

Plan rzeczowy kampanii społecznej „LEKkomyślność”

I. Cele kampanii:

1. Podniesienie poziomu wiedzy wśród mieszkańców regionu dotyczącej leków sprzedawanych bez recepty, w szczególności ich składu, działania, łączenia z innymi lekami;
2. Przeciwdziałanie zażywaniu leków z alkoholem i innymi środkami psychoaktywnymi;
3. Przeciwdziałanie zażywaniu OTC w celu osiągnięcia zmian stanu świadomości.

II. Beneficjenci: mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego

III. Termin realizacji: wrzesień/październik 2011 r.

IV. Patronat medialny: TVP/O Szczecin, Polskie Radio Szczecin, Kurier Szczeciński, Infoludek.pl

V. Realizowane działania:

| Lp. | Działanie | Opis działania | Zasięg |
|-----|--|--|---|
| 1. | Emisja spotu telewizyjnego w środkach komunikacji miejskiej. | W ciągu miesiąca na 50 ekranach zainstalowanych w autobusach komunikacji miejskiej emitowany będzie graficzny spot reklamowy kampanii. | Środki komunikacji miejskiej w Szczecinie i Stargardzie Szczecińskim |
| 2. | Emisja graficznego spotu reklamowego kampanii na ekranach diodowych w środkach komunikacji Przewozów Regionalnych. | Nawiązano współpracę z Zachodniopomorskimi Przewozami Regionalnymi. W czasie trwania kampanii na ekranach zamontowanych w szynobusach jeżdżących po terenie Województwa emitowany będzie graficzny spot reklamowy kampanii. | Działanie obejmie swym zasięgiem wszystkich pasażerów podróżujących Zachodniopomorskimi Przewozami Regionalnymi. |
| 3. | Ekspozycja graficznych produktów kampanii w środkach transportu firmy przewozowej Paan-bus. | Nawiązano współpracę ze spółką Paan-bus, która na czas realizacji kampanii zamieści w swych środkach transportu produkty reklamowe kampanii (naklejki na tylne szyby pojazdów). | Teren województwa zachodniopomorskiego objęty rozkładem jazdy firmy Paan-bus. |
| 4. | Emisja graficznego spotu reklamowego kampanii na ekranach diodowych. | Przez miesiąc na ekranach diodowych przy ul. Jana Pawła II w Szczecinie, oraz przy ul. Struga w Szczecinie emitowane będą graficzne spoty reklamowe kampanii. Są to dwa największe ekrany diodowe w województwie zachodniopomorskim. | Centrum Szczecina – ul. Jana Pawła II (Plac Żołnierza Polskiego), skrzyżowanie przy ul. Struga (Prawobrzeże). Emisja całonocna pozwoli na objęcie zasięgiem kampanii wszystkich osób przemieszczających się w centrum miasta oraz wjeżdżających do Szczecina od strony Prawobrzeża. |
| 5. | Ekspozycja baniera promującego kampanię na portalu internetowym. | Przez czas trwania kampanii na portalu internetowym Infoludek.pl eksponowany będzie banner promujący kampanię. Portal Infoludek, to jeden z najczęściej odwiedzanych przez Szczecinian i turystów miejskich portali internetowych. | Działanie obejmuje swym zasięgiem wszystkich użytkowników portalu Infoludek, korzystających z niego w przeciągu trwania kampanii. |
| 6. | Strona internetowa kampanii uruchomiona | Strona internetowa poświęcona kampanii funkcjonować będzie | Działanie obejmie zasięgiem wszystkich użytkowników strony |

| | | | |
|-----|--|---|--|
| | na serwerze Województwa Zachodniopomorskiego. | przez cały czas jej trwania oraz po jej zakończeniu do wygaśnięcia domeny. Na stronie zamieszczone będą szczegółowe informacje o kampanii, jej cele założenia oraz produkty. | podczas trwania kampanii. |
| 7. | Promocja kampanii poprzez portal społecznościowy Facebook. | Na popularnym portalu społecznościowym Facebook założony zostanie fanpage kampanii. | Użytkownicy portalu Facebook |
| 8. | Promocja kampanii w lokalnych portalach internetowych.. | W lokalnych portalach internetowych pojawiać się będą informacje o kampanii. | Działanie obejmuje swym zasięgiem wszystkich użytkowników wybranych portali. |
| 9. | Organizacja konferencji prasowej. | Konferencja prasowa zorganizowana będzie na starcie kampanii. Ma na celu zainteresowanie mediów realizowaną kampanią oraz przekazanie informacji na temat założeń, celów, odbiorców i produktów kampanii. | Działanie odbędzie się w Szczecinie, ale ma przyczynić się do rozpowszechnienia informacji na temat kampanii na terenie całego województwa. |
| 10. | Promocja kampanii przez TVP o/Szczecin. | TVP o/Szczecin objęła kampanię patronatem medialnym. Promocja kampanii nastąpi zgodnie ze szczegółowymi ustaleniami z patronem. | Teren całego województwa zachodniopomorskiego. |
| 11. | Promocja kampanii przez Polskie Radio Szczecin. | Polskie Radio Szczecin objęło kampanię patronatem medialnym. Promocja kampanii nastąpi zgodnie ze szczegółowymi ustaleniami z patronem. | Teren całego województwa zachodniopomorskiego. |
| 12. | Promocja kampanii w Kurierze Szczecińskim. | Kurier Szczeciński jest jednym z najbardziej poczytnych dzienników województwa zachodniopomorskiego. Dziennik objął kampanię swym patronatem, w ramach którego na łamach „Kuriera” zamieszczone zostaną nieodpłatnie oraz po cenach preferencyjnych artykuły promujące kampanię. W planach jest również zorganizowanie na jego łamach konkursu. | Teren całego województwa zachodniopomorskiego. |
| 13. | Promocja kampanii w wojewódzkich gazetach. | W ramach realizacji kampanii nawiązano współpracę polegającą na nieodpłatnym zamieszczeniu artykułów promujących kampanię w gazetach lokalnych województwa zachodniopomorskiego. | Obszar działania równy jest z zasięgiem następujących czasopism, z którymi nawiązano współpracę: <ul style="list-style-type: none"> - Samorządowy Biuletyn Gminy Dębno - Informator Samorządowego Gmin Powiatu Polickiego - Panorama Gryficka - Dziennik Nowogardzki - Dziennik Stargardzki - Dziennik Powiatu Kamieńskiego - Nowe 7 Dni Gryfina - Echa z nad Drawy i Gwdy - Gazeta Pojezierza Drawskiego - Biuletyn Choszczeński |

