OBCHODNÍ PODMÍNKY (dále jen „Obchodní podmínky“)

I Úvodní ustanovení

1.1 Obchodní společnost JCDecaux, Městský mobiliář, spol. s r.o., IČ 452 41 538, se sídlem Praha 8, Rohanské nábřeží 678/25, PSČ 186 00, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze v oddíle C, vložce 6401 („poskytovatel“) je osoba oprávněná provozovat reklamní činnost na určitých plochách využitelných k instalaci a provozování reklamy na věcech movitých a nemovitých vlastněných či provozovaných společností Český Aeroholding, a.s., IČ 248 21 993, a/nebo společností Letiště Praha, a.s., IČ 282 44 532 (společnosti Český Aeroholding, a.s. a Letiště Praha, a.s. dále společně jen „Provozovatelé Letiště Praha“), a to zejména na určitých plochách terminálů Letiště Václava Havla Praha („Letiště Praha“) a na určitých plochách souvisejících s obsluhou či provozem Letiště Praha.

1.2 V rámci činnosti podle čl. 1.1 je poskytovatel mimo jiné oprávněn uzavírat se třetími osobami reklamní smlouvy a zajišťovat realizaci a provozování reklamy v souladu s uzavřenými reklamními smlouvami.

1.3 Tyto Obchodní podmínky upravují (i) postavení, práva a povinnosti stran při plnění reklamní smlouvy; (ii) při rezervaci reklamních smluv; a dále (iii) určité otázky týkající se dlouhodobých smluv o spolupráci; uzavíraným mezi poskytovatelem a objednatelem. Aktuální úplné znění Obchodních podmínek je dostupné na adrese www.jcdecauxairport.cz.

II Výklad Obchodních podmínek

2.1 Následující pojmy používané v těchto Obchodních podmínkách mají níže uvedený význam, pokud z reklamní smlouvy, Obchodních podmínek a/nebo z jejich kontextu nevyplývá jinak.

2.1.1 Bezpečnostní předpisy znamená veškeré příslušné bezpečnostní, provozní, technické a protipožární předpisy, pravidla, interní směrnice a další dokumenty, jejichž dodržování je vyžadováno na Letišti Praha.

2.1.2 Cena znamená cenu za realizaci a provozování reklamy sjednanou v reklamní smlouvě.

2.1.3 Ceník znamená ceník poskytovatele ve znění dostupném na adrese poskytovatele www.jcdecauxairport.cz. Ceny v ceníku jsou uvedeny bez daně z přidané hodnoty. Pro určení konkrétní výše ceny je rozhodné znění ceníku v den uzavření reklamní smlouvy nebo v den potvrzení rezervace objednatele ze strany poskytovatele.

2.1.4 Instalace reklamy znamená fyzickou aplikaci nebo upevnění reklamy na/do příslušného reklamního nosiče.

2.1.5 Objednatel znamená osobu, která u poskytovatele objednává realizaci a provozování reklamy prostřednictvím reklamních nosičů za podmínek stanovených v Obchodních podmínkách na základě jednotlivých reklamních smluv a případně za podmínek stanovených v dlouhodobé smlouvě o spolupráci.

2.1.6 Objednávka reklamy znamená závaznou objednávku či poptávku reklamy učiněnou objednatelem.
Nebude-li v konkrétním případě písemně sjednáno jinak, učiní objednatel objednávku na formuláři poskytovatele „Rozpis reklamní akce (kampaně)“ či „Objednávka reklamy“. Písemnou akceptací (přijetím) objednávky reklamy ze strany poskytovatele je mezi stranami uzavřena reklamní smlouva.

2.1.7 OZ znamená zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, popř. právní předpis, který může tento zákon v budoucnu nahradit.

2.1.8 Odstranění reklamy znamená následné odstranění reklamy a uvedení reklamního nosiče do původního stavu po skončení provozování reklamy.

2.1.9 Provozování reklamy znamená ponechání reklamy instalované v/na reklamním nosiči a péči o ni po dobu stanovenou v reklamní smlouvě.

2.1.10 Realizace reklamy znamená zejména výrobu reklamy, její instalaci, údržbu a/nebo odstranění z reklamního nosiče.

2.1.11 Reklama znamená veřejné oznámení, předvedení či jinou prezentaci (bez ohledu na technické, materiálové či audiovizuální ztvárnění), kterým se propagují třetí osoby, jejich výrobky, služby a/nebo akce a které má za cíl podporu podnikatelské či jiné činnosti třetí osoby, či jakákoliv jiná oznámení, předvedení či prezentace poskytovaná objednatelem za úplatu na základě reklamní smlouvy.

2.1.12 Reklamní akce znamená realizaci a provozování reklamy.

2.1.13 Reklamní nosič znamená zejména vnější či vnitřní plochy movitých a nemovitých věcí, samostatné reklamní panely či audiovizuální techniku umístěnou či jinak technicky spojenou s těmito věcmi, jiná zařízení vyrobená či zhotovená na základě nově vzniklých či objevených technologií, které se nacházejí ve vlastnictví poskytovatele, nebo kterých je poskytovatel oprávněným uživatelem a které umožňují šíření reklamy. Na jednom reklamním nosiči může být umístěn jeden či více typů reklam.

