

Wzór Umowy

UMOWA ZLECENIE Nr .....

zawarta w dniu ..... roku, pomiędzy

**Województwem Kujawsko-Pomorskim z siedzibą w Toruniu przy pl. Teatralnym 2,**

zwanym dalej Zleceniodawcą

reprezentowanym przez:

.....

a

.....:

reprezentowanym przez:

.....

zwanym dalej **Zleceniobiorcą**

**§ 1**

1. Przedmiotem umowy jest promocja Województwa Kujawsko-Pomorskiego w liniach lotniczych ....., zwanych dalej „Przewoźnikiem”, na międzynarodowych trasach lotniczych obsługiwanych przez Przewoźnika mających połączenie z Bydgoszczą oraz na obszarach stanowiących destynacje Przewoźnika z i do Bydgoszczy.
2. Realizacja przedmiotu umowy odbywać się będzie w ciągu 45 miesięcy od ..... do ..... zgodnie z harmonogramem działań promocyjnych, stanowiącym załącznik nr 1 do umowy. Umowa realizowana będzie w 3-miesięcznych okresach rozliczeniowych, zwanych na potrzeby niniejszej umowy „kwartałami”, rozpoczynającymi się od pierwszego miesiąca obowiązywania umowy. Harmonogram zawiera częstotliwość i wartość działań promocyjnych w podziale na kwartały.
3. Zleceniobiorca oświadcza, że Przewoźnik zapewnia nie mniej niż ..... destynacji i średnio w skali kwartału ..... miejsc w samolotach Przewoźnika przylatujących do Bydgoszczy w trakcie trwania umowy, zgodnie z zadeklarowaną ilością w ofercie.
4. Zleceniobiorca zobowiązuje się do promocji Województwa Kujawsko-Pomorskiego za pomocą następujących nośników:
  - 1) zamieszczenia na stronach i podstronach internetowych Przewoźnika banerów reklamowych Zleceniodawcy przez tydzień w każdym kwartale obowiązywania umowy (nośnik o wartości 20 % wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 ust. 1);
  - 2) zamieszczenia na kadłubie dwóch samolotów Przewoźnika reklamy w formie napisu i grafiki promującej Zleceniodawcę przez okres trwania umowy od dnia

- rozpoczęcia działania promocyjnego, z uwzględnieniem § 2 ust. 2 (nośnik o wartości 40 % wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 ust. 1);
- 3) przesyłania nie mniej niż raz na kwartał (łącznie nie mniej niż 15 razy w trakcie umowy) pocztą mailową, ze skrzynki nadawczej Przewoźnika lub w imieniu Przewoźnika, wiadomości zawierających materiały promocyjne dostarczone przez Zleceniodawcę i informacje o ofercie turystycznej i inwestycyjnej Zleceniodawcy. Minimalna oczekiwana lista subskrybentów jednej akcji mailingowej – minimum 250 tys. osób zamieszkałych na terenie krajów posiadających bezpośrednie połączenie lotnicze z Bydgoszczą (nośnik o wartości 20 % wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 ust. 1);
  - 4) prowadzenie działań w mediach społecznościowych: zamieszczenie postów promujących Zleceniodawcę na oficjalnym profilu Przewoźnika, w ilości minimum 1 post w miesiącu (3 posty w kwartale). Każdy post powinien zawierać odnośnik/oznaczenie Zleceniodawcy (nośnik o wartości 10 % wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 ust. 1);
  - 5) zamieszczenia materiałów promocyjnych w zagranicznych lokalnych/ regionalnych mediach w regionach lub miastach stanowiących destynacje Przewoźnika z i do Bydgoszczy. Jedna akcja promocyjna obejmie co najmniej jedno ogłoszenie w mediach drukowanych (jedna strona w pełnym kolorze obejmująca tekst promocyjny wraz z fotografiami/ logotypami/ identyfikacją wizualną Zleceniodawcy) i jedno ogłoszenie w mediach elektronicznych. Minimalna liczba akcji promocyjnych: 1 akcja na kwartał (15 w trakcie trwania umowy), (nośnik o wartości 10 % wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 ust. 1);
5. Szczegółowy opis miejsca i sposobu zamieszczenia reklamy oraz wyglądu reklamy na nośniku, o którym mowa w ust. 4 pkt 2 zawarty jest w załączniku nr 2 do niniejszej umowy.

