego projektu. Zmiana projektu reklamy oznacza jej ponowne wykonanie zgodnie z warunkami umowy. Postanowienia § 8 ust. 3 oraz § 9 ust. 1 - 4 stosuje się odpowiednio.

§ 10

Termin ekspozycji reklamy

1. Podpisanie umowy jest równoznaczne z dokonaniem rezerwacji powierzchni reklamowej.
2. Zawarcie umowy powinno nastąpić nie później niż na 10 dni roboczych przed rozpoczęciem terminu ekspozycji.
3. W przypadku reklamy w mediach elektronicznych termin ten może ulec skróceniu do 3 dni roboczych.
4. ZTM dopuszcza indywidualne ustalenia w zakresie terminu zawierania umowy.
5. W przypadku niedotrzymania terminu, o którym mowa w ust. 2, ZTM nie ponosi odpowiedzialności za opóźnienia w terminie rozpoczęcia ekspozycji reklamy.
6. Zmiana terminu ekspozycji może nastąpić wyłącznie za zgodą ZTM przed jej planowanym rozpoczęciem.
7. Termin ekspozycji reklamy na pojazdach powinien wynosić minimalnie jeden miesiąc. Termin ekspozycji wewnątrz pojazdu nie może być krótszy niż jeden tydzień.
8. Zamawiający po zakończeniu terminu ekspozycji reklamy zobowiązany jest do jej niezwłocznego usunięcia z pojazdu i przywrócenia pojazdu do stanu sprzed zamieszczenia reklamy.
9. W przypadku gdy Zamawiający spóźnia się z usunięciem reklamy powyżej 3 dni od ostatniego dnia wynajmu, ZTM ma prawo wynająć firmę trzecią do usunięcia reklamy i kosztami jej usunięcia obciążyć Zamawiającego. Niezależnie od pokrycia kosztów usunięcia reklamy, Zamawiający obciążony zostanie kosztami za każdy dodatkowy dzień ekspozycji w kwocie 1/15 opłaty miesięcznej.
10. Koszty poniesione z tytułu opisanego niedotrzymania terminu usunięcia reklamy o którym stanowi w ust. 8 pokryte będą z kaucji opisaney w § 3 ust. 3. W przypadku, gdy będą one wyższe niż wniesiona kaucja, Zamawiający obciążony zostanie dodatkową opłatą.

§ 11

Postanowienia szczegółowe dotyczące reklamy na pojazdach

1. Reklama na pojazdach może być wykonana na powierzchniach zewnętrznych pojazdów, zgodnie z formami ekspozycji określonymi w § 2 ust. 1 za wyjątkiem: dachu, przodu pojazdu, kamer monitoringu wewnętrznego oraz miejsc na napisy i symbole wymagane przepisami określonymi przez ZTM.
 2. Reklama musi zapewnić dobrą widoczność tablic informacyjnych zewnętrznych, napisów i symboli zamieszczonych w miejscach dla nich zastrzeżonych.
- 

