

REGULAMIN NR ...1.../2025
DYREKTORA ZARZĄDU TRANSPORTU METROPOLITALNEGO
W KATOWICACH
z dnia 21. sierpnia2025 r.

**w sprawie udostępniania przez Zarząd Transportu Metropolitalnego
powierzchni i nośników reklamowych**

Na podstawie § 3 ust. 2 pkt 24) statutu Zarządu Transportu Metropolitalnego nadanego uchwałą nr XIII/83/2018 Zgromadzenia Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii z dnia 18.12.2018 r. w sprawie nadania statutu Zarządowi Transportu Metropolitalnego z późn. zm. oraz § 7 ust. 12 pkt 3 Regulaminu Organizacyjnego Zarządu Transportu Metropolitalnego stanowiącego załącznik do uchwały nr 111/2024 Zarządu Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii z dnia 4 kwietnia 2024 r.

zarządzam, co następuje:

Przedmiotem niniejszego regulaminu (dalej: Regulamin) jest ustalenie zasad udostępniania innym podmiotom powierzchni reklamowych, w tym nośników reklamowych, będących w dyspozycji Zarządu Transportu Metropolitalnego (dalej: ZTM).

§1

Ileokroć w niniejszym Regulaminie mowa jest o:

- 1) **ZTM** – rozumie się przez to Zarząd Transportu Metropolitalnego w Katowicach;
- 2) **GZM** – rozumie się przez to Górnośląsko-Zagłębiowską Metropolię;
- 3) **Dni robocze** – dni od poniedziałku do piątku, z wyłączeniem soboty oraz dni ustawowo wolnych od pracy;
- 4) **operatorach (operatorze)** – rozumie się przez to podmioty zdefiniowane w art. 4 ust. 1 pkt 8) ustawy z dnia 16 grudnia 2010 r. o publicznym transporcie zbiorowym (tj. Dz. U. z 2023, poz. 2778);
- 5) **reklamie** - rozumie się przez to przekaz handlowy, pochodzący od podmiotu publicznego lub prywatnego, w związku z jego działalnością gospodarczą, zawodową, artystyczną lub edukacyjną, zmierzający do promocji sprzedaży lub odpłatnego korzystania z towarów lub usług; reklamą jest także autopromocja innego podmiotu niż ZTM, GZM lub podmiot wskazany przez GZM oraz informacje promujące działalność nieodpłatną (np. charytatywną) oraz akcje społeczne i inne podobne;
- 6) **Zamawiającym reklamę** – rozumie się przez to osobę fizyczną, osobę prawną oraz jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, zainteresowaną korzystaniem z powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych udostępnianych przez ZTM;
- 7) **Umowie ramowej** – rozumie się przez to umowę obejmującą okres nie krótszy niż 3 miesiące i nie dłuższy niż 12 miesięcy, określająca ogólne warunki współpracy stron i kwotę maksymalnego zobowiązania Zamawiającego reklamę, w ramach której Zamawiający reklamę składa ZTM zamówienia dotyczące udostępnienia konkretnej powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego, stanowiące podstawę do ich udostępnienia Zamawiającemu reklamę oraz wystawienia przez ZTM faktury VAT.

§ 2

1. ZTM ma prawo do udostępniania innym podmiotom powierzchni reklamowych, w tym nośników reklamowych określonych w ust. 2, o ile pozostają one w tym zakresie do dyspozycji ZTM.
2. ZTM udostępnia następujące powierzchnie i nośniki reklamowe:
 - 1) powierzchnię zewnętrzną na pojazdach, którymi świadczone są usługi publicznego transportu zbiorowego na podstawie umów zawartych przez ZTM i/lub GZM z operatorami, obejmującą powierzchnie boczne po jednej lub obydwu stronach oraz powierzchnię tylną - minimalny okres ekspozycji reklamy wynosi miesiąc rozumiany jako od n-tego dnia danego miesiąca do n-1 dnia kolejnego miesiąca kalendarzowego;
 - 2) ramkę reklamową A3 – nośnik reklamowy służący do zamieszczania materiałów reklamowych w formie plakatów w formacie maksymalnym A3, znajdujący się w pojazdach, o których mowa w pkt. 1) - minimalny okres ekspozycji reklamy wynosi tydzień rozumiany jako 7 kolejnych dni kalendarzowych, a minimalna liczba plakatów wynosi 30 szt.;
 - 3) monitor LCD - nośnik reklamowy służący do emisji materiałów reklamowych na ekranach LCD, znajdujących się w pojazdach, o których mowa w pkt 1) - minimalny okres ekspozycji reklamy wynosi miesiąc rozumiany jako od n-tego dnia danego miesiąca do n-1 dnia kolejnego miesiąca kalendarzowego. Emisja odbywa się we wszystkich pojazdach wybranego przez Zamawiającego reklamę Operatora, brak możliwości wyboru pojedynczych pojazdów.
 - 4) gabloty reklamowe w wiatkach przystankowych (citylighty) - minimalny okres ekspozycji wynosi miesiąc rozumiany jako od n-tego dnia danego miesiąca do n-1 dnia kolejnego miesiąca kalendarzowego,
 - 5) gabloty reklamowe na Dworcu autobusowym w Tarnowskich Górach - minimalny okres ekspozycji wynosi miesiąc rozumiany jako od n-tego dnia danego miesiąca do n-1 dnia kolejnego miesiąca kalendarzowego;
 - 6) reklamy na rewersie biletów papierowych - minimalny nakład wynosi 50 tys. szt. biletów, a Zamawiający reklamę może zamówić reklamę na biletach papierowych w nakładzie będącym wielokrotnością nakładu minimalnego.

§ 3

1. Powierzchnie reklamowe i nośniki reklamowe udostępniane są odpłatnie na podstawie umowy o udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego, której wzór stanowi załącznik nr 2 oraz 2a do Regulaminu, zawartej na podstawie zamówienia złożonego przez Zamawiającego reklamę, którego wzór stanowi Załącznik nr 1 do Regulaminu lub w wyniku postępowania o zawarcie umów ramowych, o których mowa w ust. 3. Wynagrodzenie ZTM za udostępnianie powierzchni reklamowych i nośników reklamowych (cena) obliczane jest zgodnie z Cennikiem stanowiącym załącznik nr 3 i 3a do Regulaminu z zastrzeżeniem §4.
2. W celu udostępnienia powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego ZTM dopuszcza możliwość zawarcia umowy dotyczącej jednorazowego udostępnienia powierzchni

reklamowej/nośnika reklamowego (wzór zgodny z Załącznikiem nr 2) lub - umowy ramowej obowiązującej przez okres co najmniej trzech miesięcy (wzór zgodny z Załącznikiem nr 2a). Ilekroć w Regulaminie i jego załącznikach mowa jest o umowie na udostępnianie powierzchni reklamowej lub nośnika/nośników reklamowych bez bliższego określenia rozumie się przez to zarówno umowę dotyczącą jednorazowego udostępnienia jak i umowę ramową.

3. Zawieranie umów ramowych będzie następowało po przeprowadzeniu ogólnodostępnego naboru ofert zawarcia umów ramowych (dalej: **postępowanie otwarte dla umów ramowych**), w którym kryteriami wyboru będą w szczególności kolejność wpływu zgłoszeń (ofert) dotyczących zawarcia umowy ramowej dla danych powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych, a także jako kryterium dodatkowe wartość całkowita umowy, długość okresu obowiązywania umowy ramowej. O przeprowadzeniu naboru zgłoszeń w ramach postępowania otwartego dla umów ramowych i zawarciu umów ramowych będzie decydował Dyrektor ZTM w miarę potrzeb ZTM.
4. W przypadku jednorazowego udostępniania powierzchni reklamowej/nośnika reklamowego (poza umową ramową) o kolejności realizacji poszczególnych zamówień, w tym zawarciu umowy o udostępnieniu powierzchni lub nośnika reklamowego oraz udostępnieniu powierzchni/ nośnika reklamowego decyduje data wpływu zamówienia do ZTM.
5. Zamówienie na udostępnianie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego, o którym mowa w ust. 4 oraz zamówienia składane w ramach realizacji umowy ramowej Zamawiający reklamę składa na formularzu stanowiącym załącznik nr 1 do Regulaminu złożonym w formie pisemnej do kancelarii ZTM lub przesyłanym w formie skanu lub w formie elektronicznej na adres mailowy reklama@metropoliaztm.pl. Każde zamówienie określa w szczególności rodzaj powierzchni reklamowej/nośnika reklamowego, liczbę, termin ekspozycji/emisji reklamy oraz koszt ekspozycji (cenę) obliczoną samodzielnie przez Zamawiającego reklamę w oparciu o Regulamin i jego załączniki, w tym Cennik stanowiący załącznik nr 3 do Regulaminu. W przypadku błędnego obliczenia przez Zamawiającego reklamę kosztu ekspozycji, ZTM informuje Zamawiającego reklamę za pośrednictwem poczty elektronicznej, wskazanej w zamówieniu, o prawidłowej wysokości kosztów ekspozycji. W przypadku braku akceptacji Zamawiającego reklamę dokonanej przez ZTM korekty kosztów ekspozycji w terminie 5 dni roboczych licząc od dnia przesłania, powiadomienia przez ZTM powyższej informacji do Zamawiającego reklamę, przez co rozumie się również brak odpowiedzi na wiadomość elektroniczną, ZTM w powyższym terminie, zamówienie uważa się za wycofane. Akceptacja wyceny kosztów dokonywana jest co najmniej w postaci elektronicznej (w szczególności w formie wiadomości elektronicznej).
6. W żadnym wypadku, w tym wskazanym w ust. 10, złożone przez Zamawiającego reklamę zamówienie nie wiąże się z obowiązkiem zawarcia umowy dotyczącej jednorazowego udostępnienia powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego, a w przypadku składania zamówień w ramach umowy ramowej nie wiąże się z obowiązkiem udostępnienia powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego a traktowane jest wyłącznie jako wstępna propozycja. O zawarciu bądź nie zawarciu umowy dotyczącej jednorazowego udostępnienia powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego, i/lub udostępnieniu powierzchni/nośnika reklamowego w ramach umowy ramowej (przyjęciu zamówienia w ramach umowy ramowej) decyduje

samodzielnie ZTM, biorąc pod uwagę w szczególności dostępne powierzchnie reklamowe/nośniki reklamowe, termin otrzymania zamówienia, zgodność zamówienia z Regulaminem, obowiązujące umowy ramowe. ZTM ma prawo do odmowy zawarcia umowy o udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego w szczególności także w przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania przez Zamawiającego reklamę uprzednio zawartej lub zawartych z ZTM umowy lub umów o udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego. O ile bezwzględnie wiążące przepisy prawa nie stanowią inaczej z tytułu odmowy zawarcia umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego oraz z tytułu odmowy przyjęcia do realizacji danego zamówienia Zamawiającemu reklamę nie przysługują żadne roszczenia, w tym odszkodowawcze.

7. ZTM każdorazowo po otrzymaniu zamówienia lub zapytania o możliwość udostępnienia powierzchni niebędącego zamówieniem określa dostępne powierzchnie reklamowe i nośniki reklamowe, określając również termin ich dostępności.
8. W przypadku braku dostępności powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych wskazanych przez Zamawiającego reklamę w zamówieniu lub zapytaniu o możliwość udostępnienia powierzchni lub nośników reklamowych lub podjęcia przez ZTM decyzji o niezawieraniu umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego z powodu braku ich dostępności lub z innych przyczyn, o powyższym ZTM informuje Zamawiającego reklamę drogą mailową w terminie do 7 dni kalendarzowych od momentu otrzymania zamówienia lub zapytania o możliwość udostępnienia powierzchni reklamowych, przy czym w żadnym wypadku brak takiej informacji nie stanowi akceptacji zamówienia.
9. Określony w zamówieniu wybór typu pojazdu pod ekspozycję reklamy oraz konkretna linia komunikacyjna, na której dany pojazd/dane pojazdy będą eksploatowane, nie jest wiążący dla ZTM. Pojazdy wykorzystywane do ekspozycji reklamy zewnętrznej i wewnętrznej (wskazanej w §2 ust. 2 pkt od 1 do 3 Regulaminu) kursują, zgodnie z obowiązującym rozkładem jazdy i obowiązkami operatora wynikającymi z realizacji umów przewozowych, na różnych liniach komunikacyjnych. ZTM nie gwarantuje kursowania pojazdów po wybranych lub stałych trasach oraz w konkretnych godzinach.
10. W przypadku podjęcia przez ZTM decyzji o realizacji danego zamówienia w przypadku umowy dotyczącej jednorazowego udostępnienia powierzchni reklamowej informuje się Zamawiającego reklamę o możliwości zawarcia umowy, a w przypadku zamówień składanych w ramach umowy ramowej o przyjęciu zamówienia i możliwości udostępnienia powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego, co następuje poprzez wysłanie informacji na adres poczty elektronicznej wskazanej przez Zamawiającego reklamę w zamówieniu, z równoczesnym wyznaczeniem, w przypadku umów dotyczących jednorazowego udostępnienia powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego terminu zawarcia umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego.
11. ZTM ma prawo do odmowy zawarcia umowy w przypadku umowy dotyczącej jednorazowego udostępnienia powierzchni reklamowej, a w przypadku umowy ramowej do odmowy udostępnienia powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego również po przesłaniu Zamawiającemu reklamę informacji wskazanej w ust. 10, co następuje zgodnie z ust. 6 i ust. 8 niniejszego paragrafu, z tym

zastrzeżeniem, że informacja ta powinna zostać przekazana Zamawiającemu reklamę w terminie 5 dni roboczych przed dniem wyznaczonym na zawarcie umowy w przypadku umowy dotyczącej jednorazowego udostępnienia powierzchni reklamowej, a w przypadku umowy ramowej w terminie 5 dni roboczych przed terminem udostępnienia powierzchni/nośnika reklamowego.

12. W terminie nie dłuższym niż 5 dni roboczych przed wyznaczonym zgodnie z ust. 10 dniem zawarcia umowy dotyczącej jednorazowego udostępnienia powierzchni reklamowej, a w przypadku umowy ramowej nie dłuższym niż 5 dni roboczych przed wskazanym w zamówieniu terminem udostępnienia powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego Zamawiający reklamę zobowiązany jest do dostarczenia ZTM w formie wskazanej przez ZTM projektu reklamy, która ma być eksponowana zgodnie ze złożonym zamówieniem. Warunkiem zawarcia umowy dotyczącej jednorazowego udostępnienia powierzchni reklamowej, a w przypadku umowy ramowej udostępnienia powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego jest uprzednia akceptacja przez ZTM przesłanego projektu reklamy. ZTM weryfikuje przesłany projekt reklamy i informuje Zamawiającego reklamę o akceptacji lub braku akceptacji projektu reklamy nie później niż do 2 dni robocze od jego otrzymania. W przypadku braku akceptacji projektu reklamy ZTM nie jest zobowiązany do zawarcia umowy dotyczącej jednorazowego udostępnienia powierzchni reklamowej, a w przypadku umowy ramowej do realizacji złożonego zamówienia i udostępnienia powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego, a z tego tytułu nie ponosi wobec Zamawiającego reklamę jakiegokolwiek odpowiedzialności, w tym odszkodowawczej.
13. ZTM nie dopuszcza do ekspozycji reklam zabronionych przez obowiązujące przepisy prawa (w zakresie treści, formy, przedmiotu lub podmiotu reklamowanego), ponadto naruszających interesy ZTM lub GZM, a także reklam, które zawierają treści:
 - a) wyborcze;
 - b) reklamujące alkohol i napoje alkoholowe oraz rekomendujące spożywanie alkoholu i napojów alkoholowych;
 - c) dyskryminujące w szczególności ze względu na rasę, przekonania religijne, płeć i narodowość;
 - d) zachęcające i propagujące zachowania agresywne, akty przemocy lub innego rodzaju zachowania antyspołeczne i podważające wartości społeczne;
 - e) promujące gry hazardowe, gry losowe i zakłady wzajemne;
 - f) podważające stanowisko pro-naukowe dotyczące profilaktyki zdrowia, racjonalnego żywienia, ochrony zdrowia i zdrowego trybu życia.
 - g) naruszające dobre obyczaje lub zasady współżycia społecznego
14. Umowa na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych wskazanych w §2 ust. 2 pkt 1) do pkt 5) Regulaminu zawierana jest przez Strony w formie pisemnej (lub równoważnej formie elektronicznej) nie później niż w dniu rozpoczęcia ekspozycji reklamy, a dotycząca nośników reklamowych wskazanych w §2 ust. 2 pkt 6) co najmniej na 1 miesiąc przed planowaną datą rozpoczęcia druku biletów.
15. Szczegółowe warunki udostępnienia przez ZTM poszczególnych rodzajów powierzchni reklamowej i nośników reklamowych określają Załączniki od nr 4 do nr 8 do Regulaminu, które to załączniki stanowią integralną część zawieranych umów na udostępnienie powierzchni lub nośników reklamowych oraz umowy ramowej.

§4

ZTM dopuszcza możliwość indywidualnego ustalenia cen za udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego z Zamawiającym reklamę – w takim przypadku treść zawieranej umowy na udostępnianie powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych dostosowuje się do okoliczności indywidualnego ustalenia ceny.

§5

Odpowiedzialnym za wykonanie Regulaminu jest Naczelnik Wydziału Handlowego.

§ 6

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

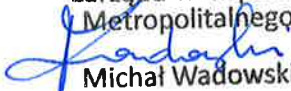
§7

1. Regulamin wchodzi w życie z dniem podpisania.
2. Z dniem wejścia w życie niniejszego Regulaminu, traci moc 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 z zastrzeżeniem ust. 3 i ust. 4.
3. Niniejszy Regulamin ma zastosowanie do zamówień złożonych po dniu wejścia Regulaminu w życie.
4. Do umów, w tym ramowych zawartych przed wejściem w życie Regulaminu, a zgodnie z postanowieniami uchylanego w ust. 2 Regulaminu 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 oraz zamówień złożonych przed wejściem w życie Regulaminu, znajdują zastosowanie postanowienia uchylanego zgodnie z ust. 2 Regulaminu 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.

Załączniki do Regulaminu:

- 1) Załącznik nr 1 – Formularz zamówienia dotyczącego udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego
- 2) Załącznik nr 2 – Wzór umowy na jednorazowe udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego
- 3) Załącznik nr 2a – Wzór umowy ramowej
- 4) Załącznik nr 3 – Cennik udostępniania przez ZTM powierzchni i nośników reklamowych
- 5) Załącznik nr 3a – Cennik udostępniania przez ZTM powierzchni i nośników reklamowych dla umowy ramowej
- 6) Załącznik nr 4 – Szczegółowe postanowienia dotyczące warunków udostępnienia powierzchni i nośników reklamowych – powierzchnie zewnętrzne pojazdów

- 7) Załącznik nr 5 – Szczegółowe postanowienia dotyczące warunków udostępnienia powierzchni i nośników reklamowych – powierzchnie i nośniki wewnątrz pojazdu
- 8) Załącznik nr 6 – Szczegółowe postanowienia dotyczące warunków udostępnienia powierzchni i nośników reklamowych - gabloty reklamowe w wiatkach przystankowych
- 9) Załącznik nr 7– Szczegółowe postanowienia dotyczące warunków udostępnienia powierzchni i nośników reklamowych – rewers biletów papierowych
- 10) Załącznik nr 8 – Szczegółowe postanowienia dotyczące warunków udostępnienia powierzchni reklamowych – gabloty reklamowe na dworcu w Tarnowskich Górach

Dyrektor
Zarządu Transportu
Metropolitalnego

Michał Wadowski


Główny Księgowy
Ewa Długosz

INSPEKTOR

Sylwia Żywczok

zgodnie z
względem
prawnym

Lisowska-Lipietka

Naczelnik
Wydziału Handlowego

Ewa Peist

Zastępca Głównego Księgowego

Monika Kudłiska

Zamówienie dot. udostępnienia powierzchni lub nośnika reklamowego
z dnia

DANE ZAMAWIAJĄCEGO REKLAMĘ:

Nazwa firmy*/Imię i nazwisko**

.....
.....

Adres.....

.....

NIP.....

REGON

Adres wysyłki FV.....

Osoba do kontaktu*

.....
.....
.....

Tel.....

