

Istotne Postanowienia Umowy

Zawarta w dniu we Wrocławiu w wyniku wyboru oferty najkorzystniejszej w postępowaniu o udzielenie zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego z art. 39-46 ustawy z dnia 29 stycznia 2004r. – Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2007r. Nr 223, poz. 1655 z późn. zm.) pomiędzy:

Operą Wrocławską z siedzibą: 50-066 Wrocław, ul. Świdnicka 35, zarejestrowaną w Rejestrze Instytucji Kultury prowadzonym przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego pod nr 76/2006, NIP: 896-000-55-26, Regon: 000278942, reprezentowaną przez:

1. Janusza Słoniowskiego – Zastępcę Dyrektora
2. Kazimierza Zalewskiego – Pełnomocnika Dyrektora Ds. Finansowych – Głównego Księgowego

zwaną dalej **Zamawiającym**

a

.....z siedzibą:.....,
NIP:....., Regon:, reprezentowaną przez:

1.

znaną dalej **Wykonawcą**

§ 1

1. Zamawiający powierza a Wykonawca przyjmuje do wykonania ekspozycję plakatów na nośnikach reklamy zewnętrznej w ramach kampanii promocyjnej superwidowiska operowego „Turandot”, którego premierowe wystawienie odbędzie się we Wrocławiu w dniach:
2. Ekspozycją objętych zostaje - na terenie wybranych miast Dolnego Śląska i obszaru Polski -sztuk plakatów na nośnikach typu billboard i citylight w proporcji:
 - 1)% plakaty na nośnikach sponsorowanych
 - 2) % plakaty na nośnikach komercyjnych

§ 2

1. Kampania reklamowa na nośnikach typu billboard / citylight zostanie przeprowadzona przez Wykonawcę na terenie wybranych miast Dolnego Śląska i obszaru Polski w okresie od dnia

§ 3

Ileokroć w umowie stosuje się poniższe określenia i definicje, należy je rozumieć następująco:

- 1) Zamawiający – Opera Wrocławska, ul. Świdnicka 35, 55-066 Wrocław.
- 2) Wykonawca – osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej, która otrzymała zlecenie przeprowadzenia Kampanii Reklamowej na nośnikach, którymi dysponuje.
- 3) „Reklama” - materiał reklamowy (plakaty);
- 4) „Nośniki reklamowe” – powierzchnie reklamowe znajdujące się w dyspozycji Wykonawcy typu billboard, citylight;

- 5) „Ekspozycja” – ekspozycja Reklam Zleceniodawcy na Nośnikach reklamowych Wykonawcy;
- 6) „Kampania reklamowa” – ogół czynności zmierzających do Ekspozycji Reklam oraz ich Ekspozycja.

§ 4

1. Wykonawca nie będzie przyjmował zleceń w odniesieniu do Reklam, których treść lub formę uzna za sprzeczną z prawem, z zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami.
2. Wykonawca zastrzega sobie prawo odmowy dalszej Ekspozycji albo też jej wstrzymania bez ponoszenia jakiegokolwiek odpowiedzialności z tego tytułu, jeżeli sąd lub uprawniony organ administracji publicznej stwierdzi, iż Reklama jest spreczna z prawem, z zasadami współżycia społecznego lub dobrymi obyczajami.

§ 5

1. Przyjęcie przez Wykonawcę zlecenia Ekspozycji Reklam na Nośnikach reklamowych nie oznacza przyjęcia przez niego jakiegokolwiek odpowiedzialności wobec osób trzecich za ich treść.
2. Zamawiający jest odpowiedzialny za zapewnienie, że przysługują mu prawa na dobrach niematerialnych (autorskie, pokrewne, wynalazcze, na znakach towarowych lub wzorach zdobniczych, z tytułu tajemnicy przedsiębiorstwa i inne) do posługiwania się użytymi w zleconych do prezentacji Reklamach - informacjami, danymi, utworami bądź ich fragmentami, wizerunkami, znakami towarowymi lub wzorami zdobniczymi lub innymi elementami stanowiącymi przedmiot jakiegokolwiek ochrony prawnej. Złożenie zamówienia na przeprowadzenie Kampanii reklamowej jest równoznaczne z oświadczeniem Zamawiającego, że powyższy obowiązek jest spełniony.

