



AD MIRROR - TV AMBULANCE - TV PREZENTATION

## I. ZÁKLADNÍ USTANOVENÍ

1. Tyto Všeobecné obchodní podmínky (dále také jen „VOP“) upravují smluvní vztahy mezi obchodní společností CITY DIGITAL MEDIA s,r,o., se sídlem Praha 8, Křížíkova 56/75, PSČ 186 00, IČ: 04429311, DIČ CZ04429311.; zapsané v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka č. 247371 (dále jen „agentura“) a zadavateli při šíření reklamy a jiné inzerce (dále společně jen „reklama“):

- a) v síti AD MIRROR
- b) v síti TV AMBULANCE
- c) v síti TV PREZENTATION

Komunikační média uvedená shora pod písmeny a), b), c) budou dále nazývána společně též „média“.

2. Zadavatelem se rozumí objednatel, který objedná šíření reklamy.

3. K šíření reklamy dochází na základě jednotlivých smluv o dílo nebo obdobné smlouvy (dále společně jen „smlouva o dílo“) či na základě rámcové smlouvy a dílčích objednávek. Tyto smluvní vztahy se dále vedle těchto Všeobecných obchodních podmínek a právě platného ceníku řídí Technickými podmínkami pro jednotlivá média, které jsou zveřejněny na webové adrese: [www.citydigital.ez](http://www.citydigital.ez). Odchylná ujednání ve smlouvě mají přednost před ustanoveními těchto VOP.

4. Nedílnou součástí těchto Všeobecných obchodních podmínek je právě platný ceník. Postup změn ceníku je upraven v čl. X.

## II. UZAVŘENÍ SMLOUVY

1. Zadavatel objednává šíření reklamy obvykle písemnou objednávkou (dopisem, e-mailovou korespondencí). Objednávka však může být učiněna také ústně.

2. Objednávka musí obsahovat všechny potřebné náležitosti, které jsou nutné pro řádné šíření reklamy, a to zejména: obchodní firmu zadavatele či jeho jméno a příjmení nebo název, sídlo, identifikační číslo, DIČ a i jméno pracovníka odpovědného za objednávku. Dále zde musí být uvedeno médium, v němž má být reklama šířena, termín šíření, druh a eventuálně další údaje ohledně provedení a specifikace objednávky (např. jednotka vykrytí, umístění, rubrika, značka, barva). Agentura si vyhrazuje právo odmítnout objednávky, které nebudou odpovídat tomuto odstavci.

3. K uzavření smlouvy dojde potvrzením objednávky, učiněné zadavatelem agentuře. Agentura potvrdí objednávku ústně či písemně (dopisem, e-mailovou korespondencí apod.). V případě, že nedojde k potvrzení objednávky agenturou ústně či písemně, považuje se za uzavření smlouvy uskutečnění šíření reklamy.

4. Objednávky externích příloh jsou pro agenturu závazné teprve po předložení vzorové přílohy a jejím schválení.

5. Agentura si vyhrazuje právo dohodnout s klientem anebo zadavatelem prostřednictvím smlouvy individuální obchodní podmínky. Klient (a zadavatel) jsou povinni o těchto individuálních podmínkách zachovávat mlčenlivost.



AD MIRROR - TV AMBULANCE - TV PREZENTATION

### III. REKLAMA

1.

Za včasné dodání podkladů reklamy je zodpovědný zadavatel. V případě, kdy dodané podklady podle věty první nebudou splňovat požadavky stanovené či obvykle vyžadované agenturou či budou jinak nevhodné pro šíření, bude o této skutečnosti agentura bez zbytečného odkladu informovat zadavatele. Zadavatel je v takovém případě povinen doručit agentuře neprodleně vhodné náhradní podklady v požadovaném stavu. V případě, že reklamy budou využívat prvky umožňující sledování chování uživatele či zpracovávající osobní údaje, je zadavatel plně odpovědný za soulad takovéto reklamy s právními předpisy, zejména zákonem č. 101/2000 Sb. a zákonem 127/2005 Sb. a je správcem takových údajů. Tím není dotčeno právo agentury využívat jí sbírané údaje samostatně.

2.

Agentura zaručuje kvalitu zobrazení běžnou pro požadovaná média, a to v rámci možností daných dodanými podklady.

3.

