

Załącznik nr 1 do siwz

Umowa nr ...../...../2015

zawarta dnia ..... r. w Katowicach, po przeprowadzeniu postępowania o nr Z-1/XII/2015/EC, pomiędzy:

- I. EURO-CENTRUM S.A. z siedzibą w Katowicach, 40-568, przy ul. Ligockiej 103, wpisaną do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy Katowice - Wschód w Katowicach VIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000362515, o numerze NIP: 6342547029, o numerze REGON: 240019580, o kapitale zakładowym w wysokości 15 091 380,00 zł w całości opłaconym, o Zarządzie Spółki w składzie: Roman Trzaskalik - Prezes Zarządu, Mirosław Bobrzyński - Wiceprezes Zarządu oraz Paweł Podsiadło - Wiceprezes Zarządu, do reprezentacji której uprawnieni są dwaj członkowie Zarządu bądź Prokurent łącznie z członkiem Zarządu; zwaną w dalszej części umowy „Zamawiającym”

a

- II. ....  
.....  
.....  
.....  
.....  
zwanym w dalszej części umowy „Wykonawcą”

**§1**

1. Niniejsza umowa została zawarta po przeprowadzeniu postępowania na podstawie Regulaminu udzielania zamówień przez EURO-CENTRUM S.A. z dnia 23 kwietnia 2014 r. przyjętego uchwałą Zarządu nr 18/IV/2014 z dnia 23 kwietnia 2014 r. Ww. Regulamin udostępniony jest na stronie <http://www.euro-centrum.com.pl/przetargi/>.
2. Postępowanie zmierzające do zawarcie przedmiotowej umowy zostało przeprowadzone w trybie przetargu dwustopniowego (składanie ofert, a następnie negocjacje z Wykonawcami, którzy złożyli oferty w postępowaniu).
3. Zamawiający nie jest podmiotem obowiązany do stosowania ustawy - Prawo zamówień publicznych, o czym Wykonawca był informowany w toku prowadzonego postępowania.

**§2**

1. Na mocy niniejszej umowy Zamawiający zleca, a Wykonawca przyjmuje do wykonania zamówienie na „Świadczenie usług promocyjnych w mediach” w związku z Projektem pn.: „Rewitalizacja prosumenckich mikroinstalacji energoelektrycznych (REWIPROMIEN)” realizowanym w ramach Programu GEKON - Generator Koncepcji Ekologicznych, który jest wspólną inicjatywą Narodowego Funduszu Ochrony

str. 1



Środowiska i Gospodarki Wodnej (NFOŚiGW) oraz Narodowego Centrum Badań i Rozwoju (NCBR); w związku z umową GEKON1/02/213877/31/2015.

2. W ramach wykonywania niniejszego zamówienia Wykonawca zobowiązany będzie do:
- 1) Opracowania dwóch publikacji w postaci artykułu sponsorowanego lub wywiadu lub reklamy i zapewnienia ich emisji w prasie codziennej:
    - a) Format: 1/2 strony (strony redakcyjne);
    - b) Treść i forma: Zamawiający przekaże Wykonawcy treści merytoryczne (m.in. opis Projektu, logotypy Projektu) do artykułów/reklam, które będą podlegały obróbce redakcyjnej i graficznej przez Wykonawcę. Zamawiający dopuszcza możliwość opracowania przez Wykonawcę artykułu sponsorowanego w formie wywiadu na temat Projektu z przedstawicielem Zamawiającego. Zapewnienie dziennikarza/copywritera do przeprowadzenia wywiadu leży po stronie Wykonawcy. Zamawiający dopuszcza możliwość emisji dwóch różnych typów publikacji.
    - c) Ilość: 2 (po 1 dla danego wydania dziennika);
    - d) Medium: prasa codzienna (dziennik);
    - e) Zasięg: województwo śląskie;
    - f) Opis medium: dziennik o wysokim udziale w regionalnym rynku sprzedaży (z wyłączeniem tabloidów), poruszający tematykę: gospodarczą, społeczno-polityczną, kulturalną, naukową (w tym nowe technologie);
    - g) Grupa docelowa: duża grupa czytelników aktywnych zawodowo, z wykształceniem średnim lub wyższym, zajmujących stanowiska menadżerskie wyższego lub średniego szczebla, specjaliści, wolne zawody;
    - h) Średni nakład jednorazowy: nie mniej niż 45 tys. (według ostatnich dostępnych danych z 2015 r. np. ZKDP);
    - i) Publikacja artykułów/wywiadów/reklam: poniedziałek: ilość: 1, o nakładzie nie mniejszym niż 40 tys. egzemplarzy w tym dniu (według ostatnich dostępnych danych z 2015 r.) oraz piątek: ilość: 1, o nakładzie nie mniejszym niż 100 tys. egzemplarzy w tym dniu (według ostatnich dostępnych danych z 2015 r.).
    - j) Przykładowe media: Dziennik Zachodni, Dziennik Gazeta Prawna lub inne zaproponowane przez Wykonawcę odpowiadające opisanym powyżej wymaganiom Zamawiającego.
  - 2) Emisji artykułu sponsorowanego lub reklamy lub wywiadu w Internecie (w wersji mobilnej dziennika):
    - a) Artykuł/wywiad/reklama, o którym mowa w pkt. 3.2.1 zostanie przeniesiony z wydania papierowego dziennika na stronę internetową dziennika (wersja mobilna/e-wydanie dziennika).
    - b) Zamawiający wskaże publikację, o której mowa w pkt. 3.2.1, która zostanie przeniesiona do emisji w Internecie.
    - c) Zamawiający zastrzega sobie prawo do wprowadzenia zmian w artykule/wywiadzie/reklamie przed jego emisją w Internecie.
    - d) Ilość: 1;