Adres-email

PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA:

REKLAMA NA POJAZDACH
(reklama zewnętrzna)

Powierzchnia reklamowa	Pojazd/operator/obszar	Okres ekspozycji od... do...	Koszt ekspozycji (netto) cena podstawowa

REKLAMA W POJAZDACH
(plakaty)

Format A3	Operator/obszar	Liczba	Okres ekspozycji od... do...	Koszt ekspozycji (netto) cena podstawowa

REKLAMA W POJAZDACH (ekrany LCD)				
Format zgodnie z ofertą	Czas trwania emisji spotu/planszy	Okres emisji od ... do ...		Koszt ekspozycji (netto) cena podstawowa
INNE POWIERZCHNIE				
Bilety papierowe	Nakład (min. 50 000 szt.)	Okres emisji zgodnie z harmonogramem druku biletów		Koszt ekspozycji (netto) cena podstawowa
Gabloty w wiatach przystankowych	Lokalizacja	Liczba powierzchni	Okres ekspozycji od.....do.....	Koszt ekspozycji (netto) cena podstawowa

Tarnowskie Góry Dworzec

Plakaty w gablotach	Liczba	Okres ekspozycji od ...do...	Koszt ekspozycji (netto) cena podstawowa

Zgodnie z cennikiem obowiązującym na dzień złożenia zamówienia:

WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA: złotych netto (cena podstawowa)

(słownie.....zł netto)

WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA: złotych brutto (cena podstawowa)

(słownie.....zł brutto)

WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA: złotych netto (cena z rabatem)¹

(słownie.....zł netto)

¹ W przypadku umów jednorazowych uzupełnić wyłącznie w przypadku zamówień składanych na powierzchnie reklamowe wskazane w §2 ust. 2 pkt 1) do pkt 5) Regulaminu, jeśli zamawiany okres ekspozycji reklamy może uprawniać Zamawiającego

WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA: złotych brutto (cena z rabatem)¹

(słownie.....zł brutto)

ZAMAWIAJĄCY REKLAMĘ OŚWIADCZA, ŻE ZAPOZNAŁ SIĘ Z TREŚCIĄ REGULAMINU NR W SPRAWIEI ZOBOWIĄDUJE SIĘ DO PRZESTRZEGANIA ZASAD W NIM OKREŚLONYCH

.....
Data

.....
podpis Zamawiającego reklamę/ pieczęć

Załącznik do Zamówienia z dnia.....

PROTOKÓŁ MONTAŻU/DEMONTAŻU* REKLAMY/INFORMACJI ZEWNĘTRZNEJ

Podmiot zlecający ekspozycję reklamy/informacji:

Podmiot montujący lub imię i nazwisko osoby montującej reklamę/informację:

Nazwa kampanii reklamowej/informacyjnej:

Liczba pojazdów:

Format reklamy/informacji:

Operator (przewoźnik):.....

Lista pojazdów:

Lp.	Nr boczny pojazdu	Data montażu	Uwagi
-----	-------------------	--------------	-------

reklamę do uzyskania rabatu od ceny podstawowej. W przypadku umów ramowych uzupełnić, jeśli okres obowiązywania umowy ramowej może umożliwić uzyskanie rabatu od ceny podstawowej.

1			
2			
3			
4			
5			

.....

(miejscowość, data)

.....

podpis operatora

.....

podpis osoby wykonującej w imieniu
Zamawiającego reklamę

* Niepotrzebne skreślić

INSPEKTOR
SZ
Sylvia Żywczok

Klauzula RODO

1. Jeżeli wykonanie Umowy będzie wiązać się z jakimikolwiek operacjami na danych osobowych, Strony zobowiązują się postępować w tym zakresie zgodnie z obowiązującymi przepisami dotyczącymi ochrony danych osobowych, tj. w szczególności przepisami rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (EU) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) — a także przepisami ustawy z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych.
2. W związku z zawarciem, realizacją i monitorowaniem wykonywania Umowy ZTM będzie przetwarzać dane osobowe osób zatrudnianych przez Zamawiającego reklamę lub współpracujących z Zamawiającym reklamę na innej podstawie (w szczególności imię, nazwisko, adres e-mail, numer telefonu, miejsce zatrudnienia / firma prowadzonej działalności, stanowisko), które zostaną udostępnione przez Zamawiającego reklamę, w tym także dane osobowe przedstawicieli Zamawiającego reklamę.
3. Istotne informacje o zasadach przetwarzania przez ZTM danych osobowych osób, o których mowa w ust. 2 powyżej (w tym o przysługujących tym osobom prawach w związku z przetwarzaniem ich danych osobowych) dostępne są na stronie internetowej ZTM pod adresem: <https://bip.metropoliaztm.pl/arttykul/367/1985/klauzula-informacyjna-dla-kontrahentow>
4. Zamawiający reklamę jest zobowiązany poinformować osoby, o których mowa w ust. 2 o miejscu udostępnienia informacji o zasadach przetwarzania danych osobowych przez ZTM.

INSPEKTOR
S2
Sylvia Zywczyk

Naczelnik
Wydziału Handlowego
Ewa Peist

Wzór umowy

Umowa nr WH/...../CRU/...../20.....
zawarta w dniu

pomiędzy:

Górnośląsko-Zagłębiowską Metropolią (GZM) NIP: 634-29-01-873, w imieniu i na rzecz, której działa Zarząd Transportu Metropolitalnego, jednostka budżetowa z siedzibą w Katowicach (40-053), ul. Barbary 21A, REGON: 369308114, który reprezentuje na podstawie pełnomocnictwa nr

.....
zwany dalej **ZTM**,

a

.....
zwanym dalej **Zamawiającym reklamę**.

§ 1

1. Przedmiotem niniejszej umowy (zwanej dalej Umową) jest odpłatne udostępnienie przez ZTM Zamawiającemu reklamę powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego pod postacią:
 - a. *powierzchnia zewnętrzna na pojazdach obejmująca powierzchnie boczne po jednej lub obydwu stronach oraz powierzchnię tylną (wraz z szybą) łącznie lub każdy z modułów oddzielnie.*
 - b. *ramka reklamowa A3 – nośnik reklamowy służący do zamieszczania materiałów reklamowych/informacyjnych w formie plakatów,*
 - c. *monitor LCD - nośnik reklamowy służący do emisji materiałów reklamowych/informacyjnych na ekranach LCD,*
 - d. *gabloty reklamowe w wiatach przystankowych – nośnik do ekspozycji plakatów (citylighty),*
 - e. *gabloty reklamowe na Dworcu w Tarnowskich Górach-nośnik do ekspozycji plakatów,*
 - f. *reklamy/informacje na rewersie biletów papierowych,¹*szczegółowo wskazanego w załączniku nr 2 do niniejszej Umowy, w celu ekspozycji (emisji) zaakceptowanej przez ZTM reklamy w rozumieniu Regulaminu.
2. Szczegółowe warunki udostępnienia przez ZTM powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego, w tym szczegółowe prawa i obowiązki Stron określa Załącznik nr 1 do Umowy.
3. ZTM udostępnia powierzchnię reklamową lub nośnik reklamowy na podstawie złożonego przez Zamawiającego zamówienia stanowiącego Załącznik nr 2 do niniejszej Umowy.

¹ powierzchnia reklamowa/nośnik reklamowych zgodny ze złożonym przez Zamawiającego reklamę zamówieniem stanowiącym załącznik nr 1 do niniejszej Umowy

4. Integralną częścią niniejszej Umowy jest Regulamin w sprawie z dnia, zwany dalej Regulaminem. Zamawiający reklamę oświadcza, iż zapoznał się z treścią Regulaminu i zobowiązuje się do jego stosowania.
5. Ekspozycji (emisji) zgodnie z niniejszą Umową podlega wyłącznie reklama zaakceptowana przez ZTM zgodnie z zasadami określonymi w Regulaminie oraz załączniku nr 1 do niniejszej Umowy.

§ 2

1. Zamawiający reklamę oświadcza i gwarantuje, iż:
 - 1) posiada prawa autorskie do reklamy w zakresie umożliwiającym mu zawarcie i realizację niniejszej Umowy oraz jest upoważniony do używania wszelkich znaków, wzorów, nazw handlowych oraz informacji zawartych w reklamie, a także, że zawarcie i wykonanie niniejszej Umowy nie będzie naruszać praw osób trzecich.
 - 2) reklama, która ma być eksponowana (emitowana) zgodnie z niniejszą Umową jest zgodna z postanowieniami Regulaminu i Załącznika nr 1 do niniejszej Umowy.
2. Zamawiający reklamę niniejszym udziela ZTM licencji na korzystanie z majątkowych praw autorskich do przekazanej ZTM w wykonaniu niniejszej Umowy reklamy (w tym jej wzoru/projektu) w celu i zakresie niezbędnym do realizacji niniejszej Umowy, na okres jej obowiązywania, bez ograniczeń terytorialnych, w tym do udzielania w powyższym zakresie sublicencji podmiotom trzecim. Zakres upoważnienia ZTM obejmuje w szczególności przekazywanie reklamy do jej montażu, demontażu, druku oraz emisji, w tym jej wprowadzanie do pamięci komputera i innych urządzeń elektronicznych, jej zapisywanie na dowolnych nośnikach, kopiowania (powielania), dokonywania zmian form zapisu (formatów), jej ekspozycję oraz emisję w miejscach i na warunkach określonych niniejszą Umową. Celem wyjaśnienia wszelkich wątpliwości Strony zgodnie oświadczają, iż ZTM jest uprawniony do korzystania z majątkowych praw autorskich do w/w reklamy w pełnym zakresie niezbędnym do realizacji przez ZTM obowiązków i praw wynikających z niniejszej Umowy. Udzielone upoważnienie następuje w interesie Zamawiającego reklamę i w związku z powyższym nie przysługuje mu za to jakiekolwiek wynagrodzenie.
3. Zamawiający reklamę oświadcza i gwarantuje, że zawarcie i wykonanie niniejszej Umowy, w szczególności ekspozycja (emisja) reklamy, nie będzie naruszać obowiązujących przepisów prawa, a także dóbr osobistych, majątkowych i osobistych praw autorskich, praw pokrewnych, praw do znaków towarowych lub wzorów użytkowych bądź innych praw własności przemysłowej, tajemnicy prawnie chronionej oraz danych osobowych osób trzecich. W przypadku, gdyby doszło do powyższych naruszeń (naruszenia) Zamawiający reklamę jest wyłącznie odpowiedzialny wobec ZTM i osób trzecich za skutki naruszeń, w tym za powstałą szkodę.
4. Zamawiający reklamę ponosi pełną odpowiedzialność wobec ZTM oraz podmiotów trzecich (w tym operatorów) za naruszenie przez Zamawiającego reklamę jakichkolwiek postanowień niniejszej Umowy, w tym jej załączników a także za naruszenie obowiązujących przepisów prawa, w tym za szkody osobowe i/lub na mieniu i jest zobowiązany do naprawienia na własny koszt i ryzyko wszelkich szkód powstałych w wyniku niewykonania lub nienależytego wykonania jakichkolwiek postanowień niniejszej Umowy, w tym jej załączników a także za naruszenia obowiązujących przepisów prawa, w tym poprzez ekspozycję (emisję) reklamy.

5. W przypadku jeśli z mocy obowiązujących przepisów prawa lub umów, których stroną jest ZTM, odpowiedzialność za działania lub zaniechania Zamawiającego reklamę dokonane w związku bądź przy okazji realizacji niniejszej Umowy lub za treść reklamy ponosić będzie ZTM względem podmiotów trzecich, w tym operatorów, niezależnie od praw i obowiązków określonych w załączniku nr 1 do niniejszej Umowy, Zamawiający reklamę zobowiązuje się do zwolnienia ZTM z takiej odpowiedzialności, w tym zobowiązuje się naprawić każdą szkodę, w tym pokryć wszelkie koszty, wydatki, w tym koszty obsługi prawnej, którą ZTM może ponieść lub, za którą może stać się odpowiedzialny lub do której naprawienia może zostać zobowiązany w związku z działaniami lub zaniechaniami Zamawiającego reklamę lub podmiotów, za których działania i zaniechania ponosi on odpowiedzialność.
6. W przypadku jeśli na skutek niewykonania lub nienależytego wykonania przez Zamawiającego reklamę jakichkolwiek postanowień niniejszej Umowy lub naruszenia przez Zamawiającego reklamę obowiązujących przepisów prawa, w tym z uwagi na treść reklamy, na ZTM zostaną nałożone przez jakiegokolwiek organy jakiegokolwiek sankcje majątkowe o charakterze publicznoprawnym, Zamawiający reklamę zobowiązuje się do zwolnienia ZTM w najszerszym dopuszczalnym prawnie zakresie z odpowiedzialności względem takich organów, w tym do podjęcia wszelkich zgodnych z przepisami prawa działań mających na celu zwolnienie ZTM z takich zobowiązań. W szczególności Zamawiający reklamę zobowiązuje się pokryć wszelkie odszkodowania, kary, grzywny i inne należności publicznoprawne nałożone na ZTM z uwagi na działania lub zaniechania Zamawiającego reklamę.
7. Niezależnie od obowiązków wskazanych w ust. 1 do ust. 6 powyżej, jeżeli ZTM poinformuje Zamawiającego reklamę o jakichkolwiek roszczeniach osób trzecich zgłaszanych wobec ZTM w związku z jakimikolwiek działaniami lub zaniechaniami Zamawiającego reklamę, Zamawiający reklamę podejmie wszelkie działania mające na celu zażegnanie sporu. W szczególności, w razie wytoczenia przeciwko ZTM powództwa przez podmioty trzecie Zamawiający reklamę wstąpi do postępowania w charakterze strony pozwanej, a w razie braku takiej możliwości wystąpi z interwencją uboczną po stronie ZTM.
8. Celem wyjaśnienia wątpliwości Strony zgodnie oświadczają, iż na zasadach wskazanych w ust. 3 do ust. 7 Zamawiający reklamę ponosi wyłączną i całkowitą odpowiedzialność za treść reklamy, w tym za jej zgodność z obowiązującymi przepisami prawa i nie zwalnia go z tej odpowiedzialności okoliczność akceptacji projektu reklamy przez ZTM.
9. Niezależnie od postanowień niniejszego paragrafu Zamawiający reklamę zobowiązany jest do zapłaty na rzecz ZTM kary umownej w wysokości 10% całkowitego wynagrodzenia netto wskazanego w §3 ust. 1 niniejszej Umowy za każdy przypadek jeśli jakiegokolwiek oświadczenia lub zapewnienia złożone przez Zamawiającego reklamę w niniejszym paragrafie okazały się niezgodne ze stanem faktycznym a także za każdy przypadek niewykonania jakiegokolwiek obowiązku określonego dla Zamawiającego reklamę w niniejszym paragrafie, przy czym ZTM zachowuje prawo do dochodzenia odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych, jeśli poniesiona szkoda przekracza wysokość zastrzeżonej kary umownej.

§ 3

1. Z tytułu udostępnienia powierzchni reklamowej/nośnika reklamowego przez cały okres obowiązywania niniejszej Umowy Zamawiający reklamę zobowiązany jest do zapłaty na rzecz

ZTM wynagrodzenia w łącznej kwocie zł netto (słownie: zł 00/100 netto), oraz należny podatek VAT w wysokości(słownie) tj. zł brutto (słownie: zł 00/100 brutto) (cena podstawowa), płatnego na podstawie wystawionej przez ZTM faktury.

2. Faktura VAT wskazana w ust. 1 zostanie wystawiona do 5 dni roboczych (od poniedziałku do piątku bez dni ustawowo wolnych od pracy) licząc od dnia zawarcia niniejszej Umowy, zgodnie z zamówieniem stanowiącym załącznik nr 2 do niniejszej Umowy na całość należności z tytułu udostępnienia powierzchni reklamowej przy uwzględnieniu ceny podstawowej.
3. Termin płatności faktury obejmującej wynagrodzenie wskazane w ust. 1 wynosi 14 dni od dnia wystawienia faktury. Wynagrodzenie płatne będzie przelewem na rachunek bankowy ZTM 45 1090 1186 0000 0001 3708 1372, a za dzień zapłaty Strony uznają dzień uznania rachunku bankowego ZTM.
4. Przekroczenie terminu płatności, o którym mowa w ust. 3, uprawnia ZTM do naliczenia odsetek ustawowych za opóźnienie w transakcjach handlowych.
5. Zamawiający reklamę akceptuje wystawianie i przysyłanie przez ZTM faktur w formie elektronicznej/papierowej. Faktury będą przysyłane na adres: pocztowy/poczty elektronicznej@.....
6. W odniesieniu do nośników i powierzchni reklamowych wskazanych w §1 ust. 1 lit. a) do e) niniejszej Umowy Zamawiający reklamę będzie uprawniony do otrzymania rabatu w stosunku do ceny wskazanej w ust. 1 w zależności od faktycznego (rzeczywistego) okresu ekspozycji reklamy naliczanego w wysokości określonej w Cenniku stanowiącym **załącznik nr 4** do niniejszej Umowy (dalej: Cennik) zgodnie z poniższymi zasadami:
 - 1) z zastrzeżeniem pkt 2) poniżej rabat naliczany będzie na podstawie faktury VAT korygującej po zakończeniu realizacji niniejszej Umowy w zależności od faktycznego okresu ekspozycji reklamy (nie dłuższego jednak niż okres ekspozycji wskazany w §4 ust. 2 niniejszej Umowy),
 - 2) w przypadku, jeśli nieosiągnięcie wskazanego w §4 ust. 2 niniejszej Umowy okresu ekspozycji reklamy uprawniającego do uzyskania rabatu nastąpiło wyłącznie z przyczyn niezależnych od Zamawiającego, w tym z wyłącznej winy ZTM rabat naliczony zostanie przy uwzględnieniu ceny wskazanej w Cenniku dla okresu ekspozycji wskazanego w §4 ust. 2 niniejszej Umowy w stosunku do faktycznego okresu ekspozycji reklamy. Rabat nie jest naliczany w szczególności w przypadku, gdy nieosiągnięcie danego okresu faktycznej ekspozycji wynikało z przyczyn wskazanych w §4 ust. 9 niniejszej Umowy lub wypowiedzenia niniejszej Umowy z przyczyn zależnych od Zamawiającego reklamę.

§ 4

1. Umowa obowiązuje na czas określony tj. od dnia jej zawarcia do dnia zakończenia realizacji obowiązków z niej wynikających,
2. Okres ekspozycji/emisji reklamy na powierzchni reklamowej/nośniku reklamowym wskazanym w §1 ust. 1 obejmuje okres od do z zastrzeżeniem postanowień Załącznika nr 1.
3. W przypadku reklamy umieszczanej na rewersach biletów papierowych ZTM rozpoczyna zlecenie do druku zamówionej partii biletów dopiero w momencie powstania po stronie ZTM

takiej potrzeby tj. osiągnięcia przez ZTM minimalnych stanów magazynowych w zakresie papierowych biletów, wymagających zlecenia druku biletów. Zamawiający reklamę nie ma prawa do żądania od ZTM zlecenia do druku biletów przed tym okresem, przy czym, jeśli w okresie 3 miesięcy licząc od dnia zawarcia niniejszej Umowy ZTM nie zleci do druku biletów zawierających reklamę, każdej ze Stron będzie przysługiwać prawo do jej wypowiedzenia w trybie natychmiastowym, a ZTM nie ponosi z tego tytułu jakiegokolwiek odpowiedzialności odszkodowawczej wobec Zamawiającego reklamę, w tym nie jest zobowiązany do zwrotu jakichkolwiek kosztów lub nakładów.

4. W przypadku oklejania pojazdów reklamą (powierzchnia reklamowa wskazana w §2 ust. 1 pkt 1 Regulaminu) Zamawiający reklamę będzie zobowiązany do zapłaty kary umownej na rzecz ZTM za każdy dodatkowy dzień ekspozycji reklamy na pojeździe po upływie umownego czasu ekspozycji (tj. od dnia upływu terminu zakończenia ekspozycji wskazanego w ust. 2 niniejszego paragrafu do dnia rzeczywistego i całkowitego demontażu reklamy z pojazdu przez Zamawiającego reklamę bądź w ramach wykonania zastępczego) w kwocie w wysokości dwukrotności stawki dziennej opłaty za ekspozycję reklamy za każdy dzień ekspozycji reklamy po upływie okresu ekspozycji wskazanym w ust. 2. Stawka dzienna opłaty za ekspozycję reklamy stanowiąca podstawę wyliczenia kary umownej obliczana jest według wzoru:

$$SD = \frac{W}{E}$$

gdzie:

SD - stawka dzienna opłaty za ekspozycję reklamy,

W = Wynagrodzenie całkowite netto wskazane w §3 ust. 1 niniejszej Umowy,

E - liczba dni ekspozycji reklamy na powierzchni reklamowej wynikająca z §4 ust. 2 niniejszej Umowy.