Zadavatel je plně odpovědný za obsah reklamy. Zadavatel se zavazuje, že reklama předaná agentuře k šíření nebude v rozporu s právními předpisy, dobrými mravy, principy poctivého jednání a zásadami poctivého obchodního styku, a že šířením reklamy nebudou neoprávněně zasažena práva a oprávněné zájmy třetích osob (zejména, nikoliv však jen, právo na ochranu osobností fyzických osob, právo na ochranu dobré pověsti právnických osob, autorská práva, práva související s právem autorským a práva k ochranné známce), a nebudou ani porušeny obecně závazné právní předpisy, zejména zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v platném znění, případně zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, v platném znění a že všechny finanční nároky vyplývající z užití autorských děl, popřípadě podobizen fyzických osob užitých v rámci reklamy a z práv souvisejících s právem autorským byly ke dni předání podkladů reklamy zadavatelem uspokojeny; to neplatí pro nároky kolektivních správců, tedy zejména OSA – Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním a INTERGRAM nezávislá společnost výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů, a to výlučně pokud se jedná o odměnu za šíření reklamy ve vysílání rozhlasových nebo televizních stanic. Zadavatel se výslovně zavazuje nepředávat k šíření reklamu na loterie a jiné podobné hry, které nebyly povoleny nebo oznámeny podle zákona č. 202/1990 Sb. či předpisů jej nahrazujících. Zadavatel se zavazuje, že pokud agentuře, popř. provozovateli příslušného média vznikne v důsledku šíření reklamy škoda nebo jiná újma, tuto škodu (újmu) v plné výši nahradí. Škodou se rozumí i náklady soudního či rozhodčího řízení, včetně nákladů na právní zastoupení v těchto věcech. Zadavatel se výslovně zavazuje nepředávat k šíření reklamu na hazardní hry provozované bez základního povolení podle zákona č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách či předpisů jej nahrazujících.

4.

Agentura dostane k volné dispozici všechny potřebné podklady pro šíření reklamy a není povinna tyto podklady uchovávat, případně zadavateli vracet. Agentura není povinna provedenou reklamou archivovat.

### IV. RÁMCOVÁ SMLOUVA

Pokud by zadavatel zamýšlel šířit v průběhu roku určitý objem reklamy v některém z médií, má možnost uzavřít s agenturou rámcovou smlouvu o dílo pro jednotlivého inzerenta, která ho bude opravňovat ke slevám z ceny (dále jen „sleva“) vyplývajícím z této smlouvy pro objednávky sjednaného konkrétního inzerenta v rámci stanovených médií či mediatypů. Slevy uvedené v ceníku reklamy jsou poskytovány pouze zadavateli za reklamu šířenou v příslušném médiu případně mediatypu v průběhu jednoho roku od data sjednaného v rámcové smlouvě, není-li v ní výslovně sjednána kratší lhůta. Agentura je oprávněna některé mediatypy z dosahu rámcových smluv zcela vyloučit.

2.

Na základě rámcové smlouvy je zadavatel oprávněn požadovat v dohodnuté lhůtě i uveřejnění většího množství reklamy než je dáno rámcovou smlouvou. Agentura se zavazuje neodmítnout souhlas s takovým navýšením rozsahu reklamy bez vážného důvodu. Pokud tímto navýšením vznikne zadavateli podle podmínek agentury



## AD MIRROR - TV AMBULANCE - TV PREZENTATION

nárok na vyšší slevu podle platného ceníku, obdrží zadavatel po uplynutí doby platnosti rámcové smlouvy daňový dobropis na rozdíl mezi slevou sjednanou v rámcové smlouvě a slevou, která mu podle platného ceníku přísluší. Pokud nějaká objednávka nebude splněna z důvodů, za které agentura nenese odpovědnost, právo zadavatele na slevu odpovídající nesplněné objednávce zaniká.

3.

V případě, kdy zadavatel neobjedná v příslušném médiu reklamu v rozsahu předpokládaném v rámcové smlouvě, jeho nárok na dohodnutou slevu v plném rozsahu zaniká a je povinen uhradit agentuře částku odpovídající již poskytnuté slevě. Nárok agentury na náhradu škody či ušlého zisku tím není dotčen.

4.

Vedle slev předpokládaných v těchto všeobecných obchodních podmínkách mohou být s jednotlivými zadavateli písemně sjednány také zvláštní slevy. Zadavatel je povinen o těchto zvláštních slevách zachovávat mlčenlivost.

5.

Sleva, která náleží zákazníkovi na základě celkově dosaženého obratu, bude poskytnuta v odpovídající částce v Kč nebo v eurech a bude rozpočtena poměrnou částkou ke všem předmětným fakturám.

## V. REALIZACE OBJEDNÁVKY

1.

Agentura si vyhrazuje právo odmítnout šíření reklamy:

- a) v případě, kdy zadaná reklama nebude odpovídat uzavřené smlouvě o dílo, rámcové smlouvě či jiné dohodě anebo těmto všeobecným obchodním podmínkám či jiným podmínkám, jež se dle dohody stran použijí,
- b) v případě, kdy budou porušeny etické zásady agentury nebo provozovatelů jednotlivých médií, případně Kodex reklamy Rady pro reklamu,
- c) z důvodu právně závadného obsahu reklamy, tzn. pokud obsah či šíření reklamy bude v rozporu s právními předpisy, dobrými mravy, zásadami poctivého obchodního styku a poctivého jednání nebo rozhodnutími orgánů veřejné správy,
- d) v případě, kdy agentura bude mít důvodné pochybnosti o tom, zda u reklamy není dán důvod pro její odmítnutí podle písm. a) až c),
- e) obsahující sdělení, reklamu či obchodní sdělení třetích osob, s výjimkou případu, kdy zadavatelem bude reklamní či mediální agentura a reklama bude obsahovat sdělení, reklamu či obchodní sdělení jejího zákazníka,
- f) která bude zasahovat do práv a oprávněných zájmů agentury či bude poškozovat nebo by mohla poškodit dobré jméno agentury, jejích zaměstnanců, akcionářů anebo osob tvořících s agenturou koncern,
- g) v případě, kdy se bude jednat o reklamu konkurenta agentury nebo provozovatele některého z médií,
- h) v případě, kdy zadavatel odmítne podepsat zvláštní slib odškodnění, jehož podpis bude v odůvodněných případech agenturou požadován,
- i) v případě, kdy zadavatel bude v reklamě vázat poskytnutí dalších informací na zaslání PR SMS a/nebo volání na telefonní čísla se zvláštním tarifem, ledaže se bude jednat o běžné reklamní soutěže a akce a/nebo
- j) anonymní reklamy týkající se voleb po dobu volební kampaně podle volebních zákonů nebo reklamy, která nesplňuje další požadavky volebních zákonů.

V takovém případě agentura sdělí své rozhodnutí o odmítnutí reklamy zadavateli bez zbytečného odkladu. Zadavatel je pak povinen bez zbytečného odkladu dodat agentuře bezvadné náhradní podklady. Při opakovaném odmítnutí reklamy jednoho zadavatele z důvodů uvedených v tomto odstavci má agentura právo od uzavřené smlouvy odstoupit.

2.

Pokud není výslovně dohodnut termín šíření reklamy, potom závisí její uveřejnění na možnostech agentury, popř. rozhodnutí vydavatele či provozovatele příslušného média.

3.

Pokud není výslovně dohodnuto určité umístění nebo určitá jednotka vykrytí, kde má být reklama šířena, potom závisí její šíření na možnostech agentury.



AD MIRROR - TV AMBULANCE - TV PREZENTATION

4. Objednávka reklamy, která má být realizována výhradně v určitém termínu s určitým umístěním nebo v určité jednotce vykrytí, musí být sdělena agentuře včas tak, aby mohla být zadavateli potvrzena a aby agentura mohla zajistit ideální umístění reklamy v médiích.
5. Inzeráty jsou podle možnosti uveřejňovány v odpovídající rubrice bez nutnosti výslovné dohody.
6. Pokud si zadavatel objedná reklamu v podobě, která neodpovídá rozměrům a/ nebo formátu reklamní plochy či technickým možnostem příslušného média, agentura upraví reklamu běžným způsobem, aniž by bylo povinná zadavatele informovat.
7. Pokud si zadavatel objedná v médiích graficky nezpracovanou reklamu, zpracuje agentura tuto reklamu běžným způsobem. Agentura si však vyhrazuje právo provedení tohoto zpracování odmítnout.

**VI. CENA DÍLA (REKLAMY), JEJÍ SPLATNOST A PLATEBNÍ PODMÍNKY, FAKTURACE**

1. Výše ceny za dílo je určena uzavřenou (rámcovou) smlouvou a není-li v ní výslovně dohodnuta, je určena těmito VOP a platným ceníkem agentury v Kč (CZK) nebo v eurech (EUR) - ceny v EUR platí pro zahraniční klienty a jsou uvedeny v platném ceníku agentury v anglickém jazyce, byl-li pro danou službu takový ceník v anglickém jazyce s cenami v EUR vydán.
2. Splatnost ceny za dílo je určena uzavřenou (rámcovou) smlouvou. Není-li v této smlouvě splatnost ceny díla sjednána, je cena splatná do 14 dnů ode dne vystavení faktury (daňového dokladu) agenturou, nejpozději však do 30 dnů ode dne šíření reklamy. Splatnost faktury nastává i při vadách reklamy, právo zadavatele na slevu tím však není dotčeno. Agentura odešle fakturu (daňový doklad) zadavateli na jeho poslední agenturou známou adresu, event. na jeho adresu zapsanou v obchodním rejstříku či jiné obdobné evidenci. Agentura je oprávněna svým jednostranným rozhodnutím kdykoliv prodloužit dobu splatnosti jednotlivých faktur. Toto své rozhodnutí agentura oznámí zadavateli vhodným způsobem v přiměřené lhůtě.
3. Zadavatel bude hradit společně s reklamou také DPH v aktuální výši. Není-li výslovně uvedeno jinak, jsou ceny v cenících uvedeny bez DPH.
4. Společně s fakturou zašle agentura zadavateli na jeho žádost (která musí být učiněna současně s objednávkou reklamy, jinak jí agentura není povinná vyhovět) také doklad o šíření reklamy. Podle druhu a rozsahu objednávky jsou tak poskytovány doklady elektronickou formou (zejména ve formátu PDF a JPG). Pokud není možné tyto doklady obstarat, obdrží zadavatel od agentury potvrzení o šíření reklamy.
5. Při prodlení v placení je zadavatel povinen zaplatit úroky z prodlení v zákonné výši. Zadavatel je dále povinen hradit náklady spojené s vymáháním fakturované částky nebo částečných plateb. Agentura má právo v případě prodlení v placení odmítnout realizaci dalších objednávek, včetně objednávek z rámcové smlouvy, nebo může jejich realizaci učinit závislou na přiměřených a včasných platbách předem.
6. Pokud neuvede zadavatel přesnou velikost, formu, délku či jiný rozsah reklamy určené k šíření v příslušném médiu a přenechá toto rozhodnutí na agentuře, potom je základem pro vyúčtování skutečně uveřejněný rozsah reklamy.



