

## Regulamin Kampanii „CzęstoRowerowa”

### § 1 Postanowienia ogólne

1. Niniejszy regulamin, zwany dalej „Regulaminem”, określa zasady udziału w Kampanii „CzęstochoRowerowa”.
2. Organizatorem Kampanii jest Stowarzyszenie Częstochowa 2020, z siedzibą przy ul. M. Skłodowskiej Curie 22A/1 42-200 Częstochowa we współpracy z Wydziałem informacji i Komunikacji Urzędu Miasta Częstochowy z siedzibą przy ul. Śląskiej 11/13 42-217 Częstochowa. Wszyscy Przedsiębiorcy/Wydziały/Biura/Szkoły, o których mowa poniżej, nazywani są w dalszej części Regulaminu Podmiotami.

### § 2 Cel Kampanii i jej charakter

1. Celem Kampanii jest promowanie roweru jako codziennego środka transportu wykorzystywanego w trakcie podróży z domu do pracy/placówki i z pracy/placówki do domu. Kampania skierowana jest w ramach działań na rzecz zrównoważonego transportu i mobilności, a także walki ze zmianami klimatu, do mieszkańców Częstochowy i pracowników częstochowskich przedsiębiorstw, instytucji itp., tj. do osób, które na co dzień mają znaczący wpływ na sytuację transportową w Częstochowie.
2. Adresatami Kampanii są wszyscy użytkownicy zgłoszonych do Kampanii Podmiotów. zatrudniających na terenie Częstochowy min. 10 pracowników. Bez znaczenia dla możliwości udziału w Kampanii ma forma zatrudnienia/współpracy z danym Podmiotem, tzn. dopuszcza się np. umowy cywilnoprawne czy współpracę na zasadzie długoterminowego stażu. Istotne jest, aby świadczenie pracy/stażu/usług miało miejsce w siedzibie Podmiotu.
3. W przypadku Urzędu Miasta Częstochowy (UCz) zgłoszenia przyjmowane są odrębnie z każdego Wydziału/Biura (tzw. Komórki).
4. Kampania opiera się na wzajemnym zaufaniu Organizatora i uczestników.

### § 3 Czas trwania Kampanii

1. Kampania rozpoczyna się 1 lutego 2024 r. i trwa do 31 maja 2024 r. Organizator może skrócić lub wydłużyć czas trwania Kampanii.
2. Uczestnicy w ramach danego Podmiotu mogą dołączyć do Kampanii w trakcie jej trwania w momencie wskazanym przez Koordynatora wewnętrznego, o którym mowa w § 6.
3. O wcześniejszym zakończeniu Kampanii lub jej wydłużeniu Organizator poinformuje niezwłocznie wszystkich Koordynatorów wewnętrznych.

#### § 4 Warunki udziału w Kampanii

1. Zgłoszenie Podmiotu do Kampanii i udział w niej jest jednoznaczny z akceptacją niniejszego Regulaminu.
2. Udział w Kampanii i udostępnienie jakichkolwiek danych na temat zgłoszonego Podmiotu, a zwłaszcza podanie nazw podmiotu i jego adres na potrzeby realizacji Kampanii jest całkowicie dobrowolne.
3. Udział danego Podmiotu w Kampanii oznacza automatyczną zgodę na zamieszczenie nazwy Podmiotu w artykułach promujących Kampanię, w tym na stronie internetowej organizatora.
4. Organizator może ograniczyć liczbę Podmiotów dopuszczonych do udziału w Kampanii.
5. Organizator może wyrazić zgodę na przystąpienie do Kampanii kolejnych Podmiotów w trakcie jej trwania we wskazanym momencie.
6. Organizator może uwarunkować udział w Kampanii danego Podmiotu lub termin jego przystąpienia do Kampanii od udziału w spotkaniu informacyjnym (organizowanym stacjonarnie lub on-line) Koordynatora wewnętrznego lub innego przedstawiciela Podmiotu.

