

**Umowa**  
**na opracowanie i wykonanie strategii komunikacji i kreatywnej kampanii reklamowej**  
**dla marki i produktu przeznaczonego na rynek cywilny**

zawarta w Radomiu w dniu ... 2018 roku, pomiędzy:

**Fabryka Broni "Łucznik" - Radom sp. z o.o.**, ul. Grobickiego 23, 26-617 Radom, wpisaną do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIV Wydział Gospodarczy KRS, pod numer KRS: 0000031426, NIP: 948-21-82-612, REGON: 672021450, z kapitałem zakładowym w wysokości: 89.618.500,- złotych, reprezentowaną przez:

- .....

- .....

zwaną dalej **Zamawiającym**,

a

....., ul. ...., wpisaną do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy ..... Wydział Gospodarczy KRS, pod numer KRS: ..... NIP: ....., REGON ....., z kapitałem zakładowym w wysokości: .....- złotych, reprezentowaną przez:

- ..... - .....

zwaną dalej: **Wykonawcą**

w wyniku przeprowadzonego przez Zamawiającego konkursu ofert na wybór najlepszego wykonawcy na opracowanie i wykonanie strategii komunikacji i kreatywnej kampanii reklamowej dla marki oraz produktu przeznaczonego na rynek cywilny, Strony zawierają przedmiotową Umowę o następującej treści:

**§ 1. Przedmiot Umowy**

1. Zamawiający zamawia, a Wykonawca zobowiązuje się:
    - a) opracować koncepcję strategii komunikacji i kreatywnej kampanii reklamowej dla marki Zamawiającego oraz produktów przeznaczonych na rynek cywilny (zwaną dalej: **Koncepcją**) oraz
    - b) opracować i wykonać przekaz reklamowy dla kampanii reklamowej w oparciu o zaakceptowaną przez Zamawiającego Koncepcję kampanii oraz przenieść na Zamawiającego prawa autorskie do ww. treści
- zgodnie z celami kampanii opisanymi w załączniku nr 1 do Umowy i oraz zgodnie z "Założeńiami do strategii komunikacji i idei kreatywnej kampanii reklamowej marki i produktu przeznaczonego na rynek cywilny", stanowiącymi załącznik do oferty Wykonawcy oraz Załącznik nr 2 do Umowy

*CMK S. J.* 

2. Kampania winna:

- a) zawierać spójny i identyfikowalny przekaz reklamowy oraz spójną koncepcję komunikacji z odbiorcami docelowymi, promując zarówno produkt jak i markę Zamawiającego,
- b) zostać zaprojektowana do realizacji w mediach opisanych w Koncepcji (z zachowaniem procentowego udziału w kampanii poszczególnych środków masowego przekazu określonych w Koncepcji), w tym (w zależności od ostatecznej treści Koncepcji): w prasie branżowej, dziennikach regionalnych i ogólnopolskich, w Internecie oraz – uzupełniająco – w telewizji,
- c) zostać opracowana w terminie określonym w § 2 ust. 1 pkt g) Umowy (data przekazania do ostatecznego odbioru przez Zamawiającego), a projektowany czas jej trwania winien wynosić minimum ..... od czasu uruchomienia, przy czym dla różnych rodzajów środków masowego przekazu dopuszcza się odmienny (określony w Koncepcji) okres promowania produktu i marki,
- d) winna zostać uzupełniona o szczegółowy harmonogram jej realizacji, określający jakie rodzaje przekazów wchodzących w jej skład, w jakiej kolejności, z jakim natężeniem i w jakich mediach winny być publikowane, z zastrzeżeniem, że łączny planowany koszt publikacji medialnych ww. przekazów (według stawek na datę przekazania Koncepcji do odbioru przez Zamawiającego) nie może przekroczyć kwoty ..... złotych netto.