2.1.14 Reklamní smlouva znamená jednotlivou, dílčí smlouvu o poskytnutí reklamy uzavřenou mezi poskytovatelem a objednatelem. Předmětem plnění z reklamní smlouvy je povinnost poskytovatele k realizaci a/nebo provozování reklamy prostřednictvím reklamních nosičů a odpovídající povinnost objednatele uhradit poskytovateli sjednanou cenu. Reklamní smlouva obsahuje zejména rozpis fakturace a provozně technické podmínky reklamních nosičů.

2.1.15 Strany znamená společně objednatele a poskytovatele jako strany reklamní smlouvy.

2.1.16 Výroba reklamy znamená vlastní fyzické zhotovení (výrobu) reklamy podle obsahového zadání a požadavků objednatele. Pro odstranění pochybností platí, že nebude-li mezi stranami výslovně písemně sjednáno v reklamní smlouvě jinak, (i) výroba reklamy neznamená zpracování reklamy ve smyslu zákona; a (ii) poskytovatel tedy není zpracovatelem ve smyslu zákona a neodpovídá za obsah reklamy a jeho soulad s obecně závaznými právními předpisy.

2.1.17 Zahájení reklamní akce znamená první den realizace reklamy, je-li realizace reklamy předmětem reklamní smlouvy. Není-li realizace reklamy předmětem reklamní smlouvy, rozumí se zahájením reklamní akce první den provozování reklamy.

2.1.18 Zákon znamená zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, ve znění pozdějších předpisů, popř. právní předpis, který tento zákon v budoucnu nahradí.

2.1.19 ZOK znamená zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích) ve znění pozdějších předpisů, popř. právní předpis, který tento zákon v budoucnu nahradí.

2.2 Při výkladu těchto Obchodních podmínek budou využívána níže uvedená výkladová pravidla, pokud z reklamní smlouvy, Obchodních podmínek a/nebo z jejich kontextu nevyplývá jinak.

2.2.1 Nadpisy v těchto Obchodních podmínkách slouží pouze snazší orientaci v textu a při výkladu těchto Obchodních podmínek na ně nebude brán zřetel.

2.2.2 Slova použitá v těchto Obchodních podmínkách v jednotném čísle mají stejný význam i v množném čísle a naopak.

2.2.3 Kde se v těchto Obchodních podmínkách odkazuje na „články“ či jinak pojmenovaná ustanovení bez další specifikace, rozumí se tím ustanovení těchto Obchodních podmínek.

2.2.4 Kde se v těchto Obchodních podmínkách odkazuje na „dny“, rozumí se tím kalendářní dny.

2.2.5 Kde se v těchto Obchodních podmínkách odkazuje na „pracovní dny“, rozumí se tím každý den mimo soboty, neděle, státní svátky a ostatní svátky ve smyslu zákona č. 245/2000 Sb., o státních svátcích, o ostatních svátcích, o významných dnech a o dnech pracovního klidu, ve znění pozdějších předpisů, popř. právní předpis, který může tento zákon v budoucnu nahradit.

2.2.6 Kde se v těchto Obchodních podmínkách odkazuje na „osobu“ či „osoby“, rozumí se tím jakékoli fyzické osoby, právnické osoby, jejich sdružení a sdružení těchto sdružení, podnikatelská seskupení či veřejnoprávní korporace bez ohledu na to, zda mají právní subjektivitu či nikoli.

2.2.7 Kde se v těchto Obchodních podmínkách odkazuje na propojené osoby, rozumí se tím propojené osoby ve smyslu § 71 – 91 ZOK.

2.2.8 V případě rozporu mezi ustanoveními reklamní smlouvy, dlouhodobé smlouvy o spolupráci (byla-li uzavřena), Obchodních podmínek a/nebo ceníku, budou mít přednost ustanovení dokumentů v následujícím pořadí: (i) reklamní smlouva; (ii) dlouhodobá smlouva o spolupráci (byla-li uzavřena); (iii) ceník; a (iv) Obchodní podmínky.

III Náležitosti reklamních smluv, objednávek

3.1 Nedohodnou-li se strany v konkrétním případě písemně jinak, reklamní smlouvy jsou uzavírány prostřednictvím formulářových tiskopisů poskytovatele „Rozpis reklamní akce (kampaně)“ či „Objednávka reklamy“.

3.2 Reklamní smlouva je uzavírá jako smlouva o dílo podle OZ, dlouhodobá smlouva o spolupráci a/nebo rezervační smlouva podle čl. 4 se uzavírají jako nepojmenované smlouvy podle OZ.