#### § 5 Obowiązki zgłoszonych do Kampanii Podmiotów

1. Podmioty zobowiązują się do współpracy z Organizatorem, który pozwoli na sprawne przeprowadzenie Kampanii z pożytkiem dla jej Uczestników ze szczególnym uwzględnieniem promocji Kampanii wśród pracowników danego Podmiotu oraz poza nim.
2. Podmioty zobowiązują się do wyznaczenia Koordynatorów wewnętrznych Kampanii i ich zastępców.
3. W przypadku UMC Koordynatorzy wewnętrzni wybierani są w każdej zgłoszonej Komórcie.
4. Podmioty przyjmują do wiadomości, że udział w Kampanii wiąże się z wymogami dotyczącymi m.in. comiesięcznego raportowania przejazdów.
5. Podmiot niezwłocznie poinformuje Organizatora w przypadku wycofania się z Kampanii, zmiany Koordynatora wewnętrznego itp.

#### § 6 Obowiązki Koordynatorów wewnętrznych

1. Koordynatorzy wewnętrzni zobowiązują się do stałej współpracy z Organizatorem na potrzeby przeprowadzenia Kampanii, w tym w szczególności do:
  - wyznaczenia w danym Podmiocie sposobu rejestrowania przejazdów przez Uczestników Kampanii,
  - pomocy w przeprowadzeniu ankiet, o których mowa w § 8, wśród Uczestników Kampanii,
  - raportowania zbiorczych wyników za wskazany okres w ciągu 8 dni roboczych od jego zakończenia z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego przekazanego przez Organizatora,
  - wewnętrznej weryfikacji rzetelności procesu rejestracji przejazdów, jeśli nastąpi taka potrzeba,
  - odbioru w wyznaczonym przez Organizatora terminie upominków i ich dystrybucji wśród nagrodzonych Uczestników Kampanii (Koordynator i Organizator mogą ustalić za obopólną zgodą inny tryb odbioru i dystrybucji upominków),

- wyznaczenia Zastępcy, który przejmie koordynację nad Kampanią, w tym wszystkie obowiązki związane z jej prowadzeniem, na czas swojej nieobecności z powodu np. urlopu.
- 2. Koordynatorzy wewnętrzni są zobowiązani do podania danych osobowych, to jest swojego imienia i nazwiska, służbowego telefonu (ów) i służbowego adresu e-mailowego na potrzeby kontaktu z Organizatorem akcji w celu realizacji Kampanii.

### **§ 7 Obowiązki Uczestnika Kampanii**

Uczestnik Kampanii zobowiązuje się do:

- wybrania pseudonimu na potrzeby rejestracji przejazdów, który będzie jednoznacznie identyfikował go w ramach danego Podmiotu,
- współpracy z Organizatorem i Koordynatorami wewnętrznymi w celu sprawnego przeprowadzenia Kampanii,
- rzetelnego i uczciwego rejestrowania przejazdów w sposób wybrany w ramach swojego Podmiotu pod wybranym pseudonimem,
- do wypełnienia ankiet, o których mowa w § 8.

### **§ 8 Ankiety**

1. Uczestnicy Kampanii zobowiązują się do wypełnienia ankiet przygotowanych przez Organizatora. Organizator planuje przeprowadzenie ankiet maks. 2 razy w trakcie trwania Kampanii lub po jej zakończeniu. Ankiety będą przede wszystkim związane z Kampanią i podróżowaniem do pracy i co do zasady będą miały formę elektroniczną.
2. W przypadku problemów z wypełnieniem ankiety w formie elektronicznej w miejscu pracy (np. z uwagi na ograniczenia związane z zabezpieczeniami systemów informatycznych) Podmiot i Koordynator wewnętrzny zobowiązują się do pozyskania odpowiedzi od Uczestników Kampanii w inny sposób (np. z wykorzystaniem ankiety w formie papierowej przygotowanej przez Organizatora).
3. Organizator może wykluczyć Podmiot w przypadku zbyt niskiego zwrotu z ankiet z udziału w dalszej części Kampanii.

