

**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 oklejania 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 nieodwoławalny 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 (každorazowo 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 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 (utylizacji) 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 udostępnienie 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 jakiejkolwiek 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.

**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 6 w 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 udostępnienie 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 jakiegokolwiek roszczenia względem ZTM.

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

1. Niniejszy Załącznik określa warunki udostępniania na rzecz Zamawiającego reklamy powierzchni reklamowych w gablotach reklamowych w wiatach 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 reklamę 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 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).
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 3 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 jakiegokolwiek 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 reklamę 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 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.