3.3 Reklamní smlouvy a objednávky reklamy musí obsahovat zejména náležitou identifikaci smluvních stran (obchodní firmu nebo jméno či název, pod kterým podnikají či vyvíjejí činnost, identifikační číslo, sídlo, místo podnikání či bydliště, příp. daňové identifikační číslo a bankovní spojení); předmět, rozsah a termín realizace a/nebo provozování reklamy, cenu či způsob jejího určení, případně další údaje stanovené Obchodními podmínkami.

3.4 Reklamní smlouvy jsou uzavírány ve dvou vyhotoveních, z nichž každá ze stran obdrží po jednom. Reklamní smlouvy mohou být uzavírány v českém a anglickém jazyce. V případě výkladových problémů či nesrovnalostí mezi českou a anglickou verzí reklamní smlouvy je rozhodující znění reklamní smlouvy v českém jazyce.

3.5 V případech, kdy poskytovatel učinil nabídku na uzavření reklamní smlouvy, vylučuje tímto ve smyslu § 1740 odst. 3 OZ přijetí nabídky s dodatkem nebo odchylkou.

IV Rezervace

4.1 Objednatel může požádat poskytovatele o rezervaci možnosti uzavřít s poskytovatelem reklamní smlouvu. Akceptací žádosti objednatele ze strany poskytovatele je uzavřena příslušná rezervační smlouva. Rezervace na základě takové smlouvy však skončí nejpozději 45 dnů před zahájením reklamní akce podle zamýšlené reklamní smlouvy, nedohodnou-li se strany v konkrétním případě písemně jinak.

4.2 Nedojde-li do posledního dne rezervace podle čl. 4.1 k uzavření reklamní smlouvy, považují se rezervace a příslušná rezervační smlouva za zrušené bez náhrady, nedohodne-li se poskytovatel s objednatelem jinak. V takovém případě nemá objednatel nárok na náhradu vynaložených nákladů či na náhradu jakékoli jiné újmy ze strany poskytovatele.

V Reklama, instalace reklamy

5.1 Objednatel je povinen dodat poskytovateli reklamu, resp. v případě, že v reklamní smlouvě byla sjednána výroba reklamy ze strany poskytovatele, jednoznačné obsahové zadání reklamy, další požadavky na reklamu, podklady a materiál potřebný k výrobě reklamy tak, jak bylo sjednáno v příslušné reklamní smlouvě. Zajišťuje-li poskytovatel pro objednatele výrobu reklamy, garantuje její výrobu ve standardní technické kvalitě umožňující její realizaci a provozování v příslušném reklamním nosiči.

5.2 V případě, že objednatel dodává vlastní materiál k výrobě reklamy nebo již vyrobenou reklamu, je povinen dodat materiál či vyrobené reklamy v kvalitě, která je v souladu s Obchodními podmínkami
a provozními a technickými podmínkami příslušného typu reklamy a reklamního nosiče. Tyto provozní a technické podmínky tvoří nedílnou součást reklamní smlouvy.

5.3 Nedohodnou-li se strany písemně jinak, objednatel se zavazuje dodat vyrobenou reklamu na adresu Letiště Praha, a. s., K Letišti 6/1019, 160 08 Praha 6 a to:
v době od 08:00 do 16:00 ve skladu v Terminálu 1, v ostatní době do úschovny zavazadel na Terminálu 2. Kontaktní telefon: 605219658 nebo 602381939
a to v termínu dohodnutém v reklamní smlouvě, nejpozději však do 10 pracovních dnů před zahájením příslušné reklamní akce.

5.4 Dodává-li objednatel podklady k výrobě reklamy, zavazuje se je dodat na adresu
JCDecaux, Městský mobiliář, spol. s r.o.,
Rohanské nábřeží 678/25, 186 00 Praha 8, Karlín
Kontaktní osoba: Hana Kosová, hana.kosova@jcdecaux.cz
a to nejpozději do 15 pracovních dnů před zahájením reklamní akce.

VI Požadavky na reklamu

6.1 Objednatel prohlašuje a zavazuje se po celou dobu trvání reklamní smlouvy zajistit, že reklama není v rozporu s obecně závaznými právními předpisy a dále pak etickými, morálními a profesními normami, zejména etickým kodexem reklamy vydaným Radou pro reklamu.

6.2 Objednatel dále výslovně prohlašuje a zavazuje se po celou dobu trvání reklamní smlouvy zajistit, že reklama:

6.2.1 nemůže ohrozit či mít nepříznivý vliv na dobré jméno a dobrou pověst poskytovatele, Provozovatelů Letiště Praha, s nimi propojených osob a/nebo České republiky či jejích představitelů;

6.2.2 nemůže ohrozit či mít nepříznivý vliv na oprávněné ekonomické zájmy Provozovatelů Letiště Praha nebo s nimi propojených osob;

6.2.3 nemůže ohrozit či mít nepříznivý vliv na dobré jméno a dobrou pověst významného obchodního partnera poskytovatele, Provozovatelů Letiště Praha či jakéhokoliv obchodního partnera Provozovatelů Letiště Praha v oboru letectví, zejména pak leteckých společností a dalších subjektů v oblasti letectví působících na Letišti Praha;