| | | | |
|-----|--|--|---|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> - Strefa Słońca - Samorządowy Biuletyn Gminy Dębno |
| 14. | Kolportaż ulotek promujących kampanię | <p>Kolportaż ulotek będzie się odbywał w kilku formach, m.in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - na podstawie nawiązanej współpracy partnerskiej w kasach Zachodniopomorskich Przewozów Regionalnych. - za pośrednictwem gmin województwa zachodniopomorskiego, które przystąpiły do współpracy przy realizacji kampanii, - na uczelniach wyższych na podstawie nawiązanej współpracy z pełnomocnikami rektorów ds. przeciwdziałania uzależnieniom, - za pośrednictwem kolporterów podczas wydarzeń miejskich. <p>Treść ulotki opracowana zostanie przy współpracy z Regionalnym Ośrodkiem Monitorującym Działania Niepożądane Leków Pomorskiego Uniwersytetu Medycznego w Szczecinie.</p> | Teren całego województwa zachodniopomorskiego. |
| 15. | Kolportaż okładek na bilety Zachodniopomorskich Przewozów Regionalnych. | Na podstawie nawiązanej współpracy Zachodniopomorskie Przewozy Regionalne w okresie trwania kampanii dołączać będą do biletów okładki promujące kampanię. | Teren całego województwa zachodniopomorskiego. |
| 16. | Kolportaż jednorazówek na leki. | Dystrybucja do gmin województw zachodniopomorskiego, a za ich pośrednictwem do aptek, oraz kolportaż wraz z ulotkami. | Teren całego województwa zachodniopomorskiego. |
| 17. | Kolportaż plakatów. | Dystrybucja do gmin województw zachodniopomorskiego, dystrybucja przy udziale partnerów, oraz kolportaż wraz z ulotkami. | Teren całego województwa zachodniopomorskiego. |
| 18. | Nawiązanie współpracy przy promocji kampanii z gminami województwa zachodniopomorskiego. | <p>Województwo Zachodniopomorskie w celu realizacji kampanii nawiązało współpracę z gminami województwa zachodniopomorskiego. Współpraca przebiegać będzie zgodnie z ustaleniami z poszczególnymi gminami. Cztery gminy zobligowały się do opłacenia z własnych środków produktów outdoor kampanii. Z Gminą Miasto Szczecin zostanie w tym celu podpisane porozumienie. Pozostałe partnerujące jednostki samorządu terytorialnego zajmą się dystrybucją i promocją na swoim terenie produktów kampanii.</p> | <p>Gminy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Szczecin, - Koszalin, - Kołobrzeg Miasto, - Świnoujście, - Białogard Miasto - Białogard Gmina - Bierzwnik - Bobolice - Chojna - Drawsko Pomorskie - Dygowo - Kamień Pomorski - Kobylanka - Kołbaskowo - Krzęcin - Lipiany - Maszewo - Mielno - Mirosławiec - Moryń |

| | | | |
|-----|--|---|--|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> - Myślibórz - Nowogard - Pyrzyce - Sławno Miasto - Sławoborze - Stepnica - Węgorzyno - Złocieniec |
| 19. | Wykład dla słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku w Szczecinie | Na podstawie prowadzonej współpracy Dyrektor Wydziału Współpracy Społecznej wygłosi wykład dla słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku, prezentujący kampanię oraz związane z nią zagadnienia. | |

DYREKTOR
Wydziału Współpracy Społecznej
Krzysztof Faliński
Krzysztof Faliński

| Plan finansowy kampanii społecznej „LEKkomyslnosc” | | |
|---|---|--|
| Działania odpłatne wynikające z zamówień, których udzielenie wyłączone jest z obowiązku stosowania ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych | | |
| Lp. | Działanie | Koszt brutto |
| | Promocja kampanii przez patrona medialnego „Kurier Szczeciński” – 5 emisji artykułów i zamieszczenie banera reklamowego kampanii na stronie internetowej Kuriera na czas trwania kampanii. | 7 169,67 |
| | Promocja kampanii poprzez emisję spotu na ekranie diodowym na ul. Jana Pawła II w Szczecinie – 15-sekundowy spot wyświetlany przez miesiąc co 7 minut. | 3 000,00 |
| | Promocja kampanii poprzez emisję spotu na ekranie diodowym na ul. Struga w Szczecinie - 15-sekundowy spot wyświetlany przez miesiąc co 6 minut. | 747,84 |
| | Promocja kampanii poprzez miesięczną emisję spotu na 50 ekranach w środkach komunikacji miejskiej w Szczecinie i Stargardzie Szczecińskim - w odstępach nie dłuższych niż co 10 minut. | 1 107,00 |
| | Wydruk materiałów promujących kampanię: - 50 tys. ulotek, - 30 tys. okładek na bilety, - 10 tys. jednorazówek do pakowania leków, - 4 naklejki na busy, - 1 tys. plakatów. | 17 700,00 1 430,00 (Umowa WA/33/22/11 z dnia 28 marca 2011 r. płatne ze środków WWS) |
| | Opracowanie treści ulotek | 1 200,00 |
| | Kolportaż ulotek. | 1 000,00 |
| | Apteczki samochodowe – upominki dla uczestników konkursu ogłoszonego przez Kurier Szczeciński | 200,00 |
| | Koszt całkowity w/w działań | 33 554,51 zł |
| Działania nieodpłatne | | |
| | Organizacja konferencji prasowej. | |
| | Promocja kampanii przez patronów medialnych | |
| | Promocja kampanii przez lokalne media województwa zachodniopomorskiego | |
| | Promocja kampanii przez portal internetowy Infoludek.pl | |
| | Realizacja kampanii przez gminy województwa zachodniopomorskiego | |
| | Kolportaż ulotek i dystrybucja okładek na bilety przez Zachodniopomorskie Przewozy Regionalne | |
| | Kolportaż ulotek i plakatów promujących kampanię oraz jednorazówek do pakowania leków przez gminy województwa zachodniopomorskiego i innych partnerów | |
| | Emisja spotów TV na ekranach zamontowanych w pociągach Zachodniopomorskich Przewozów Regionalnych | |
| | Ekspozycja graficznych produktów kampanii w środkach transportu firmy przewozowej Paan-bus | |
| | Strona internetowa kampanii uruchomiona na serwerze Województwa Zachodniopomorskiego | |
| | Promocja kampanii poprzez portal społecznościowy Facebook. | |
| | Wykład dla słuchaczy Uniwersytetu Trzeciego Wieku w Szczecinie | |
| Działania finansowane ze środków zaangażowanych na mocy Uchwały Nr 703/11 Zarządu Województwa Zachodniopomorskiego z dnia 11 maja 2011 roku. | | |
| | Przygotowanie koncepcji | 6 150,00 |

DYREKTOR
Wydziału Współpracy Społecznej
Krzysztof Faliński
Krzysztof Faliński

UMOWA WWS/ /2011

zawarta w dniu 2011 r. w Szczecinie pomiędzy Województwem
Zachodniopomorskim reprezentowanym przez Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego
z siedzibą ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin w osobach:

- 1)
- 2)

zwanym dalej **Zleceniodawcą**

a

„Kurierem Szczecińskim” Sp. z o.o. z siedzibą w Szczecinie, 70-550 Szczecin, pl. Hołdu Pruskiego 8,
zarejestrowaną w Sądzie Rejonowym w Szczecinie, XVII Wydział Krajowego Rejestru Sądowego pod
nr 0000004407, NIP 851-2621-896, zwanego w dalszej części umowy **Wydawcą**, reprezentowanym
przez:

Jadwigę Sułocką-Ukieską, Członka Zarządu, oraz
Tomasza Kowalczyka - Wiceprezesa Zarządu, Zastępcę Redaktora Naczelnego

Niniejsza umowa została zawarta na podstawie art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo
Zamówień Publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.)

§1

Na podstawie niniejszej umowy Wydawca obejmuje patronatem medialnym kampanię
„LEKkomyślność” oraz zobowiązuje się do odpłatnego zamieszczania na zlecenie Zleceniodawcy
na łamach „Kuriera Szczecińskiego”, oraz wydania internetowego „Kuriera Szczecińskiego”
materiałów promocyjnych, dotyczących kampanii „LEKkomyślność” w treści dostarczonej przez
Zleceniodawcę.

§2

Umowa ze strony Wydawcy realizowana będzie przez Dział Marketingu i Reklamy „Kuriera
Szczecińskiego” od 22 września do 31 października 2011 r.

§3

1. Materiały promocyjne, o których mowa w § 1 prezentowane będą:
 - 1) pięć razy na łamach „Kuriera Szczecińskiego”, w wielkości 12 modułów w wydaniach
poniedziałkowych na stronie redakcyjnej;
 - 2) podczas trwania kampanii w wydaniu internetowym „Kuriera Szczecińskiego”.
2. Dokładne określenie terminów emisji materiałów strony ustalać odrębnie.
3. Treść materiałów redagowana będzie przez Zleceniodawcę.