§ 6

1. Wykonawca zobowiązany jest pobrać plakaty reklamowe (REKLAMY) z siedziby Zamawiającego lub innego miejsca wskazanego na terenie miasta Wrocławia nie później niż 2 dni przed planowanym rozpoczęciem ekspozycji reklam.
2. Zamawiający przekaze Wykonawcy plakaty reklamowe w ilości zamówionych nośników.
3. Reklamy przekazane przez Zamawiającego powinny spełniać ogólne wymagania techniczne.

§ 7

W przypadkach zwłoki Zamawiającego w przekazaniu Wykonawcy reklam, termin realizacji zlecenia zostaje przesunięty o ilość dni zwłoki.

§ 8

1. Wykonawca zobowiązuje się dołożyć należytej staranności w wykonywaniu przedmiotu Umowy.
2. W przypadku niewykonania lub nienależytego wykonania przedmiotu Umowy strony ustalają kary umowne:
 - 1) Wykonawca zapłaci Zamawiającemu kary umowne z tytułu:
 - a) Opóźnienia w rozpoczęciu ekspozycji przez czas dłuższy niż 48 godzin od momentu zgłoszenia tego faktu Zamawiającemu, w wysokości 0,1% wynagrodzenia umownego, którego opóźnienie dotyczy.
 - b) Opóźnienia w usunięciu uszkodzenia ekspozycji, przez czas dłuższy niż 48 godzin od momentu zgłoszenia tego faktu Zamawiającemu, w wysokości 0,1% wynagrodzenia umownego brutto za ten typ nośnika, którego dana sytuacja dotyczy.

- c) Z tytułu odstąpienia Wykonawcy od realizacji przedmiotowej umowy 20% wynagrodzenia umownego (brutto).
- 2) Wykonawca zapłaci Zamawiającemu odsetki ustawowe w przypadku nieterminowej realizacji płatności za zrealizowany przedmiot umowy.
3. Jeżeli wysokość rzeczywistej szkody po stronie Zamawiającego lub Wykonawcy przekracza wysokość naliczonych kar umownych, strony mogą dochodzić odszkodowania uzupełniającego na zasadach ogólnych.

§ 9

1. Raport z zakończenia montażu reklam, Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć Zamawiającemu do piątego dnia od jego zakończenia.
2. Raport zdjęciowy z przebiegu ekspozycji na nośnikach komercyjnych Wykonawca zobowiązany jest dostarczyć Zamawiającemu w formie elektronicznej w terminie 10 dni od zakończenia montażu reklam.
3. Brak pisemnych zastrzeżeń Zamawiającego, doręczonych Wykonawcy w okresie ekspozycji uważa się za potwierdzenie wykonania ekspozycji na warunkach określonych w umowie.

§ 10

Wykonawca wykona usługę ekspozycji zgodnie z treścią Opisu Przedmiotu Zamówienia, który stanowi załącznik do umowy.

