

**Všeobecné smluvní podmínky obchodní společnosti InsiderMedia, s.r.o.**  
**IČ: 28993217, se sídlem Lednická 1533, 198 00 Praha, zapsané v obchodním rejstříku u**  
**Městského soudu v Praze, oddíl C, vložka 158497, (dále jen „VSP“)**

### ***I. Úvodní ustanovení a předmět úpravy***

- 1.1 InsiderMedia, s. r. o. (dále jen „zprostředkovatel“) poskytuje reklamní a marketingové služby v rámci mediálního plánování a nákupu.
- 1.2 Odkazem na tyto VSP se určuje část obsahu reklamní smlouvy (dále jen „smlouva“), jejímž předmětem je povinnost zprostředkovatele provést pro objednatele reklamní kampaň na reklamních nosičích (dále jen „reklamní kampaň“), a povinnost objednatele zaplatit zhotoviteli cenu za provedení této reklamní kampaně a průběh kontraktačního procesu směřujícího k uzavření smlouvy.
- 1.3 Odchylná ujednání ve smlouvě mají přednost před zněním VSP.
- 1.4 Nevyplyvá-li ze souvislosti něco jiného, rozumí se smlouvou podle VSP smlouva o provedení reklamní kampaně, jejíž součástí jsou tyto obchodní podmínky (VSP).

### ***II. Výklad pojmů***

Pro účely VSP se rozumí:

**Reklamou** veřejné oznámení, bez ohledu na technické, materiálové či audiovizuální ztvárnění, kterým se propagují zejména třetí osoby, výrobky, služby třetích osob a ochranné a obchodní známky a další označení k nim se vztahující, obchodní firmy třetích osob, jakož i jména, či názvy, pod kterými podnikají, či provádějí svou činnost, oznámení třetích osob o událostech minulých, současných či budoucích, které se vztahují ke třetím osobám, či jejich výrobkům a službám, oznámení o konání akcí pořádaných třetími osobami, či jakákoliv jiná oznámení třetích osob poskytovaná za úplatu.

**Internetovou reklamou** je reklama, kterou zprostředkovatel objednateli poskytuje prostřednictvím dálkového přístupu na počítačové síti internet; typy internetové reklamy jsou: vyhledávací reklama, reklama na sociálních sítích, reklama na YouTube nebo programatická reklama.

**Reklamním nosičem** zejména vnější či vnitřní plochy movitých a nemovitých věcí, samostatné reklamní panely či audiovizuální technika umístěná či jinak technicky spojená s těmito věcmi, jiná zařízení vyrobená či zhotovená na základě nově vzniklých či objevených technologií, které se nachází ve vlastnictví majitele, nebo kterých je zprostředkovatel oprávněným uživatelem. Reklamním nosičem je rovněž místo, kde se banner nebo video zobrazí, ať už ve vyhledávači, sociální síti, webové stránce, mobilní aplikaci, televizním pořadu, ale i v dalších místech k tomu určených (v tzv. reklamním prostoru). Na reklamním nosiči může být umístěn 1 či více typů reklam či reklamních ploch.

**Majitelem** osoba, která je vlastníkem, nebo oprávněným uživatelem movitých a nemovitých věcí, jejichž vnitřní či vnější plochy jsou zprostředkovatelem užívány jako reklamní nosiče, či jako plochy k umístění reklamních nosičů.

**Objednatelem** se rozumí osoba, která u zprostředkovatele objednává realizaci a provozování reklamy na základě jednotlivých objednávek či reklamních smluv, a nebo případně za podmínek stanovených v celoroční smlouvě o spolupráci.

**Smluvními stranami** kumulativní označení pro zprostředkovatele i objednatele, pokud VSP nevyžadují označení pro každý subjekt reklamní smlouvy zvlášť.

**Reklamní smlouvou** jednotlivá, dílčí smlouva uzavíraná mezi zprostředkovatelem a objednatelem (dále oba souhrnně jako „smluvní strany“) za podmínek stanovených VSP, takovouto reklamní smlouvou, případně za podmínek stanovených v celoroční smlouvě o spolupráci. Předmětem plnění z reklamní smlouvy je závazek zprostředkovatele k realizaci a provozování reklamy prostřednictvím reklamních nosičů a tomu odpovídající závazek objednatele uhradit zprostředkovateli cenu za realizaci a provozování reklamy. Součástí reklamní smlouvy jako její přílohy je zejména rozpis fakturace.

**Realizací reklamy** zejména výroba reklamy, její instalace, údržba a odstranění z reklamního nosiče.

**Výrobou reklamy** vlastní výroba reklamy podle zadání, návrhů a požadavků objednatele.

**Podklady pro přípravu materiálů k výrobě reklamy** specifické zadání pro výrobu reklamy, typicky to jsou grafické prvky, loga, fonty a další.

**Instalací reklamy** fyzická aplikace nebo upevnění reklamy na či do příslušného reklamního nosiče.

**Odstraněním reklamy** následné odstranění reklamy a uvedení reklamního nosiče do původního stavu po skončení provozování reklamy.

**Provozováním reklamy** ponechání reklamy instalované v či na reklamním nosiči a péče o ni po dobu stanovenou v reklamní smlouvě.

**Objednávkou reklamy** poptávka objednatele, kterou se zahajuje kontraktační proces směřující k uzavření smlouvy dle čl. XI. VSP.