- e) Czas emisji: min. 7 dni z wolnym dostępem do artykułu;
  - f) Przykładowe media: [www.dziennikzachodni.pl](http://www.dziennikzachodni.pl), [www.gazetaprawna.pl](http://www.gazetaprawna.pl) lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.
- 3) Opracowania banera internetowego i zapewnienia jego publikacji w Internecie (w wersji mobilnej dziennika):
- a) Format: 750 px x 200 px (double billboard);
  - b) Treść i forma: Zamawiający przekaże Wykonawcy treści merytoryczne (m.in. opis Projektu, logotypy Projektu) do banera. Baner ma na celu promocję Projektu. Zapewnienie zdjęć lub/i grafiki do banera leży po stronie Wykonawcy.
  - c) Ilość: 1;
  - d) Czas emisji: min. 7 dni;
  - e) Przykładowe media: [www.dziennikzachodni.pl](http://www.dziennikzachodni.pl), [www.gazetaprawna.pl](http://www.gazetaprawna.pl) lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.
- 4) Opracowania publikacji w postaci artykułu sponsorowanego lub wywiadu lub reklamy i zapewnienia jej emisji w prasie codziennej:
- a) Format: 1/3 strony (strony redakcyjne);
  - b) Treść i forma: Zamawiający przekaże Wykonawcy treści merytoryczne (m.in. opis Projektu, logotypy Projektu) do artykułu/reklamy, która będzie podlegała obróbce redakcyjnej i graficznej przez Wykonawcę. Zamawiający dopuszcza możliwość opracowania przez Wykonawcę artykułu sponsorowanego w formie wywiadu na temat Projektu z przedstawicielem Zamawiającego. Zapewnienie dziennikarza/copywritera do przeprowadzenia wywiadu leży po stronie Wykonawcy;
  - c) Ilość: 1;
  - d) Medium: prasa codzienna (dziennik), inny niż wskazany w pkt. 3.2.1;
  - e) Zasięg: województwo śląskie;
  - f) Opis medium: dziennik o wysokim udziale w rynku sprzedaży (z wyłączeniem tabloidów), poruszający tematykę: gospodarczą, społeczno-polityczną, kulturalną, naukową (w tym nowe technologie);
  - g) Grupa docelowa: duża grupa czytelników aktywnych zawodowo, z wykształceniem średnim lub wyższym, zajmujących stanowiska menadżerskie wyższego lub średniego szczebla, specjaliści, wolne zawody;
  - h) Średni nakład jednorazowy: nie mniej niż 20 tys. (według ostatnich dostępnych danych z 2015 r. np. ZKDP);
  - i) Publikacja artykułu/wywiadu/reklamy: piątek: ilość: 1, o nakładzie nie mniejszym niż 35 tys. egzemplarzy w tym dniu (według ostatnich dostępnych danych z 2015 r.).
  - j) Przykładowe media: Gazeta Wyborcza w wydaniu targetowanym na województwo śląskie lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.
- 5) Emisji artykułu sponsorowanego lub reklamy lub wywiadu w Internecie (w wersji mobilnej dziennika):