## **§ 2**

1. Zleceniodawca z zastrzeżeniem ust. 2 zobowiązuje się do przekazania materiałów niezbędnych do realizacji przedmiotu umowy najpóźniej na 3 tygodnie przed rozpoczęciem każdego z działań promocyjnych, o których mowa w harmonogramie działań promocyjnych. Zmiana tego terminu możliwa jest za zgodą stron umowy.
2. Zleceniodawca zobowiązuje się do przekazania materiałów niezbędnych do przeprowadzenia przedmiotu umowy, o którym mowa w § 1 ust. 4 pkt 2 w terminie 7 dni od dnia zawarcia umowy. Ze względu na złożony proces przygotowania nośników promocyjnych Zleceniobiorca rozpocznie to działanie promocyjne najpóźniej 8 tygodni od dnia przekazania materiałów przez Zleceniodawcę. Zmiana terminu rozpoczęcia działania promocyjnego możliwa jest za zgodą stron umowy.

3. Zleceniodawca przewiduje możliwość zmiany harmonogramu działań promocyjnych, o którym mowa w § 1 ust 2 w zakresie częstotliwości działań promocyjnych w danym kwartale z zastrzeżeniem, że zmiana częstotliwości działań promocyjnych nie zmieni ilości działań oraz rodzaju nośników w danym kwartale i nie może prowadzić do zwiększenia wartości wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 ust. 1. Zmiana taka możliwa jest za zgodą Zleceniodawcy i nie wymaga zmiany umowy w formie aneksu. Warunkiem uzyskania zgody Zleceniodawcy jest złożenie przed planowaną zmianą pisemnego wniosku Zleceniobiorcy wraz z podaniem przyczyny wnioskowanej zmiany.

### **§ 3**

1. Zleceniobiorca zobowiązany będzie do składania kwartalnych sprawozdań z realizacji przedmiotu umowy obejmujących:
  - 1) potwierdzenie zamieszczenia nośnika, o którym mowa w § 1 ust. 4 pkt 1 wraz z ilością odsłon tego nośnika w danym okresie,
  - 2) potwierdzenie zamieszczenia nośnika, o którym mowa w § 1 ust. 4 pkt 2 wraz z informacją o portach lotniczych, w których lądował dany samolot w danym okresie czasu,
  - 3) potwierdzenie przeprowadzenia akcji mailingowej, o której mowa w § 1 ust. 4 pkt 3 wraz z informacją o liczbie respondentów danej akcji w danym okresie czasu i wskazaniem rynku na jakim akcja się odbyła,
  - 4) potwierdzenie zamieszczenia postów, o którym mowa w § 1 ust. 4 pkt 4 wraz z informacją o ich zasięgach,
  - 5) potwierdzenie zamieszczenia nośnika, o którym mowa w § 1 ust. 4 pkt 5 wraz z podaniem tytułów mediów drukowanych i adresów stron mediów elektronicznych gdzie umieszczono nośnik.
2. Po zakończeniu roku kalendarzowego Zleceniobiorca zobowiązany będzie do składania sprawozdań za miniony rok obejmujących:
  - 1) ilość destynacji mających połączenie z Bydgoszczą, faktycznie obsługiwanych przez Przewoźnika, w podziale na miesiące kalendarzowe;
  - 2) ilość miejsc w samolotach Przewoźnika przylatujących do Bydgoszczy w każdym kwartale roku faktycznie wykonanych przez Przewoźnika.
3. Sprawozdanie, o którym mowa w ust. 2 zostanie dołączone do pierwszego sprawozdania kwartalnego składanego po upływie roku, którego dane dotyczą.
4. Zleceniodawca zastrzega sobie prawo kontroli realizacji przedmiotu umowy.

### **§ 4**

1. Za wykonanie całości świadczeń określonych w § 1 ust. 4 pkt 1-5 umowy Zleceniobiorca otrzyma wynagrodzenie w kwocie brutto w wysokości .....  
(słownie: .....).