5. Zamawiający reklamę będzie zobowiązany do uiszczenia kar umownych także w wypadkach wskazanych w załączniku nr 1 do niniejszej Umowy w wysokości tam określonej.
6. ZTM zachowuje prawo do żądania odszkodowania uzupełniającego, jeśli wysokość poniesionej szkody przewyższa wysokość kary umownej wskazanej w ust. 4 niniejszego paragrafu lub załączniku nr 1 do niniejszej Umowy.
7. ZTM przysługuje prawo do natychmiastowego wypowiedzenia niniejszej Umowy w części lub całości (w tym w odniesieniu do poszczególnych powierzchni reklamowych/nośników reklamowych) w przypadkach przewidzianych w obowiązujących przepisach prawa, a także w przypadku:
 - 1) jakiegokolwiek opóźnienia Zamawiającego reklamę w zapłacie wynagrodzenia w stosunku do terminu wskazanego w §3 ust. 3, przy czym w takim przypadku ZTM nie jest zobowiązany do kierowania do Zamawiającego reklamę jakichkolwiek wezwań,
 - 2) w przypadku niewykonywania bądź nienależytego wykonywania przez Zamawiającego reklamę jakichkolwiek innych obowiązków niż wskazane w pkt 1) przewidzianych niniejszą Umową, w tym wskazanych w treści załączników do niniejszej Umowy lub naruszenia w inny sposób postanowień niniejszej Umowy, przy czym w takim przypadku ZTM nie jest zobowiązany do kierowania do Zamawiającego reklamę jakichkolwiek wezwań,
 - 3) zaistnienia wobec Zamawiającego reklamę stanu zagrożenia niewypłacalnością, jak również stanu faktycznej niewypłacalności,

- 4) jeśli nie będzie możliwym rozpoczęcie lub kontynuowanie ekspozycji reklamy z uwagi na zmiany obowiązujących przepisów prawa, które wystąpiły po zawarciu niniejszej Umowy i dokonanej przez ZTM akceptacji jej projektu;
 - 5) jeśli okaże się, że reklama jest niezgodna z niniejszą Umową, jej załącznikami lub Regulaminem (niezależnie od faktu jej uprzedniej akceptacji przez ZTM),
 - 6) w przypadku utraty przez ZTM prawa do dysponowania powierzchnią reklamową/nośnikiem reklamowym wskazanym w niniejszej Umowie;
 - 7) wszczęcia wobec ZTM lub Zamawiającego reklamę jakiegokolwiek postępowania przez organ administracji publicznej związanego z treścią eksponowanej reklamy;
 - 8) w razie odmowy akceptacji przez ZTM projektu reklamy (w sytuacji, jeśli zgodnie z załącznikiem nr 1 do niniejszej Umowy lub Regulaminem akceptacja reklamy dokonywana by była po zawarciu niniejszej Umowy)
 - 9) w innych przypadkach wskazanych w niniejszej Umowie i załącznikach do niniejszej Umowy.
8. Zamawiającemu reklamę przysługuje uprawnienie do wypowiedzenia niniejszej Umowy wyłącznie z ważnych powodów, wskazanych w oświadczeniu o wypowiedzeniu niniejszej Umowy.
 9. ZTM ma prawo do wstrzymania ekspozycji (emisji) reklamy (nierozpoczęcia lub braku kontynuacji ekspozycji/emisji) w przypadku powstania wątpliwości co do jej zgodności z niniejszą Umową lub obowiązującymi przepisami prawa, do czasu ich wyjaśnienia i nie ponosi z tego tytułu jakiejkolwiek odpowiedzialności względem Zamawiającego reklamę. W przypadku, jeśli okaże się, że reklama jest zgodna z niniejszą Umową, w tym obowiązującymi przepisami prawa, Strony ustalą nowy termin ekspozycji (emisji) reklamy przy uwzględnieniu dostępnych ZTM powierzchni/nośników reklamowych, a w przypadku niemożliwości jego ustalenia w terminie 14 dni licząc od daty poinformowania Zamawiającego reklamę o usunięciu zaistniałych wątpliwości, każdej ze stron przysługuje prawo do natychmiastowego wypowiedzenia niniejszej umowy.
 10. W przypadku wypowiedzenia niniejszej Umowy przed upływem okresu ekspozycji/emisji reklamy określonym w ust. 2 Zamawiającemu reklamę przysługuje zwrot wynagrodzenia w wysokości proporcjonalnej do okresu pozostałego do upływu okresu ekspozycji/emisji reklamy.
 11. W przypadku jeśli wypowiedzenie niniejszej Umowy będzie wynikało z przyczyn zależnych od Zamawiającego reklamę (w szczególności wskazanych w ust. 7 pkt 1), pkt 2), pkt 3), pkt 5), pkt 7), pkt 8) i pkt 9) Zamawiający reklamę będzie zobowiązany do uiszczenia na rzecz ZTM kary umownej w wysokości stanowiącej iloczyn 20% stawki dziennej opłaty za ekspozycję reklamy, o której mowa w § 4 ust. 4 oraz liczby dni, o które na skutek wypowiedzenia niniejszej Umowy doszło do skrócenia okresu ekspozycji reklamy w stosunku do terminu wskazanego w ust. 2 niniejszej Umowy, przy czym ZTM zachowuje prawo do dochodzenia odszkodowania uzupełniającego w przypadku jeśli wysokość kary umownej nie pokrywa poniesionej szkody.
 12. Wszelkie naliczone kary umowne mogą być potrącane w szczególności z roszczenia Zamawiającego reklamę o zwrot wniesionej opłaty, jeżeli takowe będzie mu przysługiwało.
 13. Wypowiedzenie niniejszej Umowy w przypadku reklamy na rewersach biletów papierowych, dokonane po zleceniu przez ZTM druku takich biletów, nie ma wpływu na dopuszczalność ich dystrybucji przez ZTM tj. ZTM jest uprawniony do ich wprowadzania do dystrybucji,

a już wprowadzone do obiegu biletu nie będą wycofywane. W związku z powyższym w takim przypadku Zamawiającemu reklamę nie przysługuje zwrot wynagrodzenia w jakiegokolwiek części.

14. Wypowiedzenie niniejszej Umowy z przyczyn wskazanych w ust. 7 i ust. 9 nie uprawnia Zamawiającego reklamę do żądania od ZTM jakiegokolwiek odszkodowania lub zwrotu nakładów lub kosztów, o ile bezwzględnie wiążące przepisy nie stanowią inaczej.
15. Niniejsza umowa może być w każdym czasie rozwiązana za porozumieniem stron, w którym określają one wzajemne rozliczenia Stron.
16. Wypowiedzenie niniejszej Umowy przez którąkolwiek ze Stron lub jej rozwiązanie za porozumieniem stron nie wpływa na odpowiedzialność Zamawiającego reklamę powstałą w związku bądź przy okazji realizacji niniejszej Umowy, a w mocy pozostają w szczególności obowiązki demontażu reklamy, jeśli takie wynikają z Załącznika nr 1 do niniejszej Umowy.
17. Wypowiedzenie niniejszej Umowy i jej rozwiązanie wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 5

1. Do kierowania i koordynowania spraw związanych z realizacją niniejszej Umowy Strony wyznaczają następujące osoby:
 - a) ZTM:, tel., adres poczty elektronicznej:
 - b) Zamawiający reklamę: –
tel., adres poczty elektronicznej:
2. O ile niniejsza Umowa nie wymaga formy pisemnej wszelka korespondencja pomiędzy Stronami, w tym zawiadomienia, polecenia itp. może być dokonywana przez Strony na poniższe adresy poczty elektronicznej:
 - a) ZTM
 - b) Zamawiający reklamę:
3. Zmiana koordynatorów wskazanych w ust. 1 niniejszego paragrafu bądź danych kontaktowych wskazanych w ust. 1 lub ust. 2 niniejszego paragrafu nie wymaga sporządzenia aneksu do niniejszej Umowy i staje się skuteczna z chwilą pisemnego powiadomienia o tym drugiej Strony.
4. Strony zobowiązane są zawiadamiać się wzajemnie o każdorazowej zmianie adresu miejsca siedziby, adresu poczty elektronicznej oraz numerów telefonów. W razie zaniedbania tego obowiązku pismo przesłane pod ostatnio wskazany przez Stronę adres uznaje się za doręczone. Zmiana danych, o których mowa w zdaniu pierwszym powyżej nie stanowi zmiany niniejszej Umowy i staje się skuteczna z chwilą pisemnego powiadomienia o tym drugiej Strony.

§6

1. Zamawiający reklamę nie może bez uprzedniej pisemnej zgody ZTM dokonać:
 - 1) zastawienia lub przeniesienia jakichkolwiek praw lub obowiązków wynikających z niniejszej umowy na osoby trzecie.
 - 2) obciążeń tych praw w jakiegokolwiek formie, w szczególności: cesji, przekazu, sprzedaży, przelewu lub czynności wywołujące podobne skutki,

- 3) obciążenia jakiegokolwiek wierzytelności wynikającej z umowy lub jej części, a także zastawienia lub przeniesienia korzyści wynikającej z umowy lub udziału w niej na osoby trzecie, w tym także dokonywania zastawu czy objęcia umową poręczenia lub czynności wywołującej podobne skutki.
2. Czynności wymienione w ust. 1 dokonane pomimo zakazu są względem ZTM bezskuteczne.

§7

W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie przepisy prawa polskiego, w tym Kodeksu cywilnego.

§ 8

1. Wszelkie zmiany i uzupełnienia niniejszej Umowy wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Ewentualne spory wynikłe na tle realizacji niniejszej Umowy Strony poddają rozstrzygnięciu sądu właściwemu miejscowo dla siedziby ZTM.
3. Niniejsza umowa podlega prawu polskiemu i jurysdykcji sądów polskich. Językiem właściwym dla wykonywania niniejszej Umowy, w tym do prowadzenia wszelkiej korespondencji, jest język polski.
4. W przypadku, gdyby jakiegokolwiek postanowienia niniejszej Umowy okazały się nieważne lub bezskuteczne, pozostałe postanowienia pozostają w mocy. W miejsce postanowień nieważnych lub bezskutecznych stosuje się postanowienia, które są zgodne z obowiązującymi przepisami prawa, a odpowiadają znaczeniu oraz celowi niniejszej Umowy, będąc spójnymi z pozostałymi postanowieniami niniejszej Umowy.
5. Żadne z postanowień niniejszej Umowy nie może być interpretowane jako zwalniające Zamawiającego reklamę z odpowiedzialności na zasadach ogólnych, bądź ograniczające prawa ZTM wynikające z obowiązujących przepisów prawa.

§9

1. ZTM oświadcza, że posiada status dużego przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 6) ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1790 z późn. zm).
2. Zamawiający reklamę oświadcza, że posiada/nie posiada statusu dużego przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 6) ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych

§ 10

1. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron umowy.
2. Umowę zawarto w formie pisemnej/ formie elektronicznej (poprzez wymianę podpisanych w postaci elektronicznej i opatrzonych kwalifikowanym podpisem elektronicznym dokumentów na adresy poczty elektronicznej: Zamawiającego reklamę (.....@.....) oraz ZTM@..... oraz kancelaria@metropoliaztm.pl)2.

² Niepotrzebne skreślić.

3. Integralną część Umowy stanowią:

Załącznik nr 1 - Szczegółowe postanowienia dotyczące warunków udostępnienia powierzchni i nośników reklamowych

Załącznik nr 2 – Zamówienie z dnia

Załącznik nr 3 – Klauzula RODO

Załącznik nr 4 – Cennik

.....
ZTM

.....
Zamawiający


Dyrektor
Zarządu Transportu
Miejskiego
Michał Wadowski


INSPEKTOR
Sylwia Żywcok


Sprawdzono pod względem
formalno-prawnym
Joanna Oleś


Naczelnik
Wydziału Handlowego
Ewa Peist


Zastępca Głównego Księgowego
Michał Kucharski

Wzór umowy ramowej

Umowa nr WH/...../CRU/...../20.....
zawarta w dniu

pomiędzy:

Górnośląsko-Zagłębiowską Metropolią (GZM) NIP: 634-29-01-873, w imieniu i na rzecz, której działa Zarząd Transportu Metropolitalnego, jednostka budżetowa z siedzibą w Katowicach (40-053), ul. Barbary 21A, REGON: 369308114, który reprezentuje na podstawie pełnomocnictwa nr

.....
zwany dalej **ZTM**,

a

.....
zwanym dalej **Zamawiającym reklamę**

łącznie zwani Stronami, a każdy z osobna Stroną,

o następującej treści:

§ 1

1. Przedmiotem niniejszej umowy (zwanej dalej Umową) jest ustalenie zasad współpracy Stron w zakresie odpłatnego udostępniania w okresie obowiązywania niniejszej Umowy przez ZTM Zamawiającemu reklamę powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego pod postacią:

- a. *powierzchnia zewnętrzna na pojazdach obejmująca powierzchnie boczne po jednej lub obydwu stronach oraz powierzchnię tylną (wraz z szybą) łącznie lub każdy z modułów oddzielnie.*
- b. *ramka reklamowa A3 – nośnik reklamowy służący do zamieszczania materiałów reklamowych/informacyjnych w formie plakatów,*
- c. *monitor LCD - nośnik reklamowy służący do emisji materiałów reklamowych/informacyjnych na ekranach LCD,*
- d. *gabloty reklamowe w wiatrach przystankowych – nośnik do ekspozycji plakatów (citylighty),*
- e. *gabloty reklamowe na Dworcu w Tarnowskich Górach – nośnik do ekspozycji plakatu,*
- f. *reklamy/informacje na rewersie biletów papierowych.¹*

w celu ekspozycji (emisji) zaakceptowanej przez ZTM reklamy w rozumieniu Regulaminu.

2. Niniejsza umowa została zawarta w wyniku przeprowadzonego przez ZTM postępowania o zawarcie umowy ramowej.

¹ W umowie zostaną wpisane te powierzchnie reklamowe lub nośniki reklamowe, które mogą być przedmiotem jednostkowych zamówień składanych przez Zamawiającego reklamę na podstawie niniejszej Umowy.

3. Szczegółowe warunki udostępnienia przez ZTM powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego, w tym szczegółowe prawa i obowiązki Stron określa Załącznik nr 1 do Umowy.
4. ZTM udostępnia powierzchnię reklamową lub nośnik reklamowy na podstawie złożonych przez Zamawiającego reklamę i przyjętych przez ZTM do realizacji jednostkowych zamówień, o których mowa w §2 niniejszej Umowy.
5. Integralną częścią niniejszej Umowy jest Regulamin w sprawie nr z dnia, zwany dalej Regulaminem. Zamawiający reklamę oświadcza, iż zapoznał się z treścią Regulaminu i zobowiązuje się do jego stosowania.
6. Ekspozycji (emisji) zgodnie z niniejszą Umową podlega wyłącznie reklama zaakceptowana przez ZTM zgodnie z zasadami określonymi w niniejszej Umowie.

§ 2

1. Udostępnianie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego wskazanych w §1 ust. 1 niniejszej Umowy następuje na podstawie jednostkowych zamówień składanych na formularzu zamówienia stanowiącym załącznik nr 1 do Regulaminu w sposób i formie określonym w Regulaminie.
2. Zamawiający reklamę składa ZTM jednostkowe zamówienia dotyczące ekspozycji reklamy w terminie nie później niż na:
 - a. 14 dni przed wskazanym w zamówieniu terminem ekspozycji reklamy w przypadku reklamy, o której mowa w §1 ust. 1 pkt. a, b, c oraz e niniejszej Umowy,
 - b. 45 dni przed wskazanym w zamówieniu terminem ekspozycji reklamy w przypadku reklamy, o której mowa w §1 ust. 1 pkt. d niniejszej Umowy,
 - c. 30 dni przed wskazanym w zamówieniu terminem ekspozycji reklamy w przypadku reklamy, o której mowa w §1 ust. 1 pkt. f, z zastrzeżeniem postanowień § 5 ust 3 Umowy niniejszej Umowy.
3. Każde złożone przez Zamawiającego reklamę zamówienie podlega procedurze weryfikacji przez ZTM w celu podjęcia decyzji o jego przyjęciu lub odmowie przyjęcia zgodnie z zasadami określonymi w Regulaminie.
4. W przypadku przyjęcia danego zamówienia do realizacji przez ZTM, Zamawiający reklamę jest zobowiązany do przedłożenia ZTM projektu reklamy w celu jej akceptacji przez ZTM zgodnie z procedurą wskazaną w §5 ust. 12 Regulaminu. Warunkiem ekspozycji danej reklamy w ramach składanego zamówienia jest jej akceptacja przez ZTM.
5. Zamówienia złożone przez Zamawiającego i przyjęte przez ZTM do realizacji zgodnie z Regulaminem, po dokonaniu akceptacji danej reklamy przez ZTM zgodnie z ust. 4 powyżej stają się automatycznie, bez konieczności aneksowania Umowy, załącznikami do Umowy, stanowiącymi jej integralną część.

§ 3

1. Zamawiający reklamę oświadcza i gwarantuje, iż:
 - 1) posiada i będzie posiadał prawa autorskie do każdej reklamy, której dotyczyć będzie zamówienie w zakresie umożliwiającym mu zawarcie i realizację niniejszej Umowy oraz jest i będzie upoważniony do używania wszelkich znaków, wzorów, nazw handlowych oraz informacji zawartych w w/w reklamie, a także, że zawarcie i wykonanie niniejszej Umowy nie będzie naruszać praw osób trzecich.

- 2) reklama, która ma być eksponowana (emitowana) zgodnie z niniejszą Umową jest i będzie zgodna z postanowieniami Regulaminu i Załącznika nr 1 do niniejszej Umowy.
2. Zamawiający reklamę niniejszym zobowiązuje się udzielić i udziela ZTM licencji na korzystanie z majątkowych praw autorskich do przekazanej ZTM w wykonaniu niniejszej Umowy (w tym jej wzoru/projektu) w celu i zakresie niezbędnym do realizacji niniejszej Umowy, na okres jej obowiązywania, bez ograniczeń terytorialnych, w tym do udzielania w powyższym zakresie sublicencji podmiotom trzecim, przy czym udzielenie licencji następuje w każdym przypadku z dniem przyjęcia danego zamówienia do realizacji. Zakres upoważnienia ZTM obejmuje w szczególności przekazywanie reklamy do jej montażu, demontażu, druku oraz emisji, w tym jej wprowadzanie do pamięci komputera i innych urządzeń elektronicznych, jej zapisywanie na dowolnych nośnikach, kopiowania (powielania), dokonywania zmian form zapisu (formatów), jej ekspozycję oraz emisję w miejscach i na warunkach określonych niniejszą Umową. Celem wyjaśnienia wszelkich wątpliwości Strony zgodnie oświadczają, iż ZTM jest uprawniony do korzystania z majątkowych praw autorskich do w/w reklamy w pełnym zakresie niezbędnym do realizacji przez ZTM obowiązków i praw wynikających z niniejszej Umowy. Udzielone upoważnienie następuje w interesie Zamawiającego reklamę i w związku z powyższym nie przysługuje mu za to jakiejkolwiek wynagrodzenie.
 3. Zamawiający reklamę oświadcza i gwarantuje, że zawarcie i wykonanie niniejszej Umowy, w szczególności ekspozycja (emisja) reklamy, nie będzie naruszać obowiązujących przepisów prawa, a także dóbr osobistych, majątkowych i osobistych praw autorskich, praw pokrewnych, praw do znaków towarowych lub wzorów użytkowych bądź innych praw własności przemysłowej, tajemnicy prawnie chronionej oraz danych osobowych osób trzecich. W przypadku, gdyby doszło do powyższych naruszeń (naruszenia) Zamawiający reklamę jest wyłącznie odpowiedzialny wobec ZTM i osób trzecich za skutki naruszeń, w tym za powstałą szkodę.
 4. Zamawiający reklamę ponosi pełną odpowiedzialność wobec ZTM oraz podmiotów trzecich (w tym operatorów) za naruszenie przez Zamawiającego reklamę jakichkolwiek postanowień niniejszej Umowy, w tym jej załączników a także za naruszenie obowiązujących przepisów prawa, w tym za szkody osobowe i/lub na mieniu i jest zobowiązany do naprawienia na własny koszt i ryzyko wszelkich szkód powstałych w wyniku niewykonania lub nienależytego wykonania jakichkolwiek postanowień niniejszej Umowy, w tym jej załączników a także za naruszenia obowiązujących przepisów prawa, w tym poprzez ekspozycję (emisję) reklamy.
 5. W przypadku jeśli z mocy obowiązujących przepisów prawa lub umów, których stroną jest ZTM, odpowiedzialność za działania lub zaniechania Zamawiającego reklamę dokonane w związku bądź przy okazji realizacji niniejszej Umowy lub za treść reklamy ponosić będzie ZTM względem podmiotów trzecich, w tym operatorów, niezależnie od praw i obowiązków określonych w załączniku nr 1 do niniejszej Umowy, Zamawiający reklamę zobowiązuje się do zwolnienia ZTM z takiej odpowiedzialności, w tym zobowiązuje się naprawić każdą szkodę, w tym pokryć wszelkie koszty, wydatki, w tym koszty obsługi prawnej, którą ZTM może ponieść lub, za którą może stać się odpowiedzialny lub do której naprawienia może zostać zobowiązany w związku z działaniami lub zaniechaniami Zamawiającego reklamę lub podmiotów, za których działania i zaniechania ponosi on odpowiedzialność.