§4

1. Zleceniodawca zobowiązuje się umieścić logo Wydawcy na materiałach promujących
wojewódzką kampanię społeczną „LEKkomyślność”
2. Materiały, o których mowa w ust.1 to ulotka, plakat oraz nośniki kampanii outdoor.

§5

1. Wynagrodzenie za wykonanie przedmiotu umowy wyniesie 7169,67 zł brutto (słownie siedem
tysięcy sto sześćdziesiąt dziewięć zł 67/100)
2. Wynagrodzenie zostanie przekazane na rachunek Wydawcy po wykonaniu przedmiotu umowy, w
terminie 14 dni od daty otrzymania faktury obciążającej Zleceniodawcę całością kosztów
poniesionych na realizację przedmiotu umowy.
3. Za dzień zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego Zleceniodawcy.

§6

Wydawca zastrzega sobie prawo wstrzymania emisji materiałów jeżeli będą one zawierały treści niezgodne z prawem. Wydawca nie ponosi odpowiedzialności za treść autoryzowanych i wydrukowanych już materiałów. Odpowiedzialność za naruszenie cudzych praw autorskich, dóbr osobistych i innych praw ponosi Zleceniodawca.

§7

Wydawca zobowiązuje się do przesłania Zleceniodawcy darmowych egzemplarzy „Kurierza Szczecińskiego” z zamieszczonymi materiałami promującymi Kampanię.

§8

1. Spory, które mogą wynikać w trakcie realizacji niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Zleceniodawcy.
2. W sprawach nieuregulowanych postanowieniami niniejszej umowy zastosowanie mają przepisy Kodeksu Cywilnego.

§9

Zmiana niniejszej umowy wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.

§10

Umowę spisano w 3 jednobrzmiących egzemplarzach, z których 1 otrzymuje Wydawca, a 2 egzemplarze Zleceniodawca.

WYDAWCA

ZLECENIODAWCA

SKARBNIK WOJEWÓDZTWA

Zbigniew Miklewicz

Wydatek finansowany
ze środków Wydziału 1.2.25.1
dział 851..... rozdział 8515 § 1300

..... data podpis dysponenta środków

DYREKTOR
Wydziału Współpracy Społecznej
Krzysztof Faliński

UMOWA WWSI /2011

zawarta w dniu 2011 r. w Szczecinie pomiędzy Województwem Zachodniopomorskim reprezentowanym przez Pana Krzysztofa Falińskiego, Dyrektora Wydziału Współpracy Społecznej, działającego na podstawie pełnomocnictwa Nr 46/10 z dnia 2 kwietnia 2010 r. udzielonego przez Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego, zwanym dalej **Województwem**.

a

Czesławem Jaskólskim, zamieszkałym w Morzycy 3, 73-115 Dolice, prowadzącym działalność gospodarczą pod nazwą „RCJ” **Czesław Jaskólski**, Regon: 810939339, NIP: 854-146-59-50, wpisanym do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej przez Wójta Gminy Dolice pod numerem 6411/136/2009 z siedzibą w Stargardzie Szczecińskim, Osiedle Zachód B14/F10, zwanym dalej „Operatorem”

Niniejsza umowa została zawarta na podstawie art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.)

§ 1

Przedmiotem umowy jest sprzedaż Województwu przez Operatora czasu reklamowego.

§ 2

1. Dla potrzeb niniejszej umowy przez sprzedaż czasu reklamowego rozumie się udostępnienie Województwu przez Operatora monitorów TFT-LCD 19" zamontowanych w 50 autobusach komunikacji miejskiej w Szczecinie i Stargardzie Szczecińskim umożliwiających wyświetlanie:

- 1) reklam zrealizowanych w technikach filmowych,
- 2) reklam w postaci animacji komputerowych,
- 3) reklam w postaci elektronicznie generowanych napisów,

- zwanych dalej **reklamami**

2. Operator w ramach niniejszej umowy zobowiązuje się ponadto do obsługi technicznej wyświetlanych reklam dostarczonych przez Województwo zgodnie z § 5.

§ 3

1. Województwo nabywa czas reklamowy o długości 15 sekund emitowany na monitorach, o których mowa w § 2 ust. 1 w blokach reklamowych w odstępach nie dłuższych niż 10 minut. W celu wykonania przedmiotu umowy Operator zamieści w 50 autobusach na okres 1 miesiąca, począwszy od września 2011 roku, reklamy dostarczone przez Województwo.
2. Z tytułu wykonania przedmiotu umowy Operator otrzyma kwotę 1107,00 zł brutto. (słownie: tysiąc sto siedem złotych brutto 00/100)

§ 4

1. Wynagrodzenie wypłacone zostanie po wykonaniu przedmiotu umowy, o którym mowa w § 2 i 3 ust.1, w terminie 14 dni od daty otrzymania faktury obciążającej Województwo całością kosztów poniesionych na realizację przedmiotu umowy.
2. Za dzień zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego Województwa.

§ 5

1. Województwo zobowiązuje się do dostarczenia na co najmniej 3 dni robocze przed planowanym wyświetleniem reklamy pocztą elektroniczną na adres: r.jaskolski@rcj.com.pl lub c.jaskolski@rcj.com.pl w formacie:
 - 1) pliki zdjęciowe, plansze: szerokość 1024 x wysokość 768 pikseli, format JPG;
 - 2) pliki video: rozdzielczość 720 x 575 pikseli, kodek: MPEG1, MPEG2, XVID, DIVX5.1 (szybkość klatek) 25 fps, safe area (procentowy obszar obrzeża gdzie nie powinny się znaleźć żadne istotne elementy takie jak tekst, logo, etc) 10%.
2. Województwo oświadcza, że nabyło prawa autorskie do materiałów reklamowych, bądź uzyskało stosowne licencje.

3. Operator odmówi emisji spotów reklamowych zawierających treści:
- 1) rasistowskie i faszystowskie,
 - 2) naruszające ustawę o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi,
 - 3) naruszające dobre obyczaje i podstawowe zasady współżycia społecznego.

§ 6

Jeżeli nie zostaną spełnione wymagania określone w § 5 bądź treść reklamy jest sprzeczna z prawem, godzi w dobre obyczaje lub moralność Operator może odmówić wyświetlenia reklamy. O odmowie wyświetlenia reklamy Operator jest zobowiązany zawiadomić Województwo telefonicznie na 2 dni przed planowaną emisją (nr tel. 91 44 16 222).

§ 7

Operator nie ponosi odpowiedzialności za okres przestoju autobusów nie przekraczający 48 godzin powstałych z przyczyn niezależnych od Operatora. Po upływie tego terminu Operator zobowiązuje się do przeniesienia monitora TFT-LCD 19" do innego autobusu w terminie do 2 dni roboczych.

§ 8

Dostarczona przez Województwo reklama wyświetlana jest względem innych reklam w kolejności ustalonej przez Operatora, z zachowaniem zasady nie umieszczania spotu Województwa w sąsiedztwie reklam tej samej lub pokrewnej branży.

§ 9

Strony zgodnie oświadczają, iż zobowiązują się do współdziałania przy wykonaniu i wprowadzaniu w życie postanowień Umowy.

§ 10

1. Zmiana warunków umowy może nastąpić na wniosek każdej ze Stron z zachowaniem formy pisemnej, pod rygorem nieważności.
2. Umowa może być rozwiązana na mocy porozumienia Stron w przypadku wystąpienia okoliczności, za które Strony nie ponoszą odpowiedzialności, a które uniemożliwiają wykonanie umowy. Skutki finansowe i ewentualny zwrot środków finansowych Strony określa w sporządzonym na tę okoliczność protokole.

§ 11

W sprawach nie uregulowanych niniejszą umową stosuje się przepisy Kodeksu Cywilnego.

§ 12

Spory, które mogą wynikać w trakcie realizacji niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Województwa.

§ 13

Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, z których jeden otrzymuje Operator a dwa egzemplarze otrzymuje Województwo.