AD MIRROR - TV AMBULANCE - TV PREZENTATION

7.  
Slevy uvedené v právě platném ceníku jsou poskytovány pouze na reklamu jednoho inzerenta uveřejněnou ve lhůtě jednoho roku. Tato lhůta začíná běžet dnem uveřejnění první reklamy.
8.  
Zadavatel má právo uplatňovat zpětně nárok na slevu podle platného ceníku, a to v závislosti na skutečně šířeném počtu nebo objemu reklamy v časovém období jednoho roku, nebude-li dohodnuto či v ceníku jednotlivých médií stanoveno jinak.
9.  
Bude-li zadavatel i přes upomínku agentury v prodlení s úhradou svých splatných závazků vůči agentuře, je agentura oprávněna rozhodnout, že právo na jakoukoliv slevu zadavateli nepřísluší, popř. zaniká, a to i zpětně. Právo na slevu zaniká okamžikem vystavení příslušného vrubopisu vystaveného agenturou.
10.  
Agentura si vyhrazuje právo stanovit pro zvláštní vydání jiné ceny, než jsou uvedeny v právě platném ceníku.
11.  
Agentura může uzavřít se zadavatelem samostatnou dohodu o elektronickém obchodním styku. Tato dohoda specifikuje technické řešení a definuje, že pro vzájemnou spolupráci (tj. vystavování a zaslání daňových dokladů (faktur) ze strany agentury, korespondenci obou smluvních stran týkající se vystavených daňových dokladů, dokládání uveřejnění inzerce bude komunikace zajišťována obvykle elektronickými prostředky.
12.  
Faktury pro zahraniční klienty se vystavují buď v EUR dle platného ceníku v anglickém jazyce (existuje-li pro danou službu platný ceník v anglickém jazyce s cenami v EUR) nebo v CZK s následným přepočtem na cizí měnu - pro přepočet se používá pro všechny faktury vystavené v jednom kalendářním měsíci vždy kurz ČNB platný prvního dne příslušného měsíce. Přípouští se započtení pohledávek v různých měnách, přičemž pro tyto účely bude použit kurz uvedený v předchozí větě. Započtení se vždy řídí českým právem.
13.  
Agentura je oprávněna požadovat plnou či částečnou úhradu předem (zejm. nový nebo zahraniční klient).
14.  
Na webové adrese <http://www.citydigital.cz/cenik/> lze najít konečnou cenu inzerce včetně DPH u vybraných formátů médií.

## VII. REKLAMACE

1.  
Zadavatel má v případě zcela nebo částečně nečitelného, nesprávného či nekompletního nesprávného zobrazení či odvysílání reklamy v jiných médiích nárok na slevu z ceny nebo na šíření bezchybné náhradní reklamy, ale pouze v tom rozsahu, ve kterém byl poškozen účel reklamy. Toto právo je zadavatel povinen uplatnit u agentury písemně do 2 týdnů od data šíření reklamy, jinak zaniká. Právo volby mezi způsoby uvedenými ve větě první náleží agentuře. Pokud agentura neuveřejní náhradní reklamu bez zbytečného odkladu, nebo pokud náhradní reklama opakovaně není bezchybná, pak má zadavatel právo na slevu z ceny.
2.  
Při opakovaném šíření reklamy je zadavatel povinen zkontrolovat ihned po každém uveřejnění její správnost a úplnost. Agentura neuznává nárok na uveřejnění náhradní reklamy v tom případě, jestliže se při opakování objevil tentýž nedostatek, aniž by byl tento nedostatek bezprostředně (nejpozději do 3 dnů) po předchozím uveřejnění oznámen agentuře.



AD MIRROR - TV AMBULANCE - TV PREZENTATION

3.

V případě, že se vyskytnou v důsledku vadných podkladů nedostatky při šíření reklamy, které nebyly zjevně rozeznatelné při přijetí objednávky, nemá zadavatel žádný nárok na slevu nebo šíření náhradní reklamy.

4.

Agentura v žádném případě neodpovídá za škody, které nebyly agenturou zaviněny úmyslně nebo z hrubé nedbalosti, a za škody způsobené okolnostmi vylučujícími odpovědnost, mimořádnými a nepředvídatelnými překážkami vzniklými nezávisle na její vůli anebo vyšší mocí (za vyšší moc se podle dohody stran vždy považuje např. stávka, výluka, válka a omezení plynoucí z válečného stavu, teroristické útoky, povstání, působení přírodních sil, požár apod.). Agentura není povinna hradit škodu jiné osobě než zadavateli. Ostatní zde sjednaná omezení odpovědností tím nejsou dotčena.