6. W przypadku jeśli na skutek niewykonania lub nienależytego wykonania przez Zamawiającego reklamę jakichkolwiek postanowień niniejszej Umowy lub naruszenia przez Zamawiającego reklamę obowiązujących przepisów prawa, w tym z uwagi na treść reklamy, na ZTM zostaną nałożone przez jakiegokolwiek organy jakiegokolwiek sankcje majątkowe o charakterze publicznoprawnym, Zamawiający reklamę zobowiązuje się do zwolnienia ZTM w najszerszym dopuszczalnie prawnie zakresie z odpowiedzialności względem takich organów, w tym do podjęcia wszelkich zgodnych z przepisami prawa działań mających na celu zwolnienie ZTM z takich zobowiązań. W szczególności Zamawiający reklamę zobowiązuje się pokryć wszelkie odszkodowania, kary, grzywny i inne należności publicznoprawne nałożone na ZTM z uwagi na działania lub zaniechania Zamawiającego reklamę.
7. Niezależnie od obowiązków wskazanych w ust. 1 do ust. 6 powyżej, jeżeli ZTM poinformuje Zamawiającego reklamę o jakichkolwiek roszczeniach osób trzecich zgłaszanych wobec ZTM w związku z jakimikolwiek działaniami lub zaniechaniami Zamawiającego reklamę, Zamawiający reklamę podejmie wszelkie działania mające na celu zażegnanie sporu. W szczególności, w razie wytoczenia przeciwko ZTM powództwa przez podmioty trzecie Zamawiający reklamę wstąpi do postępowania w charakterze strony pozwanej, a w razie braku takiej możliwości wystąpi z interwencją uboczną po stronie ZTM.
8. Celem wyjaśnienia wątpliwości Strony zgodnie oświadczają, iż na zasadach wskazanych w ust. 3 do ust. 7 Zamawiający reklamę ponosi wyłączną i całkowitą odpowiedzialność za treść reklamy, w tym za jej zgodność z obowiązującymi przepisami prawa i nie zwalnia go z tej odpowiedzialności okoliczność akceptacji projektu reklamy przez ZTM.
9. Niezależnie od postanowień niniejszego paragrafu Zamawiający reklamę zobowiązany jest do zapłaty na rzecz ZTM kary umownej w wysokości 10% całkowitego wynagrodzenia netto wskazanego w §4 ust. 5 niniejszej Umowy za każdy przypadek jeśli jakiegokolwiek oświadczenia lub zapewnienia złożone przez Zamawiającego reklamę w niniejszym paragrafie okazały się niezgodne ze stanem faktycznym a także za każdy przypadek niewykonania jakiegokolwiek obowiązku określonego dla Zamawiającego reklamę w niniejszym paragrafie, przy czym ZTM zachowuje prawo do dochodzenia odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych, jeśli poniesiona szkoda przekracza wysokość zastrzeżonej kary umownej.

§ 4

1. Z tytułu udostępnienia powierzchni reklamowej/nośnika reklamowego Zamawiający reklamę zobowiązany jest do zapłaty na rzecz ZTM kwoty wynagrodzenia wynikającej z każdorazowego złożonego przez Zamawiającego i przyjętego do realizacji przez ZTM zamówienia, ustalonego zgodnie z Cennikiem stanowiącym załącznik nr 3a do Regulaminu obowiązującym na dzień zawarcia niniejszej Umowy (z zastrzeżeniem §4 ust. 8 i §5 ust. 13 niniejszej Umowy)
2. Wynagrodzenie wskazane w ust. 1 płatne będzie w pełnej wysokości z góry przelewem na rachunek bankowy ZTM 45 1090 1186 0000 0001 3708 1372, a za dzień zapłaty Strony uznają dzień uznania rachunku bankowego ZTM.
3. ZTM wystawi fakturę VAT, o której mowa w ust. 2 na kwotę zgodną ze złożonym i przyjętym przez ZTM zamówieniem przy uwzględnieniu albo ceny podstawowej określonej w zamówieniu i Cenniku dla danego nośnika lub powierzchni reklamowej albo ceny z rabatem określonej w zamówieniu i Cenniku dla danego nośnika lub powierzchni

reklamowej zgodnie z zasadami wskazanymi w ust 8 poniżej, której termin płatności wynosi 14 dni od dnia wystawienia faktury. Faktura VAT wystawiona zostanie w terminie do 5 dniu roboczych (od poniedziałku do piątku bez dni ustawowo wolnych od pracy) od daty przyjęcia do realizacji danego zamówienia, a przypadku, jeśli wraz z zawarciem niniejszej umowy składane jest pierwsze zamówienie – w terminie 5 dni roboczych od daty zawarcia niniejszej Umowy.

4. Przekroczenie terminu płatności, o którym mowa w ust. 3, uprawnia ZTM do naliczenia odsetek ustawowych za opóźnienie w transakcjach handlowych.
5. Zamawiający reklamę akceptuje wystawianie i przysyłanie przez ZTM faktur w formie elektronicznej/papierowej. Faktury będą przysyłane na adres: pocztowy/poczty elektronicznej@.....
6. Strony zgodnie ustalają, iż w ramach niniejszej Umowy Zamawiający reklamę jest zobowiązany do złożenia ZTM prawidłowych i zgodnych z niniejszą Umową zamówień obejmujących co najmniej jeden rodzaj powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego określonych w §1 ust. 1 niniejszej Umowy w liczbie, nie mniejszej niż określona dla danej powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego w Cenniku stanowiącym Załącznik nr 3 do Regulaminu przy uwzględnieniu okresu obowiązywania niniejszej Umowy. W przypadku składania zamówień na różne powierzchnie lub nośniki reklamowe warunek minimalnej ilości zamówień uważa się za spełniony, jeśli łączna ilość wszystkich zamówień składanych na powierzchnie lub nośniki reklamowe odpowiada minimalnej liczbie zamówień określonej w w/w Cenniku przy uwzględnieniu okresu obowiązywania niniejszej Umowy. W przypadku niewykonania powyższego obowiązku przez które rozumie się również przypadek składania zamówień niezgodnych z Regulaminem, Zamawiający reklamę będzie zobowiązany do zapłaty na rzecz ZTM kary umownej w wysokości 10% wartości brutto maksymalnego wynagrodzenia wskazanego w ust. 7 poniżej. W celu weryfikacji spełnienia przez Zamawiającego reklamę obowiązku wskazanego w zdaniu pierwszym niniejszego ustępu ustala się, że do powyższej minimalnej liczby zamówień nie wlicza się zamówień, w stosunku do których ZTM odmówił akceptacji projektów reklam.
7. Maksymalna wartość wszystkich zamówień składanych na podstawie niniejszej Umowy przez Zamawiającego i przyjętych do realizacji przez ZTM (łącznego wynagrodzenia ZTM) nie przekroczy kwoty zł netto (słownie: zł 00/100 netto), oraz należny podatek VAT w wysokości(słownie) tj. zł brutto (słownie: zł 00/100 brutto). Strony dopuszczają podwyższenie w/w kwoty aneksem w okresie obowiązywania niniejszej Umowy w razie, gdy ZTM będzie mógł realizować zamówienia w wyższej kwocie niż wskazana w dniu pierwszym. Osiągnięcie powyższej maksymalnej wartości zamówień będzie uprawniało każdą ze stron do wypowiedzenia niniejszej Umowy bez zachowania okresu wypowiedzenia.
8. Zamawiający reklamę będzie uprawniony do otrzymania rabatu w stosunku do ceny podstawowej określonej w zamówieniu i Cenniku w przypadku złożenia w okresie obowiązywania niniejszej Umowy minimalnej liczby zamówień określonej w Cenniku dla danej powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego zgodnie z poniższymi zasadami:
 - 1) Z zastrzeżeniem pkt 2) i pkt 5) odpowiedni rabat będzie przysługiwał Zamawiającemu reklamę w odniesieniu do zamówień obejmujących daną powierzchnię reklamową lub nośnik reklamowy wyłącznie w przypadku jeśli w okresie obowiązywania umowy ramowej zostaną złożone przez Zamawiającego reklamę i przyjęte do realizacji przez ZTM zamówienia

w minimalnej ilości wskazanej w niniejszym cenniku dla danej powierzchni reklamowej lub dla danego nośnika reklamowego przy uwzględnieniu okresu obowiązywania niniejszej Umowy (rabat stosowany jest tylko dla tych konkretnych powierzchni/nośników, dla których osiągnięto minimalną liczbę złożonych i przyjętych do realizacji zamówień);

- 2) w minimalnej liczbie złożonych i przyjętych do realizacji zamówień nie uwzględnia się zamówień nieopłaconych przez Zamawiającego reklamę (do momentu ich opłacenia);
- 3) Zamawiający reklamę do momentu osiągnięcia minimalnej liczby zamówień dla danej powierzchni lub nośnika reklamowego w każdym wypadku uiszcza z góry cenę za zamówienie bez uwzględnienia rabatu (w cenie podstawowej), a rabat naliczany jest w odniesieniu do tych zamówień dopiero po osiągnięciu minimalnej liczby zamówień dla danej powierzchni lub nośnika reklamowego, na podstawie faktury VAT korygującej;
- 4) w przypadku zamówień złożonych i/lub przyjętych do realizacji po osiągnięciu minimalnej liczby zamówień dla danej powierzchni lub nośnika reklamowego faktura VAT za to zamówienie uwzględnia już przysługujący Zamawiającemu reklamę rabat;
- 5) w przypadku, gdy brak przyjęcia do realizacji danego zamówienia złożonego ZTM w części lub całości, wynikał wyłącznie z przyczyn niezależnych od Zamawiającego reklamę, w tym wyłącznej winy ZTM, takie zamówienie uwzględnia się w liczbie minimalnych zamówień, o której mowa w pkt 1)

§ 5

1. Umowa obowiązuje na czas określony tj. od dnia jej zawarcia do dnia,
2. Okres ekspozycji/emisji reklamy na powierzchni reklamowej/nośniku reklamowym wskazanym w §1 ust. 1 określać będzie każdorazowo przyjęte do realizacji zamówienie z zastrzeżeniem postanowień Załącznika nr 1.
3. W przypadku reklamy umieszczanej na rewersach biletów papierowych ZTM rozpoczyna na podstawie przyjętego do realizacji zamówienia zlecenie do druku zamówionej partii biletów dopiero w momencie powstania po Stronie ZTM takiej potrzeby tj. osiągnięcia przez ZTM minimalnych stanów magazynowych w zakresie papierowych biletów, wymagających zlecenia druku biletów. Zamawiający reklamę nie ma prawa do żądania od ZTM zlecenia do druku biletów przed tym okresem, przy czym, jeśli w okresie 3 miesięcy licząc od dnia przyjęcia do realizacji danego zamówienia obejmującego reklamę na rewersie biletów papierowych ZTM nie zleci do druku biletów zawierających reklamę, każdej ze Stron będzie przysługiwać prawo do anulowania danego zamówienia, co następuje w formie oświadczenia złożonego w formie pisemnej, elektronicznej lub postaci elektronicznej (np. mailowej), a ZTM nie ponosi z tego tytułu jakiejkolwiek odpowiedzialności odszkodowawczej wobec Zamawiającego reklamę, w tym nie jest zobowiązany do zwrotu jakichkolwiek kosztów lub nakładów.
4. W przypadku realizacji zamówień w zakresie oklejania pojazdów reklamą (powierzchnia reklamowa wskazana w §2 ust. 1 pkt 1 Regulaminu) Zamawiający reklamę będzie zobowiązany do zapłaty kary umownej na rzecz ZTM za każdy dodatkowy dzień ekspozycji reklamy na pojeździe po upływie umownego czasu ekspozycji (tj. od dnia upływu terminu zakończenia ekspozycji wskazanego w danym jednostkowym zamówieniu przyjętym do realizacji przez ZTM do dnia rzeczywistego i całkowitego demontażu reklamy z pojazdu przez Zamawiającego reklamę bądź w ramach wykonania zastępczego) w kwocie równej

dwukrotności stawki dziennej opłaty za ekspozycję reklamy za każdy dzień ekspozycji reklamy po upływie okresu ekspozycji wskazanym w przyjętym do realizacji zamówieniu. Stawka dzienna opłaty za ekspozycję reklamy stanowiąca podstawę wyliczenia kary umownej obliczana jest według wzoru:

$$SD = \frac{W}{E}$$

gdzie:

SD - stawka dzienna opłaty za ekspozycję reklamy

W - Wynagrodzenie całkowite netto określone w przyjętym do realizacji zamówieniu zgodnie z §4 ust1 niniejszej Umowy

E - liczba dni ekspozycji reklamy na powierzchni reklamowej wynikająca z przyjętego do realizacji zamówienia zgodnie z §5 ust. 2 niniejszej Umowy

5. Zamawiający reklamę będzie zobowiązany do uiszczenia kar umownych także w wypadkach wskazanych w załączniku nr 1 do niniejszej Umowy w wysokości tam określonej.
6. ZTM zachowuje prawo do żądania odszkodowania uzupełniającego, jeśli wysokość poniesionej szkody przewyższa wysokość kary umownej wskazanej w ust. 4 niniejszego paragrafu lub załączniku nr 1 do niniejszej Umowy.
7. ZTM przysługuje prawo do natychmiastowego wypowiedzenia niniejszej Umowy w przypadkach przewidzianych w obowiązujących przepisach prawa, a także w przypadku:
 - 1) jakiegokolwiek opóźnienia Zamawiającego reklamę w zapłacie wynagrodzenia w stosunku do terminu wskazanego w §4 ust. 3 niniejszej Umowy, przy czym w takim przypadku ZTM nie jest zobowiązany do kierowania do Zamawiającego reklamę jakichkolwiek wezwań,
 - 2) w przypadku niewykonywania bądź nienależytego wykonywania przez Zamawiającego reklamę jakichkolwiek innych obowiązków niż wskazane w pkt 1) przewidzianych niniejszą Umową, w tym wskazanych w treści załączników do niniejszej Umowy lub naruszenia w inny sposób postanowień niniejszej Umowy, przy czym w takim przypadku ZTM nie jest zobowiązany do kierowania do Zamawiającego reklamę jakichkolwiek wezwań,
 - 3) naruszenia przez Zamawiającego reklamę obowiązku określonego w §4 ust. 6 zdanie pierwsze,
 - 4) zaistnienia wobec Zamawiającego reklamę stanu zagrożenia niewypłacalnością, jak również stanu faktycznej niewypłacalności,
 - 5) jeśli nie będzie możliwym przyjmowanie lub realizacja przyjętych do realizacji zamówień z uwagi na zmiany obowiązujących przepisów prawa, które wystąpiły po zawarciu niniejszej Umów;
 - 6) w przypadku utraty przez ZTM prawa do dysponowania powierzchnią reklamową/nośnikiem reklamowym wskazanym w niniejszej Umowie;
 - 7) wszczęcia wobec ZTM lub Zamawiającego reklamę jakiegokolwiek postępowania przez organ administracji publicznej związanego z treścią eksponowanej reklamy;
 - 8) w innych przypadkach wskazanych w niniejszej Umowie i załącznikach do niniejszej Umowy.
8. Zamawiającemu reklamę przysługuje uprawnienie do wypowiedzenia niniejszej Umowy wyłącznie z ważnych powodów, wskazanych w oświadczeniu o wypowiedzeniu niniejszej Umowy.

9. ZTM ma prawo do wstrzymania ekspozycji (emisji) reklamy (nierozpoczęcia lub braku kontynuacji ekspozycji/emisji) w przypadku powstania wątpliwości co do jej zgodności z niniejszą Umową lub obowiązującymi przepisami prawa, do czasu ich wyjaśnienia i nie ponosi z tego tytułu jakiegokolwiek odpowiedzialności względem Zamawiającego reklamę. W przypadku, jeśli okaże się, że reklama jest zgodna z niniejszą Umową, w tym obowiązującymi przepisami prawa, Strony ustalą nowy termin ekspozycji (emisji) reklamy w ramach danego zamówienia przy uwzględnieniu dostępnych ZTM powierzchni/nośników reklamowych, a w przypadku niemożności jego ustalenia w terminie 14 dni licząc od daty poinformowania Zamawiającego reklamę o usunięciu zaistniałych wątpliwości, każdej ze stron przysługuje prawo do anulowania danego zamówienia.
10. Niezależnie od innych uprawnień przewidzianych niniejszą Umową ZTM ma prawo do odmowy rozpoczęcia lub kontynuowania realizacji danego zamówienia przyjętego do realizacji (anulowanie zamówienia w części lub całości, w tym w odniesieniu do poszczególnych powierzchni reklamowych/nośników reklamowych objętych danym zamówieniem) w przypadkach:
- 1) gdy jego realizacja jest niemożliwa z uwagi na zmiany obowiązujących przepisów prawa, które wystąpiły po przyjęciu do realizacji danego zamówienia;
 - 2) jeśli okaże się, że reklama jest niezgodna z niniejszą Umową, jej załącznikami lub Regulaminem (niezależnie od faktu jej uprzedniej akceptacji przez ZTM w ramach danego zamówienia);
 - 3) utraty przez ZTM prawa do dysponowania powierzchnią reklamową/nośnikiem reklamowym wskazanym w niniejszej Umowie, którego dotyczy dane zamówienie;
 - 4) wszczęcia wobec ZTM lub Zamawiającego reklamę jakiegokolwiek postępowania przez organ administracji publicznej związanego z treścią eksponowanej reklamy w ramach danego zamówienia;
 - 5) dopuszczalnego anulowania zamówienia w przypadkach wskazanych w Załączniku nr 1 do niniejszej Umowy;
 - 6) jakiegokolwiek opóźnienia Zamawiającego reklamę w zapłacie wynagrodzenia w stosunku do terminu wskazanego w §4 ust. 3 niniejszej Umowy, przy czym w takim przypadku ZTM nie jest zobowiązany do kierowania do Zamawiającego reklamę jakichkolwiek wezwań.
11. W przypadku wypowiedzenia niniejszej Umowy lub anulowania danego zamówienia przed upływem okresu ekspozycji/emisji reklamy określonym w przyjętym do realizacji zamówieniu/zamówieniach Zamawiającemu reklamę przysługuje zwrot uiszczonego na poczet danego zamówienia wynagrodzenia w wysokości proporcjonalnej do okresu pozostałego do upływu okresu ekspozycji/emisji reklamy w ramach danego zamówienia/zamówień.
12. W przypadku, jeśli wypowiedzenie niniejszej Umowy będzie wynikało z przyczyn zależnych od Zamawiającego reklamę (w szczególności wskazanych w ust. 7 pkt 1), pkt 2), pkt 3), pkt 4), pkt 7) i pkt 8)) niniejszej Umowy Zamawiający reklamę będzie zobowiązany do uiszczenia na rzecz ZTM kary umownej w wysokości 20% maksymalnego wynagrodzenia brutto wskazanego w §4 ust. 7 niniejszej Umowy, zachowując prawo do żądania odszkodowania uzupełniającego w przypadku, jeśli wysokość kary umownej nie pokrywa poniesionej szkody.