OPERATOR

WOJEWÓDZTWO

SKARBNIK WOJEWÓDZTWA

Zbigniew Miklewiec

DYREKTOR

wydziału Współpracy Społecznej

Krzysztof Faliński

Wydatek finansowany

ze środków Wydziału

dział 821..... rozdział 82153g.....

data podpis dysponenta środków

UMOWA O DZIEŁO WWS/ 11

zawarta w dniu 2011 r. w Szczecinie pomiędzy **Województwem Zachodniopomorskim** reprezentowanym przez Pana Krzysztofa Fallińskiego, Dyrektora Wydziału Współpracy Społecznej, działającego na podstawie pełnomocnictwa Nr 48/10 z dnia 2 kwietnia 2010 r. udzielonego przez Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego, zwanym dalej **Zamawiającym**.

a

Panią A.M. zamieszkałą przy ul. [REDAKTOWANE] PESEL: [REDAKTOWANE]
NIP: [REDAKTOWANE]

Niniejsza umowa została zawarta na podstawie art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.)

§1

1. Zamawiający zamawia, a Wykonawca przyjmuje do wykonania dzieło polegające na opracowaniu treści do ulotki promującej wojewódzką kampanię społeczną „Lekkomysłność”.
2. Treść o której mowa w ust. 1 zostanie przygotowana w formie elektronicznej (CD-ROM) i dostarczona Zamawiającemu na adres: Wydział Współpracy Społecznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Starzyńskiego 2, 70-506 Szczecin.
3. Wykonawca wykona dzieło, o którym mowa w ust. 1, w terminie do ... dni od daty podpisania umowy.

§2

1. Wynagrodzenie należne Wykonawcy z tytułu wykonania przedmiotu niniejszej umowy wyniesie 600 zł brutto (słownie: sześćset zł 00/100).
2. Zamawiający dokona płatności wynagrodzenia Wykonawcy przelewem, w terminie 14 dni od daty otrzymania rachunku, na wskazany na rachunku numer konta bankowego Wykonawcy.
3. Wykonawca wystawi rachunek po dokonaniu odbioru przedmiotu umowy, w formie protokołu odbioru podpisanego przez przedstawicieli obu stron umowy.
4. Za dzień zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego.

§3

1. Strony ustalają, iż z chwilą zapłaty wynagrodzenia Zamawiający nabywa autorskie prawa majątkowe do opracowania, na wszystkich polach eksploatacji określonych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2006 r. Nr 90, poz. 631 ze zm.) a w szczególności ma prawo dysponować opracowaniem na następujących polach eksploatacji:
 - 1) utrwalanie i zwielokrotnianie opracowania tj. wytwarzanie określonej techniką egzemplarzy opracowania, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową;
 - 2) rozpowszechnianie opracowania w sposób inny niż obrót oryginałem albo egzemplarzami, na których opracowanie utrwalono, w tym publiczne udostępnianie opracowania w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym;
 - 3) tworzenie analiz, zestawień itp. z wykorzystaniem danych zawartych w opracowaniu.
2. Przeniesienie autorskich praw majątkowych następuje w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 2 ust. 1.

§4

1. Wykonawca zobowiązuje się zapłacić Zamawiającemu kary umowne w przypadku:
 - 1) nieterminowego wykonania przedmiotu umowy - w wysokości 0,1 % za każdy dzień opóźnienia, licząc od wartości brutto wynagrodzenia wykonawcy określonego w § 2 ust. 1;
 - 2) z tytułu odstąpienia przez Zamawiającego od umowy z przyczyn zależnych od Wykonawcy, lub w przypadku wykonania przedmiotu umowy niezgodnie z zamówieniem - w wysokości 10% wartości brutto wynagrodzenia wykonawcy określonego w § 2 ust. 1.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do dochodzenia odszkodowania uzupełniającego, do pełnej wysokości poniesionej szkody

§5

1. Zmiana warunków umowy może nastąpić na wniosek każdej ze Stron, w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Umowa może być rozwiązana na mocy porozumienia Stron w przypadku wystąpienia okoliczności, za które Strony nie ponoszą odpowiedzialności, a które uniemożliwiają wykonanie umowy. Skutki finansowe i ewentualny zwrot środków finansowych Strony określają w sporządzonym na tę okoliczność protokole.

§6

W sprawach nie uregulowanych niniejszą umową stosuje się przepisy Kodeksu Cywilnego.

§7

Spory, które mogą wyniknąć w trakcie realizacji niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Zamawiającego.

§8

Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, z których jeden otrzymuje Wykonawca, a dwa egzemplarze otrzymuje Zamawiający.

WYKONAWCA

ZAMAWIAJĄCY

Wydatek finansowany
ze środków Wydziału
dział 851 rozdział 8512 § 4170
.....
data podpis dysponenta środków

DYREKTOR
Wydziału Współpracy Społecznej
Krzysztof Faliński

SKARBNIK WOJEWÓDZTWA
Zbigniew Mikiewicz

UMOWA O DZIEŁO WWS/ 11

zawarta w dniu 2011 r. w Szczecinie pomiędzy Województwem Zachodniopomorskim reprezentowanym przez Pana Krzysztofa Falińskiego, Dyrektora Wydziału Współpracy Społecznej, działającego na podstawie pełnomocnictwa Nr 46/10 z dnia 2 kwietnia 2010 r. udzielonego przez Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego, zwanym dalej Zamawiającym.

a

Panem [REDAKTED] zamieszkałym w P. [REDAKTED] PESEL: [REDAKTED]
NIP: [REDAKTED]

Niniejsza umowa została zawarta na podstawie art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113; poz. 759 ze zm.)

§1

1. Zamawiający zamawia, a Wykonawca przyjmuje do wykonania dzieło polegające opracowaniu treści do ulotki promującej wojewódzką kampanię społeczną „Lekkomyślność”.
2. Treść o której mowa w ust.1 zostanie przygotowana w formie elektronicznej (CD-ROM) i dostarczona Zamawiającemu na adres: Wydział Współpracy Społecznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, ul. Starzyńskiego 2, 70-506 Szczecin.
3. Wykonawca wykona dzieło, o którym mowa w ust. 1, w terminie do ... dni od daty podpisania umowy.

§2

1. Wynagrodzenie należne Wykonawcy z tytułu wykonania przedmiotu niniejszej umowy wyniesie 600 zł brutto (słownie: sześćset zł 00/100).
2. Zamawiający dokona płatności wynagrodzenia Wykonawcy przelewem, w terminie 14 dni od daty otrzymania rachunku, na wskazany na rachunku numer konta bankowego Wykonawcy.
3. Wykonawca wystawi rachunek po dokonaniu odbioru przedmiotu umowy, w formie protokołu odbioru podpisanego przez przedstawicieli obu stron umowy.
4. Za dzień zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego.

§3

1. Strony ustalają, iż z chwilą zapłaty wynagrodzenia Zamawiający nabywa autorskie prawa majątkowe do opracowania, na wszystkich polach eksploatacji określonych w art. 50 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2006 r. Nr 90, poz. 631 ze zm.) a w szczególności ma prawo dysponować opracowaniem na następujących polach eksploatacji:
 - 1) utrwalanie i zwielokrotnianie opracowania tj. wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy opracowania, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową;
 - 2) rozpowszechnianie opracowania w sposób inny niż obrót oryginałem albo egzemplarzami, na których opracowanie utrwalono, w tym publiczne udostępnianie opracowania w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym;
 - 3) tworzenie analiz, zestawień itp. z wykorzystaniem danych zawartych w opracowaniu.
2. Przeniesienie autorskich praw majątkowych następuje w ramach wynagrodzenia, o którym mowa w § 2 ust. 1.