**Nabídkou reklamy** nezávazná nabídka zprostředkovatele, kterou zprostředkovatel vyobrazuje cenové podmínky pro reklamu relevantní pro potenciálního objednatele v daném časovém období a za daných stanovených podmínek. Nabídka reklamy není smluvní ofertou a zprostředkovatel nabízené reklamní plochy nedrží v rezervaci.

**Návrhem zprostředkovatele** nabídka, kterou zprostředkovatel reaguje na objednávku reklamy (poptávku) objednatele (=smluvní oferta).

**Akceptací návrhu zprostředkovatele objednatelem** potvrzení návrhu zprostředkovatele ze strany objednatele (=smluvní akceptace), jejímž doručením zprostředkovateli je uzavřena smlouva.

**Sestavení média plánu** poptávka objednatele učiněná na elektronickém formuláři zprostředkovatele, kterým objednatel poptá u zprostředkovatele konkrétní reklamní kampaň. Na základě objednávky média plánu zprostředkovatel navrhne objednateli konkrétní plán reklamní kampaně. Média plán vytvořený zprostředkovatelem slouží výhradně interním potřebám smluvních stran a podléhá mlčenlivosti. Za sestavení média plánu náleží zprostředkovateli odměna, není-li stanoveno jinak.

**Reklamní akcí (kampaní)** realizace a provozování reklamy.

**Zahájením reklamní akce (kampaně)** první den provozování reklamy, je-li toto provozování předmětem smlouvy. Není-li provozování předmětem smlouvy, rozumí se zahájením reklamní akce první den realizace reklamy.

**Plněním předmětu reklamní smlouvy** ze strany zprostředkovatele se v případě pochybností rozumí instalace reklamy na příslušný reklamní nosič.

### ***III. Náležitosti reklamních smluv, objednávek, nabídek***

- 3.1 Objednávky reklamy jsou uzavírány na formuláři zprostředkovatele, nedohodnou-li se smluvní strany v konkrétním případě jinak.
- 3.2 Objednávka reklamy objednatelem, návrh zprostředkovatele, akceptace návrhu zprostředkovatele (dále jen „objednávky, návrhy a akceptace“) a na ně navazující smlouva se uzavírá dle § 1746 odst. 2 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen OZ) jako smlouva nepojmenovaná.
- 3.3 Objednávky, návrhy a akceptace musí obsahovat zejména náležitou identifikaci smluvních stran (obchodní firmu, nebo jméno či název, pod kterým podnikají či vyvíjejí činnost, identifikační číslo, daňové identifikační číslo, sídlo, místo podnikání či bydliště, ev. bankovní spojení); předmět, rozsah a termín realizace a provozování reklamy, cenu za realizaci a provozování reklamy.
- 3.4 Objednávky, návrhy a akceptace a na ně navazující smlouvy jsou uzavírány ve dvou vyhotoveních, z nichž každá ze smluvních stran obdrží po jednom.

### ***IV. Rezervace reklamních nosičů***

- 4.1 Zprostředkovatel se zavazuje rezervovat a držet v rezervaci reklamní plochy uvedené v Návrhu zprostředkovatele v objednaných a zprostředkovatelem navržených termínech, nejdéle však do 30 dnů před zahájením reklamní akce. U typů reklamních ploch „rámečky vozy a stanice metra DP Praha, celoplošná reklama prostředky MHD

DP Praha,“ končí lhůta pro rezervaci 60 dnů před zahájením reklamní akce, nedohodnou-li se strany v konkrétním případě jinak.

- 4.2 Nedojde-li do posledního dne rezervace podle odstavce 4.1 tohoto článku k uzavření reklamní smlouvy z důvodů na straně objednatele, považuje se rezervace za zrušenou bez náhrady, nedohodne-li se zprostředkovatel s objednatelem jinak, v tomto případě nemá objednatel nárok na náhradu vynaložených nákladů či na náhradu škody ze strany zprostředkovatele. Zprostředkovatel má v případě situace nastalé dle tohoto odstavce právo na náhradu účelně vynaložených nákladů, nedohodnou-li se strany jinak.

## ***V. Požadavky na reklamu***

- 5.1 Reklama nesmí být v rozporu s platným právním řádem České republiky, zejména zák. číslo 40/1995 Sb. o regulaci reklamy, zák. číslo 89/2012 Sb., občanský zákoník, zák. číslo 121/2000 Sb., autorský zákon, vyhl. hl. m. Prahy č. 11/2005, kterou se stanoví zákaz nabízení erotických vystoupení nebo erotických služeb, nař. hl. m. Prahy č. 26/2005, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu, a dále pak etickými, morálními a profesními normami respektovanými zprostředkovatelem, zejména Etickým kodexem reklamy vydaným Radou pro reklamu.