6.2.4 je v souladu s nejlepšími současnými reklamními trendy pro letiště velikostí a důležitostí srovnatelná s Letištěm Praha;

6.2.5 neporušuje práva třetích osob;

6.2.6 nebude obsahovat explicitně erotický obsah, ať už vyjádřený slovně, zvukem či obrazem, a to včetně odkazů na jakékoliv erotické služby;

6.2.7 nebude obsahovat rasově nevhodný obsah;

6.2.8 nebude obsahovat reklamu explicitně diskriminující v otázkách rasy, etnické skupiny, národnosti, pohlaví, pohlavní orientace, věku, zdravotních postižení či hendikepů, náboženství či víry; a/nebo

6.2.9 nebude obsahovat tvrzení a vizuální prezentace, které by porušovaly hrubým způsobem normy slušnosti a mravnosti obecně přijímané v České republice; zejména prezentace lidského těla musí být uskutečňována s plným zvážením jejího dopadu na všechny adresáty reklamy.

6.3 Objednatel není oprávněn bez předchozího písemného souhlasu poskytovatele užít na reklamě obchodní firmu, ochrannou známku, logo, nebo jakýkoliv jiný vizuální identifikátor poskytovatele či jiných osob propojených s poskytovatelem či Provozovatelů Letiště Praha.

6.4 Za reklamu odpovídá výhradně objednatel. Poskytovatel je oprávněn, nikoli však povinen, provést kontrolu reklamy objednatele. Poskytovatel má právo odmítnout reklamu realizovat či reklamu stáhnout a dále neprovozovat, pokud je reklama, materiál či podklady k její výrobě v rozporu s podmínkami tohoto čl. 6, provozními a technickými podmínkami a/nebo uzavřenou reklamní smlouvou, nebo pojme-li poskytovatel o některé z těchto skutečností důvodné podezření; nárok poskytovatele na zaplacení ceny tím není dotčen. O odmítnutí realizace a/nebo stažení reklamy je poskytovatel povinen objednatele bez zbytečného odkladu písemně informovat. Objednatel je v takovém případě povinen dodat poskytovateli novou reklamu, resp. materiál či podklady pro výrobu nové reklamy odpovídající podmínkám dle tohoto čl. 6, a to na své náklady a neprodleně, nejpozději však do 10 pracovních dnů od obdržení informace poskytovatele, nebude-li mezi stranami písemně sjednána jiná přiměřená lhůta. V případě, že objednatel tuto povinnost nesplní či tento termín nedodrží, je poskytovatel oprávněn od reklamní smlouvy odstoupit. Poskytovatel neodpovídá objednateli za škodu či jinou újmu, která objednateli vznikne

v důsledku odmítnutí realizace či provozování reklamy z důvodů uvedených v tomto čl. 6.4 či v důsledku postupu poskytovatele podle tohoto čl. 6.4.

VII Další práva a povinnosti stran

7.1 Poskytovatel se zavazuje zajistit realizaci a/nebo provozování reklamy v rozsahu sjednaném reklamní smlouvou.
7.2 Poskytovatel je povinen zabezpečit na své vlastní náklady po dobu trvání reklamní akce opravu reklamních nosičů, a to v případě jejich poškození, zničení nebo odcizení, s výjimkou poškození, zničení nebo odcizení z důvodů na straně objednatele.
7.3 Poskytovatel je oprávněn jednostranně posunout termín zahájení reklamní akce či reklamní akci přerušit nebo změnit umístění reklamy či reklamních nosičů, na kterých je umístěna reklama objednatele v následujících případech:
a) v případech vyšší moci, provozní tísňové situace nebo jiné mimořádné situace ve smyslu čl. 9.5;
b) v případech uvedených v čl. 6.4;
c) v případech, kdy tak vyžadují bezpečnostní předpisy či nouzová situace na Letišti Praha;
d) v případě, že Provozovatelé Letiště Praha či kterýkoli z nich požádají provozovatele o přemístění dotčené reklamní plochy v důsledku rekonstrukce či přestavby prostor Letiště Praha či z jiných provozních důvodů;
e) v případě, že na Letišti Praha nastanou jiné provozně-technické podmínky neumožňující umístění, zahájení či provozování reklamní akce či reklamy v souladu s příslušnou reklamní smlouvou;
f) v jiných případech uvedených v těchto Obchodních podmínkách či stanovených příslušnými právními předpisy.
V případech dle tohoto čl. 7.3 odst. a), c), d) a e) budou strany postupovat v souladu s čl. 12.3.
7.4 O posunutí termínu zahájení reklamní akce či jejím přerušení a/nebo o změně umístění reklamy či reklamního nosiče bude poskytovatel objednatele bez zbytečného odkladu informovat, a to pokud možno předem.
7.5 Objednatel je povinen poskytnout poskytovateli veškerou součinnost potřebnou ke splnění povinností poskytovatele vyplývajících z reklamní smlouvy. V případě, že objednatel potřebnou součinnost neposkytne, neodpovídá poskytovatel za splnění svých povinností vyplývajících z reklamní smlouvy, které bez poskytnutí součinnosti objednatele nemohou být uskutečněny nebo mohou být uskutečněny pouze s vynaložením dodatečných nákladů na straně poskytovatele.
7.6 Objednatel je povinen uhradit poskytovateli cenu řádně a včas.
7.7 Na žádost poskytovatele je objednatel povinen neprodleně, nejpozději však do 3 pracovních dnů od obdržení žádosti poskytovatele, předat poskytovateli návrh vizualizace reklamy v elektronické podobě. Strany výslovně sjednávají, že poskytovatel je oprávněn zpřístupnit vizualizaci jakékoli reklamy před jejím zveřejněním Provozovatelům Letiště Praha, pokládá-li za vhodné získat vyjádření Provozovatelů Letiště Praha ohledně souladu příslušné reklamy s článkem 6.
7.8 Poskytovatel a objednatel jsou povinni zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, jež se jim stanou známými v souvislosti s plněním reklamní smlouvy, chránit je proti zpřístupnění třetí osobě a žádné třetí osobě žádnou z takových skutečností nezpřístupnit bez předchozího písemného souhlasu druhé strany. Všechna ustanovení reklamní smlouvy, případně dlouhodobé smlouvy o spolupráci (byla-li uzavřena) jsou předmětem obchodního tajemství a musí zůstat utajena před třetími osobami v souladu s OZ a předchozí větou tohoto článku 7.8.