### **§ 9 Prawa i obowiązki Organizatora**

1. Organizator zobowiązuje się do:
  - zapewnienia nagród dla najaktywniejszych podmiotów,
  - zapewnienia upominków dla najaktywniejszych Uczestników biorących udział w Kampanii przez cały okres jej trwania,
  - przekazania upominków Koordynatorom wewnętrznym lub innym przedstawicielom danego Podmiotu w celu ich dalszej dystrybucji wśród nagrodzonych pracowników.
2. Organizator zastrzega sobie prawo do wykluczenia w dowolnym momencie z dalszego udziału w Kampanii Podmiotów, w przypadku których istnieją stosowne z punktu widzenia Organizatora przesłanki świadczące o braku zasadności kontynuacji Kampanii w ramach danego Podmiotu. Udział w Kampanii zbyt małej liczby Uczestników reprezentujących dany Podmiot. O swojej decyzji Organizator powiadomi niezwłocznie Koordynatorów wewnętrznych.
3. Organizator zastrzega sobie prawo do wykluczenia z udziału w Kampanii Uczestników, których

działania są sprzeczne z prawem, dobrymi obyczajami lub niniejszym Regulaminem.

4. W celu wyjaśnienia wątpliwości związanych z aktywnością Uczestnika w Kampanii Organizator może kontaktować się z Koordynatorami wewnętrznymi lub bezpośrednio z Uczestnikiem (tylko w przypadku, gdy jest to zgodne z polityką danego Podmiotu) za pomocą otrzymanych od Koordynatorów wewnętrznych za zgodą Uczestnika środków komunikacji (e-mail, telefon) oraz może wymagać od Uczestnika podania informacji dotyczących jego udziału w Kampanii w celu wyjaśnienia ewentualnych wątpliwości.

### § 10 Zasady rejestracji przejazdów

1. Rejestracji w Kampanii podlegać będą tylko przejazdy rowerowe dokonywane w trakcie podróży do i z pracy, to jest:
  - na trasie między miejscem zamieszkania a siedzibą Podmiotu oraz trasie powrotnej lub
  - na trasie między miejscem wskazanym przez uczestnika jako start podróży rowerowej a siedzibą Podmiotu oraz trasie powrotnej.
2. Uczestnik Kampanii zobowiązany jest do wskazania dystansu na trasie między miejscem zamieszkania a siedzibą Podmiotu lub dystansu na trasie między miejscem startu podróży rowerowej a siedzibą Podmiotu. Dystans ten zostanie obliczony przez Uczestnika za pomocą powszechnie dostępnych narzędzi internetowych/aplikacji. Zapis dotyczy również Uczestników, którzy będą rejestrować przejazdy rowerowe za pomocą aplikacji/narzędzi zapisujących automatycznie trasę przejazdu.
3. W Kampanii mogą brać udział Uczestnicy, których dystans między miejscem zamieszkania/startu Podróży a siedzibą Podmiotu (zwanym dystansem w jedną stronę), obliczony na zasadach, o których mowa w pkt. 2, wynosi min. 1 km.
4. Trasa, o której mowa w pkt. 2, jest co do zasady trasą regularnie wybieraną przez Uczestnika w trakcie dojazdu na rowerze do i z pracy.
5. Jednego dnia Uczestnik może odbyć jeden lub dwa przejazdy rowerowe, które podlegają rejestracji w Kampanii, to jest na trasie miejsce zamieszkania/start podróży rowerowej – siedziba Podmiotu i z powrotem.
6. Klasyfikacja rowerowa będzie dotyczyła przede wszystkim frekwencji rowerowej, to jest liczby zarejestrowanych przejazdów rowerowych w danym okresie w stosunku do wszystkich możliwych podróży rowerowych w danym okresie.
7. Dla usprawnienia systemu raportowania do możliwych przejazdów rowerowych wlicza się także okres nieobecności danego pracownika, w tym okres urlopu wypoczynkowego czy zwolnienia lekarskiego (tzn. okres nieobecności traktowany jest tak, jakby pracownik był w pracy). Szczegółowe informacje nt. raportowania przejazdów zawarte są w załączniku do Regulaminu.
8. Uczestnik Kampanii jest zobowiązany do rejestrowania przejazdów za dany okres na zasadach określonych przez Koordynatora wewnętrznego.
9. Przejazdy mogą być rejestrowane w dni robocze funkcjonujące w danym Podmiocie. Jeśli w danym Podmiocie pracownicy świadczą pracę w dni niestandardowe (w soboty, niedziele i/lub święta), przejazdy w te dni także należy rejestrować. Zadaniem Koordynatora wewnętrznego jest każdorazowe poinformowanie Organizatora w ramach składanego raportu o pracy w niestandardowe dni.
10. Rejestracji mogą podlegać przejazdy wykonane rowerem jako wyłącznym środkiem transportu bądź przejazdy łączone (rower- pociąg, rower – tramwaj/autobus/bus, rower- samochód itp.).