## ***VI. Práva a povinnosti smluvních stran***

- 6.1 Zprostředkovatel se zavazuje zajistit realizaci a provozování reklamy.
- 6.2 Zprostředkovatel je povinen zabezpečit na své vlastní náklady po dobu platnosti reklamní smlouvy opravu reklamních nosičů, a to v případě jejich poškození, zničení nebo odcizení, s výjimkou případů zásahu tzv. vyšší moci a s výjimkou vad dodané reklamy, materiálů či podkladů.
- 6.3 V případě, kdy zprostředkovatel zajišťuje pro objednatele internetovou reklamu, zprostředkovatel garantuje objednateli provedení právě jedné z variant níže uvedené reklamní kampaň:
- a) počet impresí (neboli zobrazení reklamy na internetu),
  - b) počet prokliků (neboli kliknutí na reklamu na internetu uživatelem internetu),
  - c) CPM (cost per mile), tzn. mezi zprostředkovatelem a objednatelem je sjednána cena za 1000 impresí, přičemž v případě této varianty musí být nastaven cenový strop, protože dopředu není jisté, kolikrát se reklama zobrazí. Cenový strop je limitem Zprostředkovatele pro stanovení konečné ceny za takovou reklamní kampaň. Cena za takovou reklamní kampaň se vypočítá z reálného počtu impresí a garantované ceny CPM, není-li stanoveno jinak; nebo
  - d) garantovaná maximální cena za proklik, přičemž zprostředkovatel negarantuje počet prokliků. Cenový strop je limitem Zprostředkovatele pro stanovení konečné ceny za takovou reklamní kampaň. Cena za takovou reklamní kampaň se vypočítá z počtu prokliků a maximální ceny za proklik, není-li stanoveno jinak.
- 6.4 Objednatel je povinen poskytnout zprostředkovateli veškerou součinnost potřebnou ke splnění povinností zprostředkovatele vyplývajících ze smlouvy. V případě, že objednatel potřebnou součinnost neposkytne, neodpovídá zprostředkovatel za splnění

těch svých povinností vyplývajících z reklamní smlouvy, které bez poskytnutí součinnosti objednatele nemohly být uskutečněny.

- 6.5 Objednatel je povinen uhradit zprostředkovateli cenu za realizaci a provozování reklamy řádně a včas.
- 6.6 Zprostředkovatel a objednatel jsou povinni zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, jež se jim stanou známými v souvislosti s plněním reklamní smlouvy nebo s média plánem. Všechna ustanovení reklamní smlouvy, případně smlouvy o spolupráci či obsah média plánu, jsou předmětem obchodního tajemství a musí zůstat utajena před třetími osobami. V případě porušení tohoto ustanovení je poškozená smluvní strana oprávněna vymáhat náhradu škody, která porušením mlčenlivosti vznikla anebo ztrátu z neuzavřené smlouvy. Ztrátou z neuzavřené smlouvy (dle § 1729 odst. 2 občanského zákoníku) se rozumí částka, která byla zprostředkovatelem v rámci média plánu nebo jiného předmluvního kontraktačního dokumentu vyčíslena zprostředkovatelem objednateli za reklamní a marketingové služby.

## ***VII. Dodaný reklamní materiál, vyrobená reklama, podmínky instalace***

- 7.1 Objednatel dodává zprostředkovateli reklamu, případně podklady a materiál k výrobě reklamy. Zajišťuje-li zprostředkovatel pro objednatele výrobu reklamy, garantuje její výrobu ve standardní technické kvalitě, tj. při dodržení provozních a technických podmínek příslušného typu reklamy a reklamního nosiče stanovených zákonem či etickými normami, které pro sebe zprostředkovatel prohlásil za závazné.
- 7.2 V případě, že objednatel dodává vlastní materiál k výrobě reklamy nebo již vyrobenou reklamu, bere na vědomí, že kvalita materiálu či vyrobených reklam musí být v souladu s provozními a technickými podmínkami příslušného typu reklamy a reklamního nosiče. Tyto provozní a technické podmínky zprostředkovatel zašle mailem na žádost objednatele nebo budou k dispozici na webových stránkách zprostředkovatele.
- 7.3 Objednatel se zavazuje dodat vyrobenou reklamu v termínu dohodnutém ve smlouvě, nejpozději však 5 pracovních dnů před zahájením reklamní akce. Dodává-li objednatel pouze materiál k výrobě reklamy, zavazuje se jej dodat nejpozději 10 pracovních dnů před zahájením reklamní akce. Dodává-li objednatel pouze podklady pro přípravu materiálu k výrobě reklamy, kterou zajišťuje zprostředkovatel, je povinen tyto podklady dodat do 15 pracovních dnů před zahájením reklamní akce.
- 7.4 Objednatel je povinen předat zprostředkovateli reklamu v množství, které přesahuje množství reklamních nosičů uvedených v objednávce o 15%. V případě včasného nepředání požadovaného množství reklamy dle předchozí věty, zprostředkovatel není povinen postupovat dle odstavce 6.2 VSP z důvodů absence náhradních materiálů.
- 7.5 Zprostředkovatel si vyhrazuje právo odmítnout reklamu realizovat či provozovat v případě, že po provedení kontroly dodané reklamy, materiálu nebo podkladů shledá reklamu, materiál nebo podklady nebo jejich obsah v rozporu s požadavky dle čl. V.

VSP, provozními a technickými podmínkami nebo uzavřenou smlouvou v případě, že by reklama mohla vyvolat veřejné pohoršení či poškodit zájmy zprostředkovatele, nebo pojme-li zprostředkovatel o některé z těchto skutečností důvodné podezření. O takovémto odmítnutí je zprostředkovatel povinen písemně informovat objednatele bez zbytečného odkladu poté, co zjistí některou ze skutečností uvedených v tomto odstavci. Objednatel je v takovém případě povinen dodat při zachování termínu dle odstavce 7.3 tohoto článku či dle smlouvy jinou reklamu, či materiál a podklady odpovídající výše uvedeným podmínkám, a to na své náklady. V případě, že objednatel tuto povinnost nesplní či tento termín nedodrží, je zprostředkovatel oprávněn odstoupit od reklamní smlouvy s okamžitou účinností od doručení odstoupení druhé smluvní straně a uplatnit vůči objednateli stornovací a sankční podmínky (čl. X. VSP), nedohodne-li se s objednatелеm jinak. Zprostředkovatel neodpovídá za škodu, která vznikne v důsledku odmítnutí realizace či provozování reklamy z důvodů uvedených v tomto odstavci či v důsledku odstoupení od reklamní smlouvy dle tohoto odstavce.