14. W przypadku jeśli dojdzie do anulowania zamówienia przez ZTM z przyczyn zależnych od Zamawiającego reklamę, będzie on zobowiązany do zapłaty na rzecz ZTM kary umownej w wysokości stanowiącej iloczyn 20% stawki dziennej opłaty za ekspozycję reklamy, o której mowa w § 5 ust. 4 niniejszej Umowy oraz liczby dni, o które na skutek wypowiedzenia niniejszej Umowy doszło do skrócenia okresu ekspozycji reklamy w stosunku do terminu wskazanego w przyjętym do realizacji zamówieniu, przy czym ZTM zachowuje prawo do dochodzenia odszkodowania uzupełniającego w przypadku jeśli wysokość kary umownej nie pokrywa poniesionej szkody.
15. Wszelkie naliczone kary umowne mogą być potrącane w szczególności z roszczenia Zamawiającego reklamę o zwrot wniesionej opłaty, jeżeli takowe będzie mu przysługiwało.
16. Wypowiedzenie niniejszej Umowy lub anulowanie zamówienia w przypadku reklamy na rewersach biletów papierowych, dokonane po zleceniu przez ZTM druku takich biletów, nie ma wpływu na dopuszczalność ich dystrybucji przez ZTM tj. ZTM jest uprawniony do ich wprowadzania do dystrybucji, a już wprowadzone do obiegu bilety nie będą wycofywane. W związku z powyższym w takim przypadku Zamawiającemu reklamę nie przysługuje zwrot wynagrodzenia w jakiegokolwiek części.
17. ZTM przysługuje prawo do wypowiedzenia warunków niniejszej Umowy w zakresie treści Regulaminu, Cennika lub Załącznika nr 1 do niniejszej Umowy w przypadku, jeśli w trakcie obowiązywania niniejszej Umowy dojdzie do ich zmiany w drodze zmiany Regulaminu przez Dyrektora ZTM. W takim przypadku ZTM informuje w formie pisemnej Zamawiającego reklamę o nowych warunkach i dacie ich wejścia w życie, nie krótszej niż 1 miesiąc licząc od dnia otrzymania powiadomienia przez Zamawiającego reklamę. Zamawiający reklamę w terminie 14 dni licząc od dnia otrzymania w/w powiadomienia ma prawo do odmowy przyjęcia nowych warunków, co następuje w formie pisemnej. Odmowa przyjęcia warunków jest równoznaczna z rozwiązaniem niniejszej Umowy z dniem wskazanym w powiadomieniu jako dzień wejścia w życie nowych warunków. Akceptacja nowych warunków przez Zamawiającego reklamę lub brak jakiegokolwiek oświadczenia Zamawiającego reklamę w powyższym terminie będzie uznany za akceptację nowych warunków i w takim przypadku znajdują one zastosowanie do niniejszej Umowy od dnia ich wejścia w życie wskazanego w w/w powiadomieniu bez konieczności zawierania aneksu do niniejszej Umowy.
18. Wypowiedzenie niniejszej Umowy lub anulowanie danego zamówienia z przyczyn wskazanych w ust. 7, ust. 9 i ust. 10 i ust. 16 nie uprawnia Zamawiającego reklamę do żądania od ZTM jakiegokolwiek odszkodowania lub zwrotu nakładów lub kosztów, o ile bezwzględnie wiążące przepisy nie stanowią inaczej.
19. Niniejsza umowa może być w każdym czasie rozwiązana za porozumieniem stron, w którym określają one wzajemne rozliczenia Stron.
20. Wypowiedzenie niniejszej Umowy lub anulowanie zamówienia przez którąkolwiek ze Stron lub jej rozwiązanie za porozumieniem stron nie wpływa na odpowiedzialność Zamawiającego reklamę powstałą w związku bądź przy okazji realizacji niniejszej Umowy, a w mocy pozostają w szczególności obowiązki demontażu reklamy, jeśli takie wynikają z Załącznika nr 1 do niniejszej Umowy.
21. Wypowiedzenie niniejszej Umowy i jej rozwiązanie wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.

§ 6

1. Do kierowania i koordynowania spraw związanych z realizacją niniejszej Umowy Strony wyznaczają następujące osoby:
 - a) ZTM:, tel., adres poczty elektronicznej:
 - b) Zamawiający reklamę: –
tel., adres poczty elektronicznej:
2. O ile niniejsza Umowa nie wymaga formy pisemnej wszelka korespondencja pomiędzy Stronami, w tym zawiadomienia, polecenia itp. może być dokonywana przez Strony na poniższe adresy poczty elektronicznej:
 - a) ZTM
 - b) Zamawiający reklamę:
3. Zmiana koordynatorów wskazanych w ust. 1 niniejszego paragrafu bądź danych kontaktowych wskazanych w ust. 1 lub ust. 2 niniejszego paragrafu nie wymaga sporządzenia aneksu do niniejszej Umowy i staje się skuteczna z chwilą pisemnego powiadomienia o tym drugiej Strony.
4. Strony zobowiązane są zawiadamiać się wzajemnie o każdorazowej zmianie adresu miejsca siedziby, adresu poczty elektronicznej oraz numerów telefonów. W razie zaniedbania tego obowiązku pismo przesłane pod ostatnio wskazany przez Stronę adres uznaje się za doręczone. Zmiana danych, o których mowa w zdaniu pierwszym powyżej nie stanowi zmiany niniejszej Umowy i staje się skuteczna z chwilą pisemnego powiadomienia o tym drugiej Strony.

§ 7

1. Zamawiający reklamę nie może bez uprzedniej pisemnej zgody ZTM dokonać:
 - 1) zastawienia lub przeniesienia jakichkolwiek praw lub obowiązków wynikających z niniejszej umowy na osoby trzecie.
 - 2) obciążeń tych praw w jakiegokolwiek formie, w szczególności: cesji, przekazu, sprzedaży, przelewu lub czynności wywołujące podobne skutki,
 - 3) obciążeń jakiegokolwiek wierzytelności wynikającej z umowy lub jej części, a także zastawienia lub przeniesienia korzyści wynikającej z umowy lub udziału w niej na osoby trzecie, w tym także dokonywania zastawu czy objęcia umową poręczenia lub czynności wywołującej podobne skutki.
2. Czynności wymienione w ust. 1 dokonane pomimo zakazu są względem ZTM bezskuteczne.

§ 8

W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie przepisy prawa polskiego, w tym Kodeksu cywilnego.

§ 9

1. Wszelkie zmiany i uzupełnienia niniejszej Umowy wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Ewentualne spory wynikłe na tle realizacji niniejszej Umowy Strony poddają rozstrzygnięciu sądu właściwemu miejscowo dla siedziby ZTM.

3. Niniejsza umowa podlega prawu polskiemu i jurysdykcji sądów polskich. Językiem właściwym dla wykonywania niniejszej Umowy, w tym do prowadzenia wszelkiej korespondencji, jest język polski.
4. W przypadku, gdyby jakiekolwiek postanowienia niniejszej Umowy okazały się nieważne lub bezskuteczne, pozostałe postanowienia pozostają w mocy. W miejsce postanowień nieważnych lub bezskutecznych stosuje się postanowienia, które są zgodne z obowiązującymi przepisami prawa, a odpowiadają znaczeniu oraz celowi niniejszej Umowy, będąc spójnymi z pozostałymi postanowieniami niniejszej Umowy.
5. Żadne z postanowień niniejszej Umowy nie może być interpretowane jako zwalniające Zamawiającego reklamę z odpowiedzialności na zasadach ogólnych, bądź ograniczające prawa ZTM wynikające z obowiązujących przepisów prawa.

§ 10

1. ZTM oświadcza, że posiada status dużego przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 6) ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1790 z późn. zm).
2. Zamawiający reklamę oświadcza, że posiada/nie posiada statusu dużego przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 pkt 6) ustawy z dnia 8 marca 2013 r. o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych

§ 11

1. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron umowy.
2. Umowę zawarto w formie pisemnej/ formie elektronicznej (poprzez wymianę podpisanych w postaci elektronicznej i opatrzonych kwalifikowanym podpisem elektronicznym dokumentów na adresy poczty elektronicznej: Zamawiającego reklamę (.....@.....) oraz ZTM@..... oraz kancelaria@metropoliaztm.pl).²
3. Integralną część Umowy stanowią:
 - 1) Załącznik nr 1 - Szczegółowe postanowienia dotyczące warunków udostępnienia powierzchni i nośników reklamowych
 - 2) Załącznik nr 2 - Klauzula RODO

.....
ZTM

.....
Zamawiający

Dyrektor
Zarządu Transportu
Metropolitalnego

Michał Wadowski

² Niepotrzebne skreślić.

INSPEKTOR

Sylwia Żywczok

Sprawa rozstrzygnięta z punktu widzenia
formalnego

Burmistrz Miasta i Gminy

Naczelnik
Wydziału Handlowego

Ewa Pełet

Zastępca Głównego Księgowego

Michał Kudłacz

Cennik udostępniania powierzchni lub nośników reklamowych dla umów jednorazowych

I Reklama na
pojazdach

Okres ekspozycji reklamy	1-3 miesiące (cena podstawowa)	4-6 miesięcy ¹	7-9 miesięcy ¹	10-12 miesięcy ¹
Nazwa powierzchni	Cena netto ekspozycji za 1 pojazd za 1 miesiąc			
Połowa tyłu (szyba/klapa)	700,00 zł	630,00 zł	560,00 zł	490,00 zł
Cały tył	1 000,00 zł	900,00 zł	800,00 zł	700,00 zł
Pojazdy do 15 metrów długości				
Cały prawy lub lewy bok bez szyb	1 500,00 zł	1 350,00 zł	1 200,00 zł	1 050,00 zł
Cały pojazd bez szyb	2 300,00 zł	2 070,00 zł	1 840,00 zł	1 610,00 zł
Pojazdy powyżej 15 metrów długości				
Cały prawy lub lewy bok bez szyb	1 600,00 zł	1 440,00 zł	1 280,00 zł	1 120,00 zł
Cały pojazd bez szyb	2 800,00 zł	2 520,00 zł	2 240,00 zł	1 960,00 zł

Powyżej przedstawione ceny zawierają tylko koszty udostępniania danej powierzchni.

II Reklama w
pojazdach

Okres ekspozycji reklamy	1-3 miesiące (cena podstawowa)	4-6 miesięcy ¹	7-9 miesięcy ¹	10-12 miesięcy ¹
Nazwa powierzchni	Czas emisji	Cena netto emisji (1 pojazd) za 1 miesiąc		
Ekran LCD (emisja około 5 razy na godzinę)	10 sek.	120,00 zł	108,00 zł	96,00 zł
	15 sek.	145,00 zł	130,50 zł	116,00 zł
	20 sek.	175,00 zł	157,50 zł	140,00 zł
	30 sek.	200,00 zł	180,00 zł	160,00 zł

III Reklama w pojazdach

Nazwa powierzchni	Cena netto i okres ekspozycji 1 plakatu
Ramka A3 (minimum 30 plakatów)	25,00 zł/ 1 tydzień (cena podstawowa)
	30,00 zł/ 2 tygodnie ¹
	35,00 zł/ 3 tygodnie ¹
	45,00 zł/ 1-3 miesiące ¹
	40,50 zł / 4-6 miesięcy ¹
	36,00 zł / 7-9 miesięcy ¹
	31,50 zł / 10-12 miesięcy ¹

IV Reklama na dworcu w Tarnowskich Górach

Okres ekspozycji reklamy	1-3 miesiące (cena podstawowa)	4-6 miesięcy ¹	7-9 miesięcy ¹	10-12 miesięcy ¹
Nazwa powierzchni	Cena netto ekspozycji w 1 gablocie reklamowej za 1 miesiąc			
Gablota reklamowa na dworcu	300,00 zł	270,00 zł	240,00 zł	210,00 zł

V Reklama na przystankach

Okres ekspozycji reklamy	1-3 miesiące (cena podstawowa)	4-6 miesięcy ¹	7-9 miesięcy ¹	10-12 miesięcy ¹
Nazwa powierzchni	Cena netto ekspozycji 1 plakatu w gablocie reklamowej za 1 miesiąc			
Gablota reklamowa w wiacie przystankowej	600,00 zł	540,00 zł	480,00 zł	420,00 zł

VI Reklama na
biletach

Liczba zamawianych nakładów	1 minimalny nakład	2 nakłady	3 nakłady	4 i więcej nakładów
Nazwa powierzchni	Cena netto 1 nakładu minimalnego			
Rewers na biletach papierowych (minimalny nakład 50.000 szt.)	1 500,00 zł	1 350,00 zł	1 200,00 zł	1 050,00 zł

Powyżej przedstawione ceny zawierają tylko koszty udostępniania powierzchni lub nośników reklamowych, a pozostałe koszty, w tym wykonanie projektu, wydruk, dostawa, montaż/demontaż (na pojazdach) reklamy pokrywa Zamawiający reklamę. Do powyższych cen należy doliczyć VAT w wysokości 23%.

¹Ceny uwzględniają rabat z uwagi na okres ekspozycji reklamy, naliczany zgodnie z poniższymi zasadami:

- 1) z zastrzeżeniem pkt 3 poniżej rabat naliczany będzie po zakończeniu realizacji danego zamówienia w zależności od faktycznego (rzeczywistego) okresu ekspozycji reklamy (nie dłuższego jednak niż okres ekspozycji wskazany w zamówieniu)
- 2) Zamawiający reklamę w każdym wypadku uiszcza z góry cenę za zamówioną reklamę bez uwzględnienia rabatu (cena podstawowa), a rabat naliczany jest po zakończeniu realizacji danego zamówienia na podstawie faktury korygującej,
- 3) W przypadku, jeśli nieosiągnięcie wskazanego w zamówieniu okresu ekspozycji reklamy uprawniającego do uzyskania rabatu nastąpiło wyłącznie z przyczyn niezależnych od Zamawiającego, w tym z wyłącznej winy ZTM rabat naliczony zostanie przy uwzględnieniu ceny obowiązującej dla okresu ekspozycji wskazanego w zamówieniu w stosunku do faktycznego okresu ekspozycji reklamy.

W przypadku zamówień składanych na reklamę na biletach cena naliczana jest w zależności od ilości zamawianych minimalnych nakładów.

Zgodnie z Regulaminem ZTM dopuszcza indywidualne ustalenie cen z Zamawiającym reklamę.

INSPEKTOR

Sylwia Żywczok

Naczelnik
Wydziału Handlowego

Ewa Peist

Cennik udostępniania powierzchni lub nośników reklamowych dla umów ramowych

I Reklama na
pojazdach

Okres obowiązywania umowy	3 miesiące (cena podstawowa)	4-6 miesięcy ¹	7-9 miesięcy ¹	10-12 miesięcy ¹
Minimalna liczba zamówień w okresie obowiązywania Umowy (każde zamówienie obejmuje co najmniej 2 pojazdy)	1	2	3	4
Nazwa powierzchni	Cena netto miesięcznej ekspozycji za 1 pojazd			
Połowa tyłu (szyba/klapa)	700,00 zł	630,00 zł	560,00 zł	490,00 zł
Cały tył	1 000,00 zł	900,00 zł	800,00 zł	700,00 zł
Pojazdy do 15 metrów długości				
Cały prawy lub lewy bok bez szyb	1 500,00 zł	1 350,00 zł	1 200,00 zł	1 050,00 zł
Cały pojazd bez szyb	2 300,00 zł	2 070,00 zł	1 840,00 zł	1 610,00 zł
Pojazdy powyżej 15 metrów długości				
Cały prawy lub lewy bok bez szyb	1 600,00 zł	1 440,00 zł	1 280,00 zł	1 120,00 zł
Cały pojazd bez szyb	2 800,00 zł	2 520,00 zł	2 240,00 zł	1 960,00 zł

Powyżej przedstawione ceny zawierają tylko koszty udostępniania danej powierzchni.

II Reklama w
pojazdach

Okres obowiązywania umowy		3 miesiące (cena podstawowa)	4-6 miesięcy ¹	7-9 miesięcy ¹	10-12 miesięcy ¹
Minimalna liczba zamówień w okresie obowiązywania Umowy (każde zamówienie obejmuje wszystkie pojazdy wybranego operatora)		1	2	3	4
Nazwa powierzchni	Czas emisji	Cena netto miesięcznej emisji (1 pojazd)			
Ekran LCD (emisja około 5 razy na godzinę)	10 sek.	120,00 zł	108,00 zł	96,00 zł	84,00 zł
	15 sek.	145,00 zł	130,50 zł	116,00 zł	101,50 zł
	20 sek.	175,00 zł	157,50 zł	140,00 zł	122,50 zł
	30 sek.	200,00 zł	180,00 zł	160,00 zł	140,00 zł

III Reklama w
pojazdach

Okres obowiązywania umowy		3 miesiące (cena podstawowa)	4-6 miesięcy ¹	7-9 miesięcy ¹	10-12 miesięcy ¹
Minimalna liczba zamówień w okresie obowiązywania Umowy (każde zamówienie obejmuje co najmniej 30 plakatów)		1	2	3	4
Nazwa powierzchni	Czas ekspozycji	Cena netto za 1 szt.			
Ramka A3 (minimum 30 plakatów)	1 tydz.	25,00 zł	22,50 zł	20,00 zł	17,50 zł
	2 tyg.	30,00 zł	27,00 zł	24,00 zł	21,00 zł
	3 tyg.	35,00 zł	31,50 zł	28,00 zł	24,50 zł
	4 tyg.	45,00 zł	40,50 zł	36,00 zł	31,50 zł

IV Reklama na dworcu w
Tarnowskich Górach

Długość umowy	3 miesiące (cena podstawowa)	4-6 miesięcy ¹	7-9 miesięcy ¹	10-12 miesięcy ¹
Minimalna liczba zamówień w okresie obowiązywania Umowy (każde zamówienie obejmuje co najmniej 1 gablotę z minimalnym okresem ekspozycji wynoszącym 1 miesiąc)	1	2	3	4
Nazwa powierzchni	Cena netto miesięcznej ekspozycji w 1 gablocie reklamowej			
Gablota reklamowa na dworcu	300,00 zł	270,00 zł	240,00 zł	210,00 zł

V Reklama na
przystankach

Okres obowiązywania umowy	3 miesiące (cena podstawowa)	4-6 miesięcy ¹	7-9 miesięcy ¹	10-12 miesięcy ¹
Minimalna liczba zamówień w okresie obowiązywania Umowy (każde obejmuje co najmniej 1 plakat w gablocie reklamowej)	1	2	3	4
Nazwa powierzchni	Cena netto miesięcznej ekspozycji 1 plakatu w gablocie reklamowej			
Gablota reklamowa w wiacie przystankowej	600,00 zł	540,00 zł	480,00 zł	420,00 zł

VI Reklama na
biletach

Okres obowiązywania umowy	3 miesiące (cena podstawowa)	4-6 miesięcy ¹	7-9 miesięcy ¹	10-12 miesięcy ¹
Minimalna liczba zamówień w okresie obowiązywania Umowy (w każdym przypadku zamówienie obejmuje co najmniej nakład 50.000 szt.)	1	2	3	4
Nazwa powierzchni	Cena netto za nakład 50 000 szt.,			
Rewers na biletach papierowych	1 500,00 zł	1 350,00 zł	1 200,00 zł	1 050,00 zł

Powyżej przedstawione ceny zawierają tylko koszty udostępniania powierzchni lub nośników reklamowych, a pozostałe koszty, w tym wykonanie projektu, wydruk, dostawa, montaż/demontaż (na pojazdach) reklamy pokrywa Zamawiający reklamę. Do powyższych cen należy doliczyć VAT w wysokości 23%.