## § 2. Etapy i terminy realizacji Umowy

1. Umowa wykonana zostanie etapami, z uwzględnieniem następującego harmonogramu:

- a) Wykonawca zobowiązuje się wykonać w formie elektronicznej i przedstawić Zamawiającemu (także na prezentacji w siedzibie Zamawiającego, z wykorzystaniem slajdów) Koncepcję kampanii, tj. przedstawić Zamawiającemu gotowy do analizy opis poszczególnych, planowanych działań medialnych, w tym opis planowanych treści reklamowych, gotowych haseł reklamowych, projektów przekazów graficznych i głosowych, opis proponowanych zdjęć oraz projekt scenariusza filmów reklamowych wraz ze szczegółowym określeniem czasu i miejsca poszczególnych działań reklamowych, planowanych do wykorzystania rodzajów mediów (z oznaczeniem proponowanych tytułów prasowych, stacji telewizyjnych) oraz z oznaczeniem kosztów poszczególnych kanałów medialnych; projekt Koncepcji winien uwzględniać ponadto odpowiedni dobór środków przekazu i rodzajów mediów dopasowany do poszczególnych grup wiekowych i zawodowych stanowiących potencjalny target, jako nabywców produktu Zamawiającego, ze wskazaniem estymacji do ilu i jakiego rodzaju odbiorców dotrze przekaz kampanii reklamowej  
- termin realizacji zadania 1 (jeden) tydzień od daty podpisania Umowy,
- b) w terminie 5 dni roboczych od daty przekazania Zamawiającemu projektu Koncepcji, Zamawiający dokona jej szczegółowej analizy i zgłosi potencjalne uwagi, komentarze i sugestie zmian oraz uzupełnień w projekcie, z podziałem na zmiany kluczowe i zmiany sugerowane,
- c) w terminie kolejnych 3 dni roboczych zespoły robocze obu Stron wypracują akceptowalny dla obu Stron sposób uwzględnienia zgłoszonych przez Zamawiającego modyfikacji do projektu Koncepcji,
- d) Wykonawca przedstawi następnie - w terminie kolejnych 3 dni roboczych - ostateczną wersję Koncepcji do odbioru przez Zamawiającego; w terminie 3 dni roboczych Zamawiający dokona odbioru końcowego Koncepcji (co potwierdzone zostanie w stosownym protokole odbioru), chyba, że Wykonawca nie uwzględnił wszystkich uwag kluczowych zgłoszonych przez Zamawiającego; w takim wypadku zastosowanie znajdują postanowienia pkt b) oraz c) powyżej,