- 7.6 Zprostředkovatel si vyhrazuje právo odstoupit s okamžitou účinností od smlouvy v případě zásahu vyšší moci, provozní tísňové situace nebo z důvodu jiné mimořádné situace. Pro účely této smlouvy se zásahem vyšší moci, provozní tísňovou situací nebo jinou mimořádnou situací rozumí jakákoliv událost, za kterou žádá ze smluvních stran neodpovídá, a která podstatným způsobem omezuje nebo ohrožuje splnění předmětu smlouvy, a které nebylo možno ani při vynaložení veškerého úsilí zabránit. Za takovou událost jsou považovány zejména živelní pohromy a přírodní katastrofy, občanské nepokoje, omezení podnikání v ČR, pracovní výluky, výbuchy, stávky, požáry, sabotáže, války, povstání, zásahy vojenských nebo policejních orgánů či zprostředkovatelem neovlivnitelné a nepředvídatelné změny provozních a technických podmínek u reklamních nosičů a ploch a případné další události (např. zablokování vyhledávání na internetovém vyhledávači, např. Google, Seznam aj., pomocí klíčového slova nebo zablokování příslušného účtu Facebookového účtu či účtu na jiné sociální síti jeho provozovatelem), které jsou mimo moc a kontrolu smluvních stran a způsobí nemožnost plnění povinností pro ně ze smlouvy vyplývajících. Objednatel v těchto případech není oprávněn od smlouvy odstoupit a postupuje se obdobně dle ustanovení odstavce 12.3 VSP, přičemž náklady nové realizace a provozování reklamy nese objednatel.

### ***VIII. Odpovědnost zprostředkovatele a objednatele***

- 8.1 Objednatel odpovídá v plném rozsahu za obsah reklamy, zejména za zákonnost, pravdivost, správnost a nezavádějící charakter údajů obsažených v reklamě, resp. v dodaných materiálech a podkladech, které dodal zprostředkovateli k výrobě reklamy a za to, že reklamou nebudou porušena práva třetích osob. Objednatel musí být schopen doložit pravdivost, správnost a nezavádějící charakter jakéhokoliv svého tvrzení obsaženého v reklamě, či v podkladech dodaných k výrobě reklamy. Zprostředkovatel neodpovídá za obsah údajů obsažených v reklamě, či v podkladech předaných objednatелеm k výrobě reklamy, za porušení práv třetích osob či obecně závazných právních předpisů v důsledku reklamy a za újmu takto způsobenou. V případě, že

reklamou budou porušena práva třetích osob a tyto uplatní vůči zprostředkovateli nárok na náhradu škody či jiný nárok, zavazuje se objednatel takovou škodu, resp. jiné nárokované plnění, nahradit namísto zprostředkovatele.

- 8.2 Objednatel odpovídá zprostředkovateli za kvalitu jím dodaných reklam, příp. materiálů nebo podkladů k výrobě reklamy předaných zprostředkovateli, a to po celou dobu trvání reklamní akce. V případě, že při realizaci či provozování reklamy dodávané objednatelem se na této reklamě vyskytnou vady, které brání provozování reklamy, zavazuje se objednatel neprodleně poté, co k tomu bude zprostředkovatelem vyzván, dodat zprostředkovateli náhradní reklamu (příp. materiál a podklady k výrobě reklamy), nedohodne-li se se zprostředkovatelem jinak.
- 8.3 Objednatel je povinen nahradit zprostředkovateli veškerou újmu, která by mu vznikla v souvislosti s reklamou, či materiály a podklady předanými k výrobě reklamy objednatelem, které nebudou v souladu s VSP, příslušnými právními předpisy, v případě nepravdivých tvrzení, údajů či jiných skutečností uvedených v reklamě či předaných podkladech, či neschopnosti objednatele v reklamě či v podkladech k ní uváděné skutečnosti doložit. Zprostředkovatel odpovídá objednateli za škody způsobené na dodané reklamně nevhodnou instalací.
- 8.4 Objednatel je povinen dodat zprostředkovateli reklamu, příp. materiály nebo podklady k výrobě reklamy na adresu, k rukám odpovědné osoby a v termínu dohodnutém ve smlouvě, nejpozději však do:
- a) 5 pracovních dnů před zahájením reklamní akce, dodává-li objednatel podklady pro výrobu reklamy, je-li reklamní akce realizována na plochách zprostředkovatele
  - b) 5 pracovních dnů před zahájením reklamní akce, dodává-li objednatel vyrobenou reklamu,
  - c) 10 pracovních dnů před zahájením reklamní akce, dodává-li objednatel materiály pro výrobu reklamy, je-li reklamní akce realizována na plochách jiných majitelů.
  - d) 15 pracovních dnů před zahájením reklamní akce, dodává-li objednatel podklady k přípravě materiálů pro výrobu reklamy, je-li reklamní akce realizovaná na plochách zprostředkovatele nebo plochách jiných majitelů
- 8.5 Objednavatel je povinen dodat zprostředkovateli reklamu, příp. materiály nebo podklady k výrobě reklamy dle technických parametrů zveřejněných na [http://www.insidermedia.cz/download/Technicke\\_specifikace\\_komplet.pdf](http://www.insidermedia.cz/download/Technicke_specifikace_komplet.pdf) Je-li dodána reklama, příp. materiály nebo podklady k výrobě reklamy způsobem, že nevyhovují technickým parametrům dle předchozí věty, jde tato okolnost k tíži objednatele. Zprostředkovatel neodpovídá za technicky nevyhovující podklady k výrobě reklamy nebo jiné nevhodné komponenty dodané objednatelem.
- 8.6 Nedodá-li objednatel zavčasu reklamu, příp. materiály nebo podklady k výrobě reklamy dle odstavce 8.4 VSP nebo dodá-li objednatel zprostředkovateli reklamu, příp. materiály nebo podklady k výrobě reklamy v rozporu s větou první odstavce 8.5, jde