5.

Reklamace se uplatňuje písemně na adrese sídla agentury nebo u příslušného inzertního poradce agentury.

6.

Zákonná práva spotřebitelů, od nichž se nelze dohodou odchýlit, zůstávají nedotčena.

### VIII. OCHRANA DAT, OBCHODNÍHO SDĚLENÍ

1.

Informace, které poskytne zadavatel agentuře v souvislosti se smlouvou o dílo, používá agentura pouze ke smluveným účelům či k ochraně svých oprávněných zájmů. Stejně platí pro informace, které poskytne agentura zadavateli.

2.

Zadavatel tímto poskytuje agentuře výslovný souhlas s tím, aby agentura použila jeho osobní údaje poskytnuté mu na základě či v souvislosti s uzavřenou smlouvou o dílo (v rozsahu: jméno, příjmení, popř. název, adresa bydliště, sídla anebo provozovny, telefonní číslo, e-mailová adresa) ve své marketingové databázi a databázích všech zpracovatelů této databáze za účelem nabízení produktů, obchodu a služeb agentury a všech společností, které tvoří s agenturou koncern nebo které agentura zastupuje. Souhlas je poskytován na dobu 15 let ode dne udělení souhlasu.

3.

Agentura tímto informuje každého zadavatele – fyzickou osobu, který podle odst. 2 poskytl svoje osobní údaje ke zpracování, o jeho právech vyplývajících ze zákona č. 101/2000 Sb. o ochraně osobních údajů v platném znění (dále jen „zákon“), tj. zejména o tom, že poskytnutí těchto údajů je dobrovolné, že zadavatel má právo přístupu k nim, a že má právo na odstranění závadného stavu, na jejich blokování, provedení opravy, doplnění nebo likvidaci a má právo při porušení zákona se obrátit na Úřad pro ochranu osobních údajů s žádostí o zajištění nápravy, jakož i o dalších právech vyplývajících z §§ 11 a 21 tohoto zákona.

4.

Uzavřením smlouvy o dílo každý zadavatel souhlasí ve smyslu ustanovení § 7 zákona č. 480/2004 Sb. s tím, že mu budou agenturou zasílána nevyžádaná obchodní sdělení na jeho adresu (včetně e-mailové), bude kontaktován nevyžádaným directmailem obsahujícím obchodní sdělení a prostřednictvím nevyžádaného telemarketingu (včetně nevyžádaných SMS a MMS) obsahujícího obchodní sdělení týkající se produktů, obchodu a služeb agentury a v přiměřeném rozsahu případně i marketingových partnerů agentury. Tento souhlas může být zadavatelem kdykoliv bezplatně odvolán na adrese sídla agentury. Zadavatel bere na vědomí, že odvolání souhlasu uděleného podle těchto obchodních podmínek se netýká a neznamená odvolání souhlasů udělených z jeho strany agentuře.

5.

V případě, že zadavatel – fyzická osoba poskytne agentuře na základě či v souvislosti s uzavřenou smlouvou o dílo údaj o svém rodném čísle, souhlasí jakožto nositel tohoto rodného čísla ve smyslu § 13c odst. 1 zákona č.





AD MIRROR - TV AMBULANCE - TV PREZENTATION

133/2000 Sb. s tím, aby agentura toto jeho rodné číslo využívala pro účely evidence smluv a poskytnutých plnění, aby jej za tímto účelem archivovala, zpracovávala a užívala.

6.

Jakékoliv odvolání souhlasu podle tohoto článku nemá vliv na oprávnění agentury na zpracování informací a údajů, které vyplývá z příslušných právních předpisů, ledaže by výslovně stanovily jinak.

7.

Agentura je oprávněna k vymáhání svých pohledávek vůči zadavateli využít třetí osobu. Agentura je oprávněna předat informace o jednotlivých obchodních případech a o zadavateli třetím osobám v případech stanovených právními předpisy, v případech zvláště sjednaných, při postoupení pohledávky či jiném nakládání s ní, svým právním, účetním, daňovým a obdobným poradcům, osobám tvořícím s agenturou koncern a dále osobě poskytující agentuře pojištění rizika nezaplacení pohledávek.

## IX. OSTATNÍ USTANOVENÍ

1.

Pokud by vznikly odůvodněné pochybnosti o platební schopnosti zadavatele či pokud by zadavatel byl v prodlení s úhradou jakékoliv splatné faktury (byť vystavené na základě jiné smlouvy) agentury, je agentura podle své volby:

- a) oprávněna odstoupit od smlouvy,
- b) přerušit poskytování plnění anebo
- c) vázat poskytnutí dalších plnění (včetně plnění již objednaného) na platbu předem.

Agentura není povinna přerušit poskytování plnění podle písm. b) zadavateli oznámit.