- e) w terminie 2 tygodni od daty zaakceptowania Konceptcji Wykonawca przedstawi gotowe do odbioru projekty materiałów reklamowych (w tym ogłoszeń prasowych i przeźw w mediach społecznościowych), za wyjątkiem zdjęć i filmów reklamowych, które winny zostać zrealizowane i przedstawione do akceptacji w terminie 4 tygodni od daty akceptacji Konceptcji;
  - f) w terminie 5 dni roboczych od daty przekazania Zamawiającemu projektów poszczególnych materiałów reklamowych Zamawiający dokona ich szczegółowej analizy i zgłosi potencjalne uwagi, komentarze i sugestie zmian oraz uzupełnień, które Wykonawca zobowiązuje się uwzględnić w terminie kolejnych 3 dni roboczych (chyba, że uwagi będą niezgodne z Konceptcją),
  - g) w terminie do dnia ..... 2018 roku Wykonawca przedstawi Zamawiającemu kompletne materiały medialne dla całej kampanii (uwzględniające zgłoszone przez Zamawiającego uwagi, o których mowa wyżej) do ostatecznej akceptacji kampanii; w terminie 5 dni roboczych od daty przekazania Zamawiającemu projektu gotowej kampanii Zamawiający dokona jej odbioru.
2. Zatwierdzenie przez Zamawiającego, zgodnie z postanowieniami ust. 1 lit. d) powyżej, Konceptcji kampanii winno nastąpić w formie pisemnego **Protokołu Odbioru Konceptcji**. Przyjęcie przez Zamawiającego gotowej kampanii reklamowej (ze wszystkimi materiałami reklamowanymi dla niej dedykowanymi), zgodnie z postanowieniami ust. 1 lit. g) powyżej, winno nastąpić w formie pisemnego **Protokołu Odbioru Końcowego**.
  3. Zamawiający ma prawo zgłaszać uwagi lub zastrzeżenia do projektów materiałów reklamowych zarówno na etapie odbioru Konceptcji, odbioru poszczególnych materiałów, jak i na etapie odbioru gotowej kampanii, m.in. w sytuacji, gdy materiały wykonane zostały niezgodnie z Umową (w tym księgą znaku) lub zaakceptowaną Konceptcją, wykonano je nieestetycznie lub nieprofesjonalnie albo gdy zawarty w nich przekaz nie buduje w odpowiedni sposób wizerunku produktu i marki firmy Zamawiającego.
  4. Naruszenie przez Wykonawcę, z przyczyn leżących po jego stronie, terminu realizacji Umowy, o którym mowa w poszczególnych punktach ust. 1 uprawnia Zamawiającego do naliczenia kary umownej w wysokości 0,5 % wynagrodzenia netto, o którym mowa w § 4 ust. 2 Umowy, za każdy dzień zwłoki, nie więcej jednak niż w wysokości 30 % wynagrodzenia netto.
  5. W przypadku, gdy Zamawiający dostarczy Wykonawcy nowe (uzupełniające) dane do zaakceptowanej Konceptcji lub zaakceptowanej kampanii lub dokona innych zmian zmieniając ustalenia i założenia wynikające z zatwierdzonych materiałów, przez co realizacja Umowy wymagać będzie dodatkowych nakładów pracy, Strony - po obustronnej akceptacji - wyznaczą nowy termin wykonania Umowy oraz określą dodatkową kwotę wynagrodzenia za czynności do dodatkowej realizacji.
  6. Przedmiotem Umowy nie jest przeprowadzenie opracowanej kampanii w mediach. Zamawiający, w drodze odrębnego postępowania, wyłoni podmiot odpowiedzialny za przeprowadzenie kampanii opartej na Konceptcji i materiałach wykonanych przez Wykonawcę.

### § 3. Realizacja przedmiotu Umowy

1. Wykonawca oświadcza i zapewnia, że jako podmiot profesjonalnie zajmujący się świadczeniem usług będących przedmiotem niniejszej Umowy dysponuje odpowiednim sprzętem, wiedzą techniczną oraz doświadczeniem, niezbędnymi do należytego i terminowego wypełniania zobowiązań wynikających z niniejszej Umowy.
2. Wykonawca oświadcza i zapewnia, iż realizacja zobowiązań wynikających z Umowy nie będzie naruszała praw autorskich, praw własności przemysłowej oraz jakichkolwiek innych praw osób trzecich.

CMF.F.J



3. W ramach niniejszej Umowy nie będą przekazywane Wykonawcy jakiegokolwiek rysunki techniczne lub technologiczne, a Wykonawca wykona prace na podstawie dokumentacji załączonej do niniejszej Umowy (z uwzględnieniem udostępnienia Wykonawcy produktów Zamawiającego na potrzeby wykonania sesji zdjęciowych oraz przygotowania filmów reklamowych - z zachowaniem obowiązujących przepisów prawa związanych z dostępem do broni palnej). Powyższe nie wyłącza ani nie ogranicza obowiązku zachowania przez Wykonawcę poufności wszystkich materiałów przekazywanych przez Zamawiającego, przyjmując i akceptując fakt, że stanowią one tajemnicę przedsiębiorstwa Zleceniodawcy, w rozumieniu art. 11 ust. 4 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, chronioną w zakresie i na zasadach opisanych w ww. ustawie.
4. O ewentualnej konieczności pozyskania dodatkowych materiałów, niezbędnych do realizacji Umowy, Zleceniodawca zostanie poinformowany przez Wykonawcę drogą elektroniczną na adres, o którym mowa w ust. 7.
5. Na mocy niniejszej Umowy Wykonawca nie nabywa żadnych praw do materiałów wykorzystywanych do wykonania Umowy, przekazywanych lub udostępnianych przez Zamawiającego.
6. W toku prac nad Koncepcją i kampanią Wykonawca zobowiązany jest na bieżąco konsultować z Zamawiającym planowane rozwiązania techniczne, graficzne i funkcjonalne, aby w efekcie usprawnić proces końcowej akceptacji tych materiałów przez Zamawiającego.
7. Za realizację Umowy odpowiadają następujący liderzy projektu:
  - ze strony Wykonawcy: .....
  - ze strony Zamawiającego: .....; .....@fabrykabroni.pl,którzy uprawnieni są do dokonywania (w formie elektronicznej) uzgodnień roboczych, o których mowa powyżej. Jakiegokolwiek uzgodnienia ustne, niepotwierdzone w drodze elektronicznej nie mają mocy wiążącej.
8. Wykonawca zobowiązuje się na bieżąco informować Zamawiającego o postępach w pracach i aktualnym etapie na jakim znajduje się przedmiot umowy.
9. Wykonawca zobowiązuje się przygotować Koncepcję i kampanię w sposób odpowiedni dla planowanego przez Zamawiającego budżetu medialnego kampanii, wskazanego w Załączniku nr 1 do Umowy.