- a) Artykuł/wywiad/reklama, o którym mowa w pkt. 3.2.4 zostanie przeniesiony z wydania papierowego dziennika na stronę internetową dziennika (wersja mobilna/e-wydanie dziennika), inną niż wskazana w pkt. 3.2.2.
  - b) Zamawiający wskaże publikację, o której mowa w pkt. 3.2.4, która zostanie przeniesiona do emisji w Internecie.
  - c) Zamawiający zastrzega sobie prawo do wprowadzenia zmian w artykule/wywiadzie/reklamie przed jego emisją w Internecie.
  - d) Ilość: 1;
  - e) Czas emisji: min. 7 dni z wolnym dostępem do artykułu;
  - f) Zasięg: Emisja geotargetowana na teren województwa śląskiego;
  - g) Przykładowe media: [www.gazeta.pl/...](http://www.gazeta.pl/...), [www.wyborcza.pl/...](http://www.wyborcza.pl/...) lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.
- 6) Opracowania banera internetowego i zapewnienia jego publikacji w Internecie (w wersji mobilnej dziennika):
- a) Format: 750 px x 200 px (double billboard);
  - b) Treść i forma: Zamawiający przekaze Wykonawcy treści merytoryczne (m.in. opis Projektu, logotypy Projektu) do banera. Baner ma na celu promocję Projektu. Zapewnienie zdjęć lub/i grafiki do banera leży po stronie Wykonawcy. Baner opracowany przez Wykonawcę będzie się różnił od banera, o którym mowa w pkt. 3.2.3;
  - c) Ilość: 1;
  - d) Zasięg: Kampania ROS, geotargetowana na województwo śląskie.
  - e) Liczba odsłon: 100 000;
  - f) Przykładowe media: [www.gazeta.pl/...](http://www.gazeta.pl/...) lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.
- 7) Opracowania publikacji w postaci artykułu sponsorowanego lub wywiadu i zapewnienia jego emisji w Internecie w ogólnopolskim serwisie informacyjnym:
- a) Treść i forma: Zamawiający przekaze Wykonawcy treści merytoryczne (m.in. opis Projektu, logotypy Projektu) do artykułu, które będą podlegały obróbce redakcyjnej i graficznej przez Wykonawcę. Zamawiający dopuszcza możliwość opracowania przez Wykonawcę artykułu sponsorowanego w formie wywiadu na temat Projektu z przedstawicielem Zamawiającego. Zapewnienie dziennikarza/copywritera do przeprowadzenia wywiadu leży po stronie Wykonawcy;
  - b) Ilość: 1;
  - c) Medium: ogólnopolski serwis informacyjny;
  - d) Zasięg: województwo śląskie. Emisja na podstronach/wiadomościach lokalnych serwisu targowanych na województwo śląskie, obecność stała przez tydzień o wartości zbliżonej do 1,5 mln PV/400 000 UU.
  - e) Zasięg: województwo śląskie.
  - f) Czas emisji: 7 dni.
  - g) Opis medium: Ogólnopolski serwis informacyjny oferujący możliwość umieszczenia w artykule/wywiadzie grafiki/zdjęcia (o zbliżonych wymiarach 528



x 221 px do 40 kB) oraz opcjonalnie wideo (do 30 sekund w formacie mp4, do 100 MB, 16:9) oraz opcjonalnie galerii (lead + 6 grafik). Zamawiający zastrzega sobie możliwość umieszczenia w serwisie obok opracowanego przez Wykonawcę artykułu/wywiadu wskazanych powyżej grafiki/zdjęcia, wideo oraz galerii, które przekaże Zamawiający.

- h) Przykładowe media: onet.pl (wiadomosci.onet.pl/slask), interia.pl (fakty.interia.pl/slaskie), WP.pl (wiadomosci.wp.pl/kat...) lub inne zaproponowane przez Wykonawcę;

8) Opracowania banera internetowego i zapewnienia jego publikacji w ogólnopolskim serwisie informacyjnym:

- a) Format: 300 px x 60 px (box sponsorski; regionalny box reklamowy);
- b) Treść i forma: Zamawiający przekaże Wykonawcy treści merytoryczne (m.in. opis Projektu, logotypy Projektu) do banera. Baner ma na celu promocję Projektu. Zapewnienie zdjęć lub/i grafiki do banera leży po stronie Wykonawcy. Baner umieszczony powinien być w widocznym miejscu, najlepiej po prawej stronie, w jednej z kolumn serwisu lub w sekcjach poszczególnych miast/regionów, opcjonalnie także w zakładce regionalnej serwisu wiadomości. Na stronach, na których emitowany jest baner nie powinny być wyświetlane inne reklamy standardowo emitowane w prawej kolumnie nawigacyjnej (np. navibox, halfpage czy skyscraper). Baner opracowany przez Wykonawcę będzie się różnił od banera, o którym mowa w pkt. 3.2.3 oraz 3.2.6;
- c) Ilość: 1;
- d) Medium: ogólnopolski serwis informacyjny;
- e) Zasięg: województwo śląskie. Emisja na podstronach/wiadomościach lokalnych serwisu targowanych na województwo śląskie, obecność stała przez tydzień o wartości zbliżonej do 1,5 mln PV/400 000 UU.
- f) Czas emisji: 7 dni.
- g) Przykładowe media: onet.pl (wiadomosci.onet.pl/slask), interia.pl (fakty.interia.pl/slaskie), WP.pl (http://wiadomosci.wp.pl/kat...) lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.

9) Opracowania spotu radiowego i jego emisji w radiu regionalnym.

- a) Długość spotu: 30 sekund;
- b) Liczba emisji: 100;
- c) Wymagania emisji: minimum 50% emisji w tzw. prime time;
- d) Medium: radio regionalne;
- e) Opracowanie tj. produkcja/wykonanie spotu radiowego leży po stronie Wykonawcy lub we współpracy z rozgłośnią radiową. Wykonawca może wyemitować jeden opracowany spot we wszystkich rozgłośniach radiowych, o których mowa w niniejszym przedmiocie zamówienia w pkt. 3.2.9 i 3.2.10;
- f) Opis medium: Rozgłośnia o zasięgu regionalnym nadająca w regionie województwa śląskiego, podejmująca zagadnienia ekonomiczne, społeczne, ochrony środowiska lub ekologii; o wynikach słuchalności nie mniejszych niż 3% udziału w rynku (wg ostatnich danych dostępnych w 2015 r.);

- g) Przykładowe media: Polskie Radio Katowice lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.
- 10) Opracowania spotu radiowego i jego emisja w trzech rozgłoszeniach katolickich.
- a) Długość spotu: 30 sekund;
  - b) Ilość: 1;
  - c) Liczba emisji: 50 (na każdej z anten);
  - d) Wymagania emisji: minimum 50% w tzw. prime time.
  - e) Opracowanie tj. produkcja/wykonanie spotu radiowego leży po stronie Wykonawcy lub we współpracy z rozgłosnią radiową. Wykonawca może wyemitować jeden opracowany spot we wszystkich rozgłoszeniach radiowych, o których mowa w niniejszym przedmiocie zamówienia w pkt. 3.2.9 i 3.2.10;
  - f) Opis medium: Preferowane radio należące do Forum Niezależnych Rozgłoszeń Katolickich oraz z regionów, z których wywodzą się partnerzy Projektu, tj. województwo śląskie, małopolskie, lubuskie lub te o wysokich wynikach słuchalności wśród stacji FNRK.
- 11) Współprodukcji z telewizją 1 odcinka programu oraz zapewnienia jego emisji w programie telewizyjnym + produkcji i zapewnienia emisji 10 zwiastunów zapowiadających program + produkcji i emisji billboardów (plansz graficznych) przed i po programie.
- a) Liczba emisji współprodukowanego odcinka: 1.
  - b) Medium: telewizja regionalna;
  - c) Opis programu: Program telewizyjny emitowany min. raz w tygodniu w stacji telewizyjnej o zasięgu regionalnym, w godzinach wieczornych. Program poświęcony tematyce gospodarczej i ekonomicznej dotyczący najświeższych i najbardziej istotnych wydarzeń wpływających na gospodarkę województwa śląskiego, ale i całego kraju. Preferowany program nadawany na żywo ze studia, gdzie zapraszani są eksperci doradcy z instytucji i przedsiębiorstw koncentrujących się na tematyce energetyki odnawialnej, wybitni ekonomiści itp.
  - d) Zasięg: Program emitowany na antenie telewizji regionalnej dostępnej na bezpłatnej platformie naziemnej telewizji cyfrowej, na obszarze regionalnym dedykowanym mieszkańcom województwa śląskiego i okolic.
  - e) Tematyka współprodukowanego odcinka: Odcinek poświęcony tematyce odnawialnych źródeł energii lub/i budownictwa energooszczędnego i pasywnego lub/i energetyki prosumenckiej lub zbliżonej do zaproponowanych tematów, korespondujący z Projektem.
  - f) Treść i forma: Zamawiający przekazuje Wykonawcy treści merytoryczne (m.in. opis Projektu, logotypy Projektu), które będą podstawą do utworzenia zwiastunów/billboardów. Zamawiający będzie także otwarty na współpracę przy współtworzeniu odcinka z telewizją, np. poprzez udzielenie wywiadu, obecność przedstawiciela Zamawiającego w programie itd.
  - g) Przykładowe media: TVP Katowice - „Trudny Rynek” lub inne zaproponowane przez Wykonawcę.