3. Reklama na tylnej szybie autobusu wykonana musi być ze specjalnego rodzaju folii zapewniającej przejrzystość zarówno z wnętrza pojazdu, jak i z zewnątrz pojazdu.
4. Reklama nie może być eksponowana na folii lustrzanej.
5. Zamawiający ponosi odpowiedzialność za jakość naniesionej reklamy, spełnienie wymogów technicznych jej wykonania oraz przestrzeganie przepisów bhp przy realizacji całości prac.
6. Wszelkie prace związane z opracowaniem i wykonaniem projektu, nałożeniem, zmianą, odnowieniem, naprawą reklamy oraz jej usunięciem na pojazdach wykonuje Zamawiający na własny koszt i ryzyko.
7. Zamawiający odpowiada za wszelkie szkody w mieniu powstałe przy prowadzonych przez niego pracach.
8. Przez usunięcie reklamy rozumie się przywrócenie do stanu sprzed zamieszczenia reklamy w zakresie powierzchni pojazdu udostępnionej pod reklamę. W przypadku gdy pojazd przed oklejeniem reklamy był wyklejony folią z wzorem ZTM, Zamawiający zobowiązany jest w ramach przywrócenia pojazdu sprzed oklejenia reklamy do umieszczenia takiej samej okleiny. Jej jakość musi być dostosowana do warunków użytkowania, odporna na warunki atmosferyczne i zmiany temperatury (UV, opady), odporna na odbarwienia, uszkodzenia, odklejanie (np.: w trakcie mycia). Rodzaj kleju niestwarzający zagrożenia, uszkodzenia powłoki lakieru pojazdu oraz jego aplikacja bez powstawania bąbli lub pęcherzyków powietrza. Okres gwarancji w niezmienionej formie co najmniej 12 miesięcy (folia polimerowa barwiona lub folia polimerowa drukowana zabezpieczona laminatem lub podobnej jakości, zapewniająca odpowiednie parametry techniczne).
9. Po usunięciu reklamy Zamawiający zobowiązany jest do przesłania dokumentacji zdjęciowej oraz technicznej (dotyczącej nałożonej folii), potwierdzającej przywrócenie pojazdu do stanu sprzed jej zamieszczenia na adres kancelaria@metropoliaztm.pl lub na wskazany adres poczty elektronicznej pracowników Wydziału Reklamy i Marketingu.
10. Całości uzgodnień z Zamawiającym w zakresie okresu najmu powierzchni reklamowych, terminów wykonywania prac itp. dokonują pracownicy ZTM w uzgodnieniu z pracownikami Operatora. W ramach oklejania zewnętrznego pojazdu, podpisywana jest każdorazowo trójstronna umowa między ZTM, Operatorem i Zamawiającym (Oklejającym).
11. Wszelkie czynności związane z naniesieniem, zmianą, odnowieniem oraz usunięciem reklam odbywają się na terenie zajezdni Operatora. Operator udostępni Zamawiającemu teren zajezdni do wykonania prac. Zamawiający zobowiązany jest do wykonywania prac w sposób niezakłócający funkcjonowania zakładu eksploatacji i pozostawienia w czystości udostępnionego stanowiska po ich zakończeniu, w tym usunięcia we własnym zakresie z terenu zajezdni wszystkich wytworzonych odpadów.
12. Zamawiający zobowiązany jest do uzgodnienia z ZTM i Operatorem terminu podstawienia pojazdu w celu wykonania prac oraz czasu niezbędnego do ich przeprowadzenia. Termin podstawienia pojazdu powinien być uzgodniony najpóźniej na 3 dni robocze przed planowaną datą wykonania prac. Jeżeli ze względu na przedłużające się prace nastąpi konieczność wyłączenia pojazdu z eksploatacji, Zamawiający zostanie obciążony wynikającymi z tego kosztami.
13. W celu uniknięcia ewentualnych opóźnień, wynikających z braku niezbędnych materiałów lub wyposażenia, osoby wykonujące prace z ramienia Zamawiającego winny zapoznać się ze stanem technicznym i powłoką lakierniczą pojazdu przed terminem wyznaczonym na wykonanie prac.
14. Zamawiający zobowiązuje się do przestrzegania wszystkich wymagań związanych z przepisami prawa dotyczącymi tego typu prac oraz wymagań poszczególnych operatorów w zakresie przeprowadzania pracy na terenie zajezdni. W szczególności w zakresie bezpieczeństwa pracowników wykonujących prace na zajezdni, wyposażenia ich w środki ochrony, używanie materiałów z odpowiednimi atestami, gospodarowanie odpadami i inne.
15. W przypadku zastrzeżeń co do projektu, jakości lub sposobu realizacji prac związanych z przedmiotem umowy lub w przypadku wystąpienia szkody w mieniu, Operator sporządzi raport z opisem uszkodzeń i wykonaną dokumentacją fotograficzną. Sporządzony raport

wraz z dokumentacją fotograficzną przekazywany jest do ZTM.