§4

1. Wykonawca zobowiązuje się zapłacić Zamawiającemu kary umowne w przypadku:
 - 1) nieterminowego wykonania przedmiotu umowy - w wysokości 0,1 % za każdy dzień opóźnienia, licząc od wartości brutto wynagrodzenia wykonawcy określonego w § 2 ust. 1;
 - 2) z tytułu odstąpienia przez Zamawiającego od umowy z przyczyn zależnych od Wykonawcy, lub w przypadku wykonania przedmiotu umowy niezgodnie z zamówieniem - w wysokości 10% wartości brutto wynagrodzenia wykonawcy określonego w § 2 ust. 1.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do dochodzenia odszkodowania uzupełniającego, do pełnej wysokości poniesionej szkody

§5

1. Zmiana warunków umowy może nastąpić na wniosek każdej ze Stron, w formie pisemnej pod rygorem nieważności.
2. Umowa może być rozwiązana na mocy porozumienia Stron w przypadku wystąpienia okoliczności, za które Strony nie ponoszą odpowiedzialności, a które uniemożliwiają wykonanie umowy. Skutki finansowe i ewentualny zwrot środków finansowych Strony określa w sporządzonym na tę okoliczność protokole.

§6

W sprawach nie uregulowanych niniejszą umową stosuje się przepisy Kodeksu Cywilnego.

§7

Spory, które mogą wynikać w trakcie realizacji niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Zamawiającego.

§8

Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, z których jeden otrzymuje Wykonawca, a dwa egzemplarze otrzymuje Zamawiający.

WYKONAWCA

ZAMAWIAJĄCY

Wydatek finansowany
ze środków Wydziału
dział 851..... rozdział 8515 917D

..... data podpis dysponenta środków

DYREKTOR
Wydziału Współpracy Społecznej
Krzysztof Faliński

SKARBNIK WOJEWÓDZTWA

Zbigniew Mielnicz

UMOWA WWSI /2011

zawarta w dniu 2011 r. w Szczecinie pomiędzy Województwem Zachodniopomorskim reprezentowanym przez Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego w osobach:

- 1)
- 2)

zwanym dalej **Zamawiającym**

a

Tomaszem Nowackim prowadzącym działalność gospodarczą pn. Optima Usługi Reklamowe z siedzibą w Szczecinie przy ul. Swobody 7 Szczecin, NIP: 852-125-42-85, zwanego w dalszej części umowy **Wykonawcą**.

Niniejsza umowa została zawarta na podstawie art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.)

§ 1

Zamawiający zamawia, a Wykonawca przyjmuje do wykonania zadanie polegające na wydrukowaniu według przygotowanego przez Zamawiającego wzoru i dostarczeniu do siedziby Zamawiającego do dnia..... 2011r. materiałów promujących kampanię społeczną „LEKkomyślność”.

§ 2

1. Wykonawca jest zobowiązany do wydrukowania i dostarczenia do siedziby Zamawiającego materiałów promujących kampanię społeczną „LEKkomyślność” wg następującej specyfikacji:
 - 1) 50 000 szt. ulotek 10 cm x 20 cm;
 - 2) 30 000 szt. okładek na bilety 10 cm x 16,5 cm;
 - 3) 10 000 szt. reklamówek na leki 21 cm x 15 cm;
 - 4) 4 szt. naklejek na autobusy 150 cm x 200 cm.
2. Miejscem dostarczenia ulotek, o których mowa w § 2 ust. 1 jest siedziba Wydziału Współpracy Społecznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego przy ul. Starzyńskiego 2 w Szczecinie.
3. Wykonawca zobowiązuje się do wyklejenia oraz ściągnięcia naklejek po skończonej ekspozycji z wskazanych przez Zamawiającego autobusów.

§ 3

1. Wynagrodzenie należne Wykonawcy z tytułu wykonania przedmiotu niniejszej umowy wyniesie 17 700 zł brutto (słownie: siedemnaście tysięcy siedemset zł 00/100)
2. Wykonawca wystawi rachunek po dokonaniu odbioru przedmiotu umowy, w formie protokołu odbioru podpisanego przez przedstawicieli obu stron umowy.
3. Wynagrodzenie zostanie przekazane po protokołarnym odbiorze przedmiotu umowy podpisany przez przedstawicieli obu stron na rachunek Wykonawcy w terminie 14 dni od daty otrzymania faktury obciążającej Zamawiającego całością kosztów poniesionych na realizację zleconego zadania.
4. Za dzień zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego Zamawiającego.

§ 4

Zamawiającemu przysługuje prawo kontroli przygotowania i wykonania zadań określonych niniejszą umową.

§ 5

1. Wykonawca zobowiązuje się zapłacić Zamawiającemu kary umowne w przypadku:
- 1) nieterminowego wykonania przedmiotu umowy w wysokości 0,1 % za każdy dzień zwłoki, licząc od wartości brutto umowy określonej w § 3 ust. 1;
 - 2) z tytułu odstąpienia przez Zamawiającego od umowy z przyczyn zależnych od Wykonawcy lub w przypadku wykonania przedmiotu umowy niezgodnie z zamówieniem w wysokości 10% wartości brutto umowy określonej w § 3 ust. 1.
2. Zamawiający zastrzega sobie prawo do żądania odszkodowania uzupełniającego, gdyby wielkość odniesionej szkody przewyższała wysokość uzyskanych kar umownych.

§ 6

1. Zmiana warunków umowy może nastąpić na wniosek każdej ze Stron z zachowaniem formy pisemnej, pod rygorem nieważności.
2. Umowa może być rozwiązana na mocy porozumienia Stron w przypadku wystąpienia okoliczności, za które Strony nie ponoszą odpowiedzialności, a które uniemożliwiają wykonanie umowy. Skutki finansowe i ewentualny zwrot środków finansowych Strony określą w sporządzonym na tę okoliczność protokole.

§ 7

W sprawach nie uregulowanych niniejszą umową stosuje się przepisy Kodeksu Cywilnego.

§ 8

Spory, które mogą wyniknąć w trakcie realizacji niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Zamawiającego.

§ 9

Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, z których jeden otrzymuje Wykonawca a dwa egzemplarze otrzymuje Zamawiający.

WYKONAWCA

ZAMAWIAJĄCY

Wydatek finansowany
ze środków Wydziału
dział 15.1... rozdział 15.15 § 1200

data podpis dysponenta środków

DYREKTOR

Wydziału Współpracy Społecznej

Krzysztof Faliński

SKARBNIK WOJEWÓDZTWA

Zbigniew Mikiewicz

UMOWA WWS/ 12011

zawarta w dniu 2011 r. w Szczecinie pomiędzy **Województwem Zachodniopomorskim** reprezentowanym przez Pana Krzysztofa Falińskiego, Dyrektora Wydziału Współpracy Społecznej, działającego na podstawie pełnomocnictwa Nr 46/10 z dnia 2 kwietnia 2010 r. udzielonego przez Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego, zwanym dalej **Województwem**,

a
Tomaszem Łocha prowadzącym działalność gospodarczą pn. **Led-city.pl** z siedzibą w Szczecinie, ul. Potulicka 36, 70-234 Szczecin, NIP 9551307584, REGON 320498848, zwanym dalej **Operatorem**.

Niniejsza umowa została zawarta na podstawie art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.)

§ 1

Przedmiotem umowy jest sprzedaż Województwu przez Operatora czasu reklamowego.

§ 2

1. Przez sprzedaż czasu reklamowego, o którym mowa w § 1 Strony rozumieją udostępnienie Województwu przez Operatora 30 m 2 ekranu diodowego mieszczącego się w Szczecinie przy ul. Struga 18 oraz wyświetlanie na nim:

- 1) reklam zrealizowanych w technikach filmowych,
- 2) reklam w postaci animacji komputerowych,
- 3) reklam w postaci elektronicznie generowanych napisów,
- zwanych dalej reklamami.

2. Operator w ramach niniejszej umowy zobowiązuje się ponadto do obsługi technicznej wyświetlanych reklam dostarczonych przez Województwo zgodnie z § 5.