### §3

1. W ramach realizacji niniejszej umowy, Wykonawca jest obowiązany do uwzględnienia wytycznych dotyczących promocji projektu pt. „Rewitalizacja prosumenckich mikroinstalacji energoelektrycznych (REWIPROMIEN)” wynikających z umowy o wykonanie i finansowanie projektu realizowanego w ramach programu GEKON o nr: GEKON1/02/213877/31/2015 oraz określonymi w instrukcji oznakowania przedsięwzięć dofinansowanych ze środków Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej dostępnej pod adresem: <https://www.nfosigw.gov.pl/oferta-finansowania/srodki-krajowe/informacje-ogolne/instrukcja-oznakowania-przedswiezcie/>. Przedstawiciel Zamawiającego udostępni na żądanie Wykonawcy wszystkie niezbędne linki, informacje oraz loga oraz udzieli wytycznych w tym zakresie.
2. Wykonawca zobowiązany jest do umieszczenia we wszystkich materiałach informacji o dofinansowaniu realizacji projektu przez Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej oraz do zamieszczenia w tych materiałach logotypu NFOŚiGW - zgodnie z wytycznymi Projektu oraz Zamawiającego. Przedstawiciel Zamawiającego udostępni na żądanie Wykonawcy wszystkie niezbędne linki, informacje oraz loga oraz udzieli wytycznych w tym zakresie.
3. Przed publikacją lub emisją artykułów sponsorskich, banerów graficznych, spotów radiowych i telewizyjnych spotów zapowiadających, wymienionych w §2 ust. 2 pkt. 1) - 11) Wykonawca zobowiązany jest przedstawić ich projekty do akceptacji Zamawiającego.

### §4

1. Wykonawca, będzie obowiązany do wykonania przedmiotu zamówienia w terminie do dnia **29 lutego 2016 r.**, z zastrzeżeniem, że rozpoczęcie kampanii medialnej powinno nastąpić nie wcześniej niż 15 stycznia 2016 r., a okres jej trwania nie powinien być dłuższy niż 30 dni. Terminy wykonania poszczególnych zadań zawiera mediaplan, stanowiący załącznik do niniejszej umowy.
2. Termin wykonania przedmiotu umowy może ulec przesunięciu z powodu:
  - 1) działania siły wyższej mającej bezpośredni wpływ na terminowość wykonywania usług, przy czym pod pojęciem siły wyższej strony rozumieją zdarzenia, których nie mogły przewidzieć, którym nie mogły zapobiec ani którym nie mogą przeciwdziałać, a które uniemożliwiają Wykonawcy wykonanie w części lub w całości jego zobowiązań;
  - 2) wystąpienia okoliczności, których strony umowy nie były w stanie przewidzieć, pomimo zachowania należytej staranności;
  - 3) wystąpienia innych okoliczności, które strony wspólnie uznają za powodujące konieczność zmiany terminu realizacji umowy lub jej poszczególnych etapów, w szczególności z powodów technologicznych, przyczyn zewnętrznych nie mających charakteru siły wyższej, obiektywnych utrudnień dotyczących wymaganych

procedur, itp. przy czym każdorazowo ocena zaistnienia takiego obiektywnego powodu wymaga uzgodnienia Stron; jeżeli Strony nie dojdą do porozumienia uznaje się, że termin pierwotnie ustalony jest obowiązujący.