W przypadku przejazdów łączonych klasyfikacji podlega jedynie odcinek przejechany na rowerze, a minimalny odcinek, jaki Uczestnik musi pokonać na rowerze w przypadku przejazdów łączonych, aby móc zarejestrować pojedynczy przejazd, wynosi 1 km.

11. W sytuacji, gdy pracownik rozpoczyna/kończy danego dnia pracę w innym niż zazwyczaj miejscu (np. przy okazji spotkania służbowego czy szkolenia) i dojeżdża na nie/wraca z niego na rowerze, rejestruje podróż wykazując dystans między miejscem zamieszkania/startu podróży rowerowej a siedzibą Podmiotu.
12. W sytuacji, gdy pracownik-jadąc do pracy lub z niej wracając- wykonuje po drodze czynności dodatkowe typu zakupy, wizyta u lekarza, trening na siłowni itp. i pokonuje w ten sposób dystans inny niż ten, w którym mowa w pkt. 2, rejestruje podróż wykazując dystans między miejscem zamieszkania/startu podróży rowerowej a siedzibą Podmiotu.
13. Integralną częścią Regulaminu jest załącznik, który stanowi instrukcję raportowania przejazdów rowerowych z uwzględnieniem różnych przypadków (pełny i niepełny wymiar czasu pracy, praca zdalna, zwolnienia lekarskie, urlopy itp.) z wyszczególnieniem przypadków i stosownymi przykładami.

### § 11 System nagradzania i upominki

1. Upominki zostaną przyznane Uczestnikom Kampanii, którzy we wskazanym przez Organizatora okresie wykażą się wysoką frekwencją rowerową. Frekwencja rowerowa jest zaokrąglana do pierwszego miejsca po przecinku.
2. Organizator dołoży starań, żeby upominki rozdawane były według następujących przedziałów frekwencji rowerowej: 1) 100%- 85%, 2) 84,9%- 70%, 3) 69,9%- 55%, 4) 54,9%- 40%, 5) 39,9%- 25% lub zbliżonych. O zasięgu przedziałów w danym miesiącu oraz ich liczbie decyduje Organizator.
3. Organizator będzie przyznawał zróżnicowane upominki w zależności od wysokości frekwencji rowerowej Uczestników zgodnie z zapisami pkt. 2. Organizator przewidział 4 nagrody główne w postaci wiaty rowerowej dla podmiotów o najwyższej frekwencji. Organizator dołoży starań, żeby nagrodzić drobnymi upominkami jak największą grupę Uczestników.
4. Organizator może według swojego uznania przyznać dowolne upominki także pozostałym Uczestnikom oraz nagrodzić Uczestników dodatkowo stosując wybrane przez siebie kryteria (np. nagrodzić osoby, które osiągnęły wskazaną minimalną frekwencję rowerową oraz wykazują minimalny wskazany dystans do pokonania między miejscem zamieszkania/startem podróży a siedzibą Podmiotu).
5. Organizator może przeznaczyć dodatkową pulę nagród np. do rozlosowania wśród wszystkich lub wybranych uczestników Kampanii z danej grupy Podmiotów (np. wśród uczestników z 15 Podmiotów, w których zanotowano najwyższą średnią frekwencję rowerową).
6. Do przykładowych upominków należą m.in.: bilety do kina, zestawy upominków (np. akcesoriów rowerowych typu zapieczętowanie rowerowe), karty podarunkowe do sieci: drogerii, sklepów spożywczych, kawiarni, księgarni, kupony do sklepów rowerowych lub sportowych, kupony do restauracji. Organizator będzie przydzielał upominki ze względu na ich poziom atrakcyjności do przedziałów frekwencji rowerowej według własnego uznania.
7. Organizator ma prawo wymienić przykładowe upominki na inne bez uzgodnienia z Uczestnikami Kampanii. Wybór upominków leży w gestii Organizatora. Organizator ma zupełną dowolność w podejmowaniu decyzji o jakości i rodzaju przyznawanych upominków czy frekwencji rowerowej podlegającej nagrodzie. Organizator może wyrazić zgodę na przyznanie upominków na zasadzie wyboru ze strony Uczestników.
8. Organizator dołoży starań, aby upominki przekazywane były przedstawicielom Podmiotów bez zbędnej zwłoki. Organizator ma prawo w wyjątkowych sytuacjach przekazywać upominki w trybie rzadszym niż miesięczny.