16. Jeżeli Zamawiający nie dokona w wyznaczonym przez ZTM terminie poprawek wskazanych w raporcie jako zastrzeżenia, z zachowaniem postanowień ust. 17, ZTM może:
 - 1) zlecić ich wykonanie podmiotowi zewnętrznemu, kosztami tych prac obciążając Zamawiającego, który w takim przypadku dobrowolnie zobowiązuje się do ich uregulowania w terminie i wysokości wskazanych w fakturze VAT,
 - 2) w oparciu o postanowienia raportu ustalić rodzaj i rozmiar szkody powstałej w mieniu występując do Zamawiającego o zapłatę odszkodowania z tego tytułu.
17. Jeśli w trakcie usuwania reklamy dojdzie do uszkodzenia powłoki lakierniczej na pojazdach, Zamawiający zobowiązuje się do poniesienia kosztów naprawy według stawki za roboczogodzinę obowiązującej na dzień jej wykonania i standardowych kosztów użytych materiałów. Zamawiający dobrowolnie zobowiązuje się do ich uregulowania w terminie i wysokości wskazanych przez ZTM w fakturze VAT.
18. W przypadku, gdy Zamawiający zakwestionuje zasadność sporządzonego raportu z opisem uszkodzeń bądź zastrzeżenia w nim wskazane, ZTM powoła na jego koszt rzeczoznawcę, który określi rodzaj i rozmiar szkody.
19. Koszty prac wymienionych w ust. 15, 16 i 17 i 18 pokryte zostaną z opisanej § 3 ust. 3 kaucji. W przypadku, gdy będą one wyższe niż wniesiona kaucja, Zamawiający obciążony zostanie dodatkową opłatą.
20. ZTM może udostępniać pod reklamę pozostałe, wolne powierzchnie pojazdów (nieobjęte umową) innym kontrahentom, bez prawa roszczeń ze strony Zamawiającego.

§ 12

Postanowienia szczegółowe dotyczące pozostałych form ekspozycji reklamy

1. W przypadku pozostałych form ekspozycji dot. reklamy wewnętrznej w pojazdach, o których mowa w § 2 za umieszczenie materiałów reklamowych w terminach uzgodnionych z Operatorem odpowiada Zamawiający.
2. Wszelkie czynności związane z opracowaniem projektu oraz wykonaniem reklamy wykonuje Zamawiający na własny koszt i ryzyko.

§ 13

Postępowanie i odpowiedzialność odszkodowawcza w przypadkach uszkodzenia reklamy

1. ZTM ponosi odpowiedzialność tylko za szkody powstałe z przyczyn zawinionych przez ZTM. Odpowiedzialność odszkodowawcza ZTM obejmuje rzeczywiste straty poniesione przez Zamawiającego. ZTM nie ponosi odpowiedzialności za szkody powstałe w wyniku aktów wandalizmu, siły wyższej, kolizji czy wypadków drogowych.
2. ZTM zobowiązany jest do odnowienia bądź ponownego wykonania reklamy na własny koszt jedynie wówczas, gdy ZTM ponosi odpowiedzialność za jej zniszczenie. W pozostałych przypadkach koszty wykonania, odnowienia lub naprawy reklamy ponosi Zamawiający.

§ 14

Postępowanie w przypadkach niezawinionego przez ZTM uszkodzenia reklamy

1. ZTM nie ponosi odpowiedzialności za uszkodzenia i zniszczenia reklamy w innych przypadkach niż wskazane w § 13 ust. 1, w szczególności powstałe z winy Zamawiającego, osób trzecich, a także w wyniku zdarzeń losowych, tj. kolizji drogowych, aktów wandalizmu, itp. Zamawiający jest zobowiązany do zapewnienia odpowiedniej jakości reklamy, gwarantującej trwałość i jej estetyczny wygląd przez cały okres ekspozycji.
2. W przypadkach uszkodzenia lub zniszczenia reklamy z przyczyn niezawinionych przez ZTM, Zamawiający jest zobowiązany w terminie uzgodnionym z pracownikami ZTM do dokonania odpowiednio jej wymiany, ewentualnych poprawek bądź renowacji na własny koszt i ryzyko.
3. W przypadku uszkodzenia reklamy na pojeździe bądź niemożności jej dalszej ekspozycji na skutek wypadku z udziałem pojazdu lub innych zdarzeń uniemożliwiających jego dalszą