2.

Stornováním objednávky, které musí být v každém případě provedeno písemně, zůstávají nároky agentury na platbu ceny reklamy nedotčeny (tzn. agentuře náleží v takovém případě odstupné ve výši 100 % ceny). Stejně platí pro případ, kdy agentura odmítne uveřejnit již potvrzenou objednávku z důvodu neuhrazení závazků zadavatele.

3.

V případě nedodání podkladu či pozdního dodání podkladu objednané inzerce si agentura vyhrazuje právo na storno poplatků ve výši 100 %.

4.

Smluvní strany se dohodly, že mezi nimi uzavřené smlouvy (o dílo) o šíření reklamy a vztahy z nich vyplývající se budou řídit českým právem a to zákonem č. 89/2012 Sb., Občanským zákoníkem v platném znění, a to ustanoveními upravujícími smlouvu o dílo podle § 2586 a násl. Občanského zákoníku. Zadavatel se zavazuje na své náklady a nebezpečí řádně a v zákonem stanovených lhůtách splnit povinnosti týkající se smlouvy (o dílo) o šíření reklamy stanovené zákonem č. 340/2015 Sb. V případě, že tento zákon umožňuje vyloučit ze zveřejnění některé části smlouvy či informace, zadavatel takové části smlouvy či informace ze zveřejnění vyloučí. Zadavatel se zavazuje přistupovat k obsahu této smlouvy jako ke svému obchodnímu tajemství. Stejně platí pro jiné zákony upravující zveřejňování informací, zejména zákon č. 247/1995 Sb. a další volební zákony.

5.

Ukončení smlouvy mezi agenturou a zadavatelem právním úkonem musí být provedeno písemně.

6.

Pokud by u zadavatele byly dány jakékoliv důvody, jež by mohly založit zákonné ručení či jinou odpovědnost agentury za daňové povinnosti zadavatele, je zadavatel povinen o takových skutečnostech agenturu bezodkladně písemně informovat.

7.

Odstoupení od smlouvy mezi agenturou a zadavatelem má vždy účinky ex nunc.



AD MIRROR - TV AMBULANCE - TV PREZENTATION

8.

Agentura si vyhrazuje právo dohodnout s klientem prostřednictvím (rámcové) smlouvy individuální obchodní podmínky.

9.

Agentura upozorňuje své obchodní partnery ve smyslu § 431 zákona č. 89/2012 Sb., že jednotliví zaměstnanci agentury jsou oprávněni jednat jen v rozsahu jim uděleného pověření a jen ve věcech obvyklých pro jejich pracovní pozici. Aniž je tím dotčeno ustanovení předchozí věty, následující smlouvy může uzavírat anebo právní jednání činit v zastoupení agentury vždy pouze jeho statutární orgán (způsobem jednání navenek zapsaným do obchodního rejstříku) nebo osoby těmito statutárními zástupci výslovně k tomu pověřené na základě speciální písemné plné moci, která bude výslovně obsahovat zmocnění k takovému úkonu:

a) smlouvy o smlouvě budoucí,

b) nakládání s ochrannými známkami, doménami a jinými předměty průmyslového vlastnictví,

c) uzavírání licenčních a podlicenčních smluv, vyjma běžných smluv s autory na příspěvky do médií,

d) nabytí, zatížení či zcizení nemovitostí,

e) jakékoliv zajištění či utvrzení dluhů jak agentury, tak třetích osob (včetně ujednání o smluvních pokutách a uznání dluhu, ručení, finanční záruky apod.),

f) uzavření zástavní smlouvy,

g) veřejná nabídka,

h) ujednání o závazku

i) jakákoliv dispozice s obchodním závodem či částí závodu tvořící samostatnou organizační složku,

j) postoupení pohledávky,

k) převzetí dluhu,

l) přistoupení k dluhu,

m) převzetí majetku,

n) postoupení smlouvy,

o) jakákoliv jednání týkající se cenných papírů (včetně směnek) či podílů v jiných osobách,

p) dohoda o narovnání,

q) vzdání se práva a prominutí dluhu (včetně jednání učiněných formou vrácení dlužního úpisu apod.).

Smlouva, při jejímž uzavírání zastupoval agenturu člen (členové) statutárního orgánu, může být měněna pouze právním jednáním, při němž budou agenturu zastupovat opět členové statutárního orgánu nebo osoby k takovému jednání výslovně pověřené individuálním písemným pověřením.

10.

Sjednává se prodloužení subjektivní promlčecí lhůty pro pohledávky vzniklé mezi smluvními stranami ze 3 na 4 roky. To neplatí pro pohledávky na náhradu škody.

11.

Jakékoliv reklamní nabídky agentury formou reklamy a informace uvedené v jejích cenících anebo katalogích se nepovažují za nabídku na uzavření smlouvy.

12.

Veškeré nabídky na uveřejnění reklamy učiněné agenturou mohou být odvolány i ve lhůtě určené pro jejich přijetí.

13.