9. Upominek uważa się za dostarczony obdarowanemu Uczestnikowi Kampanii w momencie jego przekazania przez Organizatora właściwemu Koordynatorowi wewnętrznemu lub osobie przez niego wskazanej (także w sposób niebezpośredni, o którym mowa w § 12 pkt.1).
10. Uczestnik nie ma możliwości zamiany upominku na inny (chyba, że Organizator postanowi inaczej), ani na ekwiwalent pieniężny. Decyzja Organizatora o obdarowaniu Uczestników Kampanii jest ostateczna i nie przysługuje od niej odwołanie.
11. W przypadku nieotrzymania raportu za wskazany okres w terminie 8 dni roboczych od jego zakończenia od danego Podmiotu Organizator zastrzega sobie prawo do nieuwzględnienia wyników danego Podmiotu i nieprzyznania Upominków za dany okres Uczestnikom.
12. W przypadku nieodebrania upominków przez przedstawiciela danego Podmiotu za wskazany okres w terminie 10 dni roboczych od otrzymania od Organizatora informacji o takiej możliwości, Organizator zastrzega sobie prawo do niewydania upominków w terminie późniejszym. W takiej sytuacji upominki wrócą do ogólnej puli.
13. W przypadku powtarzających się opóźnień w odbiorze upominków ze strony Podmiotu Organizator może wykluczyć dany Podmiot z dalszego udziału w Kampanii.

## § 12 Postanowienia końcowe

1. Organizator nie ponosi odpowiedzialności za:
  - skutki prawne działań podjętych przez Podmiot na rzecz przeprowadzenia Kampanii wśród swoich pracowników, w tym za ewentualne konsekwencje prawne wynikające z korzystania z aplikacji lub innych narzędzi elektronicznych na potrzeby rejestracji przejazdów,
  - następstwa działań lub zdarzeń będących konsekwencjami uczestnictwa w Kampanii (np. odpowiedzialność odszkodowawcza, konsekwencje zdrowotne, prawne, finansowe, szkody na mieniu i ciele, zniszczenia, kradzieże itp.),
  - zaginięcie/zniszczenie upominków w przypadku przekazania upominków Koordynatorowi wewnętrznemu w sposób inny niż bezpośredni (niebezpośredni sposób przekazania upominków może być uzgodniony między Organizatorem a Koordynatorem wewnętrznym na prośbę Koordynatora wewnętrznego),
  - przebieg Kampanii w ramach danego Podmiotu (np. za jej promocję), w tym za pracę Koordynatorów wewnętrzných.
2. Organizator zaleca udział w Kampanii z uwzględnieniem możliwości zdrowotnych i fizycznych każdego z Uczestników.
3. Organizator dopuszcza zmianę niniejszego Regulaminu, jeśli zaistnieją do tego stosowne przesłanki. O takiej zmianie Organizator poinformuje Koordynatorów wewnętrznych w najkrótszym możliwym terminie.
4. Prawo do podjęcia decyzji w sprawach nieuregulowanych niniejszym Regulaminem oraz prawo do interpretacji zapisów Regulaminu posiada Organizator.