§ 11

1. Za zamówioną reklamę - na terenie wybranych miast Dolnego Śląska i obszaru Polski - na nośnikach typu billboard/citylight Zamawiający zobowiązany jest zapłacić Wykonawcy wynagrodzenie wg **ceny komercyjnej** wynoszącej:**zł brutto** (słownie złotych:), w tym:**zł netto** (słownie złotych:) + **22 % VAT**, za ekspozycję 1 nośnika w ciągu 1 miesiąca.
2. Za zamówioną reklamę - na terenie wybranych miast Dolnego Śląska i obszaru Polski - na nośnikach typu billboard/citylight Zamawiający zobowiązany jest zapłacić Wykonawcy wynagrodzenie wg **ceny sponsorowanej** wynoszącej:**zł brutto** (słownie złotych:.....), w tym: **netto** (słownie złotych:.....) + **22 % VAT**, za ekspozycję 1 nośnika w ciągu 1 miesiąca.
3. Za zamówioną reklamę - na terenie wybranych miast Dolnego Śląska i obszaru Polski - na nośnikach typu billboard/citylight Zamawiający zobowiązany jest zapłacić Wykonawcy wynagrodzenie wg **ceny komercyjnej** wynoszącej**zł brutto** (słownie złotych:), w tym:**zł netto** (słownie złotych:.....) + **22 % VAT**, za ekspozycję 1 nośnika w ciągu 2 tygodni.
4. Za zamówioną reklamę - na terenie wybranych miast Dolnego Śląska i obszaru Polski - na nośnikach typu billboard/citylight Zamawiający zobowiązany jest zapłacić Wykonawcy wynagrodzenie wg **ceny sponsorowanej** wynoszącej: (słownie złotych:.....), w tym:**netto** (słownie złotych:) + **22 % VAT**, za ekspozycję 1 nośnika w ciągu 2 tygodni
5. Termin płatności faktury strony ustalają do 30 dni od dnia jej złożenia u Zamawiającego, po dokonaniu ekspozycji plakatów.

§ 12

1. Z tytułu przeprowadzenia przez Wykonawcę kampanii reklamowej na nośnikach sponsorowanych typu billboard/citylight Zamawiający zobowiązuje się do nadania właścicielowi nośników/Wykonawcy usługi tytułu Patrona Medialnego Spektaklu „Turandot” oraz do wykonania niżej wymienionych świadczeń na jego rzecz:
 - 1) umieszczenia logo (w kolorze druku) na wszystkich plakatach typu billboard i citylight, reklamujących spektakl
 - 2) umieszczenia logo (w kolorze druku) w katalogu programowym spektaklu , w spisie patronów medialnych,

- 3) umieszczenia logo (w kolorze druku) na afiszu premierowym, banerach i ulotkach reklamowych spektaklu
 - 4) umieszczenia logo (w kolorze druku) w reklamach prasowych,
 - 5) umieszczenia logo w pokazie wyświetlanym na ekranie umieszczonym w miejscu wystawiania spektaklu– przed rozpoczęciem i w trakcie przerw w tym spektaklu,
 - 6) przekazania 25 sztuk zaproszeń dwuosobowych na spektakl w tym minimum 5 zaproszeń podwójnych na spektakl premierowy,
 - 7) zapewnienia pierwszeństwa w rezerwacji biletów,
 - 8) zaproszenia przedstawiciela na konferencję prasową poświęconą spektaklowi
 - 9) wymienienia nazwy patrona medialnego spektaklu podczas konferencji prasowej,
 - 10) umieszczenia logo na stronie internetowej Zamawiającego wraz z wykonaniem linku prowadzącego z danej strony na stronę właściciela nośników.
2. Świadczenia, o których mowa w ust. 1 pkt 1) – 4) dotyczą materiałów reklamowych, które zawierają logotypy innych patronów medialnych spektaklu

§ 13

1. Wartość świadczeń Wykonawcy na rzecz Zamawiającego za wykonanie ekspozycji plakatów na nośnikach sponsorowanych typu billboard oraz citylight jest równoważna wartości świadczeń Zamawiającego na rzecz Wykonawcy wymienionych w § 12.
2. Wartość świadczeń o których mowa w ust. 1 niniejszego paragrafu zostanie określona wynikowo, jako iloczyn różnicy pomiędzy ceną komercyjną a sponsorowaną ekspozycji 1 plakatu w ciągu 1 miesiąca oraz 2 tygodni, pomniejszonej o 50% rabat, i ilości wyeksponowanych plakatów na nośnikach sponsorowanych, + 22 % VAT.
3. Rozliczenie świadczeń o których mowa w ust. 1 niniejszego paragrafu nastąpi poprzez kompensatę wzajemnych wierzytelności.
4. Wykonawca jest podatnikiem VAT - NIP:
5. Zamawiający jest podatnikiem VAT - NIP: 896-000-55-26