#### § 4. Płatności

1. Wykonawca oświadcza, że dokonał szczegółowej analizy zakresu planowanych prac będących przedmiotem umowy oraz ich rzetelnej wyceny, w szczególności mając na uwadze zakres i założenia kampanii opisane w jego strategii.
2. Za wykonanie przedmiotu Umowy, w tym stworzenie Koncepcji i wszystkich materiałów medialnych oraz przeniesienie praw autorskich do ww. dzieł, Wykonawca otrzyma wynagrodzenie ryczałtowe w **wysokości** ..... (słownie: ..... ) **złotych netto**, powiększone o należny podatek VAT, tj. łącznie: ..... (słownie: ..... ) **złotych brutto**.
3. Wynagrodzenie, o którym mowa w niniejszym paragrafie obejmuje wszelkie koszty i wydatki Wykonawcy związane z realizacją Umowy (w tym dotyczące: prac koncepcyjnych, programistycznych, udźwiękowienia, montażu, wynagrodzenie copyrigherów, wynagrodzenia wszelkiego rodzaju podwykonawców, w tym artystów wykonawców, itp.), jak również wynagrodzenie za przeniesienie na Zamawiającego praw autorskich do przedmiotu umowy.
4. Strony ustalają następujące zasady płatności:
  - a) w terminie 5 dni roboczych od daty podpisania Protokołu Odbioru Koncepcji – Zamawiający zapłaci Wykonawcy zaliczkę w wysokości 30 % łącznej kwoty określonej w ust. 2 Umowy, tj.

- w łącznej kwocie ..... (słownie: .....) złotych brutto, co potwierdzone zostanie stosowną fakturą VAT,
- b) w terminie do 5 dni roboczych od daty podpisania Protokołu Odbioru Końcowego – Zamawiający zapłaci Wykonawcy wynagrodzenie uzupełniające, w wysokości 70 % łącznej kwoty określonej w ust. 2 Umowy, tj. w łącznej kwocie ..... (słownie: .....) złotych brutto, na podstawie stosownej faktury VAT.
5. Zapłata kwoty nastąpi na rachunek bankowy Wykonawcy wskazany na fakturze.
6. Termin płatności, jaki winien zostać wskazany na fakturach wynosi 7 dni.