2. Płatność za wykonanie przedmiotu umowy dokonywana będzie w częściach, kwartalnie za świadczenia zrealizowane w danym kwartale, zgodnie z wartością działań w danym kwartale wskazaną w harmonogramie.
3. Faktury winny być wystawione na Województwo Kujawsko-Pomorskie, pl. Teatralny 2 87-100 Toruń NIP: 9561969536, REGON: 092350613. Płatnikiem jest Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego z siedzibą przy pl. Teatralnym 2 w Toruniu.
4. Płatności dokonywane będą każdorazowo przelewem na konto Zleceniobiorcy w terminie 30 dni od dnia dostarczenia do siedziby Zleceniodawcy prawidłowo wystawionej faktury i sprawozdania za dany kwartał. Ostatnia faktura za działania w ostatnim kwartale zostanie dostarczona wraz ze sprawozdaniem do dnia 20.12.2027 r. a płatność zostanie dokonana do dnia 30.12.2027 r.
5. Wartość danego działania promocyjnego w danym kwartale będzie zgodna z wartością określoną w ofercie i uwzględniona jest w harmonogramie - załączniku nr 1 do niniejszej umowy. Wartość działań promocyjnych w kwartale może ulec zmianie zgodnie z postanowieniami ust. 7, co skutkować będzie zmianą harmonogramu w tym zakresie.
6. Za dzień zapłaty strony zgodnie uznają dzień obciążenia rachunku Zleceniodawcy.
7. Zleceniodawca dopuszcza zmianę kwoty wynagrodzenia, o którym mowa w ust. 1, w następujących przypadkach:
  - 1) jeżeli koszty niezbędne do realizacji Umowy po upływie 6 miesięcy jej obowiązywania wzrosną w stosunku do kosztów obowiązujących w dniu zawarcia umowy, o wskaźnik zmiany cen towarów i usług konsumpcyjnych za 6 miesięcy od daty zawarcia umowy, publikowany przez Główny Urząd Statystyczny, Strony mogą domagać się zmiany wysokości wynagrodzenia, o którym mowa w harmonogramie działań promocyjnych, stanowiącym załącznik nr 1 do Umowy. Waloryzacji podlega wynagrodzenie, o którym mowa w harmonogramie w wymiarze proporcjonalnym za okres od dnia złożenia wniosku o waloryzację do końca trwania umowy. Waloryzacja na tej podstawie nie może przekroczyć 1 % wartości wynagrodzenia określonego w harmonogramie, w wymiarze proporcjonalnym za okres od dnia złożenia wniosku o waloryzację do końca trwania umowy.
  - 2) Strony zgodnie oświadczają, iż dokonają zmiany wysokości wynagrodzenia, o którym mowa w ust.1, w wypadku wystąpienia którejkolwiek z poniższych okoliczności:
    - a) zmiany stawki podatku od towarów i usług (VAT) lub akcyzy,
    - b) zmiany wysokości wynagrodzenia minimalnego za pracę albo minimalnej stawki godzinowej ustalonych na podstawie Ustawy z dnia 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę,
    - c) zmiany zasad podlegania ubezpieczeniu społecznemu lub ubezpieczeniu zdrowotnemu lub wysokości stawki składki na ubezpieczenie społeczne lub zdrowotne,