IIX Cenové podmínky

8.1 Cenové podmínky realizace a provozování reklamy se řídí ceníkem platným ke dni uzavření reklamní smlouvy či rezervační smlouvy. Konkrétní cena je uvedena v reklamní smlouvě. Den uskutečnění zdanitelného plnění je určen příslušnými právními předpisy.
8.2 Cenu hradí objednatel na základě faktur vystavených poskytovatelem, a to na bankovní účet poskytovatele uvedený v reklamní smlouvě či v hotovosti do pokladny v sídle poskytovatele. Faktury jsou vystavovány dle rozpisu fakturace, který je přílohou reklamní smlouvy. Není-li rozpis reklamní akce přílohou reklamní smlouvy, jsou faktury vystavovány poskytovatelem v závislosti na typu reklamní akce.
8.3 V případě bezhotovostního převodu objednatel doloží poskytovateli úhradu platby kopií výpisu z účtu s uvedením čísla bankovního účtu poskytovatele, výše úhrady provedené ve prospěch tohoto účtu a dne provedení této úhrady.
8.4 Nedohodnou-li se strany jinak, budou činnosti realizace a provozování reklamy provedeny až po zaplacení zálohy ve výši ceny či její části ve výši stanovené poskytovatelem. Zálohu uhrazenou objednatelem je poskytovatel oprávněn započíst na úhradu ceny či její části.
8.5 V případě, že objednatel je v prodlení s úhradou zálohy, odkládá se den zahájení reklamní akce, a to o příslušný počet dnů prodlení objednatele s úhradou zálohy. Odklad dne zahájení reklamní akce v takovém případě nemá vliv na den ukončení reklamní akce ani na výši ceny.
8.6 V případě, že záloha či cena (její část) není objednatelem zaplacena řádně a včas, je poskytovatel oprávněn (i) nezahájit, popř. 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 jakékoli platby vůči poskytovateli po dobu delší 14 dnů, je poskytovatel oprávněn odstoupit též od kterékoliv další reklamní smlouvy, rezervační smlouvy a/nebo dlouhodobé smlouvy o spolupráci uzavřené mezi stranami.
8.7 Za den zaplacení jakékoli platby objednatele na základě reklamní smlouvy se považuje den připsání příslušných peněžních prostředků na účet poskytovatele nebo den jejich složení v hotovosti do pokladny poskytovatele.