## § 5. Prawa autorskie

1. Wykonawca oświadcza i zapewnia, że zarówno Koncepcja jak i cała kampania, tj. wszystkie użyte w niej materiały wykonane przez niego w wyniku realizacji niniejszej Umowy, wolne będą od wad prawnych.
2. Wykonawca oświadcza i zapewnia, że w chwili przeniesienia na Zamawiającego majątkowych praw autorskich do Koncepcji (tj. w chwili podpisania Protokołu Odbioru Koncepcji) oraz do całej kampanii i wszystkich zawartych w niej materiałów (tj. w chwili podpisania Protokołu Odbioru Końcowego) wszystkie autorskie prawa majątkowe do ww. elementów przedmiotu Umowy (zwanym dalej także łącznie: **Dziełem**) będą przysługiwały Wykonawcy w całości i w pełnym zakresie, a korzystanie z Dzieła przez Zamawiającego, w tym wykonywanie, korzystanie i rozporządzanie Dziełem na potrzeby realizacji Umowy nie będzie w żaden sposób naruszać jakichkolwiek praw osób trzecich.
3. Strony zgodnie oświadczają, iż odpowiedzialność wobec osób trzecich z tytułu realizacji niniejszej umowy, spoczywa na Wykonawcy. Wykonawca oświadcza, że jego autorskie prawa majątkowe i prawa pokrewne do Dzieła nie są ograniczone prawami osób trzecich, z tym, że Wykonawca nie odpowiada za legalność, prawa autorskie i ewentualne szkody, które mogą wynikać z materiałów dostarczonych przez Zamawiającego.
4. Wykonawca, w ramach wynagrodzenia określonego w niniejszej Umowie, z chwilą podpisania przez Zamawiającego Protokołu Odbioru Koncepcji oraz Protokołu Odbioru Końcowego, przenosi na Zamawiającego autorskie prawa majątkowe do – odpowiednio – Koncepcji oraz kampanii i wszystkich wchodzących w jej skład materiałów reklamowych (tj. haseł, sloganów i innych słownych treści reklamowych oraz sposobów ich wyrażenia (w tym kolorów i rodzajów czcionki), zdjęć, filmów, animacji, grafik, szablonów, udźwiękowienia i innych), bez ograniczeń czasowych lub terytorialnych. Przeniesienie praw, o których mowa powyżej obejmuje wszelkie znane w chwili zawierania niniejszej Umowy pola eksploatacji, w tym:
  - (a) w zakresie utrwalania oraz zwielokrotniania Dzieła – utrwalanie lub zwielokrotnianie każdą możliwą techniką, w tym techniką drukarską, reprograficzną, zapisu magnetycznego, techniką cyfrową, wykonywania odbitek, banerów, plakatów, billboardów, utrwalenie na dyskietkach, dyskach optycznych, serwerach lub innych nośnikach danych cyfrowych, wprowadzenie do pamięci komputera, sieci Internet, itd.;
  - (b) w zakresie obrotu oryginałem albo egzemplarzami, na których Dzieło utrwalono – wprowadzanie do obrotu, użyczenie lub najem;
  - (c) w zakresie rozpowszechniania Dzieła w sposób inny niż określony powyżej – publiczne udostępnianie, w szczególności na ogólnodostępnych targach i wystawach, przy prezentacji, promocji, reklamie, utrwalanie i rozpowszechnianie na nośnikach elektronicznych (w tym CD), publikacje w takich formach wydawniczych jak: książki, albumy, broszury, a także wystawienie, wyświetlenie, odtworzenie, nadawanie i reemitowanie w każdej możliwej formie

urzeczywistnienia oraz publiczne udostępnianie Dzieła w taki sposób, aby każdy mógł mieć do nich dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym, w tym rozpowszechnianie w Internecie, w wewnętrznych sieciach (systemach), na telefonach komórkowych (smartfonach), na tabletach (i innych przenośnych urządzeniach multimedialnych), we wszystkich innych formach i formatach analogowych (np. w prasie, na bilbordach na plakatach), lub elektronicznych, w tym w radiu i w telewizji;

- (d) sporządzanie na podstawie Dzieła wszelkiego rodzaju wizualizacji,
- (e) korzystania i rozporządzenia z Dzieła w pełnym zakresie, w tym dla celów prowadzonej przez Zamawiającego działalności gospodarczej (także po zakończeniu kampanii) oraz udzielania licencji na korzystanie z Dzieła podmiotom trzecim,
- (f) korzystanie z Dzieła w całości, jak również z jego poszczególnych elementów, w tym elementów graficznych i dźwiękowych (w tym obrazów i muzyki),

przy czym o ile w niniejszym paragrafie jest mowa o Dziele rozumie się przez to także jego poszczególne elementy składowe i ich części.