Ustanovení § 1799 a § 1800 zákona č. 89/2012 Sb. se mezi stranami neužijí.

14.

Ustanovení § 1805 odst. 2, § 1913, § 1950, § 1952 odst. 2 a § 1995 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb. se mezi stranami neužijí.





AD MIRROR - TV AMBULANCE - TV PREZENTATION

15.

Smluvní strany výslovně ujednávají, že agentura je oprávněna odmítnout plnění podle uzavřené smlouvy i pro případ, kdy zadavatel bude v prodlení se splněním svého jiného závazku (vzniklého z jiného právního důvodu) vůči agentuře.

16.

Bylo-li ujednáno plnění ve splátkách a dlužník nesplní některou splátku, ujednaly smluvní strany, že věřitel má právo na vyrovnání celé pohledávky a toto právo může uplatnit i po splatnosti nejbližší splátky.

17.

Zadavatel bere na vědomí, že smluvní vztah s agenturou ho neopravňuje k označování jeho výrobků nebo jejich částí jménem, ochrannou známkou, názvem produktu agentury nebo jiným obdobným způsobem.

18.

Agentura je oprávněna započíst jakoukoliv svoji splatnou pohledávku vůči zadavateli proti pohledávkám zadavatele za agenturou a to bez ohledu na to, zda jsou tyto pohledávky splatné či nikoliv a bez ohledu na měnu nebo právní vztah, z něž vznikly.

19.

Pokud je smlouva uzavřena na dobu určitou či na jednorázové plnění, není možné ji ukončit jinak, než dohodou či ze zákonných důvodů. Pokud je smlouva uzavřena na dobu neurčitou, může ji kterákoliv ze stran ukončit výpovědí s výpovědní dobou 1 měsíce, která počne běžet prvním dnem měsíce následujícího po doručení výpovědi.

20.

Smluvní strany tímto v souladu s § 89a občanského soudního řádu resp. nařízením (EU) č. 1215/2012 sjednávají pro veškeré spory mezi nimi plynoucí z této smlouvy příslušnost českých soudů a to místní příslušnost Obvodního soudu pro Prahu 8 jako soudu prvního stupně. V případě, že soudem prvního stupně bude krajský soud, sjednávají smluvní strany pro veškeré spory mezi nimi místní příslušnost Městského soudu v Praze.

## X. ZMĚNA VŠEOBECNÝCH OBCHODNÍCH PODMÍNEK

Agentura může tyto Všeobecné obchodní podmínky včetně ceníků v přiměřeném rozsahu změnit, a to zejména v případě:

- a) změn v jednotlivých médiích, které by měly vliv na reklamní formáty,
- b) zavedení nových reklamních formátů či médií,
- c) změny rozsahu, periodicity či doby šíření jednotlivých médií či jejich zrušení nebo nahrazení jinými,
- d) změny či zrušení právních předpisů, vydání nových právních předpisů či změny výkladu příslušných právních předpisů,
- e) změny výše nákladu či čtenosti jednotlivých tištěných médií či dosahu ostatních médií,
- f) změn cen jednotlivých reklamních formátů,
- g) změn cenové úrovně na trhu,
- h) změny výkladu příslušných právních předpisů, nebo
- i) nepředvídatelných změn na trhu.

Změna bude oznámena zadavateli podle volby agentury buď odesláním příslušné informace a úplného znění změny podmínek ve vhodném formátu (např. .pdf nebo .html) na kontaktní e-mailovou adresu zadavatele či písemným oznámením. Takováto změna vstupuje mezi agenturou a konkrétním zadavatelem v platnost uplynutím agenturou stanovené lhůty, která činí zpravidla jeden měsíc; nejméně však činí tato lhůta 25 dní ode dne oznámení změny. V případě, že zadavatel nebude se změnou souhlasit, je oprávněn vypovědět příslušnou smlouvu ve lhůtě podle předchozí věty s výpovědní dobou 30 dnů. V případě, kdy zadavatel uplatní toto své právo na výpověď, není takovéto předčasné ukončení smlouvy považováno za porušení smlouvy ze strany zadavatele a zadavatelé nezaniká ani se neomezuje právo na sjednané slevy (ledaže by toto právo zaniklo nebo



AD MIRROR - TV AMBULANCE - TV PREZENTATION

bylo (mohlo být) omezeno z jiných důvodů na straně zadavatele). V případě, kdy zadavatel nevyužije svého práva na výpověď smlouvy, platí, že se změnou souhlasí.

Agentura si však vyhrazuje právo přijmout takovou změnu VOP či ceníků, s níž nebude spojeno právo zadavatele na výpověď smlouvy za předpokladu, že takovouto změnou bude zadavatel vázán pouze v případě, kdy s ní bude souhlasit.

Agentura si vyhrazuje právo při zavedení nových produktů stanovit pro ně odchylné všeobecné obchodní podmínky, technické podmínky anebo ceníky. Stejná pravidla platí pro změny příslušných technických podmínek (viz čl. I. odst. 4).

