

## Załącznik nr 6.

### ZASADY DOTYCZĄCE EKSPOZYCJI REKLAM W/NA POJAZDACH ŚWIADCZĄCYCH USŁUGI PRZEWOZOWE NA LINIACH NADZOROWANYCH PRZEZ ZARZĄD TRANSPORTU MIEJSKIEGO,

#### 1. Zasady i warunki umieszczania reklam w/na taborze.

- 1.1. ( *..... nazwa: wypełnia przewoźnik* ) bierze pełną odpowiedzialność za treści oraz kreację każdej wyeksponowanej reklamy w/na taborze. Rozpatrzenie i zaspokojenie wszelkich roszczeń prawnych wynikających z powyższego leży po stronie ( *..... nazwa: wypełnia przewoźnik* ).
- 1.2. Z uwagi na społeczną rolę pojazdów realizujących przewóz osób na zlecenie ZTM, jako podstawowych środków komunikacji miejskiej w Warszawie należy dbać o ich właściwą estetykę i zachowanie ładu przestrzennego przy wykorzystywaniu pojazdów jako nośnika reklamy.
- 1.3. Żadna z dopuszczonych ani proponowanych w przyszłości form reklamy nie może przysłaniać elementów informacji pasażerskiej (np. materiałów informacyjnych ZTM). Nie może również zakłócać bezpieczeństwa ani powodować utrudnień dla pasażerów, ani poprzez formę graficzną nawiązywać do znaków ostrzegawczych, mających na celu poinformowanie pasażerów o sposobie postępowania w sytuacjach kryzysowych.
- 1.4. Nie dopuszcza się ekspozycji reklam wymienionych w „Katalogu reklam niepożądanych w/na środkach komunikacji miejskiej”. Zarząd Transportu Miejskiego zastrzega sobie prawo do nakazania usunięcia ekspozycji reklam sprzecznych z Katalogiem.
- 1.5. Niezależnie od ppkt. 1.4:
  - a) w przypadku reklam zakwestionowanych w/na pojazdach u innych przewoźników, jako niezgodnych z „Katalogiem reklam niepożądanych w/na środkach komunikacji miejskiej”, Zarząd Transportu Miejskiego zobowiązany będzie do bezzwłocznego przekazania kreacji zakwestionowanej reklamy do ( *..... nazwa: wypełnia przewoźnik* ), na adres email: ( *..... nazwa: wypełnia przewoźnik* ), celem uniknięcia ekspozycji przedmiotowej reklamy przez ( *..... nazwa: wypełnia przewoźnik* ). W sytuacji, gdy zakwestionowana reklama u innego przewoźnika, została dopuszczona do ekspozycji również w/na pojazdach ( *..... nazwa: wypełnia przewoźnik* ), reklama ta będzie usunięta przez ( *..... nazwa: wypełnia przewoźnik* ) w ciągu 24 godzin liczonych od dnia otrzymania przez ( *..... nazwa: wypełnia przewoźnik* ) polecenia z ZTM. Wszelkie koszty związane

z usunięciem/zaprzestaniem ekspozycji danej reklamy oraz zaspokojenie ewentualnych roszczeń Reklamodawców leżą po stronie (nazwa: wypełnia przewoźnik).

b) w przypadku reklamy w/na pojazdach (nazwa: wypełnia przewoźnik) budzącej uzasadniony sprzeciw pasażerów, reklama ta zostanie usunięta przez (nazwa: wypełnia przewoźnik) w ciągu 24 godzin, licząc od dnia otrzymania przez (nazwa: wypełnia przewoźnik) polecenia z ZTM.

Wszelkie koszty związane z usunięciem/zaprzestaniem ekspozycji danej reklamy oraz zaspokojenie ewentualnych roszczeń Reklamodawców leżą po stronie (nazwa: wypełnia przewoźnik). (nazwa: wypełnia przewoźnik) wyraża zgodę na przestanie tej wizualizacji do innych przewoźników realizujących przewozy na zlecenie ZTM. W tym celu wizualizacja reklamy zostanie przekazana do ZTM.

c) reklamy o których mowa w pkt. a-b zostaną usunięte przez (nazwa: wypełnia przewoźnik) na wyraźne polecenie ZTM.

1.6. W przypadku wątpliwości dotyczących dopuszczalności eksponowania danej reklamy, (nazwa: wypełnia przewoźnik) może wystąpić do Zarządu Transportu Miejskiego z wnioskiem o opinię.

1.7. „Wniosek” o którym mowa w ppkt. 1.6., ZTM zobowiązuje się przekazać na adres email: (nazwa: wypełnia przewoźnik).

1.8. Wniosek o którym mowa w ppkt. 1.6. składa się na formularzu, określonym przez ZTM. Do wniosku należy załączyć wizualizację przedstawiającą lokalizację reklamy i jej treść oraz przekazać drogą elektroniczną na wskazany przez ZTM adres e-mail, na co najmniej 4 dni robocze przed rozpoczęciem ekspozycji/emisji reklamy.

1.9. Decyzja w sprawie ekspozycji reklam, o której mowa w ppkt. 1.6 jest przesyłana przez ZTM na uzgodniony numer faxu lub e-mail: (nazwa: wypełnia przewoźnik) w ciągu 3 dni roboczych, licząc od dnia otrzymania wniosku (nazwa: wypełnia przewoźnik) przez ZTM. W wyjątkowych sytuacjach ZTM ma prawo wydłużyć termin odpowiedzi, gdy zaopiniowanie reklamy wymaga konsultacji z instytucjami zewnętrznymi, o czym ZTM ma obowiązek poinformować (nazwa: wypełnia przewoźnik).

1.10. Każdy nośnik promocyjno – informacyjny, czyli zaadaptowanie danego miejsca jako powierzchnię promocyjno – informacyjny, wymaga każdorazowo uzyskania akceptacji ZTM.

Zmiana lokalizacji i ilości nośników promocyjno – informacyjny również traktowane są jako niestandardowe/nowe formy reklamy, które zawsze wymagają wyrażenia zgody przez ZTM. Termin zaopiniowania propozycji zmiany lokalizacji, ilości nośników reklamowych lub wprowadzenie nowej formy reklamy (nośnika): do 21 dni roboczych, licząc od dnia otrzymania wniosku przez ZTM.

1.11. ZTM ma prawo ograniczyć powierzchnie, na których jest możliwa ekspozycja reklam.

1.12. Przypadki nieusunięcia reklamy zgodnie z zasadami opisanymi w ppkt. 1.4, 1.5 oraz nieprzestrzeganie regulacji opisanych w ppkt. 1.10 mogą być traktowane jako uchybienie „OZ” z katalogu uchybień stanowiących załącznik do Umowy o świadczenie usług przewozowych.

Uchybienie z tytułu „OZ” będą naliczane po upływie 24 godzin, liczonych od dnia otrzymania przez ( *..... nazwa: wypełnia przewoźnik* ) decyzji ZTM.

1.13. ( *..... nazwa: wypełnia przewoźnik* ) jest zobowiązany na każde pisemne polecenie ZTM przekazać informację o terminie ekspozycji oraz numerach taborowych pojazdów na których wyeksponowana została zakwestionowana reklama lub nośnik promocyjno – informacyjny. ( *..... nazwa: wypełnia przewoźnik* ) zobowiązany jest do udzielenia odpowiedzi w ciągu 24 godzin, liczonych od dnia otrzymania przez ( *..... nazwa: wypełnia przewoźnik* ) pisemnego polecenia z ZTM.