- d) zmiany zasad gromadzenia i wysokości wpłat do pracowniczych planów kapitałowych, o których mowa w Ustawie z dnia 4 października 2018 r. o pracowniczych planach kapitałowych (Dz. U. z 2020 poz. 1342).
8. Zmiany, o których mowa w ust. 7 pkt. 2 obowiązywać będą od dnia wejścia w życie zmian, o których mowa w tym ustępie i dotyczyć będą jedynie części wynagrodzenia należnego za usługi wykonane w okresie obowiązywania tych zmian.
  9. W wypadku zmiany, o której mowa w ust. 7 pkt. 2 lit. a, wynagrodzenie Zleceniobiorcy brutto zostanie zmniejszone bądź zwiększone w stosunku odpowiednim do zmiany wysokości podatku VAT lub akcyzy, wynagrodzenie Zleceniobiorcy netto (tj. bez podatku VAT lub akcyzy) jest niezmiennie.
  10. W wypadku zmiany, o której mowa w ust. 7 pkt 2 lit. b wynagrodzenie Zleceniobiorcy ulegnie zmianie o wartość wzrostu całkowitego kosztu Zleceniobiorcy wynikającego ze zwiększenia wynagrodzenia osób bezpośrednio wykonujących zamówienie do wysokości zmienionego minimalnego wynagrodzenia albo do wysokości zmienionej minimalnej stawki godzinowej, z uwzględnieniem wszystkich obciążeń publicznych wynikających z tych zmian.
  11. W wypadku zmiany, o której mowa w ust. 7 pkt. 2 lit. c i d wynagrodzenie Zleceniobiorcy ulegnie zmianie o wartość wzrostu całkowitego kosztu Zleceniobiorcy, jaką będzie on zobowiązany dodatkowo ponieść w celu uwzględnienia tej zmiany, przy zachowaniu dotychczasowej kwoty netto wynagrodzenia osób bezpośrednio wykonujących zamówienie na rzecz Zleceniodawcy.
  12. Wnioskując o zmianę wynagrodzenia na podstawie ust. 7 pkt. 1 Zleceniobiorca zobowiązany jest do przedstawienia zaktualizowanej kalkulacji wynagrodzenia. Przed podjęciem decyzji o zmianie wynagrodzenia Zleceniodawca dokona weryfikacji zasadności oraz poprawności obliczeń dokonanych przez Zleceniobiorcę w zakresie żądanej zmiany wynagrodzenia, a także oceni możliwość sfinansowania wyższego wynagrodzenia Zleceniobiorcy w ramach posiadanych środków finansowych.
  13. Zleceniobiorca w celu dokonania powyższych zmian będzie każdorazowo, z wyjątkiem okoliczności, o której mowa w ust. 7 pkt. 2 lit. a, zobowiązany udowodnić Zleceniodawcy, że powyższe zmiany wpłynęły na koszt wykonania przedmiotu umowy i wykazać wysokość tych kosztów. Zmiany wymagają pisemnego wniosku o zmianę wraz z uzasadnieniem.
  14. Wynagrodzenie określone w ust. 1 zaspokaja wszelkie roszczenia Zleceniobiorcy z tytułu wykonania przedmiotu umowy, w tym roszczenia z tytułu przeniesienia na Zleceniodawcę majątkowych praw autorskich do wszystkich mogących stanowić przedmiot prawa autorskiego wyników prac powstałych w związku z realizacją przedmiotu umowy.
  16. Wszystkie wynikające z niniejszej umowy faktury zostaną wystawione przez ..... z siedzibą w ..... (zapis dotyczy konsorcjum).
  17. Wzajemne rozliczenia pomiędzy ..... z siedzibą w ..... a ..... nastąpią poza Zleceniodawcą (zapis dotyczy konsorcjum).

## § 5

1. Strony zobowiązane są do bieżących konsultacji w sprawie realizacji przedmiotu umowy.
2. Strony wyznaczają po jednej osobie do bieżących konsultacji.
  - 1) \_\_\_\_\_ ze \_\_\_\_\_ strony \_\_\_\_\_ Zleceniodawcy  
.....
  - 2) \_\_\_\_\_ ze \_\_\_\_\_ strony \_\_\_\_\_ Zleceniobiorcy  
.....
3. Każda strona umowy zobowiązana jest do bezzwłocznego powiadomienia drugiej strony o zaistnieniu okoliczności uniemożliwiających realizację przedmiotu umowy zgodnie z umową.

## § 6

1. Poza wypadkami wymienionymi w przepisach Kodeksu cywilnego, do dnia 31.03.2028 r. Zleceniodawcy przysługuje prawo odstąpienia od umowy w przypadku gdy:
  - 1) Zleceniobiorca złoży fałszywe, podrobione lub stwierdzające nieprawdę dokumenty w celu uzyskania zapłaty za wykonanie przedmiotu umowy;
  - 2) zaistniał stan zagrożenia niewypłacalnością Zleceniobiorcy lub jego faktyczna niewypłacalność;
  - 3) Zleceniobiorca zaprzestał prowadzenia choćby jednego działania promocyjnego stanowiącego element przedmiotu umowy, chyba że Zleceniobiorca nie zrealizował tego działania z przyczyn leżących wyłącznie po stronie Zleceniodawcy;
  - 4) ilość miejsc w samolotach Przewoźnika dla jednego kwartału spadnie do poziomu poniżej 50 % wartości wskazanej w § 1 ust. 3.
2. Odstąpienie od umowy może nastąpić w terminie 14 dni od dnia powzięcia wiadomości o powyższych okolicznościach.
3. Odstąpienie od umowy powinno nastąpić w formie pisemnej pod rygorem nieważności takiego odstąpienia i powinno zawierać wskazanie przyczyny odstąpienia.