toto porušení VSP k jeho tíži. Objednatel v případě porušení odstavce 8.4 či věty první odstavce 8.5 VSP nemá nárok na žádnou kompenzaci způsobenou jeho prodlením, ani na žádnou změnu původních smluvních (zejména cenových) podmínek, nedohodne-li se se zprostředkovatelem jinak. Cenové podmínky dohodnuté mezi zprostředkovatelem a objednatelem zůstávají pro obě strany závazné a neměnné, i když reklamní kampaň z důvodu prodlení na straně objednatele:

- a) nebude zahájena včas,
- b) bude ukončena dříve nebo
- c) pokud k realizaci kampaně vůbec nedojde

a objednatel je v takovém případě povinen dohodnutou cenu zcela zaplatit.

- 8.7 Plnění objednatele zprostředkovateli dle odstavce 8.6 VSP je odměnou zprostředkovatele za umožnění příležitosti k poskytnutí reklamní a marketingové služby nebo odměnou zprostředkovatele za umožnění příležitosti k vedení reklamní kampaně.

## ***IX. Cenové podmínky***

- 9.1 Cenové podmínky realizace a provozování reklamy se řídí dle aktuální nabídky zprostředkovatele.

- 9.2 Cenu za realizaci a provozování reklamy hradí objednatel na základě faktur vystavených zprostředkovatelem na jeho bankovní účet uvedený v reklamní smlouvě, či v hotovosti do pokladny v sídle zprostředkovatele. Faktury jsou vystavovány zprostředkovatelem v závislosti na typu reklamní akce (reklamní kampaně) buď:

- a) před zahájením reklamní kampaně - zálohové faktury s možností doúčtování celkových nákladů vynaložených zprostředkovatelem,
- b) před zahájením reklamní kampaně – rozpočtové faktury zohledňující veškeré celkové náklady zprostředkovatele spojené s reklamní kampaní na základě kvalifikovaného předem stanoveného rozpočtu bez dalšího navýšení,
- c) v průběhu reklamní kampaně (průběžná dílčí fakturace, tzv. na etapy) nebo
- d) po skončení reklamní kampaně (faktura za provedené služby zprostředkovatele vyúčtovaná objednateli souhrnně za dobu trvání reklamní kampaně zohledňující veškeré náklady vynaložené na reklamní kampaň). Ustanovení předchozí věty dle písmen a) – d) může být v konkrétním případě smluvními stranami změněno a smluvní strany si mohou zvolit jiný typ fakturace reflektující konkrétní okolnosti případu (dále jen „zvolený typ fakturace“). Zvolený typ fakturace smluvní strany výslovně odsouhlasí v reklamní smlouvě, tj. v návrhu zprostředkovatele, který je nabídkou na uzavření konkrétní smlouvy (smluvní ofertou), která je objednatelem schválena a akceptována (smluvní akceptace). V takto uzavřené smlouvě je sjednána i příslušná fakturace zohledňující cenu a způsob úhrady konkrétní reklamní kampaně. V pochybnostech o sjednaném typu fakturace mezi zprostředkovatelem a objednatelem platí, že byla sjednána mezi smluvními stranami fakturace rozpočtová dle písm. b) tohoto odstavce.

- 9.3 V případě bezhotovostního převodu je objednatel povinen doložit zprostředkovateli úhradu faktury před zahájením reklamní akce, nedohodne-li se s zprostředkovatelem jinak, a to kopií výpisu z účtu s uvedením čísla bankovního účtu zprostředkovatele, výše úhrady provedené ve prospěch tohoto účtu a dne provedení této úhrady. Kopii výpisu z účtu je objednatel povinen v uvedeném termínu zaslat emailem, poštou, prostřednictvím kurýrní služby, či doručit osobně do sídla zprostředkovatele. Den uskutečnění zdanitelného plnění je určen příslušnými právními předpisy.
- 9.4 Za den úhrady jakékoli platby objednatele na základě smlouvy se považuje den připsání příslušných peněžních prostředků na účet zprostředkovatele nebo den jejich složení v hotovosti do pokladny zprostředkovatele.
- 9.5 V případě, že záloha či cena (její část) není objednatelem zaplacená řádně a včas, je zprostředkovatel oprávněn (i.) nezahájit, popřípadě přerušit realizaci a/nebo provozování reklamy s tím, že takový krok nemá vliv na den ukončení reklamní akce a výši sjednané ceny; nebo (ii.) odstoupit od reklamní smlouvy. V případě, že objednatel je v prodlení s úhradou jakékoliv platby vůči objednateli po dobu delší 14 dnů, je zprostředkovatel oprávněn odstoupit též od kterékoliv další reklamní smlouvy, rezervační smlouvy, dlouhodobé smlouvy o spolupráci a/nebo obdobné smlouvy uzavřené mezi stranami a uplatnit u objednatele stornovací a sankční podmínky (čl. X. VSP). Objednatel ani jiná osoba nemá v takovémto případě nárok na náhradu škody či jiné újmy, která by vznikla v důsledku takového postupu zprostředkovatele.
- 9.6 Není-li ve smlouvě stanoveno jinak, je cena stanovena bez DPH a DPH k ní bude připočtena v souladu s platnými daňovými předpisy.
- 9.7 Pokud objednatel do týdne po doručení faktury, již se provádí vyúčtování za provedené reklamní a marketingové služby zprostředkovatele, neuplatní proti takové fakturaci námitky u zprostředkovatele, platí, že souhlasí s vyúčtováním takových reklamních a marketingových služeb v rozsahu a za podmínek ve fakturaci stanovených. K později uplatněným námitkám týkajících se fakturace se nepřihlíží. Fakturace se doručuje zejména elektronicky.