¹Ceny uwzględniają rabat uzależniony od minimalnej liczby składanych zamówień określonej w niniejszym cenniku dla danej powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego i okresu obowiązywania umowy, naliczany zgodnie z poniższymi zasadami:

- 1) z zastrzeżeniem pkt 2) i pkt 5) odpowiedni rabat będzie przysługiwał Zamawiającemu reklamę w odniesieniu do zamówień obejmujących daną powierzchnię reklamową lub nośnik reklamowy wyłącznie w przypadku jeśli w okresie obowiązywania umowy ramowej zostaną złożone przez Zamawiającego reklamę i przyjęte do realizacji przez ZTM zamówienia w minimalnej ilości wskazanej w niniejszym cenniku dla danej powierzchni reklamowej lub dla danego nośnika reklamowego i danego okresu obowiązywania umowy ramowej (rabat stosowany jest tylko dla tych konkretnych powierzchni/nośników, dla których osiągnięto minimalną liczbę złożonych i przyjętych do realizacji zamówień);
- 2) w minimalnej liczby zamówień nie uwzględnia się zamówień nieopłaconych przez Zamawiającego reklamę (do momentu ich opłacenia);
- 3) Zamawiający reklamę do momentu osiągnięcia minimalnej liczby zamówień dla danej powierzchni lub nośnika reklamowego w każdym wypadku uiszcza z góry cenę za zamówienie bez uwzględnienia rabatu (w cenie podstawowej), a rabat naliczany jest w odniesieniu do tych zamówień dopiero po osiągnięciu minimalnej liczby zamówień dla danej powierzchni lub nośnika reklamowego, na podstawie faktury VAT korygującej;
- 4) w przypadku zamówień złożonych i/lub przyjętych do realizacji po osiągnięciu minimalnej liczby zamówień dla danej powierzchni lub nośnika reklamowego faktura VAT za to zamówienie uwzględnia już przysługujący Zamawiającemu reklamę rabat
- 5) w przypadku, gdy brak przyjęcia realizacji danego zamówienia złożonego ZTM w części lub całości, wynikał wyłącznie z przyczyn niezależnych od Zamawiającego reklamę, w tym z wyłącznej winy ZTM, takie zamówienie uwzględnia się w liczbie minimalnych zamówień, o której mowa w pkt 1).

Zgodnie z Regulaminem ZTM dopuszcza indywidualne ustalenie cen z Zamawiającym reklamę.

**Szczegółowe postanowienia dotyczące warunków udostępnienia powierzchni
i nośników reklamowych – powierzchnie zewnętrzne pojazdów**

1. Niniejszy Załącznik określa warunki udostępniania na rzecz Zamawiającego reklamę powierzchni reklamowych na zewnątrz pojazdów którymi świadczone są usługi publicznego transportu zbiorowego na podstawie umów zawartych przez ZTM i/lub GZM z operatorami (oklejanie pojazdów reklamą zewnętrzną).
2. Powierzchnia zewnętrzna na pojazdach obejmuje górną lub dolną część tyłu autobusu (tzw. back), cały tył autobusu (tzw. fullback), obie burty autobusu bez szyb.
3. Strony zobowiązują się do pełnej współpracy w zakresie wykonywania postanowień niniejszego Załącznika, w tym do udzielania informacji/wyjaśnień niezbędnych do prawidłowej realizacji jego postanowień, opartej na wzajemnym zaufaniu i poszanowaniu wzajemnych interesów.
4. Reklamy umieszczane są na pojazdach, które są własnością Operatorów lub na pojazdach którymi dysponuje Operator na podstawie jakiegokolwiek stosunku prawnego, którymi ZTM może dysponować zgodnie z umowami przewozowymi zawartymi z operatorami przez GZM i/lub ZTM.
5. Wszelkie prace związane z opracowaniem i wykonaniem projektu, wymianą, odnowieniem, produkcją i naprawą reklamy oraz jej montażem i usunięciem z pojazdów realizowane są przez Zamawiającego reklamę na własny koszt i ryzyko.
6. Projekt reklamy każdorazowo wymaga akceptacji ZTM zgodnie z postanowieniami Regulaminu.
7. Zamawiający reklamę ponosi pełną odpowiedzialność za treść reklamy (w tym graficzną i tekstową) i nie zwalnia go z odpowiedzialności fakt jej akceptacji przez ZTM
8. Zamawiający reklamę ponosi wyłączną odpowiedzialność za jakość reklamy oraz spełnienie wymogów technicznych jej wykonania.
9. Udostępnienie pojazdów do oklejenia reklamą we wskazanych przez Operatora miejscach postoju danego pojazdu, nastąpi po wcześniejszym uzgodnieniu terminu udostępnienia pojazdów pomiędzy Zamawiającym reklamę, a Operatorem lub ZTM a Operatorem – w sytuacji braku możliwości uzgodnienia terminu, jest on wskazywany wiążąco przez ZTM. O każdym przypadku braku współpracy Operatora Zamawiający reklamę niezwłocznie poinformuje ZTM.
10. Każdorazowe udostępnienie pojazdów w celu montażu/demontażu reklamy będzie możliwe dopiero po wykonaniu przez Operatora wszelkich czynności koniecznych do realizacji po zakończonym kursie oraz związanych z przygotowaniem pojazdu do kolejnego kursu. W związku z powyższym Zamawiający reklamę przyjmuje do wiadomości, że Operator będzie miał prawo odwołania wcześniej ustalonego terminu na udostępnienie Zamawiającemu reklamę pojazdu, gdy w tym czasie konieczne jest przeprowadzenie czynności zmierzających do przygotowania pojazdu do kolejnego kursu, obejmujących w szczególności: przeglądy, naprawy mechaniczne czy mycie/sprzątanie konkretnego pojazdu. Termin montażu może być również odwołany na wniosek Zamawiającego reklamę, jeśli z uwagi na przedłużające się czynności zmierzające do przygotowania pojazdu do kolejnego kursu uprzednio uzgodniony lub wyznaczony przez Operatora lub ZTM termin na montaż będzie pod względem technicznym

niewystarczający do wykonania przez Zamawiającego reklamę montażu reklamy. W przypadku odwołania terminu montażu przez Operatora lub Zamawiającego reklamę zgodnie z niniejszym ustępem Operator lub ZTM wskaże Zamawiającemu reklamę inny termin na realizację powyższych czynności przypadający nie później niż w okresie kolejnych 5 dni roboczych licząc od dnia otrzymania oświadczenia od Operatora lub Zamawiającego reklamę o odwołaniu terminu, jeśli ww. terminu Operator nie wskaże w oświadczeniu o odwołaniu terminu, termin ten jednostronnie i wiążąco ustala ZTM. Kolejny termin wyznaczony przez Operatora lub ZTM zgodnie z postanowieniami niniejszego ustępu jest dla Zamawiającego reklamę i Operatora nieodwołalny z zastrzeżeniem przypadków siły wyższej

11. Zamawiający reklamę zobowiązuje się wykonywać prace dotyczące pojazdów związane z realizacją umowy na udostępnienie powierzchni reklamowych na terenie miejsc postojowych danego pojazdu wskazanych przez Operatora (zlokalizowanych na terenie Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii) z poszanowaniem prowadzonej przez Operatora na tym terenie działalności gospodarczej, w szczególności nie podejmować działań stanowiących zagrożenie dla ciągłości działalności oraz życia i zdrowia znajdujących się tam osób, a także do poszanowania praw innych osób lub podmiotów, które korzystają z nieruchomości.
12. Zamawiający reklamę w czasie prowadzonych prac związanych z realizacją umowy na udostępnienie powierzchni reklamowych, w tym w szczególności prac montażowych i demontażowych zobowiązuje się do zapewnienia, że podmioty realizujące ww. czynności będą przestrzegały obowiązujących przepisów prawa, w tym dotyczących:
 - a. bezpieczeństwa i higieny pracy,
 - b. przeciwpożarowych,
 - c. prawa o ruchu drogowym,
 - d. ochronie środowiska,
 - e. wewnętrznych regulacji Operatora
13. Wykonywanie prac związanych z realizacją umowy na udostępnienie powierzchni reklamowych na terenie Operatora, w wyznaczonych miejscach postoju, wiąże się z koniecznością przestrzegania przez osoby wykonujące przedmiotowe prace wszelkich zasad i przepisów, a także regulacji o charakterze porządkowym, a ponadto osoby wykonujące te prace zobowiązane są do wykonywania poleceń o charakterze porządkowym wydawanych przez upoważnione przez Operatora osoby nadzorujące w danym czasie bezpieczeństwo na udostępnionym terenie (miejscu postoju).
14. Wejście przedstawicieli Zamawiającego reklamę na teren Operatora celem realizacji umowy na udostępnienie powierzchni reklamowych może nastąpić tylko za wiedzą Operatora w terminie określonym zgodnie z postanowieniami niniejszego Załącznika.
15. Zamawiający reklamę odpowiada wobec ZTM, GZM, Operatora oraz wszelkich podmiotów trzecich za wszelkie szkody w mieniu powstałe przy prowadzonych przez niego pracach.
16. Termin (data i godzina rozpoczęcia oraz zakończenia) montażu reklamy będzie uzgodniony między Zamawiającym reklamę, a ZTM co najmniej w formie elektronicznej oraz pomiędzy ZTM a Operatorem. W przypadku braku uzgodnienia terminu zakończenia prac do dnia ich rozpoczęcia, termin ten jednostronnie wyznacza ZTM i jest on wiążący z zastrzeżeniem ust. 10 i 14. Zamawiający reklamę zobowiązuje się wykorzystać w tym celu czas postoju pojazdu na terenie miejsc postojowych danego pojazdu.

17. Zamawiający reklamę zobowiązuje się do powiadomienia ZTM o proponowanym terminie montażu reklamy nie później niż 7 dni roboczych przed proponowanym terminem rozpoczęcia prac montażowych celem dokonania uzgodnień wskazanych w ust. 9, ust. 10 i ust. 16.
18. Odbiór montażu oraz demontażu reklamy odbywać się będzie na podstawie „Protokołu montażu/demontażu” podpisywanego przez przedstawiciela Zamawiającego reklamę i Operatora (przedstawicieli operatora), stanowiącego Załącznik do formularza zamówienia. Zamawiający reklamę zobowiązany jest do wykonania i przekazania ZTM dokumentacji fotograficznej wykonanej przed montażem reklamy oraz po jej demontażu po doprowadzeniu powierzchni pojazdu do stanu sprzed oklejenia (każdorazowo nie później niż następnego dnia roboczego po dokonaniu w/w czynności).
19. Zamawiający reklamę w czasie wykonywania prac jest zobowiązany do stosowania materiałów i technologii zgodnych z wymaganiami prawa oraz zaleceniami producenta autobusu, w zakresie rodzajów materiałów, którymi może być pokryta powłoka lakiernicza pojazdów oraz rodzaju środków jakie mogą być użyte do demontażu, bez ryzyka utraty gwarancji na powłokę lakierniczą.
20. Zamawiający reklamę jest zobowiązany do zgłoszenia Operatorowi zakończenia montażu/demontażu reklamy w celu określenia gotowości autobusu do wyjazdu z zajezdni (innego miejsca postojowego poza zajezdnią). Potwierdzeniem zakończenia prac będą zapisy dokonane przez przedstawiciela Operatora i Zamawiającego w „Protokole montażu/demontażu”.
21. Przez gotowość autobusu do wyjazdu, o której mowa w pkt 20 rozumie się całkowity montaż/demontaż reklamy i uporządkowanie miejsca, z w którym przeprowadzono montaż reklamy w pojeździe.
22. Zamawiający reklamę zobowiązany jest na własny koszt i ryzyko do niezwłocznego uporządkowania miejsca, w którym przeprowadzono montaż/demontaż reklamy
23. Strony oświadczają, iż wszelkie ewentualne nieprawidłowości związane z montażem, odnowieniem, naprawą reklamy oraz jej usunięciem z pojazdów winny zostać wpisane do „Protokołu montażu/demontażu”.
24. Niezwłocznie po zakończeniu czynności związanych z montażem lub demontażem reklamy, jednak nie później niż w ciągu 3 godzin zegarowych, Zamawiający reklamę jest zobowiązany do wywiezienia i zagospodarowania (utyliczacji) wszystkich odpadów powstałych w wyniku prowadzonych przez niego prac, w tym zdemontowanej reklamy. Obowiązek ten stosuje się także do odpadów powstałych w wyniku prac naprawczych, odtworzenia reklamy lub jej przeniesienia na inny pojazd.
25. Postanowienia pkt. 16-24 stosuje się również w przypadku odtworzenia/odnowienia (naprawy) reklamy lub przeniesienia reklamy na inny pojazd zgodnie z pkt 34-36 niniejszego Załącznika.
26. ZTM oraz Operator nie jest odpowiedzialny za sposób montażu lub konserwację reklamy.
27. Reklama może być umieszczona na pojazdach w miejscu i w sposób, który nie ogranicza widoczności oraz nie koliduje z oznaczeniami, które Operator ma obowiązek stosować zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa i umową przewozową zawartą z ZTM.
28. Reklama na szybach autobusu wykonana musi być ze specjalnego rodzaju folii zapewniającej przejrzystość zarówno z wnętrza pojazdu, jak i z zewnątrz pojazdu i zabezpieczać treść przed uszkodzeniem przez warunki atmosferyczne, codzienne użytkowanie, w tym mycie (odporność na detergenty), a także umożliwiać jej usunięcie bez uszkodzenia powierzchni szyb.

29. Reklama przeznaczona do montażu na karoserii pojazdu musi być wykonana ze specjalnie przeznaczonego do tego materiału zapewniającego maksymalną ochronę powłok lakierniczych oraz innych elementów karoserii i zabezpieczać treść przed uszkodzeniem przez warunki atmosferyczne, codzienne użytkowanie, w tym mycie (odporność na detergenty), jak również umożliwiać jej usunięcie bez uszkodzenia powierzchni pojazdu.
30. Reklama nie może być eksponowana na folii lustrzanej.
31. Zamawiający reklamę po zakończeniu terminu ekspozycji reklamy wynikającego z umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej (przyjętego do realizacji zamówienia w ramach umowy ramowej) i/lub wygaśnięcia umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej z jakichkolwiek przyczyn (anulowania zamówienia złożonego w ramach umowy ramowej w części lub całości z jakichkolwiek przyczyn) zobowiązany jest do jej niezwłocznego, nie później niż w terminie 5 dni roboczych licząc od dnia upływu terminu ekspozycji reklamy wskazanego w umowie na udostępnienie powierzchni reklamowej (przyjętym do realizacji zamówienia w ramach umowy ramowej), usunięcia z pojazdu i przywrócenia pojazdu do stanu sprzed zamieszczenia reklamy, jednak nie później niż w terminie 5 dni po wygaśnięciu umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej z jakichkolwiek przyczyn (w tym na skutek jej wypowiedzenia, rozwiązania lub upływu okresu, na jaki została ona zawarta) lub anulowaniu (w części lub całości) danego zamówienia złożonego w ramach umowy ramowej. ZTM może wyznaczyć krótszy termin w sytuacji wygaśnięcia umowy o świadczenie usług przewozowych zawartej z danym Operatorem.
32. W przypadku gdy Zamawiający reklamę opóźnia się z usunięciem reklamy w stosunku do terminu wskazanego w pkt 31 powyżej ZTM ma prawo zlecić usunięcie reklamy podmiotowi trzeciemu na koszt i ryzyko Zamawiającego reklamę bądź samodzielnie je usunąć na koszt i ryzyko Zamawiającego reklamę bez konieczności uzyskiwania zgody sądu (wykonanie zastępcze). Niezależnie od obowiązku pokrycia kosztów usunięcia reklamy w ramach wykonania zastępczego będzie zobowiązany do zapłaty kary umownej na rzecz ZTM za każdy dodatkowy dzień ekspozycji reklamy na pojeździe po upływie umownego czasu ekspozycji obliczanej zgodnie z treścią umowy na udostępnianie powierzchni reklamowej.
33. Wszelkie uszkodzenia (zniszczenia) reklamy, za których powstanie nie można przypisać ZTM oraz Operatorowi winy umyślnej, niezależnie od przyczyn ich powstania, w tym powstałe w trakcie zwykłej eksploatacji lub na skutek innych zdarzeń, w tym losowych, usuwane będą przez Zamawiającego reklamę na jego koszt i ryzyko zgodnie z pkt 34-36 poniżej. ZTM oraz Operator nie ponoszą odpowiedzialności w szczególności za uszkodzenia (zniszczenia) reklamy spowodowane wypadkiem z udziałem pojazdu, siłą wyższą, aktami wandalizmu osób trzecich, za których działania i zaniechania nie ponoszą oni odpowiedzialności oraz koniecznością naprawy pojazdu, jeśli nie było możliwym jej przeprowadzenie bez uszkodzenia reklamy, a także które powstały w związku z utrzymywaniem pojazdu w czystości.
34. W przypadku uszkodzenia reklam bądź niemożności ich dalszej ekspozycji na skutek wypadku z udziałem pojazdów lub innych zdarzeń uniemożliwiających eksploatację pojazdów, Zamawiający reklamę do 5 dni roboczych samodzielnie i jednostronnie podejmuje decyzję o ewentualnym odtworzeniu (naprawie) reklamy na danym pojeździe bądź jej demontażu, przy czym kosztów odtworzenia/naprawy reklamy nie ponosi w takim wypadku ZTM ani Operator. O swojej decyzji Zamawiający reklamę informuje ZTM co najmniej w postaci elektronicznej. Termin ewentualnej wymiany reklamy zostanie ustalony z Operatorem i ZTM, ale nie będzie on dłuższy niż 5 dni roboczych licząc od dnia podjęcia decyzji przez Zamawiającego reklamę. Brak

jakiegokolwiek decyzji Zamawiającego reklamę w powyższym terminie jest równoznaczny z obowiązkiem demontażu reklamy i uprawnia ZTM do natychmiastowego wypowiedzenia umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych w odniesieniu do danego pojazdu (anulowania w– odniesieniu do danego pojazdu zamówienia złożonego w ramach umowy ramowej)i/ lub w razie konieczności zlecenia demontażu na koszt i ryzyko Zamawiającego reklamę bez konieczności uzyskiwania zgody Sądu (stosuje się postanowienia pkt 31 i pkt 32). W przypadku podjęcia przez Zamawiającego reklamę decyzji o odtworzeniu reklamy na danym pojeździe, okres ekspozycji ulega przedłużeniu o liczbę dni, w których reklama nie była eksponowana na pojeździe z powodu jej uszkodzenia, nie dłużej jednak niż o 30 dni.