§ 14

1. Maksymalne nominalne wynagrodzenie Wykonawcy wynosi.....netto.
2. Wartość wynagrodzenia Wykonawcy określona zostaje na kwotę:..... netto (słownie złotych: netto),+ 22 % VAT na podstawie zadeklarowanych przez Wykonawcę i zaakceptowanych przez Zamawiającego ilości nośników:

- nośniki komercyjne w okresie:sztuk
- nośniki komercyjne w okresie:sztuk
- nośniki sponsorowane w okresie:sztuk
- nośniki sponsorowane w okresie:sztuk

2. Wartość świadczeń o których mowa w ust 1 § 13 określona zostaje na kwotę:zł netto (słownie złotych:netto) + 22 % VAT na podstawie zadeklarowanych przez Wykonawcę i zaakceptowanych przez Zamawiającego ilości nośników:

- nośniki sponsorowane w okresie: sztuk
- nośniki sponsorowane w okresie: sztuk

§ 15

1. Wykonawca nie ponosi odpowiedzialności za skutki występowania podczas trwania umowy zdarzeń od niego niezależnych, wpływających na termin i jakość ekspozycji plakatów,
w szczególności za:

- 1) zmiany w mających zastosowanie przepisach prawnych,
 - 2) istotne decyzje władz miejskich i/lub architektonicznych,
 - 3) warunki atmosferyczne uniemożliwiające pracę,
 - 4) zaistnienie niezależnych okoliczności uniemożliwiających całkowicie lub częściowo wykonanie zobowiązań Wykonawcy (siły wyższej) co w szczególności oznacza klęskę żywiołową, stan wojny, stan wyjątkowy, uniemożliwiające przeprowadzenie kampanii: wypadki drogowe, strajki lub akcje protestacyjne, katastrofy budowlane, zamachy terrorystyczne, zamknięcia dostępu do określonych obszarów przez władze publiczne.
2. W przypadku, gdy nie będzie możliwe z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy dokonanie ekspozycji na nośnikach zaakceptowanych uprzednio przez Zamawiającego, Wykonawca przeprowadzi kampanię reklamową spektaklu na nośnikach zastępczych, w ilości nie mniejszej od ilości oferowanej, pod warunkiem uzyskania pisemnej zgody Zamawiającego na taką zmianę.
 3. Wykonawca zobowiązuje się do wykonania na rzecz Zamawiającego usługi montażu plakatów na nośnikach, o których mowa w Opisie Przedmiotu Zamówienia w SIWZ.
 4. W trakcie trwania ekspozycji reklamowej Wykonawca zobowiązuje się do utrzymywania nośników reklamowych oraz plakatów w należyтым stanie technicznym i estetycznym oraz nieodpłatnego usuwania stwierdzonych usterek plakatów w ilości nie przekraczającej 20% ekspozycji w terminie do 48 godzin od dnia poinformowania go przez Zamawiającego lub od dnia wykrycia ich przez Wykonawcę.
 5. Reklamacje dotyczące sposobu i jakości realizacji zamówienia Zamawiający powinien zgłaszać Wykonawcy wyłącznie na piśmie, w terminie 2 dni od dnia stwierdzenia nieprawidłowości w przebiegu ekspozycji plakatów. Reklamacja powinna zawierać rodzaj wad lub usterek reklamy w stosunku do złożonego zamówienia oraz wskazanie lokalizacyjne.

§ 16

1. Wszystkie zmiany niniejszej Umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności, z zastrzeżeniem odpowiednich postanowień Prawa Zamówień Publicznych.
2. Zamawiający może odstąpić od umowy na zasadach określonych w art. 145 ustawy Pzp.
3. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową mają zastosowanie przepisy ustawy Pzp i kodeksu cywilnego.

§ 17

Umowa sporządzona została w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

Zamawiający

Wykonawca