**XI. ZVLÁŠTNÍ USTANOVENÍ PRO SMLOUVY UZAVÍRANÉ DISTANČNÍM ZPŮSOBEM ANEBU MIMO OBCHODNÍ PROSTORY SE SPOTŘEBITELI**

1.

S ohledem na zákonná ustanovení sděluje vydavatel spotřebitelům, kteří s ním uzavřou smlouvu distančním způsobem, či mimo jeho obchodní prostory, následující údaje:

- a) při uzavírání smlouvy o uveřejnění reklamy je cena reklamy stanovena dle platného ceníku agentury umístěného na [www.citydigital.cz/cenik](http://www.citydigital.cz/cenik), a to s případnou slevou podle uzavřené smlouvy,
- b) s ohledem na charakter smlouvy nevznikají spotřebiteli žádné náklady na dodání služby,
- c) agentura si vyhrazuje právo požadovat platbu předem,
- d) ke sjednané ceně bude agentura účtovat pouze zákonnou daň z přidané hodnoty, jiné daně, poplatky ani náklady nebudou účtovány, ledaže by byly zavedeny po uzavření smlouvy a podle zákonných předpisů zatěžovaly poskytnutí příslušné služby,
- e) písemně uzavřená smlouva bude archivována u agentury a spotřebitel je oprávněn do ní kdykoliv nahlédnout na základě písemné žádosti a prokázání jeho totožnosti,
- f) k uzavření smlouvy nejsou nutné žádné technické kroky, vyjma kontaktu s příslušným pracovníkem inzertního oddělení agentury,
- g) zjišťování a opravování chyb vzniklých při zadávání dat před podáním objednávky je možné neomezeně až do uzavření smlouvy,
- h) pro agenturu nejsou závazné žádné kodexy chování týkající se uveřejňování reklam, neboť žádné takové kodexy nebyly vydány,
- i) smlouva může být uzavřena pouze v českém či slovenském jazyce.

2.

Spotřebitel má právo odstoupit od smlouvy ve lhůtě 14 dnů od jejího uzavření, a to příslušným právním jednáním učiněným vůči agentuře. Agentura doporučuje v případě zájmu spotřebitele o odstoupení od smlouvy učinit toto právní jednání písemně vůči svému inzertnímu poradci či doručením písemného odstoupení agentury na adresu sídla agentury. Lhůta pro odstoupení se považuje za zachovanou, pokud spotřebitel v jejím průběhu odešle agentuře oznámení, že od smlouvy odstoupuje.

3.

Pokud spotřebitel v uzavřené smlouvě požadoval uveřejnění reklamy ve lhůtě kratší, než je lhůta pro odstoupení podle odst. 2 tohoto článku, a došlo k tomuto uveřejnění, nemá právo na odstoupení podle odst. 2 tohoto článku. Odstoupí-li podle odst. 2 spotřebitel od smlouvy, s jejímž plněním bylo započato na základě výslovné žádosti spotřebitele před uplynutím lhůty pro odstoupení od smlouvy, uhradí agentuře poměrnou část sjednané ceny za plnění poskytnuté do okamžiku odstoupení od smlouvy.

4.

Přílohou smlouvy uzavřené se spotřebitelem bude formulář pro odstoupení od smlouvy v případech, kdy to bude zvláštní právní předpis vyžadovat.

5.

Agentura informuje spotřebitele, že přijímá platby v hotovosti (platba předem), převodem na účet agentury a u vybraných produktů, u nichž je to výslovně uvedeno, také prostřednictvím systému PaySec či prostřednictvím platebních karet Visa, Mastercard, Maestro anebo JCB. Agentura si však vyhrazuje u jednotlivé smlouvy či objednávky zvolit požadovaný systém platby.



AD MIRROR - TV AMBULANCE - TV PREZENTATION

6.

Mimosoudní řešení sporů není umožněno. Nedotčeno zůstává právo obou smluvních stran na dvoustranné jednání o vyřešení sporů. Mediace je upravena zákonem č. 202/2012 Sb. o mediaci a o změně některých zákonů.

V případě, že dojde mezi agenturou a spotřebitelem ke vzniku spotřebitelského sporu z kupní smlouvy nebo ze smlouvy o poskytování služeb, který se nepodaří vyřešit vzájemnou dohodou, může spotřebitel podat návrh na mimosoudní řešení takového sporu určenému subjektu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů, kterým je: Tak je nebo není možné mimosoudní řešení sporů???

Česká obchodní inspekce

Ústřední inspektorát - oddělení ADR Štěpánská 15, 120 00 Praha 2

e-mail: [adr@coi.cz](mailto:adr@coi.cz) web: [www.adr.coi.cz](http://www.adr.coi.cz)

Spotřebitel může v případě smluv uzavíraných on-line využít rovněž platformu pro řešení sporů online, která je zřízena Evropskou komisí na adrese: <http://ec.europa.eu/consumers/odr/>

## XII. PLATNOST

Tyto Všeobecné obchodní podmínky vstupují v platnost dne 1.11. 2018.