## ***X. Stornovací a sankční podmínky***

- 10.1 Objednatel je oprávněn odstoupit od reklamní smlouvy před zahájením reklamní akce bez uvedení důvodu. Odstoupení je účinné doručením zprostředkovateli.
- 10.2 V případě, že odstoupení od smlouvy ze strany objednatele bude zprostředkovateli doručeno v termínu od 100. do 70. dne před zahájením reklamní akce, je objednatel povinen uhradit zprostředkovateli stornovací poplatek ve výši 35% ceny z dohodnutého plnění dle smlouvy.
- 10.3 V případě, že odstoupení od smlouvy ze strany objednatele bude zprostředkovateli doručeno v termínu od 69. do 55. dne před zahájením reklamní akce, je objednatel

- povinen uhradit zprostředkovateli stornovací poplatek ve výši 50% ceny z dohodnutého plnění dle smlouvy.
- 10.4 V případě, že odstoupení od smlouvy ze strany objednatele bude zprostředkovateli doručeno v termínu od 54. do 31. dne před zahájením reklamní akce, je objednatel povinen uhradit zprostředkovateli stornovací poplatek ve výši 80% ceny z dohodnutého plnění dle smlouvy.
- 10.5 V případě, že odstoupení od smlouvy ze strany objednatele bude zprostředkovateli doručeno v termínu od 30. dne do dne zahájení reklamní akce, je objednatel povinen uhradit zprostředkovateli stornovací poplatek ve výši 100% ceny z dohodnutého plnění dle smlouvy.
- 10.6 V případě, že dojde k odstoupení od smlouvy ze strany zprostředkovatele z důvodu prodlení objednatele s úhradou ceny za realizaci a provozování reklamy či z důvodu prodlení objednatele s dodáním reklamy, resp. materiálů v souladu s čl. V. VSP ve smyslu odst. 7.5 VSP, je objednatel povinen uhradit zprostředkovateli Pokutu ve výši 100% ceny plnění, které mělo být dle reklamní smlouvy poskytnuto objednateli ze strany zprostředkovatele.
- 10.7 Stornovací poplatek a Pokutu se objednatel zavazuje uhradit zprostředkovateli do 15 dnů od dne odeslání písemného oznámení zprostředkovatele o odstoupení od objednávky.
- 10.8 V případě, že je objednatel v prodlení s úhradou ceny za realizaci a provozování reklamy, stornovacího poplatku či Pokuty (dále jen „dlužná částka“), je povinen uhradit zprostředkovateli spolu s úhradou takovéto částky i smluvní úrok z prodlení ve výši 0,1% denně z dlužné částky za každý den prodlení. Objednatel je povinen k zaplacení úroku z prodlení bez ohledu na to, zda je za prodlení odpovědný.
- 10.9 Úhradou stornovacích poplatků, Pokut či smluvního úroku z prodlení nezaniká nárok zprostředkovatele na náhradu způsobené škody.
- 10.10 Stornovací poplatek i Pokuta dle tohoto článku mají charakter smluvní pokuty dle § 2048 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

## ***XI. Uzavírání a trvání smluv***

- 11.1 Smlouvy, nejčastěji ve formě číselně označené nabídky zprostředkovatele závazně akceptované objednatelem v tzv. akceptaci návrhu zprostředkovatele, se uzavírají na dobu nezbytně nutnou k poskytnutí vzájemného smluvního plnění, není-li v nich stanoveno jinak.
- 11.2 Platnost a účinnost smluv končí poskytnutím vzájemného, řádného a včasného smluvního plnění. Před ukončením trvání smlouvy z důvodu poskytnutí vzájemného řádného a včasného smluvního plnění lze smlouvu ukončit:

- a) dohodou smluvních stran,
  - b) odstoupením od smlouvy ze strany zprostředkovatele,
  - c) odstoupením od smlouvy ze strany objednatele nebo
  - d) zánikem či smrtí jedné ze smluvních stran.
- 11.3 Před uplynutím doby, po kterou reklamní smlouva trvá, lze tuto smlouvu ukončit dohodou. Dohodnou-li se smluvní strany na takovémto ukončení reklamní smlouvy, je objednatel povinen zaplatit zprostředkovateli odstupné. Dohoda o odstupném musí být učiněna písemnou formou a nabývá účinnosti zaplacením, tj. připsáním odstupného na účet zprostředkovatele.
- 11.4 Smluvní strany se mohou dohodnout na snížení nebo omezení rozsahu dohodnutého předmětu reklamní smlouvy, a to pouze písemným dodatkem k takovéto smlouvě.
- 11.5 Zprostředkovatel je oprávněn od reklamní smlouvy odstoupit v případech porušení smluvní povinnosti objednatele, stanovené v odstavcích 7.3, 7.4, 7.5 nebo 9.5 VSP či v případě, že zjistí (byť dodatečně), že reklama realizovaná a provozovaná na základě smlouvy je v rozporu s odstavcem 5.1 VSP, či pojme-li o této skutečnosti důvodné podezření.
- 11.6 Objednatel je oprávněn odstoupit od reklamní smlouvy bez uvedení důvodu za podmínek stanovených v čl. X. VSP.
- 11.7 Odstoupení od smlouvy je účinné dnem doručení odstoupení od smlouvy druhé smluvní straně. Nepodaří-li se doručit na adresu sídla, místa podnikání či bydliště, či odmítne-li smluvní strana zásilku převzít, považuje se za den doručení s výjimkou osobního doručení 5. den po dni odeslání odstoupení doporučeně poštou s doručenkou na adresu trvalého pobytu či sídla druhého účastníka reklamní smlouvy. Toto neplatí v případě, že bude odstoupení od smlouvy druhé smluvní straně doručeno dříve. Za adresu trvalého pobytu či sídla či místa podnikání se považuje adresa uvedená v záhlaví reklamní smlouvy či uvedená v písemném oznámení doručeném druhému účastníku po uzavření této smlouvy.