IX Odpovědnost poskytovatele a objednatele

9.1 Objednatel odpovídá v plném rozsahu za obsah reklamy, zejména za zákonnost, pravdivost, správnost a nezavádějící charakter údajů obsažených v reklamě, resp. v materiálech a podkladech, které dodal poskytovateli k výrobě reklamy, a za to, že reklamou nebudou porušena práva třetích osob či ustanovení čl. 6. Objednatel musí být schopen vždy a v každém případě doložit pravdivost, správnost a nezavádějící charakter jakéhokoliv svého tvrzení uvedeného v reklamě či v podkladech dodaných k výrobě reklamy. Poskytovatel neodpovídá za obsah reklamy ani za porušení práv třetích osob či obecně závazných právních předpisů v důsledku reklamy a za škodu takto způsobenou.
9.2 V případě, že reklamou budou porušena práva třetích osob a tyto osoby uplatní vůči poskytovateli nárok na náhradu škody či jiný nárok, zavazuje se objednatel takovou škodu, resp. jiné nárokované plnění nahradit namísto poskytovatele.
9.3 Objednatel odpovídá poskytovateli za kvalitu reklamy, příp. materiálů a podkladů k výrobě reklamy předaných poskytovateli, a to po celou dobu trvání reklamní akce. V případě, že při realizaci či provozování reklamy se na reklamě vyskytnou vady, které mají původ v reklamě, materiálech či podkladech předaných poskytovateli ze strany objednatele a které brání realizaci či provozování reklamy, poskytovatel (i) je oprávněn nezahájit, popř. přerušit realizaci a/nebo provozování reklamy s tím, že takový krok nemá vliv na den ukončení reklamní akce a výši sjednané ceny; a (ii) bude o takové skutečnosti informovat objednatele a, nedohodnou-li se strany písemně jinak, objednatel neprodleně, nejpozději však do 10 pracovních dnů od obdržení informace poskytovatele, dodá poskytovateli náhradní reklamu, materiály či podklady k výrobě reklamy.
9.4 Objednatel se zavazuje odškodnit poskytovatele v plném rozsahu za jakoukoli škodu či jinou újmu vzniklou poskytovateli v důsledku realizace a/nebo provozování reklamy, která je v rozporu s těmito Obchodními podmínkami či reklamní smlouvou; zejména uhradí poskytovateli náklady vynaložené na stažení takové reklamy, jakékoli zákonné sankce uložené poskytovateli či nároky uplatněné vůči poskytovateli ze strany třetích osob v důsledku realizace a/nebo provozování reklamy. Poskytovatel bude bez zbytečného odkladu písemně informovat objednatele o zahájení jakéhokoli řízení či vznesení jakéhokoli nároku třetí osoby podle předchozí věty.
9.5 Poskytovatel neodpovídá za porušení svých povinností z reklamní smlouvy, rezervační smlouvy a/nebo dlouhodobé smlouvy o spolupráci vzniklé v důsledku zásahu vyšší moci, provozní tísňové situace nebo z důvodu jiné mimořádné situace. Pro účely těchto Obchodních podmínek se zásahem vyšší moci, provozní tísňovou situací nebo jinou mimořádnou situací rozumí jakákoliv událost, za kterou poskytovatel neodpovídá, která podstatným způsobem omezuje nebo ohrožuje splnění reklamní smlouvy, rezervační smlouvy a/nebo dlouhodobé smlouvy o spolupráci a které nebylo možno zabránit. Za takovou událost jsou považovány zejména živelné pohromy a přírodní katastrofy, občanské nepokoje, omezení podnikání na území České republiky, zestátnění nebo podobná jednání a embarga, pracovní výluky, výbuchy, stávky, požáry, sabotáže, ozbrojené konflikty nebo terorismus, války, povstání, epidemie, zásahy vojenských nebo policejních orgánů či poskytovatelem neovlivnitelné a nepředvídatelné změny provozních a technických podmínek u reklamních nosičů a ploch a případné další události, které jsou mimo moc a kontrolu poskytovatele a ztíží či znemožní plnění povinností poskytovatele z reklamní smlouvy, popř. umožní takové plnění pouze s vynaložením vyšších nákladů na straně poskytovatele.

X Stornovací a sankční podmínky

10.1 V případě odstoupení objednatele od reklamní smlouvy se objednatel zavazuje uhradit poskytovateli stornovací poplatek (odstupné) ve výši závisející na době doručení takového odstoupení poskytovateli.
10.1.1 V případě, že odstoupení od reklamní smlouvy ze strany objednatele bude poskytovateli doručeno v termínu od 100. do 70. dne před zahájením reklamní akce, je objednatel povinen uhradit poskytovateli stornovací poplatek ve výši 35 % ceny.
10.1.2 V případě, že odstoupení od reklamní smlouvy ze strany objednatele bude poskytovateli doručeno v termínu od 69. do 55. dne před zahájením reklamní akce, je objednatel povinen uhradit poskytovateli stornovací poplatek ve výši 50 % ceny.
10.1.3 V případě, že odstoupení od reklamní smlouvy ze strany objednatele bude poskytovateli doručeno v termínu od 54. do 31. dne před zahájením reklamní akce, je objednatel povinen uhradit poskytovateli stornovací poplatek ve výši 80 % ceny.
10.1.4 V případě, že odstoupení od reklamní smlouvy ze strany objednatele bude poskytovateli doručeno v termínu od 30. dne do dne zahájení reklamní akce, je objednatel povinen uhradit poskytovateli stornovací poplatek ve výši 100 % ceny. Stornovací poplatek se objednatel zavazuje uhradit poskytovateli spolu s oznámením o odstoupení od reklamní smlouvy.
10.2 Poruší-li objednatel svoji povinnost (i) dodat poskytovateli reklamu, materiál a/nebo podklady k výrobě reklamy v souladu s čl. 5.3 a/nebo 5.4; (ii) dodat poskytovateli řádně a včas novou reklamu, resp. materiál či podklady pro výrobu nové reklamy v případě odmítnutí realizace a/nebo stažení reklamy poskytovatelem v souladu s čl. 6.4; (iii) řádně a včas zaplatit zálohu či cenu (její část) podle čl. 8; a/nebo (iv) dodat poskytovateli náhradní reklamu, materiály či podklady k výrobě reklamy podle čl. 9.3, má poskytovatel nárok na zaplacení smluvní pokuty ve výši 100 % ceny podle příslušné reklamní smlouvy. Dnem zaplacení smluvní pokuty podle tohoto čl. 10.2 se reklamní smlouva bez dalšího ruší.
10.3 Smluvní pokutu se objednatel zavazuje uhradit poskytovateli do 15 dnů ode dne, kdy mu bude doručena písemná výzva poskytovatele k zaplacení smluvní pokuty.
10.4 V případě prodlení objednatele se zaplacením jakékoli platby podle reklamní smlouvy, zaplatí objednatel poskytovateli spolu s dlužnou částkou též smluvní úrok z prodlení ve výši 0,1 % z dlužné částky za každý den prodlení. Objednatel je povinen k zaplacení úroku z prodlení bez ohledu na to, zda je za prodlení odpovědný.
10.5 Úhradou smluvní pokuty či smluvního úroku z prodlení není dotčen nárok poskytovatele na náhradu škody v plném rozsahu.