§ 3

1. Województwo nabywa czas reklamowy na ekranie, o którym w § 1, na okres miesiąca od dnia września 2011 r. za 747,84 zł brutto (słownie: siedemset czterdzieści siedem złotych 84/100).
2. Spoty reklamowe o długości 15 sek., emitowane będą w godzinach od 6.00 do 24.00 przez cały okres, o którym mowa w ust. 1 co 6 min.

§ 4

1. Wynagrodzenie wypłacone zostanie po wykonaniu przedmiotu umowy, o którym mowa w § 2, w terminie 14 dni od daty otrzymania faktury obciążającej Województwo całością kosztów poniesionych na realizację przedmiotu umowy.
2. Za dzień zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego Województwa.

§ 5

1. Województwo jest zobowiązane dostarczyć reklamę co najmniej na 2 dni przed planowanym jej wyświetleniem pocztą elektroniczną na adres biuro@led-city.pl w formacie:
1) pliki video : 768 X 384 Windows Media Video 9 (z rozszerzeniem .avi .wmv), bez dźwięku 25 fps (25 klatek na sek.) Czas trwania spotów: 15 sek. ;
2) pliki zdjęciowe i plansze: 768 X 384 JPG.
2. Województwo oświadcza, że nabyło prawa autorskie do przekazanych Operatorowi materiałów reklamowych bądź uzyskało stosowne licencje, a także, że prawa wynikające z tych umów nie są obciążone prawami osób trzecich oraz że ponosi względem Operatora odpowiedzialność z tytułu ewentualnych roszczeń w związku z naruszeniem praw autorskich lub praw pokrewnych oraz dóbr osobistych.
3. Operator odmówi emisji spotów reklamowych zawierających treści:
1) rasistowskie i faszystowskie,
2) zawierające elementy agitacji politycznej,
3) naruszające ustawę o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi,
4) naruszające dobre obyczaje i podstawowe zasady współżycia społecznego.



§ 6

Jeżeli nie zostaną spełnione wymagania określone w paragrafie poprzedzającym bądź treść reklamy jest sprzeczna z prawem, godzi w dobre obyczaje lub moralność Operator może odmówić wyświetlenia reklamy. O odmowie wyświetlenia reklamy Operator jest zobowiązany zawiadomić Województwo telefonicznie na 2 dni przed planowaną emisją (nr tel. 91 44 16 222).

§ 7

Dostarczona przez Województwo reklama wyświetlana jest względem innych reklam w kolejności ustalonej przez Operatora, z zachowaniem zasady nie umieszczania spotu Województwa w sąsiedztwie reklam tej samej lub pokrewnej branży.

§ 8

Strony zgodnie oświadczają, iż zobowiązują się do współdziałania przy wykonaniu i wprowadzaniu w życie postanowień Umowy.

§ 9

1. Zmiana warunków umowy może nastąpić na wniosek każdej ze Stron z zachowaniem formy pisemnej, pod rygorem nieważności.
2. Umowa może być rozwiązana na mocy porozumienia Stron w przypadku wystąpienia okoliczności, za które Strony nie ponoszą odpowiedzialności, a które uniemożliwiają wykonanie umowy. Skutki finansowe i ewentualny zwrot środków finansowych Strony określają w sporządzonym na tę okoliczność protokole.

§ 10

W sprawach nie uregulowanych niniejszą umową stosuje się przepisy Kodeksu Cywilnego.

§ 11

Spory, które mogą wynikać w trakcie realizacji niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Województwa.

§ 12

Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, z których jeden otrzymuje Operator a dwa egzemplarze otrzymuje Województwo.

OPERATOR

WOJEWÓDZTWO

Wydatek finansowany
za środków Wydziału
dział rozdział §
..... data podpis dysponenta środków

SKARBNIK WOJEWÓDZTWA

Zbigniew Mikielwicz

DYREKTOR
Wydział Współpracy Społecznej

Krzysztof Faliński

UMOWA WWS/ 12011

zawarta w dniu 2011 r. w Szczecinie pomiędzy Województwem Zachodniopomorskim reprezentowanym przez Pana Krzysztofa Falińskiego, Dyrektora Wydziału Współpracy Społecznej, działającego na podstawie pełnomocnictwa Nr 46/10 z dnia 2 kwietnia 2010 r. udzielonego przez Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego, zwanym dalej Województwem,

a
TV City R. Pieczkowski Sp. J. z siedzibą w Olsztynie al. Piłsudskiego 44 a wpisaną do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Olsztynie V Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000238065, Regon 2801177 42, NIP 739 361 69 24 reprezentowaną przez wspólnika Roberta Pieczkowskiego,

zwaną dalej Operatorem.

Niniejsza umowa została zawarta na podstawie art. 4 pkt 8 ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo Zamówień Publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.)

§ 1

Przedmiotem umowy jest sprzedaż Województwu przez Operatora czasu reklamowego.

§ 2

1. Przez sprzedaż czasu reklamowego, o którym mowa w § 1 Strony rozumieją udostępnienie Województwu przez Operatora 60 m 2 ekranu diodowego mieszczącego się w Szczecinie przy ul. Jana Pawła II 50 oraz wyświetlanie na nim:
 - 1) reklam zrealizowanych w technikach filmowych,
 - 2) reklam w postaci animacji komputerowych,
 - 3) reklam w postaci elektronicznie generowanych napisów
- zwanych dalej reklamami.
2. Operator w ramach niniejszej umowy zobowiązuje się ponadto do obsługi technicznej wyświetlanych reklam dostarczonych przez Województwo zgodnie z § 5.

§ 3

1. Województwo oświadcza, że nabywa czas reklamowy na ekranie, o którym w § 2, na okres miesiąca od dnia września 2011 r. za 3000 zł brutto (słownie: trzy tysiące 00/100).
2. Spoty reklamowe o długości 15 sek., emitowane będą w godzinach od 6.00 do 24.00 przez cały okres, o którym mowa w ust. 1 co 7 min.

§ 4

1. Wynagrodzenie wypłacone zostanie po wykonaniu przedmiotu umowy, o którym mowa w § 2, w terminie 14 dni od daty otrzymania faktury obciążającej Województwo całością kosztów poniesionych na realizację przedmiotu umowy.
2. Za dzień zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego Województwa.

§ 5

1. Województwo zobowiązane jest dostarczyć reklamę co najmniej na 3 dni przed terminem jej wyświetlenia pocztą elektroniczną na adres emisja@tvcity.pl w formacie:
 - pliki video : 720 X 576 (PAL 4:3) Windows Media Video 9 (z rozszerzeniem .wmv, .mov, .avi), bez dźwięku 25 fps (25 klatek na sek.) Czas trwania spotów: 10, 15, lub 30 sek.
 - pliki zdjęciowe i plansze: 720 X 576 JPG, GIF, PNG, BMP.
2. Województwo oświadcza, że nabyło prawa autorskie do przekazanych Operatorowi materiałów reklamowych bądź uzyskało stosowne licencje, a także, że prawa wynikające z tych umów nie są obciążone prawami osób trzecich oraz że ponosi względem Operatora odpowiedzialność z tytułu ewentualnych roszczeń w związku z naruszeniem praw autorskich lub praw pokrewnych oraz dóbr osobistych.
3. Operator odmówi emisji spotów reklamowych zawierających treści:
 - 1) rasistowskie i faszystowskie;
 - 2) zawierające elementy agitacji politycznej;
 - 3) naruszające ustawę o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi;
 - 4) naruszające dobre obyczaje i podstawowe zasady współżycia społecznego.

§ 6

Jeżeli nie zostaną spełnione wymagania określone w paragrafie poprzedzającym bądź treść reklamy jest sprzeczna z prawem, godzi w dobre obyczaje lub moralność Operator może odmówić wyświetlenia reklamy. O odmowie wyświetlenia reklamy Operator jest zobowiązany zawiadomić Województwo telefonicznie na 2 dni przed planowaną emisją (nr tel. 91 44 16 222).