Załącznik do regulaminu „Kampanii

„CzęstoRowerowa”

Niniejszy załącznik zawiera instrukcję raportowania przejazdów rowerowych z uwzględnieniem różnych przypadków (pełny i niepełny wymiar czasu pracy, praca zdalna, zwolnienia lekarskie, urlopy, delegacje służbowe itp.) oraz stosownymi przykładami.

Przypadki i przykłady:

1. Osoby, od których wymaga się co do zasady stałej obecności w biurze/placówce w każdym dniu roboczym w miesiącu mają możliwość osiągnięcia 100% pod warunkiem, że przyjadą i wrócą z pracy na rowerze w każdym dniu roboczym miesiąca.

**Przykład 1.** U danego pracodawcy/w placówce we wskazanym okresie było 20 dni roboczych, tj. 40 możliwych przejazdów rowerowych (20x2). Uczestnik zarejestrował w tym okresie 30 przejazdów rowerowych. Jego frekwencja rowerowa wyniosła  $30:40*100\%$ , tj. 75%.

**Przykład 2.** U danego pracodawcy/ w placówce we wskazanym okresie było 20 dni roboczych, tj. 40 możliwych przejazdów rowerowych (20x2). Osoba odbywa staż u danego pracodawcy (w każdym dniu roboczym po 4 godziny dziennie). Stażysta zarejestrował w tym okresie 30 przejazdów rowerowych. Jego frekwencja rowerowa wyniosła  $30:40*100\%$ , tj. 75%.

2. Osoby, które współpracują z danym pracodawcą na innych zasadach niż opisane w punkcie 1. (np. są zatrudnione na część etatu i w związku z tym nie pracują w biurze w każdym dniu roboczym, współpracują z pracodawcą na kontrakcie typu B2B itp.) mają możliwość osiągnięcia 100% frekwencji rowerowej jeśli osiągną min. 30 przejazdów rowerowych w miesiącu, niezależnie od liczby możliwych przejazdów w danym miesiącu u danego pracodawcy.

**Przykład 3.** U danego pracodawcy/ w placówce we wskazanym okresie było 20 dni roboczych, tj. 40 możliwych przejazdów rowerowych (20x2). Pracownik jest zatrudniony w niepełnym wymiarze pracy i pojawił się zgodnie z zapisami swojej umowy w danym miesiącu w biurze w trakcie 15 dni, z czego w trakcie 10 dni przyjechał na rowerze i na rowerze wrócił z pracy. Jego frekwencja rowerowa wyniosła  $20:30*100\%$ , tj. 66,7% (a nie  $20:40*100\%$ , tj. 50%).

3. Osoby, które niezależnie od wymiaru czasu pracy MAJĄ OBOWIĄZEK pracy w określonym wymiarze w formie ZDALNEJ (tzn. część miesiąca pracują w biurze, część w formie zdalnej) mają możliwość osiągnięcia 100% frekwencji rowerowej, jeśli osiągną min. 30 przejazdów rowerowych w danym miesiącu, niezależnie od liczby możliwych przejazdów w danym miesiącu u danego pracodawcy.

**Przykład 4.** U danego pracodawcy/ w placówce we wskazanym okresie było 21 dni roboczych, tj. 42 możliwe przejazdy rowerowe (21x2). Pracownik jest zatrudniony w pełnym wymiarze pracy, ale MA OBOWIĄZEK PRACY ZDALNEJ w trakcie 8 dni w miesiącu. W pozostałe dni (13) pojawił się w biurze, z czego w ciągu 8 dni przyjechał do pracy i wrócił z niej na rowerze. Jego frekwencja rowerowa wyniosła  $16:30*100\%$ , tj. 53,3% (a nie  $16:42*100\%$ , tj. 38,1%).