XI Trvání reklamní smlouvy, skončení reklamní smlouvy

11.1 Reklamní smlouva se uzavírá na dobu trvání reklamní akce, není-li v reklamní smlouvě stanoveno jinak.
11.2 Reklamní smlouvu lze předčasně ukončit pouze následujícími způsoby:
a) písemnou dohodou stran;
b) odstoupením od reklamní smlouvy ze strany objednatele;
c) odstoupením od reklamní smlouvy ze strany poskytovatele;
d) zaplacením smluvní pokuty podle čl. 10.2.
11.3 Před uplynutím doby, na kterou byla reklamní smlouva uzavřena, lze reklamní smlouvu ukončit dohodou. Dohodnou-li se strany na takovémto ukončení reklamní smlouvy, je objednatel povinen zaplatit poskytovateli odstupné. Odstupné se hradí ve výši zjištěné jako součet denní ceny násobené počtem dní, které zbývají do skončení reklamní akce. Tato dohoda musí být učiněna písemnou formou a nabývá účinnosti zaplacením odstupného poskytovateli.
11.4 Strany se mohou dohodnout na snížení nebo omezení rozsahu dohodnutého předmětu plnění reklamní smlouvy, a to písemným dodatkem k takové smlouvě. Dohodnou-li se strany na takovéto změně reklamní smlouvy, je objednatel povinen uhradit poskytovateli vedle ceny sjednané v dodatku též rozdíl mezi cenou sjednanou v reklamní smlouvě a cenou uvedenou v takovémto dodatku. Dodatek nabývá účinnosti zaplacením rozdílu poskytovateli.
11.5 Objednatel je oprávněn odstoupit od reklamní smlouvy spolu se zaplacením stornovacího poplatku podle čl. 10.1, a to i bez uvedení důvodu písemným odstoupením doručeným poskytovateli před zahájením reklamní akce. Po zahájení reklamní akce již objednatel není oprávněn od reklamní smlouvy odstoupit. Odstoupení objednatele od reklamní smlouvy musí být učiněno písemnou formou a nabývá účinnosti zaplacením stornovacího poplatku poskytovateli.
11.6 Poskytovatel je oprávněn od reklamní smlouvy odstoupit, poruší-li objednatel svoji povinnost (i) dodat poskytovateli reklamu, materiál a/nebo podklady k výrobě reklamy v souladu s čl. 5.3 a/nebo 5.4; (ii) dodat poskytovateli řádně a včas novou reklamu, resp. materiál či podklady pro výrobu nové reklamy v případě odmítnutí realizace a/nebo stažení reklamy poskytovatelem v souladu s čl. 6.4; (iii) řádně a včas zaplatit zálohu či cenu (její část) v souladu s čl. 8.6; a/nebo (iv) dodat poskytovateli náhradní reklamu, materiály či podklady k výrobě reklamy podle čl. 9.3.
11.7 Poskytovatel je oprávněn odstoupit od reklamní smlouvy v případě, že dojde k ukončení smlouvy uzavřené mezi poskytovatelem a Provozovateli Letiště Praha, na jejímž základě je poskytovatel oprávněn provozovat reklamní činnost na Letišti Praha.
11.8 Poskytovatel je oprávněn od reklamní smlouvy odstoupit v případě zahájení insolvenčního řízení proti objednateli či v případě zrušení objednatele (je-li objednatel právnickou osobou). Poskytovatel je dále oprávněn odstoupit od reklamní smlouvy v případě výskytu zásahu vyšší moci, provozní tísňové situace nebo jiné mimořádné situace ve smyslu čl. 9.5.
11.9 Není-li v těchto Obchodních podmínkách uvedeno jinak, odstoupení od smlouvy je účinné dnem doručení odstoupení od smlouvy druhé straně a tím dnem se zrušuje závazek s účinky ex nunc. Nepodaří-li se doručit na adresu sídla, místa podnikání či bydliště, či odmítne-li strana zásilku převzít, považuje se za den doručení 5. den (i) po dni odeslání odstoupení doporučeně poštou s doručenkou na adresu trvalého bydliště či sídla druhé strany reklamní smlouvy. To neplatí v případě, že odstoupení od reklamní smlouvy bude druhé straně doručeno dříve. Za adresu trvalého bydliště či sídla či místa podnikání se považuje adresa uvedená v záhlaví reklamní smlouvy či uvedená v písemném oznámení doručeném druhé straně po uzavření reklamní smlouvy, přičemž oznámení nabývá účinnosti 5. pracovní den po jeho doručení druhé straně, popř. v pozdější den uvedený v takovém oznámení.
11.10 Pro vyloučení pochybnost platí, že žádná strana nesmí od reklamní smlouvy odstoupit ani ji ukončit jinak než způsobem upraveným v těchto Obchodních podmínkách a/