§ 7

Dostarczona przez Województwo reklama wyświetlana jest względem innych reklam w kolejności ustalonej przez Operatora, z zachowaniem zasady nie umieszczania spotu Województwa w sąsiedztwie reklam tej samej lub pokrewnej branży.

§ 8

Strony zgodnie oświadczają, iż zobowiązują się do współdziałania przy wykonaniu i wprowadzaniu w życie postanowień Umowy.

§ 9

1. Zmiana warunków umowy może nastąpić na wniosek każdej ze Stron z zachowaniem formy pisemnej, pod rygorem nieważności.
2. Umowa może być rozwiązana na mocy porozumienia Stron w przypadku wystąpienia okoliczności, za które Strony nie ponoszą odpowiedzialności, a które unieemożliwiają wykonanie umowy. Skutki finansowe i ewentualny zwrot środków finansowych Strony określają w sporządzonym na tę okoliczność protokole.

§ 10

W sprawach nie uregulowanych niniejszą umową stosuje się przepisy Kodeksu Cywilnego.

§ 11

Spory, które mogą wynikać w trakcie realizacji niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Województwa.

§ 12

Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, z których jeden otrzymuje Operator a dwa egzemplarze otrzymuje Województwo.

OPERATOR

WOJEWÓDZTWO

Wydatek finansowany
za środków Wydziału 151
dział N. 151..... rozdział 151.5..... § 110
data podpis sygnatariusza środków

SKARBNIK WOJEWÓDZTWA
Krzysztof Faliński

DYREKTOR
Wydziału Współpracy Społecznej

Krzysztof Faliński

UMOWA Nr WWS/ /11

zawarta w dniu 2011 r. w Szczecinie pomiędzy **Województwem Zachodniopomorskim** reprezentowanym przez Pana Krzysztofa Falińskiego, Dyrektora Wydziału Współpracy Społecznej, działającego na podstawie pełnomocnictwa Nr 46/10 z dnia 2 kwietnia 2010 r. udzielonego przez Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego, zwanym dalej **Zamawiającym**.

a

.....
.....
.....
zwaną dalej **Wykonawcą**.

§ 1

Zamawiający zamawia, a **Wykonawca** przyjmuje do wykonania zlecenie polegające na dystrybucjisztuk ulotek i reklamówek promujących wojewódzką kampanię społeczną „LEKkomyślność” w dniach..... w miejscach wskazanych przez **Zamawiającego**.

§ 2

Zlecenie, o którym mowa w § 1 polegać będzie na:

- 1) Rozdaniu ulotek i reklamówek beneficjentom kampanii, tj. osobom dorosłym.
- 2) Udzielaniu dodatkowych informacji na temat realizowanej kampanii.
- 3) Założeniu, w trakcie dystrybucji ulotek, odzieży promującej kampanię, dostarczonej przez **Zamawiającego**.

§ 3

1. Wynagrodzenie **Wykonawcy** za wykonanie kompleksowej usługi, o której mowa w § 2 wyniesie 500 zł brutto (słownie: pięćset zł 00/100).
2. Wynagrodzenie zostanie przekazane po stwierdzeniu przez **Zamawiającego** wykonania przedmiotu umowy na rachunek bankowy **Wykonawcy** w terminie 14 dni od daty otrzymania rachunku przez **Zamawiającego**.
3. Za dzień zapłaty uważa się dzień obciążenia rachunku bankowego **Zamawiającego**.

§ 4

Zamawiającemu przysługuje prawo kontroli przygotowania i wykonania zadań określonych niniejszą umową.

§ 5

1. W wypadku niewykonania lub nienależytego wykonania umowy **Wykonawca** zobowiązany będzie do zapłaty na rzecz **Zamawiającego** kary umownej w wysokości 10 % wartości wynagrodzenia brutto, o którym mowa w § 3 ust. 1.
2. **Zamawiający** zobowiązany będzie do zapłaty na rzecz **Wykonawcy** odsetek ustawowych za każdy dzień zwłoki w wypłacie wynagrodzenia.
3. **Wykonawca** zobowiązany jest być z **Zamawiającym** w stałym kontakcie osobistym (na żądanie **Zamawiającego**) w celu doprecyzowania szczegółów pracy **Wykonawcy**.
4. Ze strony **Zamawiającego** wykonanie przedmiotu umowy stwierdza Dyrektor Wydziału Współpracy Społecznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego.

§ 6

Zmiana warunków umowy może nastąpić na wniosek każdej ze Stron z zachowaniem formy pisemnej, pod rygorem nieważności.
Umowa może być rozwiązana na mocy porozumienia Stron w przypadku wystąpienia okoliczności, za które Strony nie ponoszą odpowiedzialności, a które uniemożliwiają wykonanie umowy.

§ 7

W sprawach nie uregulowanych niniejszą umową stosuje się przepisy Kodeksu Cywilnego.

§ 8

Społy, które mogą wynikać w trakcie realizacji niniejszej umowy będą rozstrzygane przez sąd powszechny właściwy dla siedziby Zamawiającego.

§ 9

Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, z których jeden otrzymuje Wykonawca a dwa egzemplarze otrzymuje Zamawiający.

WYKONAWCA

ZAMAWIAJĄCY

SKARBNIK WOJEWÓDZTWA
Zbigniew Mikiewicz

Wydatek finansowany
ze środków Wyc. 1111
dział 11..... rozdział 1115 § 3170

data 11.11.2011 r. *REKTOR*
Wydział Współpracy Społecznej
Grzegorz Faliński

POROZUMIENIE Nr WWS/ /11

w sprawie określenia zasad współpracy Gminy i Województwa w zakresie realizacji Wojewódzkiej Kampanii „LEKkomyślność” zawarte w dniu 2011 r. w Szczecinie

pomiędzy

Województwem Zachodniopomorskim, z siedzibą w Szczecinie, ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin reprezentowanym przez Zarząd Województwa w osobach:

- 1).....
- 2).....

zwanych dalej **Województwem**

a

Gminą – reprezentowaną przez
zwaną dalej **Gminą**

łącznie zwanymi dalej Stronami Porozumienia.

§ 1

1. Województwo zobowiązuje się do przekazania Gminie niezbędnych informacji w zakresie pomysłu, projektów i założeń Kampanii „LEKkomyślność” zwanej dalej Kampanią, celem wspólnej jej realizacji.
2. Ze strony Województwa za współpracę w ramach realizacji Kampanii, o której mowa w ust. 1 odpowiedzialny jest Wydział Współpracy Społecznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego.
3. Opis i plan Kampanii określa załącznik do niniejszego porozumienia.

§ 2

1. Gmina zobowiązuje się do wyłonienia wykonawcy na realizację akcji promującej Kampanię na jej terenie.
2. Gmina po wcześniejszym przedstawieniu specyfikacji nośników otrzyma bezpłatnie od Województwa wszelkie pliki produkcyjne kampanii outdoor.
3. Logo promocyjne Gminy pojawi się na plikach produkcyjnych kampanii outdoor, które wykorzystane zostaną na terenie Gminy.
4. Województwo i Gmina zobowiązują się do współpracy z lokalnymi mediami przy promocji Kampanii na ich terenie.
5. Strony Porozumienia zobowiązują się nie wykorzystywać materiałów informacyjno - promocyjnych Kampanii, w celu osiągnięcia zysku.