3. Niezależnie od zasad wynikających z ust. 2, Wykonawca zobowiązany jest do niezwłocznego poinformowania Zamawiającego, jeżeli z jakiegokolwiek przyczyn zaistnieją utrudnienia w realizacji zamówienia, mogące skutkować opóźnieniem w realizacji zamówienia. Wówczas Strony uzgodnią dalszą procedurę postępowania w tym przypadku, w szczególności Strony mogą ustalić inny termin wykonania obowiązków umownych lub Zamawiający może zwrócić się z wnioskiem o proporcjonalne obniżenie wynagrodzenia, o którym mowa w §8 niniejszej umowy.

#### §5

1. Zamawiający zastrzega sobie prawo kontrolowania/ weryfikowania sposobu wykonywania umowy przez Wykonawcę.
2. Wykonawca obowiązany jest uzgadniać z Zamawiającym (z osobami wskazanymi w §6 ust. 1 niniejszej umowy) szczegółowe działania podejmowane w wykonaniu niniejszej umowy, w trybie roboczym.
3. Zamawiający zobowiązuje się do udzielenia Wykonawcy, na jego zapytanie, niezbędnych wyjaśnień dotyczących wykonywania umowy.

#### §6

1. Przedstawicielem ze strony Zamawiającego - do roboczych kontaktów, konsultacji i podpisania protokołu odbioru przedmiotu umowy są:
  - 1) Pan Patryk Białas, tel.: 32 783 43 25, adres email: [p.bialas@euro-centrum.com.pl](mailto:p.bialas@euro-centrum.com.pl);
  - 2) Pani Agnieszka Zięcina, tel.: 32 783 43 20, adres email: [a.ziecina@euro-centrum.com.pl](mailto:a.ziecina@euro-centrum.com.pl);
  - 3) Pani Ilona Ptak, tel.: 32 783 43 02, adres email: [i.ptak@euro-centrum.com.pl](mailto:i.ptak@euro-centrum.com.pl).
2. Przedstawicielem ze strony Wykonawcy do roboczych kontaktów, konsultacji i podpisania protokołu odbioru przedmiotu umowy jest ..., adres email: .....

#### §7

1. Odbiór przedmiotu zamówienia nastąpi w drodze protokołu zdawczo - odbiorczego, podpisanego przez Przedstawicieli Stron wymienionych w paragrafie poprzednim, na podstawie dokumentów, o których mowa w niniejszym paragrafie.
2. Wykonanie każdego z zadań wymienionych w §2 ust. 2 pkt 1)-11) musi zostać przez Wykonawcę udokumentowane.
3. Do protokołu odbioru załączone zostaną dowody wykonania każdego z §2 ust. 2 pkt 1)-11), tj. egzemplarze każdego z wydawnictw, w których pojawiły się zamawiane artykuły, zrzuty stron internetowych, na których zamieszczono zamawiane banery

str. 8



internetowe, nagranie programu, o którym mowa w pkt. 11) oraz spotów zapowiadających w mediach tam wymienionych - pod rygorem odmowy podpisania protokołu odbioru.

4. Przed dokonaniem odbioru przedmiotu niniejszej umowy na podstawie protokołu zdawczo - odbiorczego, o którym mowa w ust. 1, Wykonawca - w terminie umożliwiającym dochowanie ustalonego terminu wykonania zamówienia - przedłoży Zamawiającemu projekty usług wskazanych §2 ust. 2, pkt 1)-11) do konsultacji/akceptacji.
5. Wykonawca jest obowiązany do uwzględnienia uwag zgłoszonych przez Zamawiającego w trybie prowadzonych zgodnie z ust. 2 konsultacji w terminie do 3 dni roboczych od dnia ich przekazania osobie wskazanej w §6 ust. 1 niniejszej umowy. Zgłoszenie uwag można powtórzyć.

#### §8

1. Wynagrodzenie za wykonanie przedmiotu umowy będzie miało charakter ryczałtowy, nie będzie podlegać waloryzacji oraz uwzględniać ma wszelkie wymagane opłaty i koszty niezbędne do jego zrealizowania.
2. Za wykonanie przedmiotu umowy Wykonawca otrzyma od Zamawiającego wynagrodzenie w łącznej wysokości ..... brutto tj. .... netto plus należny podatek od towarów i usług. Harmonogram rzeczowo-finansowy (mediaplan) zawierający zestawienie cen jednostkowych za wykonanie poszczególnych elementów składających się na przedmiot zamówienia stanowi załącznik nr 5 do niniejszej umowy.
3. Wynagrodzenie, o którym mowa w ust. 2 płatne będzie na rachunek bankowy Wykonawcy wskazany w treści faktury w terminie 14 dni od dnia doręczenia prawidłowo wystawionej faktury.
4. Podstawę do wystawienia faktury stanowić będzie podpisany bez uwag protokół zdawczo - odbiorczy, o którym mowa w §7 ust. 1 niniejszej umowy.