4 

eksploatację Zamawiający ma prawo na koszt własny odtworzyć reklamę lub nanieść ją na inny pojazd udostępniony przez ZTM, o ile taka możliwość będzie istniała. W razie braku możliwości udostępnienia innego pojazdu, Zamawiającemu przysługiwać będzie zwrot czynszu w wysokości proporcjonalnej do niewykorzystanego okresu ekspozycji reklamy. Zamawiającemu nie przysługuje roszczenie odszkodowawcze.

4. W przypadku wystąpienia zdarzeń niepozwalających w ustalonym pierwotnie wymiarze albo terminie na prezentację reklam wewnątrz pojazdów (np. przez długotrwałe wycofanie pojazdu z ruchu itp.), w miarę posiadanych możliwości ekspozycja prezentowana jest z wykorzystaniem tożsamej powierzchni reklamowej albo jej termin wydłużany jest stosownie do określonego w umowie.
5. Zamawiający może odmówić poniesienia kosztów poprawek, renowacji bądź ponownego wykonania reklamy. Odmowa jest równoznaczna z zakończeniem ekspozycji. W tej sytuacji Zamawiającemu nie przysługuje zwrot poniesionych kosztów ekspozycji oraz naniesienia i usunięcia reklamy. Ponadto nie oznacza to zwolnienia Zamawiającego z obowiązku usunięcia reklamy, w tym odtworzenia powłoki lakierniczej w przypadku reklam na pojazdach.
6. Zamawiający może na własny koszt ubezpieczyć reklamę.

§ 15

Warunki płatności

1. ZTM na podstawie umowy na najem powierzchni reklamowej wystawi fakturę w terminie do 14 dni od daty planowanego rozpoczęcia ekspozycji reklamy, chyba że Strony postanowią inaczej. Faktura w przypadku najmu powierzchni reklamowej do 3 miesięcy wystawiona zostanie jednorazowo, a w przypadkach gdy obejmuje okres dłuższy niż 3 miesiące, wystawiana będzie co miesiąc.
2. Zapłata należności z tytułu realizacji umowy płatna jest na rachunek bankowy ZTM: 45 1090 1186 0000 0001 3708 1372 w terminie 14 dni od daty otrzymania faktury, przy czym za dzień zapłaty uważa się dzień uznania rachunku bankowego ZTM.
3. Za każdy dzień opóźnienia w płatności Zamawiającemu naliczone zostaną odsetki w wysokości ustawowej.
4. Należność z tytułu realizacji umowy będzie regulowana przez Zamawiającego w pełnej wysokości również w przypadku niewykorzystania udostępnionej powierzchni reklamowej z przyczyn leżących po jego stronie.