5. W ramach wynagrodzenia Wykonawca przenosi na Zamawiającego własność egzemplarzy, na których utrwalono Dzieło.
6. Zamawiający dopuszcza wykorzystanie w Dziele elementów licencjonowanych (takich jak muzyka). W takim jednak wypadku Wykonawca zobowiązuje się precyzyjnie określić które elementy Dzieła wykorzystane zostały na zasadzie licencji, ponieść w tym zakresie na swój koszt wszystkie wymagane opłaty licencyjne oraz zapewnić, że pozyskana przez niego licencja będzie uprawniała Zamawiającego do niezakłóconego korzystania z Dzieła dla celów komercyjnych, opisanych w niniejszej Umowie.
7. Wykonawca przenosi na Zamawiającego - z chwilą opisaną w ust. 4 i w ramach wynagrodzenia umownego - prawa pokrewne w postaci prawa do artystycznych wykonania utworów wykorzystanych przy produkcji Dzieła, w tym prawa do rozporządzania i korzystania z wykonania tych utworów na wszystkich znanych w chwili zawarcia umowy polach eksploatacji. W szczególności prawa te dotyczą: w zakresie utrwalania i zwielokrotniania – wytwarzanie określoną techniką egzemplarzy artystycznego wykonania, w tym zapisu magnetycznego oraz techniką cyfrową; w zakresie obrotu egzemplarzami, na których artystyczne wykonanie utrwalono – wprowadzania do obrotu, użyczania lub najmu egzemplarzy; w zakresie rozpowszechniania artystycznego wykonania w inny sposób niż określony powyżej – nadawania reemitowania oraz odtwarzania, chyba że są one dokonywane za pomocą wprowadzonego do obrotu egzemplarza, a także publicznego udostępniania utrwalenia artystycznego wykonania w taki sposób, jak opisano w ust. 4, w tym w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym.
8. Wykonawca oświadcza i zapewnia, że prawa twórców (jako artystów wykonawców) do wynagrodzenia za korzystanie z artystycznego wykonania lub za rozporządzanie prawami do takiego wykonania oraz prawo do wynagrodzenia w przypadku nadawania, reemitowania lub odtwarzania artystycznego wykonania za pomocą wprowadzonego do obrotu egzemplarza zostało w całości uregulowane w umowie między nim a twórcami; w efekcie Wykonawca zapewnia, iż twórcy nie będą zgłaszali z tego tytułu żadnych roszczeń finansowych do Zamawiającego.
9. Wykonawca oświadcza i zapewnia, że twórcy nie określili żadnych specjalnych zasad oznaczania egzemplarzy, na których artystyczne wykonanie utrwalono, w szczególności nie zastrzegli anonimowości wykonania albo posługiwania się pseudonimem.
10. Wykonawca przenosi na Zamawiającego - z chwilą opisaną w ust. 4 i w ramach wynagrodzenia umownego - prawa pokrewne w postaci prawa do fonogramu i wideogramu opracowanego na potrzeby kampanii, jako pierwszego utrwalenia sekwencji ruchomych obrazów wraz z dźwiękiem,

w szczególności prawo do rozporządzania i korzystania z wideogramu w zakresie: zwielokrotniania określoną techniką, wprowadzenia do obrotu, najmu oraz użyczenia egzemplarzy, publicznego udostępniania wideogramu w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i w czasie przez siebie wybranym. W zakresie opisanym w niniejszym ustępie Wykonawca zezwala Zamawiającemu na dokonywanie wszelkich zmian, przeróbek, przemontowań i innego rodzaju opracowań Dzieła oraz na swobodne korzystanie i rozporządzanie takimi opracowaniami.