35. W przypadku, jeśli fizycznie nie będzie możliwym odtworzenie (naprawa) reklamy na danym pojeździe, ZTM w uzgodnieniu z Zamawiającym reklamę może podjąć decyzję, iż reklama może zostać zamontowana na innym pojeździe tego samego Operatora, tj. taka sama reklama może zostać umieszczona na innym pojeździe Operatora, o ile będzie to dopuszczalne zgodnie z umową na świadczenie usług przewozowych zawartą z Operatorem oraz w przypadku dysponowania wolnymi powierzchniami reklamowymi na pojazdach danego Operatora. Termin montażu reklamy zostanie ustalony z Operatorem i ZTM. W przypadku braku takiej możliwości odtworzenia reklamy na innym pojeździe ZTM nie ponosi jakiegokolwiek odpowiedzialności odszkodowawczej wobec Operatora. W przypadku niemożliwości zamontowania reklamy na inny pojazd lub niezgodnienia pomiędzy ZTM, a Zamawiającym reklamę przeniesienia reklamy na inny pojazd w terminie 5 dni roboczych licząc od dnia uszkodzenia reklamy na danym pojeździe, ZTM i Zamawiający reklamę mają prawo do natychmiastowego wypowiedzenia umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych (anulowania zamówienia złożonego w ramach umowy ramowej) w odniesieniu do tego pojazdu. W przypadku uzgodnienia przeniesienia ekspozycji na inny pojazd, okres ekspozycji ulega przedłużeniu o liczbę dni, w których reklama nie była eksponowana na pojeździe z powodu jej uszkodzenia, nie dłużej jednak niż o 30 dni.
36. W przypadku czasowego wycofania pojazdu z ruchu z jakichkolwiek przyczyn ZTM może poinformować Zamawiającego reklamę o możliwości przedłużenia ekspozycji reklamy na tym pojeździe o liczbę dni równą liczbie dni przestoju (czasowego wycofania z ruchu), a w tym zakresie w przypadku zgody Zamawiającego reklamę na przedłużenie ekspozycji reklamy (wyrażonej co najmniej w postaci elektronicznej np. mailowej w terminie wyznaczonym przez ZTM)-w odniesieniu do tego pojazdu automatycznie ulega przedłużeniu okres ekspozycji reklamy wskazany w umowie o udostępnieniu powierzchni lub nośnika reklamowego (przyjętym do realizacji zamówieniu w ramach umowy ramowej) o okres równy liczbie dni przestoju danego pojazdu. W przypadku braku zgody Zamawiającego reklamę na przedłużenie ekspozycji (w tym brak odpowiedzi na wezwanie ZTM), ZTM i Zamawiającemu reklamę przysługuje prawo do natychmiastowego wypowiedzenia umowy o udostępnianie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych (anulowania zamówienia złożonego w ramach umowy ramowej) w odniesieniu do tego pojazdu,
37. W przypadku wypowiedzenia umowy na udostępnianie powierzchni reklamowej lub anulowania zamówienia w ramach umowy ramowej w przypadkach wskazanych w pkt 34, 35 lub 36 przed upływem okresu ekspozycji reklamy w niej/nim wskazanym Zamawiającemu reklamę przysługuje zwrot wynagrodzenia w wysokości proporcjonalnej do okresu braku ekspozycji reklamy z uwagi na okoliczności wskazane w pkt 34, 35 lub 36

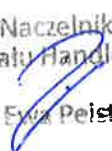
- i okresu pozostałego do upływu okresu ekspozycji wskazanego w umowie (przyjętym do realizacji zamówieniu w ramach umowy ramowej). Wypowiedzenie umowy na udostępnianie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych (anulowanie zamówienia w ramach umowy ramowej) z przyczyn wskazanych w pkt 33, 35 i 36 nie uprawnia Zamawiającego reklamę do żądania od ZTM jakiegokolwiek odszkodowania, zwrotu kosztów lub nakładów.
38. W przypadkach o których mowa w pkt 34 – 36 jeśli umowa na udostępnianie powierzchni reklamowych lub nośnika reklamowego lub zamówienie złożone w ramach umowy ramowej obejmuje więcej niż jeden pojazd, wypowiedzenie umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego lub anulowanie zamówienia złożonego w ramach umowy ramowej przewidziane w pkt 34-36 dotyczy wyłącznie tej części umowy lub zamówienia obejmującego dany pojazd, którego dotyczą okoliczności stanowiące podstawę wypowiedzenia (anulowania zamówienia), a w pozostałym zakresie umowa na udostępnianie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych lub zamówienie złożone w ramach umowy ramowej jest w dalszym ciągu realizowane na dotychczasowych zasadach.
 39. Zamawiający reklamę zobowiązuje się do realizacji obowiązków określonych w Regulaminie oraz umowie na udostępnianie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych w tym umowie ramowej, w taki sposób, aby nie uszkodzić jakiegokolwiek mienia Operatora lub innych podmiotów w szczególności pojazdów będących własnością lub znajdujących się w dyspozycji Operatora.
 40. W przypadku uszkodzeń powłoki lakierniczej lub innych uszkodzeń pojazdu podczas wykonywania jakichkolwiek czynności przez Zamawiającego reklamę, Zamawiający reklamę zobowiązany jest na własny koszt i ryzyko do usunięcia uszkodzeń i przywrócenia uprzedniego stanu, w terminie 14 dni od dnia powstania lub ujawnienia szkody bez odrębnego wezwania w tym zakresie.
 41. W sytuacji wskazanej w pkt 40 dopuszcza się zamiast przeprowadzenia naprawy możliwość wypłaty odszkodowania przez Zamawiającego reklamę na rzecz Operatora z tytułu wyrządzonej szkody – na każde żądanie ZTM (za zgodą Operatora) lub w przypadku uzgodnienia takiego sposobu naprawienia szkody pomiędzy Operatorem, a Zamawiającym reklamę.
 42. Zamawiający reklamę jest uprawniony do zlecenia wykonywania wszystkich lub poszczególnych czynności objętych niniejszym Załącznikiem wskazanemu przez siebie dowolnie podwykonawcy, na co ZTM niniejszym wyraża zgodę.
 43. Zamawiający reklamę jest zobowiązany poinformować ZTM oraz Operatora na piśmie lub za pośrednictwem poczty elektronicznej o danych podwykonawcy i zakresie czynności, które ma on w imieniu Zamawiającego reklamę wykonywać. Powiadomienie ma charakter wyłącznie informacyjny.
 44. W przypadku ustanowienia przez Zamawiającego reklamę podwykonawcy, Zamawiający reklamę ponosi pełną odpowiedzialność za jego działania oraz zaniechania, jak za działania i zaniechania własne.
 45. Podpisanie protokołu montażu/demontażu nie zwalnia Zamawiającego reklamę z jakiegokolwiek odpowiedzialności związanej lub wynikającej z dokonanego przez Zamawiającego reklamę montażu lub demontażu reklamy.
 46. W przypadku zaistnienia jakichkolwiek trudności we współpracy z Operatorem w zakresie realizacji umowy o udostępnienie powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych, w szczególności odmowy podpisania protokołu montażu/demontażu lub odmowy wpuszczenia

na uzgodnione miejsce montażu/demontażu reklamy, Zamawiający reklamę jest zobowiązany do niezwłocznego zgłoszenia tego faktu ZTM.

47. Zawarcie umowy na udostępnienie powierzchni reklamowych w żaden sposób nie ogranicza prawa ZTM do udostępniania, w tym równoczesnego, innym podmiotom tych powierzchni reklamowych danego pojazdu (pojazdów), których nie obejmuje zawarta z Zamawiającym reklamę umowa, w tym podmiotom konkurencyjnym względem Zamawiającego reklamę, a z tego tytułu Zamawiającemu reklamę nie przysługują jakiegokolwiek roszczenia względem ZTM.

INSPEKTOR

Sylwia Żywczok

Naczelnik
Wydziału Handlowego

Ewa Peist

Szczegółowe postanowienia dotyczące warunków udostępnienia powierzchni i nośników reklamowych – powierzchnie i nośniki wewnątrz pojazdu

1. Niniejszy Załącznik określa warunki udostępniania na rzecz Zamawiającego reklamę powierzchni i nośników reklamowych wewnątrz pojazdów którymi świadczone są usługi publicznego transportu zbiorowego na podstawie umów zawartych przez ZTM i/lub GZM z operatorami.
2. Strony zobowiązują się do pełnej współpracy w zakresie wykonywania postanowień niniejszego Załącznika, w tym do udzielania informacji/wyjaśnień niezbędnych do prawidłowej realizacji jego postanowień, opartej na wzajemnym zaufaniu i poszanowaniu wzajemnych interesów.
3. Reklamy umieszczane są w pojazdach, które są własnością Operatorów lub w pojazdach którymi dysponuje Operator na podstawie jakiegokolwiek stosunku prawnego, którymi ZTM może dysponować zgodnie z umowami przewozowymi zawartymi z operatorami przez GZM i/lub ZTM.
4. Powierzchnie reklamowe wewnątrz pojazdów, o których mowa w ust. 1 to:
 - a) ramki, do umieszczania plakatów w formacie A3 (orientacja pionowa),
 - b) ekrany LCD do wyświetlania reklam/informacji zgodnie z poniższymi warunkami:
 - zalecana rozdzielczość materiałów 1920x1080 px,
 - obraz w formacie 16x10 lub 16x9, o przekątnej min. 21,5 cala,
 - preferowane formaty: jpg, png, mp4,
 - materiały wyłącznie z napisami, bez informacji głosowych.
5. Wszelkie prace związane z opracowaniem i wykonaniem projektu, odnowieniem, produkcją i naprawą realizowane są przez Zamawiającego reklamę na jego koszt i ryzyko.
6. Treść reklamy każdorazowo wymaga akceptacji ZTM zgodnie z postanowieniami Regulaminu.
7. Zamawiający reklamę ponosi pełną odpowiedzialność za treść reklamy, w tym graficzną i tekstową i nie zwalnia go z odpowiedzialności fakt jej akceptacji przez ZTM.
8. Zamawiający reklamę zobowiązany jest do dostarczenia/przekazania na własny koszt i ryzyko do ZTM (miejsca wskazanego przez ZTM) wszystkich niezbędnych materiałów do umieszczenia w pojazdach (zawierających zaakceptowaną przez ZTM treść słowną i graficzną zgodnie z pkt 6w formatach wskazanych w pkt 4):
 - a. Plakaty w ilości wskazanej w zamówieniu stanowiącym załącznik do umowy na udostępnianie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych – najpóźniej do 5 dni roboczych przed wskazaną w umowie (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej) datą rozpoczęcia ich ekspozycji,
 - b. pliki do emisji na ekranach LCD – najpóźniej do 5 dni roboczych przed wskazaną w umowie (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej) datą rozpoczęcia ich emisji. Niedotrzymanie terminów, o których mowa z pkt. a i b skutkować będzie rzeczywistym okresem ekspozycji reklamy krótszym co najmniej o liczbę dni przekroczenia terminów (wynikającym z późniejszego rozpoczęcia ekspozycji reklamy) bez pomniejszenia kwoty

wynagrodzenia należnego ZTM, co oznacza, że rzeczywisty początek ekspozycji reklamy rozpocznie się później niż w dacie określonej w umowie na udostępnienie powierzchni reklamowej (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej), a okres ekspozycji kończy się w dacie określonej w umowie na udostępnienie powierzchni i nośników reklamowych (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej).

9. ZTM po otrzymaniu materiałów wskazanych w pkt 8 od Zamawiającego reklamę przekazuje Operatorom do umieszczenia w pojazdach. W przypadku gdy przekazane ZTM materiały są niezgodne z niniejszym Załącznikiem, w szczególności zawierają treści niezaakceptowane przez ZTM, ZTM może odmówić ich ekspozycji wyznaczając Zamawiającemu reklamę termin 3 dni na dostarczenie prawidłowych materiałów. W przypadku dostarczenia prawidłowych materiałów po przekroczeniu tego terminu rzeczywisty okres ekspozycji reklamy będzie krótszy co najmniej o liczbę dni przekroczenia powyższego terminu, bez pomniejszenia kwoty wynagrodzenia należnego ZTM, co oznacza, że rzeczywisty początek ekspozycji reklamy rozpocznie się później niż w dacie określonej w umowie na udostępnienie powierzchni reklamowej (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej), a okres ekspozycji kończy się w dacie określonej w umowie na udostępnienie powierzchni i nośników reklamowych (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej). Postanowienia niniejszego ustępu stosuje się odpowiednio w przypadku przekazania plakatów w ilości mniejszej niż wskazana w zamówieniu stanowiącym załącznik do umowy na udostępnianie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych.
10. W przypadku opóźnienia Zamawiającego reklamę w wykonaniu obowiązków wskazanych w pkt 8 lub pkt 9 o co najmniej 3 dni ZTM będzie uprawniony do:
 - 1) w przypadku umowy dotyczącej jednorazowego udostępnienia powierzchni reklamowej do natychmiastowego wypowiedzenia zawartej umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej i naliczenia Zamawiającemu reklamę kary umownej w wysokości określonej w umowie na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego,
 - 2) w przypadku umowy ramowej - do jednostronnego anulowania danego zamówienia i naliczenia Zamawiającemu reklamę kary umownej w wysokości określonej w umowie ramowej.
11. Po zakończeniu ekspozycji/emisji reklamy (na skutek upływu okresu ekspozycji lub wygaśnięcia z innych przyczyn umowy o udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego do korzystania lub anulowania zamówienia w ramach umowy ramowej), ZTM lub Operator samodzielnie usuwa reklamy z nośników reklamowych, natomiast przekazane materiały nie podlegają zwrotowi na rzecz Zamawiającego reklamę. ZTM lub Operator mają prawo do ich samodzielnej utylizacji (zniszczenia), przy czym na żądanie ZTM materiały te są zabierane przez Zamawiającego reklamę z miejsca i w terminie wskazanym przez ZTM.
12. Plakaty uszkodzone na skutek zwykłej eksploatacji lub innych zdarzeń, w tym losowych, będą usuwane i zastępowane przez Operatora pod warunkiem dostarczenia przez Zamawiającego reklamę na jego koszt i ryzyko nowych plakatów o jednakowej treści (słownej i graficznej) jak uszkodzone, w okresie ekspozycji reklamy wskazanej w umowie o udostępnienie powierzchni lub nośników reklamowych do korzystania. ZTM oraz Operator ponoszą odpowiedzialność za uszkodzenia (zniszczenia) reklamy wyłącznie w przypadku istnienia winy umyślnej, w szczególności nie ponoszą odpowiedzialności za uszkodzenia (zniszczenia) reklamy spowodowane wypadkiem z udziałem pojazdu, siłą wyższą,

aktami wandalizmu osób trzecich, za których działania i zaniechania nie ponosi on odpowiedzialności oraz koniecznością naprawy pojazdu, jeśli nie było możliwym jej przeprowadzenie bez uszkodzenia reklamy, a także które powstały w związku z utrzymywaniem pojazdu w czystości. Wymiana uszkodzonych (zniszczonych) plakatów nie wydłuża ani nie wstrzymuje okresu ekspozycji, a także nie wpływa na wysokość wynagrodzenia należnego ZTM.

13. W przypadku czasowego wycofania pojazdu z ruchu z jakichkolwiek przyczyn, ZTM niezwłocznie poinformuje o tym fakcie Zamawiającego reklamę wraz z informacją o przedłużeniu ekspozycji reklamy o liczbę dni równą liczbie dni przestoju (czasowego wycofania z ruchu). Przedłużenie ekspozycji następuje automatycznie, bez konieczności uzyskania zgody Zamawiającego reklamę, a dotyczy wyłącznie wyłączonego czasowo z ruchu pojazdu. W takim przypadku, jeśli planowany lub rzeczywisty okres wycofania z ruchu pojazdu przekracza 5 dni roboczych zarówno ZTM jak i Zamawiającemu reklamę przysługuje prawo do natychmiastowego wypowiedzenia umowy o udostępnienie powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych (anulowania zamówienia w ramach umowy ramowej) w części dotyczącej wycofanego z ruchu pojazdu bez prawa żądania od drugiej strony odszkodowania, zwrotu jakichkolwiek nakładów lub kosztów. W przypadku decyzji o rozwiązaniu (wypowiedzeniu) umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych (anulowania zamówienia w ramach umowy ramowej) ZTM zwróci Zamawiającemu kwotę wynagrodzenia proporcjonalnie naliczoną do dni wycofania pojazdu z ruchu i okresu pozostałego do upływu uzgodnionego w umowie (przyjętym do realizacji zamówieniu w ramach umowy ramowej) okresu ekspozycji danej reklamy.
14. Jeśli umowa na udostępnianie powierzchni reklamowych lub nośnika reklamowego lub zamówienie złożone w ramach umowy ramowej obejmuje więcej niż jeden pojazd, wypowiedzenie umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego lub anulowanie zamówienia złożonego w ramach umowy ramowej przewidziane w pkt 13 dotyczy wyłącznie tej części umowy lub zamówienia obejmującego dany pojazd, którego dotyczą okoliczności stanowiące podstawę wypowiedzenia (anulowania zamówienia), a w pozostałym zakresie umowa na udostępnianie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych lub zamówienie złożone w ramach umowy ramowej jest w dalszym ciągu realizowane na dotychczasowych zasadach.
15. ZTM ani Operator w okresie ekspozycji reklamy, jak i przed jej montażem nie są zobowiązani do weryfikacji stanu reklamy pod kątem jej uszkodzenia.
16. Operator oraz ZTM nie są odpowiedzialni za sposób wykonania reklam, w szczególności ich jakość.
17. Zawarcie umowy na udostępnienie powierzchni reklamowych lub nośnika reklamowego w żaden sposób nie ogranicza prawa ZTM do:
 - 1) udostępniania, w tym równoczesnego, innym podmiotom tych powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych danego pojazdu (pojazdów), których nie obejmuje zawarta z Zamawiającym reklamę umowa, w tym podmiotom konkurencyjnym względem Zamawiającego reklamę,
 - 2) wyświetlania na ekranie LCD, którego dotyczy umowa o udostępnianiu powierzchni reklamowej i nośników reklamowych, zarówno w okresie ekspozycji określonym w w/w umowie, jak i po jego upływie, reklam innych podmiotów, w tym konkurencyjnych wobec Zamawiającego reklamę, a z tego tytułu Zamawiającemu reklamę nie przysługują jakiejkolwiek roszczenia względem ZTM.

Szczegółowe postanowienia dotyczące warunków udostępniania powierzchni i nośników reklamowych - gabloty reklamowe w wiatrach przystankowych

1. Niniejszy Załącznik określa warunki udostępniania na rzecz Zamawiającego reklamy powierzchni reklamowych w gablotach reklamowych w wiatrach przystankowych (citylighty).
2. Strony zobowiązują się do pełnej współpracy w zakresie wykonywania postanowień niniejszego Załącznika, w tym do udzielania informacji/wyjaśnień niezbędnych do prawidłowej realizacji jego postanowień, opartej na wzajemnym zaufaniu i poszanowaniu wzajemnych interesów.
3. ZTM nie gwarantuje, że gabloty reklamowe do prezentacji reklam będą oświetlone, natomiast umieszczane w nich plakaty muszą spełniać następujące wymagania techniczne:
 - a. format 1800x1290 mm,
 - b. istotne dla Zamawiającego reklamy elementy reklamy znajdujące się na plakatach powinny być odsunięte min. 5 cm od krawędzi.
4. Wszystkie koszty w okresie wskazanym w umowie o udostępnienie nośnika reklamy w postaci gabloty reklamowej, w szczególności związane z projektowaniem, przygotowaniem, wykonaniem oraz dostarczeniem reklamy leżą po stronie Zamawiającego reklamę.
5. Treść reklamy każdorazowo wymaga akceptacji ZTM zgodnie z postanowieniami Regulaminu, z tym zastrzeżeniem, że akceptacja projektu reklamy dotyczy także sytuacji wymiany ekspozycji (reklamy) w ramach danej gabloty reklamowej zgodnie z ust. 6
6. W przypadku umów na udostępnienie powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych zawieranych na okres powyżej 1 miesiąca, w tym umów ramowych, w okresie obowiązywania takiej umowy dopuszczalna jest wymiana plakatu w ramach danej gabloty reklamowej na inny plakat (nowa reklama o innej postaci słownej i graficznej), przy czym nie może ona następować częściej niż raz w miesiącu. W takim przypadku projekt reklamy przekazywany jest ZTM na 10 dni roboczych przed planowanym dniem zmiany ekspozycji celem dokonania jej akceptacji przez ZTM.
7. Zamawiający reklamę ponosi pełną odpowiedzialność za treść reklamy (w tym graficzną i tekstową) i nie zwalnia go z odpowiedzialności fakt jej akceptacji przez ZTM.
8. Zamawiający reklamę zobowiązany jest do dostarczenia/przekazania do ZTM na własny koszt i ryzyko wszystkich niezbędnych materiałów do umieszczenia w gablotach (plakatów) w terminie nie późniejszym niż 5 dni roboczych przed wskazaną w umowie o udostępnienie powierzchni lub nośników reklamowych (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej) datą rozpoczęcia ich ekspozycji, a w przypadku wymiany plakatu w ramach danej umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego – w terminie 5 dni roboczych przed planowanym dniem rozpoczęcia ekspozycji nowego plakatu. Miejsce dostarczenia materiałów określa ZTM. Niedotrzymanie terminu dostarczenia materiałów skutkować będzie rzeczywistym okresem ekspozycji reklamy krótszym o liczbę dni przekroczenia terminu (wynikającym z późniejszego rozpoczęcia ekspozycji reklamy), bez pomniejszenia kwoty wynagrodzenia należnego ZTM, co oznacza, że rzeczywisty początek ekspozycji reklamy rozpocznie się później niż w dacie określonej w umowie na

udostępnienie powierzchni reklamowej (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej), a okres ekspozycji kończy się w dacie określonej w umowie na udostępnienie powierzchni i nośników reklamowych (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej).