## § 7

1. Zleceniodawca może naliczyć Zleceniobiorcy kary umowne w następujących przypadkach i wysokościach:
  - 1) za niewykonanie lub wykonanie niezgodnie z umową działania promocyjnego stanowiącego element przedmiotu umowy, w wysokości 5 % wartości tego działania w danym kwartale za każdy stwierdzony przypadek, za wyjątkiem przypadków wskazanych w § 2 ust. 3;
  - 2) za odstąpienie Zleceniodawcy od umowy z przyczyn wskazanych w § 6, w wysokości 20 % wynagrodzenia brutto określonego w § 4 ust. 1;
  - 3) za zmniejszenie ilości destynacji, zadeklarowanych w formularzu ofertowym, Zleceniodawca naliczy kary umowne w wysokości 0,2 % wynagrodzenia brutto określonego w § 4 ust. 1, za każdą zmniejszoną destynację w jednym miesiącu.

W przypadku zmniejszenia destynacji trwającej dłużej niż jeden miesiąc wartość kary umownej będzie obliczona jako iloczyn miesięcy gdy zmniejszona była ilość destynacji, ilości brakujących destynacji i 0,2 % wynagrodzenia brutto. Za zmniejszenie destynacji uznaje się wycofanie z oferty lotów na danej destynacji trwające co najmniej jeden pełny miesiąc kalendarzowy;

- 4) za zmniejszenie ilości miejsc w samolotach Przewoźnika dla jednego kwartału poniżej wartości wskazanej w § 1 ust. 3, Zleceniodawca naliczy kary umowne w wysokości 0,0001 % wynagrodzenia brutto określonego w § 4 ust. 1, za każde jedno miejsce poniżej wartości wskazanej w § 1 ust. 3 za jeden kwartał, w którym nastąpiło zmniejszenie.
2. łączna kwota naliczonych kar umownych nie przekroczy 50 % wynagrodzenia, o którym mowa w § 4 ust. 1.
3. Przez nienależyte wykonanie przedmiotu umowy uznaje się wykonanie zlecenia niezgodnie z niniejszą umową lub przepisami prawa.
4. Karze nie podlega niewykonanie lub wykonanie niezgodnie z umową działania promocyjnego stanowiącego element przedmiotu umowy w wypadku gdy niewykonanie lub wykonanie niezgodnie z umową nastąpi z przyczyn leżących wyłącznie po stronie Zleceniodawcy lub w wyniku zaistnienia okoliczności obiektywnych niezależnych od stron umowy w tym działania siły wyższej rozumianej jako wszelkie nadzwyczajne zdarzenia o charakterze zewnętrznym, niemożliwe do przewidzenia, takie jak katastrofy, pożary, powodzie, wybuchy, ataki terrorystyczne, niepokoje społeczne, strajki, z wyjątkiem strajku u Zleceniobiorcy, działania wojenne, zjawiska naturalne uniemożliwiające świadczenie usług niezbędnych do realizacji przedmiotu zamówienia.
5. Kara umowna nie wyłącza możliwości dochodzenia odszkodowania na zasadach ogólnych w przypadku naliczenia kar umownych.
6. Zleceniodawca zastrzega sobie prawo do ich potrącenia z kwoty wynagrodzenia po bezskutecznym upływie terminu zapłaty wystawionej noty.

## **§ 8**

1. Strony zgodnie oświadczają, iż umowa może zostać rozwiązana za porozumieniem stron.
2. Zleceniodawca przewiduje możliwość zmiany umowy w zakresie terminów realizacji przedmiotu zamówienia jedynie jeśli wynikać to będzie z okoliczności o charakterze obiektywnym, których nie można było przewidzieć w chwili składania oferty takich jak w szczególności:
  - 1) zmiana przepisów prawa mająca wpływ na zakres lub sposób realizacji przedmiotu zamówienia,
  - 2) wystąpienie siły wyższej, której działanie uniemożliwiło terminową realizację przedmiotu zamówienia, działanie siły wyższej rozumiane jest jako wszelkie nadzwyczajne zdarzenia o charakterze zewnętrznym, niemożliwe do przewidzenia, takie jak katastrofy, pożary, powodzie, wybuchy, ataki terrorystyczne, niepokoje

społeczne, strajki, z wyjątkiem strajku u Zleceniobiorcy, działania wojenne, zjawiska naturalne uniemożliwiające świadczenie usług niezbędnych do realizacji przedmiotu zamówienia,