11. W odniesieniu do wszystkich pól eksploatacji wymienionych w niniejszym paragrafie:
  - (a) Wykonawca udziela Zamawiającemu nieodwołalnego zezwolenia na korzystanie i rozporządzanie wszelkimi utworami zależnymi, które mogą zostać sporządzone przez Zamawiającego we własnym zakresie (lub przez zaangażowanych przez niego innych wykonawców), w tym wszelkiego rodzaju opracowaniami, przeróbkami, modyfikacjami, uzupełnieniami itp.; oraz
  - (b) przenosi na Zamawiającego prawo do udzielania dalszych zezwoleń na korzystanie i rozpowszechnianie wyżej wymienionych utworów zależnych. Wynagrodzenie określone niniejszą Umową obejmuje także wynagrodzenie za niniejsze zezwolenie i za przeniesienie prawa do udzielania zezwolenia na korzystanie i rozporządzanie przedmiotowymi utworami zależnymi w odniesieniu do wszystkich pól eksploatacji wymienionych powyżej.
12. Wykonawca zobowiązuje się (także w imieniu twórców) bez upoważnienia ze strony Zamawiającego nie wykonywać osobistych praw autorskich do Dzieła i udziela Zamawiającemu w ramach wynagrodzenia określonego niniejszą Umową (także w imieniu twórców) nieodwołalnego zezwolenia na wykonywanie przez Zamawiającego w ich imieniu osobistych praw autorskich do Dzieła.
13. Celem uniknięcia wątpliwości Strony potwierdzają, że z zastrzeżeniem postanowień ust. 6, ich intencją jest przeniesienie na Zamawiającego pełni praw autorskich do Dzieła (i wszystkich jego elementów) bez jakichkolwiek wyjątków, ograniczeń lub zastrzeżeń, a w efekcie postanowienia niniejszego paragrafu winny być interpretowane zgodnie z tym zamiarem.
14. Niezależnie od innych postanowień niniejszej Umowy, w przypadku podniesienia przez osoby trzecie w stosunku do Zamawiającego jakichkolwiek roszczeń wynikających z naruszenia majątkowych lub osobistych praw autorskich do Dzieła bądź też innych praw na dobrach niematerialnych, Wykonawca zwolni Zamawiającego z jakiegokolwiek odpowiedzialności wynikającej z takich roszczeń oraz pokryje wszelkie koszty poniesione przez Zamawiającego w związku z podniesieniem roszczeń.
15. Wykonawca gwarantuje i zapewnia, że w ramach wynagrodzenia umownego pozyska stosowne zgody uprawnionych na wykorzystanie z ich wizerunku na potrzeby realizacji niniejszej Umowy, w tym kampanii.

## **§ 6. Postanowienia końcowe**

1. W przypadku, gdyby Zamawiający zmuszony był odstąpić od Umowy na podstawie obowiązujących przepisów prawa, z przyczyn leżących po stronie Wykonawcy, Zamawiający ma prawo naliczyć Wykonawcy karę umowną w wysokości 50% (pięćdziesiąt procent) wartości netto Umowy, co nie zwalnia Wykonawcy z obowiązku zwrotu wszystkich otrzymanych uprzednio od Zamawiającego płatności (zaliczek).
2. W każdym przypadku Zamawiający ma prawo dochodzić odszkodowania uzupełniającego, do pełnej wysokości poniesionej szkody.
3. Wszelkie zmiany niniejszej Umowy wymagają zachowania formy pisemnej pod rygorem nieważności.

4. Ewentualne spory powstałe w związku z realizacją niniejszej Umowy rozstrzygać będzie sąd właściwy dla miejsca siedziby Zamawiającego.
5. Umowę sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze Stron.
6. W sprawach nieuregulowanych umową zastosowanie mają w szczególności przepisy Kodeksu cywilnego dotyczące umowy o dzieło oraz przepisy prawa autorskiego.
7. Załącznik do Umowy stanowi jej integralną część:
  - Załącznik nr 1 – Cele (założenia) kampanii (opracowane przez Zamawiającego),
  - Załącznik nr 2 – Założenia do strategii komunikacji i idei kreatywnej kampanii reklamowej marki i produktu przeznaczonego na rynek cywilny (stanowiące załącznik do Oferty Wykonawcy).

Podpisy Stron

Podpis i pieczęć Zamawiającego

Podpis i pieczęć Wykonawcy

ell 5-71 