§ 3

1. Porozumienie obowiązuje na czas realizacji Kampanii w 2011 roku zgodnie z planem, o którym mowa w § 1 ust. 3.
2. Porozumienie może zostać wypowiedziane przez każdą ze Stron z zachowaniem jednomiesięcznego okresu wypowiedzenia z tym, że Strony zobowiązane są wykonać zobowiązania powstałe do dnia jego złożenia.
3. Wszelkie zmiany Porozumienia wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
4. Porozumienie sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

§ 4

1. Do spraw nieuregulowanych niniejszym Porozumieniem mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego, ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. z 2009 r., Nr 157, poz. 1240) oraz ustawy z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2010 r. Nr 113, poz. 759 ze zm.).
2. Spory, jakie mogą wynikać na tle realizacji niniejszego Porozumienia, Strony ~~zawładają~~ będą polubownie we własnym zakresie. W przypadku nie osiągnięcia porozumienia spory będą rozstrzygane przez Sąd powszechny właściwy dla siedziby Województwa.

.....
Gmina

.....
Województwo

Krzysztof Faliński
Wydział Współpracy Społecznej

W ostatnim czasie zaobserwować można szerzenie się niepokojącego zjawiska nadmiernego zażywania leków sprzedawanych bez recepty (OTC). Coraz bardziej popularne samoleczenie jest jednym z najważniejszych problemów wpływających na bezpieczeństwo stosowania leków. Środowisko medyczne od dawna protestuje przeciw rozpowszechnianiu sprzedaży leków poza aptekami ze względu na brak możliwości uzyskania rzetelnej informacji na temat leku od sprzedawcy.

Samoleczeniu towarzyszy błędne przekonanie o braku szkodliwości leków dostępnych bez recepty, w tym leków ziołowych. Tymczasem niekorzystne interakcje między lekami oraz coraz większe zapotrzebowanie i wzrastające przyjmowanie, a także wynikające z tego faktu skutki kliniczne są jednym z najważniejszych problemów współczesnej farmakologii.

Bardzo niebezpiecznym zjawiskiem jest nadmierne i nagminne nabywanie leków, które w swoim składzie mają substancje psychoaktywne i są zażywane przez młodzież w celu zmiany świadomości. Działanie tych leków potęgowane jest przez zażywających alkoholem lub napojami energetyzującymi.

W odpowiedzi na obserwowaną sytuację Wydział Współpracy Społecznej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego realizuje kampanię społeczną zatytułowaną „LEKkomyślność”, mającą na celu:

- Podniesienie poziomu wiedzy wśród mieszkańców regionu dotyczącej leków sprzedawanych bez recepty, w szczególności ich składu, działania, łączenia z innymi lekami;
- Przeciwdziałanie zażywaniu leków z alkoholem i innymi środkami psychoaktywnymi;
- Przeciwdziałanie zażywaniu OTC w celu osiągnięcia zmian stanu świadomości.

Kampania będzie miała zasięg wojewódzki i obejmie szereg różnorodnych działań, zmierzających w kierunku jej szerokiej promocji. Wśród zaplanowanych działań i produktów znajdują się m.in. konferencja prasowa, billboardy, ekrany i tablice reklamowe, ulotki i plakaty, jednorazówki do pakowania leków w aptekach.

Start kampanii planowany jest na 22 września 2011 r. Kampania potrwa do 31 października 2011 r.

DYREKTOR
Wydziału Współpracy Społecznej
Krzysztof Faliński

Porozumienie WWS/ /2011

zawarte w dniu.....2011 r. w Szczecinie pomiędzy Województwem Zachodniopomorskim reprezentowanym przez Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego w osobach:

1.
 2.
- zwanym **Organizatorem**

a

„InterVista” Spółką z ograniczoną odpowiedzialnością, z siedzibą w Szczecinie, ul. Żubrów 3, wpisaną przez Sąd Rejonowy w Szczecinie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego do Rejestru Przedsiębiorców pod numerem KRS: 0000310253, NIP 851-306-71-66, reprezentowaną przez Beatę Stankiewicz, Członka Zarządu,
zwaną w dalszej części umowy **Patronem Medialnym**

§1

Przedmiotem niniejszego porozumienia jest ustalenie zasad i warunków współpracy oraz wymiana świadczeń każdej ze stron w ramach patronatu medialnego portalu Infoludek.pl nad kampanią „LEKkomyślność”, która odbędzie się w okresie wrzesień – październik 2011, zwaną dalej Kampanią.

§2

1. **Organizator** zapewnia **Patronowi Medialnemu** wyłączność patronatu medialnego w zakresie kampanii, o której mowa w ust. 1 w segmentcie regionalnych informacyjnych portali internetowych.
2. **Organizator** zobowiązuje się tym samym do zamieszczenia na wszelkich materiałach drukowanych promujących wydarzenie, logotypu **Patrona Medialnego** jeśli chodzi o segment regionalnych informacyjnych portali internetowych oraz do niezamieszczania logotypów innych regionalnych informacyjnych portali internetowych w jakimkolwiek charakterze.
3. W przypadku naruszenia zasady wyłączności, o której mowa w ust. 1 i 2 niniejszego paragrafu, **Patron Medialny** ma prawo rozwiązać niniejszą umowę z skutkiem natychmiastowym.

§3

Patron Medialny zobowiązuje się:

- 1) Bezpłatnie umieścić informację o Kampanii w newsletterze wysyłanym użytkownikom portalu Infoludek.pl, którzy wyrazili zgodę na jego otrzymywanie;
- 2) Umieścić baner reklamujący Kampanię (wykonany i przesłany przez **Organizatora**) w dziale Kultura portalu Infoludek.pl. Baner będzie wyświetlany rotacyjnie (50% wyświetleń) w obrębie jednej lokalizacji banera (wielkość 468x60 pix). Baner zostanie zamieszczony w okresie 26.09.2011 – 09.10.2011 r.;
- 3) Umieścić baner reklamujący Kampanię (wykonany i przesłany przez **Organizatora**) w działach Ogłoszenia/Stancje i Ogłoszenia/Korepetycje portalu Infoludek.pl. Baner będzie wyświetlany rotacyjnie (50% wyświetleń) w obrębie jednej lokalizacji banera (wielkość 160x600 pix). Baner zostanie zamieszczony w okresie 22.09.2011 – 31.10.2011 r.;
- 4) Umieścić informację tekstową z informacjami o Kampanii w dziale Wiadomości/Najnowsze na stronie głównej portalu Infoludek.pl. Informacja będzie publikowana w okresie 26.09.2011 – 02.10.2011 oraz 24.10.2011 – 30.10.2011.

Organizator zobowiązuje się:

§ 4

- 1) Umieścić logo **Patrona Medialnego** na wszystkich materiałach promujących imprezę drukowanych przez **Organizatora** (od momentu podpisania porozumienia) na równi z pozostałymi patronami medialnymi.
- 2) Materiały o których mowa w ust. 1 to ulotka, plakat oraz nośniki kampanii outdoor. Informować o **Patronie Medialnym** we wszystkich komunikatach do mediów (radio, prasa, telewizja), nadto - w przypadku gdy komunikat informuje również o innych patronach - zadbać, by obszar przeznaczony na informację o **Patronie Medialnym** był co najmniej równy obszarowi przeznaczonemu na każdego z pozostałych patronów medialnych.

§ 5

Strony zgodnie oświadczają, że wartość wzajemnie świadczonych usług, o których mowa w § 2,3 i 4, jest równa. W związku z tym na stronach nie ciąży żadne dodatkowe zobowiązania pieniężne.

§ 6

1. Porozumienie zawarte jest na czas określony i obowiązuje od dnia jego podpisania do dnia 31.10.2011 r.
2. Rozwiązanie porozumienia wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności.
3. Zmiany lub uzupełnienia porozumienia wymagają formy pisemnej za zgodą obu stron pod rygorem nieważności.
4. Wszelkie spory mogące wyniknąć z niniejszego porozumienia Strony poddają rozstrzygnięciu sądów powszechnych właściwych miejscowo dla siedziby **Patrona Medialnego**.
5. Niniejsze porozumienie zostało sporządzone w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

PATRON MEDIALNY

ORGANIZATOR