§ 16

Warunki rozwiązania umowy

1. Umowa ulega rozwiązaniu z upływem okresu, na jaki została zawarta.
2. ZTM może bez wypowiedzenia rozwiązać umowę przed upływem okresu, na jaki została zawarta w przypadku:
 - 1) niezapłacenia przez Zamawiającego zobowiązań wynikających z umowy,
 - 2) niewykonania poprawek, renowacji bądź wymiany reklamy w terminie określonym w wezwaniu przesyłanym przez ZTM (dotyczy przypadków niezawinionego przez ZTM uszkodzenia reklamy - § 13 ust. 2).
3. W przypadku rozwiązania umowy przez ZTM bez wypowiedzenia z powodu okoliczności wskazanych w ust. 2 niniejszego paragrafu, Zamawiający zrzeka się prawa do żądania zwrotu zapłaconego czynszu za okres pozostały do czasu rozwiązania umowy, na skutek upływu czasu, na jaki została zawarta. Jednocześnie ZTM ma prawo domagać się naprawienia szkody na zasadach ogólnych, w szczególności zwrotu kosztów usunięcia reklamy i odtworzenia powłoki lakierniczej.
4. ZTM zastrzega sobie możliwość natychmiastowego rozwiązania umowy w przypadku gdy zostanie to nakazane przez inną uprawnioną instytucję lub organ, na przykład w przypadku stwierdzenia naruszenia praw określonych w §9. Ponadto ZTM zastrzega sobie prawo usunięcia reklamy lub żądania natychmiastowej zmiany treści publikowanej reklamy w przypadku uzasadnionych roszczeń osób trzecich.

§ 17

Formy kontaktu

Wszelkie ustalenia pomiędzy Zamawiającym, a ZTM dokonywane są wyłącznie pisemnie w formie papierowej lub elektronicznej, pod poniższymi danymi kontaktowymi:

Zarząd Transportu Metropolitalnego

Ul. Barbary 21A

40-053 Katowice

e-mail: kancelaria@metropoliatm.pl

reklama@metropoliatm.pl

strona internetowa: www.metropoliatm.pl

ePUAP: /METROPOLIAZTM/SkrytkaESP

§ 18

W sprawach nieuregulowanych w niniejszym Regulaminie ma zastosowanie ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny.

§ 19

Odpowiedzialnym za wykonanie Regulaminu jest Naczelnik Wydziału Reklamy i Marketingu.

§ 20

Nadzór nad wykonaniem Regulaminu powierza się Zastępcy Dyrektora ZTM ds. Handlowych.

§ 21

Z dniem wejścia niniejszego Regulaminu, traci moc Zarządzenie nr 75/2020 Dyrektora Zarządu Transportu Metropolitalnego w Katowicach z dnia 20 sierpnia 2020 r. w sprawie zasad sprzedaży powierzchni reklamowych przez ZTM.

§ 22

Regulamin wchodzi w życie z dniem podpisania.

Dyrektor
Zarządu Transportu
Metropolitalnego
Małgorzata Gułowska

Naczelnik
Wydziału Reklamy i Marketingu
Anna Kotarska

Radca Prawny
Damian Jaromin
4 KT-2342
Sprawdzono pod względem
formalno-prawnym

Umowa wynajmu powierzchni pod reklamę

zawarta w Katowicach, dnia202.... r.

pomiędzy:

Górnośląsko-Zagłębiowską Metropolią w Katowicach, NIP: 634-29-01-873 w imieniu której działa **Zarząd Transportu Metropolitalnego w Katowicach**, jednostka budżetowa z siedzibą w Katowicach (40-053), ul. Barbary 21A, REGON: 369308114, reprezentowana na podstawie pełnomocnictwa Nr 6/2021 z dnia 14.01.2021 r., udzielonego uchwałą Nr 14/2021 Zarządu Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii przez: Małgorzatę Gutowską – Dyrektora Zarządu Transportu Metropolitalnego zwanym dalej „ZTM,

a

.....
.....
.....
zwany dalej „Zamawiającym”

§ 1

1. ZTM udostępnia powierzchnię reklamową na podstawie wypełnionej oferty na zakup usług reklamowych ZTM oraz zgodnie z cennikiem, gdzie dokładnie określono rodzaj, rozmiar i miejsce ekspozycji.
2. Zamawiający oświadcza, że zapoznał się z treścią Regulaminu nr/2022 Dyrektora Zarządu Transportu Metropolitalnego w Katowicach z dnia2022 r. w sprawie zasad sprzedaży powierzchni reklamowych Zarządu Transportu Metropolitalnego oraz akceptuje jego postanowienia. Regulamin jest integralną częścią Umowy i został opublikowany na stronie www.metropoliaztm.pl w zakładce „Zareklamuj się w ZTM”.