## ***XII. Další ujednání***

- 12.1 Zprostředkovatel prohlašuje, že si nečiní a ani v budoucnu nebude činit žádné nároky k jakékoli ochranné známce, značce či k výtvarnému řešení objednatele použitému při reklamních akcích objednatele. Zprostředkovatel si vyhrazuje právo užívat reklamy ke svým obchodním prezentacím, to se týká i užití log, grafických návrhů a podkladů objednatele použitých v reklamní kampani.
- 12.2 Zprostředkovatel se zavazuje poskytovat objednateli aktuální informace o případných změnách provozních a technických podmínek.

- 12.3 Dojde-li k neprovozování reklamy z důvodu uvedených v odstavci 6.2 VSP nebo odstavci 7.6 VSP, je zprostředkovatel povinen neprodleně (nejpozději do 3 pracovních dnů od zjištění skutečnosti) písemně informovat objednatele. Zároveň je zprostředkovatel povinen neprodleně (nejpozději do 3 pracovních dnů od zabezpečení nápravy a uvedení reklamy opět do provozu) písemně předložit objednateli návrh dodatku smlouvy zahrnujícího 3 varianty kompenzace neprovozování:
- a) návrh na prodloužení termínu provozování reklamy o dobu, po kterou reklama nebyla provozována
  - b) návrh na snížení částky za provozování o alikvótní část za dobu neprovozování reklamy nebo
  - c) v případě internetové reklamy naplnění zprostředkovatelem garantovaného počtu zobrazení, prokliků či jiné garance uvedené ve Smlouvě v pozdějších stranách odsouhlaseném termínu (tj. po předpokládaném konci reklamní kampaně).
- 12.4 Objednatel je povinen se písemně vyjádřit k předloženému návrhu dodatku podle odstavce 12.3 tohoto článku nejpozději do 14 dnů od jeho doručení, nebude-li stanoveno jinak. Neučiní-li tak, má se za to, že objednatel souhlasí s prodloužením provozování podle odstavce 12.3 písm. a) tohoto článku.
- 12.5 Objednatel souhlasí s tím, že výroba, instalace a provozování reklamy budou provedeny až po úhradě veškerých nákladů na výrobu, instalaci a provozování příslušné reklamy, nedohodnou-li se smluvní strany jinak.
- 12.6 Vzhledem k provozním podmínkám reklamy na reklamních nosičích typu prostředky MHD DP Praha se považuje za splnění předmětu reklamní smlouvy ze strany zprostředkovatele, byla-li reklama provozována alespoň 75% pracovních dnů z celkově sjednané doby provozování reklamy. Ve smyslu tohoto ustanovení je zprostředkovatel oprávněn dokončit instalaci reklam ve lhůtě tří pracovních dnů od zahájení reklamních akcí. Ve smyslu tohoto ustanovení je zprostředkovatel oprávněn zahájit odstranění reklam končících reklamních akcí či reklamních akcí, u kterých dochází ke změně reklamních motivů, tři pracovní dny před termínem ukončení reklamní akce či změny reklamního motivu. Termín dokončení instalace či odstranění reklam nemá vliv na trvání povinnosti zprostředkovatele uvedené v první větě tohoto odstavce.
- 12.7 Zprostředkovatel zašle o průběhu reklamní kampaně objednateli tzv. fotodokumentaci reklamní kampaně v podobě, která je v reklamním odvětví obvyklá, není-li mezi stranami dohodnuto jinak; to neplatí v případě internetové reklamy (online kampaně), kdy je zaslán tzv. report dle následujícího odstavce.
- 12.8 Po skončení reklamní kampaně formou internetové reklamy (online kampaň) zprostředkovatel vyrozumí objednatele o průběhu této reklamní kampaně zprávou, tzv. reportem reklamní kampaně, není-li mezi stranami dohodnuto jinak. Pokud objednatel do týdne po doručení reportu dle předchozí věty neuplatní proti reportu námitky u

zprostředkovatele, platí, že souhlasí s provedením takové reklamní kampaně v rozsahu a za podmínek v reportu stanovených. K později uplatněným námitkám týkajících se rozsahu a podmínek reklamní kampaně se nepřihlíží. Report reklamní kampaně se doručuje elektronicky.