9. W przypadku gdy przekazane ZTM materiały są niezgodne z niniejszym Załącznikiem, w szczególności zawierają treści niezaprobowane przez ZTM, ZTM może odmówić ich ekspozycji wyznaczając Zamawiającemu reklamę termin 3 dni na dostarczenie prawidłowych materiałów. W przypadku dostarczenia prawidłowych materiałów po przekroczeniu tego terminu rzeczywisty okres ekspozycji reklamy będzie krótszy co najmniej o liczbę dni przekroczenia powyższego terminu, bez pomniejszenia kwoty wynagrodzenia należnego ZTM, co oznacza, że rzeczywisty początek ekspozycji reklamy rozpocznie się później niż w dacie określonej w umowie na udostępnienie powierzchni reklamowej (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej), a okres ekspozycji kończy się w dacie określonej w umowie na udostępnienie powierzchni i nośników reklamowych (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej).
10. W przypadku opóźnienia Zamawiającego reklamę w wykonaniu obowiązków wskazanych w pkt 8 lub pkt 9 o co najmniej 3 dni ZTM będzie uprawniony do
 - 1) w przypadku umowy dotyczącej jednorazowego udostępnienia powierzchni reklamowej do natychmiastowego wypowiedzenia zawartej umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej i naliczenia Zamawiającemu reklamę kary umownej w wysokości określonej w umowie na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego,
 - 2) w przypadku umowy ramowej - do jednostronnego anulowania danego zamówienia i naliczenia Zamawiającemu reklamę kary umownej w wysokości określonej w umowie ramowej.
11. Po zakończeniu ekspozycji reklamy (na skutek upływu okresu ekspozycji lub wygaśnięcia z innych przyczyn umowy o udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego do korzystania lub anulowania danego zamówienia w ramach umowy ramowej) ZTM samodzielnie usuwa reklamy z nośników reklamowych, a przekazane materiały nie podlegają zwrotowi na rzecz Zamawiającego reklamę. ZTM lub dowolny podmiot działający na jego zlecenie mają prawo do ich samodzielnej utylizacji (zniszczenia), przy czym na żądanie ZTM materiały te są zabierane przez Zamawiającego reklamę z miejsca i w terminie wskazanym przez ZTM.
12. Plakaty uszkodzone na skutek zwykłej eksploatacji lub innych zdarzeń, w tym losowych, będą usuwane i zastępowane pod warunkiem dostarczenia przez Zamawiającego reklamę na jego koszt i ryzyko nowych plakatów o jednakowej treści (słownej i graficznej) jak uszkodzone w okresie ekspozycji reklamy wskazanej w umowie o udostępnienie powierzchni lub nośników reklamowych do korzystania. ZTM ponosi odpowiedzialność za uszkodzenia (zniszczenia) reklamy wyłącznie w przypadku istnienia winy umyślnej, w szczególności nie ponosi odpowiedzialności za uszkodzenia (zniszczenia) reklamy spowodowane wypadkiem z udziałem pojazdu, siłą wyższą, aktami wandalizmu osób trzecich, za których działania i zaniechania nie ponosi on odpowiedzialności oraz koniecznością naprawy wiaty lub gabloty reklamowej, jeśli nie było możliwym jej przeprowadzenie bez uszkodzenia reklamy, a także które powstały w związku z utrzymywaniem pojazdu w czystości. Wymiana uszkodzonych (zniszczonych) plakatów nie wydłuża ani nie wstrzymuje okresu ekspozycji, a także nie wpływa na wysokość opłaty należnej ZTM.

13. W przypadku czasowego braku możliwości ekspozycji reklamy np. w skutek uszkodzenia gabloty reklamowej okres ekspozycji wskazany w umowie o udostępnienie powierzchni lub nośnika reklamowego nie ulega wydłużeniu, a w przypadku gdy czasowy brak możliwości ekspozycji wynika z przyczyn niezależnych od Zamawiającego reklamę wynagrodzenie ZTM z tytułu realizacji umowy dot. udostępnienia powierzchni lub nośnika reklamowego określone w umowie zostanie pomniejszone proporcjonalnie o okres braku ekspozycji reklamy, na podstawie faktury korygującej wystawionej w terminie zgodnym z obowiązującymi przepisami prawa. W przypadku, jeśli planowany lub rzeczywisty okres braku możliwości ekspozycji reklamy przekracza 7 dni zarówno ZTM jak i Zamawiającemu reklamę przysługuje prawo do natychmiastowego wypowiedzenia umowy o udostępnienie powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych (anulowania danego zamówienia złożonego w ramach umowy ramowej) w części dotyczącej danej gabloty reklamowej bez prawa żądania od drugiej strony jakiegokolwiek odszkodowania, zwrotu nakładów lub wydatków. W przypadku wypowiedzenia umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego (anulowania zamówienia w ramach umowy ramowej) przed upływem okresu ekspozycji reklamy Zamawiającemu reklamę przysługuje zwrot wynagrodzenia w wysokości proporcjonalnej do okresu pozostałego do upływu okresu ekspozycji reklamy określonego w umowie (przyjętym do realizacji zamówieniu w ramach umowy ramowej).
14. Jeśli umowa na udostępnianie powierzchni reklamowych lub nośnika reklamowego lub zamówienie złożone w ramach umowy ramowej obejmuje więcej niż jedną gablotę reklamową, wypowiedzenie umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego lub anulowanie zamówienia złożonego w ramach umowy ramowej przewidziane w pkt 13 dotyczy wyłącznie tej części umowy lub zamówienia obejmującego daną gablotę reklamową, której dotyczą okoliczności stanowiące podstawę wypowiedzenia (anulowania zamówienia), a w pozostałym zakresie umowa na udostępnianie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych lub zamówienie złożone w ramach umowy ramowej jest w dalszym ciągu realizowane na dotychczasowych zasadach.
15. ZTM w okresie ekspozycji reklamy, jak i przed jej montażem nie jest zobowiązany do weryfikacji stanu reklamy pod kątem jej uszkodzenia.
16. Zawarcie umowy na udostępnienie powierzchni lub nośników reklamowych w żaden sposób nie ogranicza prawa ZTM do udostępniania, w tym równoczesnego, innym podmiotom tych powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych (gablot), których nie obejmuje zawarta z Zamawiającym reklamę umowa, w tym podmiotom konkurencyjnym względem Zamawiającego reklamę, a z tego tytułu Zamawiającemu reklamę nie przysługują jakiejkolwiek roszczenia względem ZTM.
17. Procedurę związaną z uzyskaniem zgody na zajęcie pasa przeprowadza ZTM.

**Szczegółowe postanowienia dotyczące warunków udostępnienia powierzchni
i nośników reklamowych – rewers biletów papierowych**

1. Niniejszy Załącznik określa warunki udostępniania na rzecz Zamawiającego reklamę powierzchni reklamowych na rewersach jednorazowych biletów papierowych emitowanych przez ZTM.
2. Strony zobowiązują się do pełnej współpracy w zakresie wykonywania postanowień niniejszego Załącznika, w tym do udzielania informacji/wyjaśnień niezbędnych do prawidłowej realizacji jego postanowień, opartej na wzajemnym zaufaniu i poszanowaniu wzajemnych interesów.
3. Wszystkie koszty związane z projektowaniem, przygotowaniem, wykonaniem oraz dostarczeniem plików zawierających reklamę do ZTM leżą po stronie Zamawiającego reklamę.
4. Treść reklamy każdorazowo wymaga akceptacji ZTM zgodnie z postanowieniami Regulaminu..
5. Zamawiający reklamę ponosi pełną odpowiedzialność za treść reklamy (w tym graficzną i tekstową) i nie zwalnia go z odpowiedzialności fakt jej akceptacji przez ZTM.
6. Po zakończeniu ekspozycji/emisji biletów z umieszczoną na rewersie reklamą przekazane materiały (pliki) nie podlegają zwrotowi, a ZTM może je trwale usunąć.
7. Wymagania techniczne dot. nadruku reklamy na rewersach biletów papierowych:
 - a. dopuszczalny obszar zadruku 52x29 mm,
 - b. nakład biletów – nie mniej niż 50 tys. szt. lub wielokrotność 50 tys. sztuk,
 - c. maksymalne dopuszczalne zadrukowanie obszaru - ok. 30% zadruku farbą, niedozwolone stosowanie dużych apli (teł), a także bardzo gęstych tekstów czy wzorów,
 - d. jeden kolor.
8. Zamawiający reklamę zobowiązany jest do dostarczenia/przekazania do ZTM wszystkich niezbędnych plików celem ich przekazania do drukarni w terminie nie późniejszym niż 10 dni roboczych przed rozpoczęciem druku., o którym to terminie ZTM poinformuje Zamawiającego reklamę co najmniej w postaci elektronicznej, wskazując również wymagany format plików. Umowa dot. udostępnienia powierzchni reklamowej na biletach musi być podpisana co najmniej na 1 miesiąc przed planowanym rozpoczęciem druku biletów. ZTM nie gwarantuje Zamawiającego reklamę określonego terminu zlecenia danych biletów do druku, który jest uzależniony od stanów magazynowych ZTM
9. ZTM zastrzega sobie prawo do odrzucenia przekazanych przez Zamawiającego reklamę plików ze względów technicznych na wniosek drukarni realizującej druk biletów. W takim przypadku ZTM wyznacza Zamawiającemu reklamę termin 3 dni na dostarczenie prawidłowych materiałów, a po jego bezskutecznym upływie będzie uprawniony do natychmiastowego wypowiedzenia zawartej umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej i nośników reklamowych bez obowiązku zapłaty jakiegokolwiek odszkodowania, zwrotu nakładów lub kosztów na rzecz Zamawiającego reklamę. Druk biletów realizowany jest

zgodnie z bieżącym zapotrzebowaniem ZTM, w tym może być w ramach zamówionej ilości biletów realizowany sukcesywnie.

10. Bilety do obrotu wprowadzane są sukcesywnie, nie ma możliwości dystrybucji ich w wybranej dacie bądź we wskazanym przez Zamawiającego reklamę punkcie/mieście, a także nie jest możliwym wstrzymanie ich dystrybucji lub wycofanie z dystrybucji na wniosek Zamawiającego reklamę, w tym w przypadku wygaśnięcia umowy na udostępnianie powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych do korzystania.
11. ZTM może udostępniać pozostałe, wolne powierzchnie na biletach (innych biletach niż te, na których eksponowana będzie reklama Zamawiającego reklamę) innym podmiotom, w tym konkurencyjnym względem Zamawiającego reklamę, a z tego tytułu Zamawiającemu reklamę nie przysługują jakiegokolwiek roszczenia względem ZTM.

Szczegółowe postanowienia dotyczące warunków udostępnienia powierzchni i nośników -reklamowych na Dworcu autobusowym w Tarnowskich Górach

1. Niniejszy Załącznik określa warunki udostępniania na rzecz Zamawiającego reklamę powierzchni w gablotach reklamowych na Dworcu autobusowym w Tarnowskich Górach.
2. Strony zobowiązują się do pełnej współpracy w zakresie wykonywania postanowień niniejszego Załącznika, w tym do udzielania informacji/wyjaśnień niezbędnych do prawidłowej realizacji jego postanowień, opartej na wzajemnym zaufaniu i poszanowaniu wzajemnych interesów.
3. ZTM nie gwarantuje, że gabloty reklamowe do prezentacji reklam będą oświetlone, natomiast umieszczane w nich plakaty muszą spełniać następujące wymagania techniczne:
 - a. format 910 x 1410 mm, w tym widoczna powierzchnia nadruku 855 x 1350 mm
 - b. istotne dla Zamawiającego reklamy elementy reklamy znajdujące się na plakatach powinny być odsunięte min. 3 cm od krawędzi.
4. Wszystkie koszty związane z projektowaniem, przygotowaniem, wykonaniem oraz dostarczeniem materiałów niezbędnych do ekspozycji reklamy na powierzchniach wskazanych w pkt 1 do siedziby ZTM lub wskazanego przez ZTM punktu leżą po stronie Zamawiającego reklamę.
5. Treść reklamy/informacji każdorazowo wymaga akceptacji ZTM zgodnie z postanowieniami Regulaminu, z tym zastrzeżeniem, że akceptacja projektu reklamy dotyczy także sytuacji wymiany ekspozycji (reklamy) w ramach danej gabloty reklamowej zgodnie z ust. 6
6. W przypadku umów na udostępnienie powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych zawieranych na okres powyżej 1 miesiąca w okresie obowiązywania takiej umowy lub w przypadku umów ramowych dopuszczalna jest wymiana plakatu w ramach danej gabloty reklamowej na inny plakat (nowa reklama o innej postaci słownej i graficznej), przy czym nie może ona następować częściej niż raz w miesiącu. W takim przypadku projekt reklamy przekazywany jest ZTM na 10 dni roboczych przed planowanym dniem zmiany ekspozycji celem dokonania jej akceptacji.
7. Zamawiający reklamę ponosi pełną odpowiedzialność za treść reklamy (w tym graficzną i tekstową) i nie zwalnia go z odpowiedzialności fakt jej akceptacji przez ZTM.
8. Zamawiający reklamę zobowiązany jest na własny koszt i ryzyko do dostarczenia/przekazania do ZTM (siedziby lub innego wskazanego miejsca) wszystkich niezbędnych materiałów reklamowych najpóźniej do 5 dni roboczych przed wskazaną w umowie o udostępnienie powierzchni lub nośników reklamowych (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej) datą rozpoczęcia ich ekspozycji a w przypadku wymiany plakatu w ramach danej umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego – w terminie 5 dni roboczych przed planowanym dniem rozpoczęcia ekspozycji nowego plakatu. Miejsce

dostarczenia materiałów określa ZTM. Niedotrzymanie terminu dostarczenia materiałów skutkować będzie rzeczywistym okresem ekspozycji reklamy krótszym o liczbę dni przekroczenia terminu (wynikającym z późniejszego rozpoczęcia ekspozycji reklamy), bez pomniejszenia kwoty wynagrodzenia należnego ZTM, co oznacza, że rzeczywisty początek ekspozycji reklamy rozpocznie się później niż w dacie określonej w umowie na udostępnienie powierzchni reklamowej (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej), a okres ekspozycji kończy się w dacie określonej w umowie na udostępnienie powierzchni i nośników reklamowych (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej).

9. W przypadku gdy przekazane ZTM materiały są niezgodne z niniejszym Załącznikiem, w szczególności zawierają treści niezaakceptowane przez ZTM, ZTM może odmówić ich ekspozycji wyznaczając Zamawiającemu reklamę termin 3 dni na dostarczenie prawidłowych materiałów. W przypadku dostarczenia prawidłowych materiałów po przekroczeniu tego terminu okres ekspozycji reklamy będzie krótszy o liczbę dni przekroczenia powyższego terminu, bez pomniejszenia kwoty wynagrodzenia należnego ZTM. co oznacza, że rzeczywisty początek ekspozycji reklamy rozpocznie się później niż w dacie określonej w umowie na udostępnienie powierzchni reklamowej (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej), a okres ekspozycji kończy się w dacie określonej w umowie na udostępnienie powierzchni i nośników reklamowych (przyjętym do realizacji zamówieniu składanym w ramach umowy ramowej).
10. W przypadku opóźnienia Zamawiającego reklamę w wykonaniu obowiązków wskazanych w pkt 8 lub pkt 9 o co najmniej 3 dni ZTM będzie uprawniony do
 - 1) w przypadku umowy dotyczącej jednorazowego udostępnienia powierzchni reklamowej do natychmiastowego wypowiedzenia zawartej umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej i naliczenia Zamawiającemu reklamę kary umownej w wysokości określonej w umowie na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego,
 - 2) w przypadku umowy ramowej - do jednostronnego anulowania danego zamówienia i naliczenia Zamawiającemu reklamę kary umownej w wysokości określonej w umowie ramowej.
11. Po zakończeniu ekspozycji/emisji reklamy (na skutek upływu okresu ekspozycji lub wygaśnięcia z innych przyczyn umowy o udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego do korzystania lub anulowaniu zamówienia w ramach umowy ramowej) ZTM samodzielnie usuwa reklamy z nośników reklamowych, natomiast przekazane materiały nie podlegają zwrotowi na rzecz Zamawiającego reklamę. ZTM lub dowolny podmiot działający na jego zlecenie mają prawo do ich samodzielnej utylizacji (zniszczenia), przy czym na żądanie ZTM materiały te są zabierane przez Zamawiającego reklamę z miejsca i w terminie wskazanym przez ZTM.
12. Plakaty uszkodzone na skutek zwykłej eksploatacji lub innych zdarzeń, w tym losowych, będą usuwane i zastępowane pod warunkiem dostarczenia przez Zamawiającego reklamę na jego koszt i ryzyko nowych o jednakowej treści (słownej i graficznej) jak uszkodzone, w okresie ekspozycji reklamy wskazanej w umowie o udostępnienie powierzchni lub nośników reklamowych do korzystania. ZTM ponosi odpowiedzialność za uszkodzenia (zniszczenia) reklamy wyłącznie w przypadku istnienia winy umyślnej, w szczególności nie ponosi odpowiedzialności za uszkodzenia (zniszczenia) reklamy spowodowane wypadkiem z udziałem pojazdu, siłą wyższą, aktami wandalizmu osób trzecich, za których działania i zaniechania nie

ponosi on odpowiedzialności oraz koniecznością naprawy gablot reklamowych, jeśli nie było możliwym jej przeprowadzenie bez uszkodzenia reklamy, Wymiana uszkodzonych (zniszczonych) plakatów nie wydłuża ani nie wstrzymuje okresu ekspozycji, a także nie wpływa na wysokość wynagrodzenia należnego ZTM.

13. W przypadku czasowego braku możliwości ekspozycji reklamy np. w przypadku uszkodzenia gabloty reklamowej okres ekspozycji wskazany w umowie o udostępnienie powierzchni lub nośnika reklamowego nie ulega wydłużeniu, a w przypadku gdy czasowy brak możliwości ekspozycji reklamy wynika z przyczyn niezależnych od Zamawiającego reklamę wynagrodzenie ZTM z tytułu realizacji umowy dot. udostępnienia powierzchni lub nośnika reklamowego określone w umowie o zostanie pomniejszone proporcjonalnie o okres braku ekspozycji reklamy, na podstawie faktury korygującej wystawionej w terminie wynikającym z obowiązujących przepisów prawa W takim przypadku, jeśli planowany lub rzeczywisty okres braku możliwości ekspozycji reklamy przekracza 5 dni roboczych zarówno ZTM jak i Zamawiającemu reklamę przysługuje prawo do natychmiastowego wypowiedzenia umowy o udostępnienie powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych w części dotyczącej danej gabloty reklamowej (anulowania danego zamówienia złożonego w ramach umowy ramowej) bez prawa żądania od drugiej strony odszkodowania, zwrotu nakładów lub wydatków. W przypadku wypowiedzenia umowy o udostępnienie powierzchni reklamowych lub nośnika reklamowego (anulowania zamówienia złożonego w ramach umowy ramowej) przed upływem okresu ekspozycji reklamy Zamawiającemu reklamę przysługuje zwrot wynagrodzenia w wysokości proporcjonalnej do okresu pozostałego do upływu okresu ekspozycji reklamy określonego w umowie (przyjętym do realizacji zamówieniu w ramach umowy ramowej).
14. Jeśli umowa na udostępnianie powierzchni reklamowych lub nośnika reklamowego lub zamówienie złożone w ramach umowy ramowej obejmuje więcej niż jedną gablotę reklamową, wypowiedzenie umowy na udostępnienie powierzchni reklamowej lub nośnika reklamowego lub anulowanie zamówienia złożonego w ramach umowy ramowej przewidziane w pkt 13 dotyczy wyłącznie tej części umowy lub zamówienia obejmującego daną gablotę reklamową, której dotyczą okoliczności stanowiące podstawę wypowiedzenia (anulowania zamówienia), a w pozostałym zakresie umowa na udostępnianie powierzchni reklamowej lub nośników reklamowych lub zamówienie złożone w ramach umowy ramowej jest w dalszym ciągu realizowane na dotychczasowych zasadach
15. ZTM w okresie ekspozycji reklamy, jak i przed jej montażem nie jest zobowiązany do weryfikacji stanu reklamy pod kątem jej uszkodzenia.
16. Zawarcie umowy na udostępnienie powierzchni lub nośników reklamowych w żaden sposób nie ogranicza prawa ZTM do udostępniania, w tym równoczesnego, innym podmiotom tych powierzchni reklamowych lub nośników reklamowych (np. gablot), których nie obejmuje zawarta z Zamawiającym reklamę umowa, w tym podmiotom konkurencyjnym względem Zamawiającego reklamę, a z tego tytułu Zamawiającemu reklamę nie przysługują jakiegokolwiek roszczenia względem ZTM.