§ 2

1. Zamawiający oświadcza, iż posiada prawa autorskie do reklamy oraz jest upoważniony do używania wszelkich znaków, wzorów, nazw handlowych oraz informacji zawartych w reklamie.
2. ZTM zastrzega sobie prawo pod rygorem rozwiązania umowy najmu, do sprzeciwu na umieszczenie na wynajmowanej powierzchni treści naruszającej prawo, dobre obyczaje lub niezgodnej z zasadami współżycia społecznego.

§ 3

Z tytułu wynajmu powierzchni reklamowej Zamawiający będzie uiszczał opłatę w wysokości zł (słownie: złotych) oraz należny podatek VAT w wysokości zł (słownie: złotych), na podstawie wystawionej przez ZTM faktury VAT w terminie 14 dni od daty otrzymania faktury. W razie opóźnienia w zapłacie należności, ZTM służy prawo naliczenia odsetek w wysokości odsetek ustawowych.



§ 4

Umowa została zawarta na okres

§ 5

W sprawach nie uregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie przepisy Kodeksu cywilnego.

§ 6

Wszelkie zmiany umowy wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 7

Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron umowy.

.....
ZTM

.....
Zamawiający

**CENNIK REKLAMY ZEWNĘTRZNEJ I WEWNĘTRZNEJ
NA POWIERZCHNIACH ZTM**

I Oklejanie pojazdów

Lp.	Nazwa powierzchni	Koszty miesięcznej ekspozycji – CENNIK STANDARDOWY*
1	Cały pojazd bez szyb (minibus, B)	2 300 zł/miesiąc
	Cały pojazd + 30 % szyb	3 000 zł/miesiąc
2	Cały pojazd bez szyb (przegub, C)	2 800 zł/ miesiąc
	Cały pojazd + 30 % szyb	3 800 zł/miesiąc
3	Cały tył bez szyby	800 zł/ miesiąc
4	Cały tył	1000 zł/ miesiąc
5	Cały prawy lub lewy bok bez szyb (minibus, B)	1 500 zł/ miesiąc
	Cały prawy lub lewy bok + 30 % szyb	1 700 zł/miesiąc
6	Cały prawy lub lewy bok bez szyb (przegub, C)	1 600 zł/ miesiąc
	Cały prawy lub lewy bok + 30 % szyb	1 800 zł / miesiąc

Powyżej przedstawione ceny zawierają tylko koszty wynajmu powierzchni reklamowej na pojazdach, pozostałe koszty tj. wykonanie projektu, wydruk, montaż/demontaż reklamy nie wchodzi w ww. ceny.

Tabor B – 12 m

Tabor C – 18 m

Tabor M – minibus

II Reklama wewnątrz pojazdów

Lp.	Nazwa powierzchni	Koszty miesięcznej ekspozycji – CENNIK STANDARDOWY
1	PLAKAT A3 w ramce	25 zł/sztuka/tydzień 35 zł/sztuka od 2 tyg. do 3 tyg. 45 zł/sztuka/miesiąc
2	Ekrany LCD (jeden pojazd)	120 zł/ 10 sek. 145 zł/ 15 sek. 175 zł/ 20 sek. 200 zł/ 30 sek. Emisja ok. 6 razy na godzinę. Minimalny czas ekspozycji to 30 dni. Ceny za tydzień ekspozycji

III Reklama bezpośrednia w pojeździe

Nazwa powierzchni	Minimalny koszt 1-dniowej akcji na regularnie kursujących liniach ZTM
Reklama bezpośrednia w pojeździe	Od 7 000 zł

IV Reklama na papierowych biletach

Nazwa powierzchni	Koszt
Rewers na biletach papierowych Minimalny nakład 50 000 szt.	1500 zł