- 12.9 V případě, že se poskytování reklamních a marketingových služeb zprostředkovatelem objednateli odvíjí od nájmu nebo jiného užívacího titulu k reklamním nosičům třetích osob a tyto třetí osoby neposkytnou zprostředkovateli dostatečnou součinnost pro účel sjednaný mezi stranami ve smlouvě, je zprostředkovatel povinen o této skutečnosti objednatele informovat. Zprostředkovatel při nastalé situaci dle tohoto odstavce není odpovědný za škodu ani jinou újmu vůči objednateli či třetím osobám. Strany se v případě nastalé situace dle tohoto odstavce bezodkladně dohodnou na jiném způsobu realizace reklamních a marketingových služeb. Právo zprostředkovatele na úhradu účelně vynaložených nákladů v souvislosti s činností směřující k poskytování reklamních a marketingových služeb tím není dotčeno a objednatel je povinen v případě nastalé situace dle tohoto odstavce tyto náklady uhradit, pokud nedojde mezi stranami k dohodě dle předchozí věty.
- 12.10 Objednatel, fyzická osoba, tímto uděluje zprostředkovateli v souladu s Nařízením Evropského Parlamentu a Rady 2016/679 ze dne 27. dubna 2016, o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů) a § 5 a násl. zák. č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, souhlas k zahrnutí poskytnutých osobních údajů do databáze zprostředkovatele.
- 12.11 Objednatel výslovně prohlašuje, že jím dodaná reklama či dodaný materiál k výrobě reklamy splňuje požadavky na reklamu ve smyslu čl. V. VSP, zejména že prostřednictvím reklamy nebudou ani skrytě nabízena erotická vystoupení nebo erotické služby ve smyslu obecně závazné vyhlášky hl. m. Prahy č. 11/2005, kterou se stanoví zákaz nabízení erotických vystoupení nebo erotických služeb.
- 12.12 Doručuje-li se jakákoli písemnost druhé smluvní straně, použije se přiměřeně pro doručování ustanovení odstavce 11.7 VSP.
- 12.13 Zprostředkovatel objednateli nikdy neodpovídá za výsledek, který je vázán na právní skutečnost nezávislou na aktivitě zprostředkovatele. Zprostředkovatel tedy zejména neodpovídá za prodejnost, konverze či jiné zvýhodnění nebo zlepšení pro obchodní výsledek objednatele, ať už v souvislosti s reklamní kampaní či mimo ni (např. zvýšení prodejnosti produktu, výhru ve volbách apod.), není-li výslovně zvlášť ve smlouvě ujednáno jinak.
- 12.14 Jestliže je zprostředkovatel při provozování reklamních a marketingových služeb zmocněn objednatelem k nákupu propagačních předmětů, které v rámci reklamních služeb objednává, sjednávají si smluvní strany výhradu vlastnického práva k takovým propagačním předmětům ve prospěch zprostředkovatele. Výhrada vlastnického práva k propagačním předmětům zaniká až úplným zaplacením ceny za realizaci a

provozování reklamy dle čl. IX VSP. Nebezpečí škody na propagačních předmětech však přechází na objednatele již jejich převzetím.

### ***XIII. Závěrečná ustanovení***

- 13.1 Tyto VSP se vztahují a jsou platné a závazné pro všechny objednávky objednatele, návrhy zprostředkovatele, akceptace návrhů zprostředkovatele, uzavřené smlouvy, jiné závazné návrhy a rozpisy reklamních akcí.
- 13.2 Veškeré změny VSP musí být učiněny písemnou formou, a to buď dodatkem k VSP, či jejich změnou. Platnost a účinnost dodatků a změn VSP nastává dnem jejich zveřejnění. Pro objednávku jsou rozhodující VSP platné a účinné v den uzavření reklamní smlouvy.
- 13.3 Vzájemná práva objednatele a zprostředkovatele a ostatní záležitosti, které nejsou objednávkou, VSP, případně celoroční smlouvou o spolupráci výslovně upraveny, se řídí příslušnými ustanoveními právních předpisů České republiky.
- 13.4 Strany se dohodly, že ustanovení § 558 odst. 2 (v rozsahu ustanovení, které stanoví, že obchodní zvyklost má přednost před ustanovením zákona, jež nemá donucující povahu), jakož i §1740 odst. 3, §1799 a §1800 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, se na smluvní vztahy mezi zprostředkovatelem a objednatelem nepoužijí.
- 13.5 Objednatel není oprávněn postoupit či zastavit jakákoliv práva a povinnosti ze smlouvy se zprostředkovatelem na třetí osobu.
- 13.6 Jakékoliv změny či doplňky smlouvy mohou být učiněny pouze v téže nebo přísnější formě jako reklamní smlouva. Změna tohoto odstavce musí být učiněna výhradně v písemné formě, k jiné formě se nepřihlíží.
- 13.7. Strany si výslovně sjednávají, že v obchodním styku budou používat i elektronickou komunikaci, zejména emailovou komunikaci při sjednávání smluv, informování se o průběhu reklamních kampaní apod. Zprostředkovatel je oprávněn doručit daňový doklad (fakturu) pro uhrazení ceny objednateli v elektronické podobě, zejména emailem nebo jiným vhodným komunikačním prostředkem, který strany při komunikaci obvykle v obchodním styku mezi sebou používají.
- 13.8 Tyto VSP nabývají platnosti a účinnosti dne 1. 11. 2018 a aplikují se na celý kontraktační proces mezi zprostředkovatelem a objednatelem, zejména na veškeré objednávky a poptávky, předmluvní jednání, jakož i na uzavřené smlouvy a související dohody, není-li mezi stranami dohodnuto písemně jinak. Změna tohoto odstavce musí být učiněna výhradně v písemné formě, k jiné formě se nepřihlíží.