#### §9

1. Wykonawca oświadcza, że opracowane materiały nie będą naruszać praw autorskich majątkowych innych osób oraz, że jego prawa autorskie do przedmiotowych materiałów nie są ograniczone w zakresie objętym niniejszą umową.
2. Wykonawca oświadcza, że w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w §7 ust. 2 Wykonawca przenosi na Zamawiającego (sprzedaje) majątkowe prawa autorskie do utworów, które powstaną w związku z realizacją niniejszej umowy. Przeniesienie nastąpi z chwilą przekazania Zamawiającemu projektów i obejmuje wszystkie pola eksploatacji znane w chwili ich podpisania, w tym określone w art. 50 oraz 74 ust. 4

str. 9

ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych, a w szczególności:

- a) w zakresie utrwalania i zwielokrotniania utworu - wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy utworu, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową;
  - b) w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których utwór utrwalono - wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem oryginału albo egzemplarzy;
  - c) w zakresie rozpowszechniania utworu w sposób inny niż określony pod lit. b) - publiczne wykonanie, wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie oraz nadawanie i reemitowanie, a także publiczne udostępnianie utworu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym,
  - d) prawo do przystosowania, zmieniania, przerabiania, adaptacji przedmiotu umowy, jak i jego poszczególnych elementów, lub wprowadzania do niego innych zmian w celu dostosowania go do indywidualnych potrzeb Zamawiającego, jak i podmiotów, którym udzielane będą licencje bądź na rzecz których przeniesiona zostanie własność przedmiotu umowy lub też zostanie on użyczony lub wynajęty,
  - e) wykorzystania elementów przedmiotu umowy (np. ścieżki dźwiękowej) w innych celach niż wskazane w niniejszej umowie (poza spotem).
3. Wykonawca zezwala Zamawiającemu na wykonywanie zależnego prawa autorskiego oraz na czynienie zmian w utworze według uznania Zamawiającego.

#### §10

1. Zamawiający może domagać się od Wykonawcy kar umownych:
  - 1) za opóźnienie w wykonaniu określonego w umowie przedmiotu umowy w wysokości 5 % wynagrodzenia umownego netto wskazanego w §7 ust. 2 za każdy dzień opóźnienia w stosunku do terminów wykazanych w mediaplanie;
  - 2) za opóźnienie w usunięciu wad lub usterek stwierdzonych przy odbiorze w wysokości 2% wynagrodzenia umownego netto §7 ust. 2 za każdy dzień opóźnienia.
2. W sytuacji, gdy kara umowna, przewidziana w ust. 1, nie pokrywa szkody, Zamawiającemu przysługuje prawo żądania odszkodowania na zasadach ogólnych.

#### §11

1. Wszelkie spory lub rozbieżności wynikające lub pozostające w związku z niniejszą umową, a które nie mogą być rozwiązane polubownie, zostaną rozstrzygnięte przez właściwy rzeczowo Sąd powszechny w Katowicach.
2. Strony zgodnie ustalają, iż prawem właściwym dla realizacji postanowień niniejszej umowy jest prawo polskie.
3. W sprawach nieuregulowanych przepisami niniejszej umowy mają zastosowanie przepisy kodeksu cywilnego.

str. 10



4. Wszelkie zmiany niniejszej umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
5. Wykonawca nie może dokonać przelewu wierzytelności z tytułu niniejszej umowy, obciążyć jej, ani w inny sposób nią rozporządzać bez uzyskania pisemnej zgody Zamawiającego.

#### §12

1. Umowa została sporządzona w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, jeden dla Wykonawcy i dwa dla Zamawiającego.
2. Załącznikiem do niniejszej umowy są:
  - 1) wyciąg z siwz;
  - 2) ostateczna oferta Wykonawcy;
  - 3) informacja z CEIDG lub z KRS Wykonawcy;
  - 4) harmonogram rzeczowo-finansowy (mediaplan/zestawienie cen jednostkowych).

.....

Zamawiający

.....

Wykonawca