VI Reklama w mediach elektronicznych

Media elektroniczne	Koszt
Artykuł informacyjny na stronie głównej www.metropoliaztm.pl	6 000 zł/ artykuł/ miesiąc

VII Reklama w gablocie reklamowej (wiaty)

Nazwa powierzchni	Koszt miesięcznej ekspozycji dla klientów indywidualnych
-------------------	--

pk4

Gablota reklamowa w wiacie przystankowej	od 600 zł/ miesiąc
--	--------------------

VIII Reklama na Dworcu w Tarnowskich Górach

Lp.	Nazwa powierzchni	Koszty miesięcznej ekspozycji – CENNIK STANDARDOWY* Ceny za miesięczną ekspozycję
1	Ekran LCD	120 zł/ 10 sek. 150 zł/ 15 sek. 180 zł/ 20 sek. 210 zł/ 30 sek. Emisja ok. 6 razy na godzinę. Minimalna ekspozycja 7 dni. Ceny za tydzień ekspozycji
2	Plakaty w gablotach	300 zł/ 1 szt./ miesięcznie Minimalny czas ekspozycji 30 dni
3	Kiosk Multimedialny	110 zł/ 10 sek. 120 zł/ 15 sek. 150 zł/ 20 sek. 190 zł/ 30 sek. Emisja ok 4 razy na godzinę Minimalna ekspozycja 7 dni. Ceny za tydzień ekspozycji

*Wszystkie ceny podane w PLN bez podatku VAT.

OFERTA NAJMU POWIERZCHNI
Z DNIA

DANE ZAMAWIAJĄCEGO:

Nazwa firmy*/Imię i nazwisko**

Adres

Osoba do kontaktu*

Tel.....

Adres-email

PRZEDMIOT OFERTY:

REKLAMA NA POJAZDACH
(reklama zewnętrzna)

Powierzchnia reklamowa	Pojazd/operator (zgodnie z dostępną ofertą)	Okres ekspozycji od... do...	Koszt ekspozycji (netto)

REKLAMA W POJAZDACH
(plakaty, ekrany)

Format plakatu (zgodnie z dostępną ofertą)	Pojazd/operator (zgodnie z dostępną ofertą)	Liczba plakatów	Okres ekspozycji od... do...	Koszt ekspozycji (netto)

W

INNE POWIERZCHNIE				
Bilety papierowe	Nakład (min. 50 000 szt.)	Data emisji		Koszt ekspozycji (netto)
		Zgodnie z harmonogramem druku biletów		
Reklama na stronie www	Objętość (liczba znaków ze spacjami)			
Wiaty przystankowe	Lokalizacja	Liczba powierzchni	Termin ekspozycji	

Tarnowskie Góry Dworzec

Ekran LCD	Okres emisji od ... do ... (liczba dni)	Czas trwania emisji spotu	Koszt ekspozycji (netto)
Plakaty w gablotach	Okres ekspozycji od ...do... (liczba dni)	Liczba	
Kiosk multimedialny	Okres emisji od ... do ... (liczba dni)	Czas trwania emisji spotu	

WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA: złotych netto + 23% VAT (słownie.....
.....zł netto)

WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA: złotych brutto (słownie.....
.....zł brutto)

Wartość kaucjizł brutto – płatne do dnia (słownie.....
.....zł brutto)

Wartość faktury miesięcznej zł netto (słownie.....
.....zł netto)

Wartość faktury miesięcznej zł brutto (słownie.....
.....zł brutto)

podpis Zamawiającego/ pieczęć

***wypełnia się w przypadku Zamawiającego prowadzącego działalność gospodarczą**

****wypełnia się w przypadku Zamawiającego będącego osobą fizyczną, która nie prowadzi działalności gospodarczej**

Numer konta, na które należy wpłacić kaucję przed podpisaniem:

27 1090 1186 0000 0001 3492 0051 tytułem „zabezpieczenie należytego wykonania umowy nr....”

Wydziału Reklamy i Marketingu
Anna Kolaras