**Przykład 5.** U danego pracodawcy/ w placów we wskazanym okresie było 21 dni roboczych, tj. 42 możliwe przejazdy rowerowe (21x2). Pracownik jest zatrudniony w pełnym wymiarze pracy i MA MOŻLIWOŚĆ PRACY ZDALNEJ (bez OBOWIĄZKU pracy zdalnej). Pracownik zdecydował się z własnej woli świadczyć pracę w formie zdalnej w ciągu 3 dni w miesiącu. W pozostałe dni (18) był w biurze, z czego na rowerze przyjechał i wrócił z pracy w ciągu 5 dni. Jego frekwencja rowerowa wyniosła 10:42\*100%, tj. 23,8 % (a nie 10:30\*100%, tj. 33,3%).

**Przykład 6.** U danego pracodawcy/w placówce we wskazanym okresie było 20 dni roboczych, tj. 40 możliwe przejazdy rowerowe (20x2). Pracownik jest zatrudniony w pełnym wymiarze pracy i MA OBOWIĄZEK PRACY ZDALNEJ 10 dni w miesiącu oraz dodatkowo MOŻLIWOŚĆ PRACY ZDALNEJ w pozostałe dni. Pracownik pracował 10 dni w formie zdalnej, a dodatkowo zdecydował się na pracę zdalną w ciągu 4 dni w danym miesiącu, czyli w sumie był na pracy zdalnej 14 dni. W pozostałe dni (6) był w biurze, z czego na rowerze przyjechał i wrócił z pracy każdego dnia. Jego frekwencja rowerowa wyniosła 12:30\*100%, tj. 40% (a nie 12:40\*100%, tj. 30 %).

UWAGA: do możliwych przejazdów rowerowych ZAWSZE, niezależnie do rodzaju przypadku wlicza się okres nieobecności danego pracownika z powodu urlopu wypoczynkowego, zwolnienia lekarskiego itp. (tzn. okres takiej nieobecności traktowany jest tak, jakby pracownik był w pracy):

**Przykład 7.** U danego pracodawcy we wskazanym okresie było 20 dni roboczych, tj. 40 możliwych przejazdów rowerowych (20x2). Pracownik zarejestrował w tym okresie 10 przejazdów rowerowych, a w ciągu 5 dni roboczych przebywał na urlopie. Jego frekwencja rowerowa wyniosła 10:40\*100%, tj. 25% (a nie 10:30\*100%, tj. 33%).

**Przykład 8.** U danego pracodawcy we wskazanym okresie było 19 dni roboczych, tj. 38 możliwych przejazdów rowerowych (19x2). Pracownik jest zatrudniony w niepełnym wymiarze pracy (15 dni w miesiącu) i pojawił się zgodnie z zapisami swojej umowy w danym miesiącu w biurze w trakcie 10 dni, a pozostałe 5 był na zwolnieniu lekarskim. W trakcie 10 dni, które był w biurze, przyjechał na rowerze i na rowerze wrócił z pracy każdego dnia. Jego frekwencja rowerowa wyniosła 20:30\*100%, tj. 66,70% (a nie 20:20\*100%, tj. 100%, ani nie 20:38\*100%, tj. 53%).

4. Osoby, które przebywają w danym miesiącu w delegacji służbowej mają możliwość osiągnięcia 100% frekwencji rowerowej, jeśli osiągną min. 30 przejazdów rowerowych w miesiącu. W trakcie pobytu w delegacji służbowej pracownik nie raportuje przejazdów do i z pracy.

**Przykład 9.** U danego pracodawcy we wskazanym okresie było 20 dni roboczych, tj. 40 możliwych przejazdów rowerowych (20x2). Pracownik jest zatrudniony w pełnym wymiarze pracy, a w danym miesiącu przebywał przez 5 dni roboczych w delegacji służbowej. W pozostałe dni (15) był w pracy w biurze i codziennie dojeżdżał i wracał z niego na rowerze. Jego frekwencja rowerowa wyniosła 30:30\*100%, tj. 100% (a nie 30:40\*100%, tj. 75%).