- 3) przerw w realizacji przedmiotu zamówienia, powstałych z przyczyn wyłącznie zależnych od Zleceniodawcy.
3. W przypadku zaistnienia okoliczności wskazanych w ust. 2 termin zostanie przedłużony o czas niezbędny do zrealizowania przedmiotu zamówienia, co zostanie ustalone za porozumieniem obu stron umowy, w oparciu o ww. okoliczności.
4. Zmiany wymagają obopólnej zgody stron.
5. Umowa może zostać rozwiązana przez każdą ze stron z zachowaniem rocznego okresu wypowiedzenia, ze skutkiem na ostatni dzień października roku następującego po roku, w którym do drugiej strony dotarło pisemne oświadczenie o wypowiedzeniu niniejszej Umowy.

#### **§ 9**

1. Zmiany umowy wymagają formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową stosuje się przepisy Kodeksu cywilnego.
3. Spory Strony poddają pod rozstrzygnięcia Sądu właściwego dla siedziby Zleceniodawcy.
4. Umowę sporządzono w trzech jednobrzmiących egzemplarzach, z czego dwa egzemplarze dla Zleceniodawcy i jeden dla Zleceniobiorcy.

**Zleceniobiorca**

**Zleceniodawca**

## Szczegółowy opis nośników

### 1. Internet:

- a) Na stronie głównej przewoźnika zamieszczone następujące elementy:
  - i. Banner promocyjny na stronie internetowej przewoźnika, stały bardzo widoczny element na „premiowym” miejscu serwisu, na stronie głównej przewoźnika lub podstronie, nie mniejszy niż 300 na 150 px o wadze nie przekraczającej 50 KB;
  - ii. Link do stron promujących Zleceniodawcę umieszczony na stronie głównej przewoźnika w sekcji poświęconej atrakcjom turystycznym destynacji;
  - iii. Zleceniodawca przewiduje modyfikację parametrów w przypadku modernizacji strony internetowej przewoźnika.

### 2. Reklama umieszczona na kadłubie samolotu

- a) zamieszczenie na kadłubie dwóch samolotów przewoźnika lub przewoźników zapewniających łącznie nie mniej niż 5 destynacji tygodniowo, napisu lub innej formy graficznej promującej Zleceniodawcę;
- b) minimalny rozmiar powierzchni przeznaczony na reklamę na kadłubie powinien wynosić 850 cm na 400 cm.

### 3. Mailing

- a) Zleceniobiorca roześle do swoich klientów subskrybujących wiadomości o promocjach przesyłane pocztą mailową wiadomości zawierające materiały promocyjne dostarczone przez Zleceniodawcę;
- b) minimalna oczekiwana lista subskrybentów jednej akcji mailingowej – 250 tys. osób.

### 4. Media społecznościowe:

- a) zamieszczenie postów promujących Zleceniodawcę na oficjalnym profilu Przewoźnika;
- b) każdy post powinien zawierać odnośnik/ oznaczenie Zleceniodawcy.

### 5. Media zagraniczne:

- a) zamieszczenie materiałów promocyjnych w zagranicznych lokalnych/regionalnych mediach na obszarach stanowiących destynację Przewoźnika z i do Bydgoszczy;
- b) jedna akcja promocyjna powinna obejmować co najmniej jedno ogłoszenie w mediach drukowanych (jedna strona w pełnym kolorze

obejmująca tekst promocyjny wraz z fotografiami/ logotypami/ identyfikacją wizualną Zleceniodawcy) i jedno ogłoszenie w mediach elektronicznych. Przez media drukowane rozumie się gazety codzienne, tygodniki, miesięczniki i inne płatne wydania drukowane i dystrybuowane regularnie na obszarach stanowiących destynacje Przewoźnika, których tematyką są m.in. lokalne wiadomości, turystyka, rekreacja, przedsiębiorczość. Przez media elektroniczne rozumie się strony lub portale internetowe o charakterze lokalnym lub regionalnym skierowane do mieszkańców obszarów stanowiących destynacje Przewoźnika, których tematyką są m.in. lokalne wiadomości, turystyka, rekreacja, przedsiębiorczość. Media elektroniczne nie mogą być internetową wersją oferowanych mediów drukowanych.