nebo reklamní smlouvě. Použití ustanovení § 2002 – 2005 a § 2106 odst. 1 písm. d) OZ se na právní vztahy vzniklé na základě reklamní smlouvy výslovně vylučuje.

11.11 Ukončení reklamní smlouvy se nedotýká nároku na náhradu škody a/nebo smluvních pokut vzniklých před ukončením reklamní smlouvy, ujednání podle čl. 13.4 ani jiných ustanovení těchto Obchodních podmínek a/nebo reklamní smlouvy, které mají vzhledem ke své povaze trvat i po ukončení reklamní smlouvy.

XII Další ujednání

12.1 Poskytovatel 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. Poskytovatel je nicméně oprávněn použít vizualizaci reklamy pro účely své interní databáze a používat reklamu ke svým obchodním prezentacím.

12.2 Poskytovatel se zavazuje poskytovat objednateli aktuální informace o případných změnách provozních a technických podmínek reklamních nosičů.

12.3 Dojde-li k nezahájení či přerušení reklamní akce na základě (i) skutečností uvedených v čl. 7.2 a/nebo 7.3 odst. a) c), d) a e); a/nebo (ii) skutečností výlučně na straně poskytovatele, je poskytovatel povinen neprodleně, nejpozději však do 3 pracovních dnů od zjištění skutečnosti, písemně informovat objednatele. Zároveň je poskytovatel povinen neprodleně, nejpozději však do 3 pracovních dnů od odpadnutí takové překážky, předložit objednateli písemný návrh dodatku k reklamní smlouvě, který bude obsahovat jednu ze dvou níže uvedených variant kompenzace nerealizování či neprovozování reklamy, a to dle volby poskytovatele:

12.3.1 prodloužení doby reklamní akce o dobu, po kterou reklama nebyla realizována a/nebo provozována;

12.3.2 sleva z ceny; objednatel má přitom nárok na slevu z ceny pouze za období nerealizování a/nebo neprovozování reklamy, které přesahuje 1 den.

Výše uvedená kompenzace dle čl. 12.3.1 nebo 12.3.2 představuje jediný a výlučný nárok objednatele z titulu nezahájení či přerušení reklamní akce; poskytovatel však není povinen kompenzaci objednateli poskytnout, popř. ji přiměřeným způsobem snížit, pokud lze vznik důvodů pro nezahájení či přerušení reklamní akce zcela či částečně přičítat objednateli. Bude-li pro zahájení provozování reklamy nutné provést novou realizaci reklamy, nese náklady takové realizace reklamy objednatel; uvedené neplatí v případě, došlo-li k přerušení reklamní akce z důvodů výlučně na straně poskytovatele.

12.4 Vzhledem k provozním podmínkám reklamy na Letišti Praha se považuje za splnění předmětu reklamní smlouvy ze strany poskytovatele, byla-li reklama provozována alespoň 80 % pracovních dnů
z celkově sjednané doby provozování reklamy. Ve smyslu tohoto ustanovení Obchodních podmínek je poskytovatel oprávněn dokončit instalaci reklam ve lhůtě tří pracovních dnů od sjednaného data zahájení reklamních akcí a zahájit odstranění reklam končících reklamních akcí či reklamních akcí, u kterých dochází ke změně reklamních motivů, tří pracovní dny před sjednaným datem ukončení reklamní akce či změny reklamního motivu. Termín dokončení instalace či odstranění reklam nemá vliv na dodržení termínů podle první věty tohoto článku.

12.5 Strany dohodou omezují odpovědnost poskytovatele za škodu způsobenou porušením reklamní smlouvy tak, že maximální a nepřekročitelná souhrnná odpovědnost poskytovatele za porušení kterékoli reklamní smlouvy nepřekročí 100 % ceny podle takové reklamní smlouvy. Limitace podle tohoto článku se neuplatní v případě škody způsobené poskytovatelem úmyslně nebo z hrubé nedbalosti.

12.6 Bez písemného souhlasu poskytovatele není objednatel oprávněn (i) postoupit či zastavit jakoukoli svou pohledávku za poskytovatelem vzniklou na základě reklamní smlouvy, rezervační smlouvy a/nebo dlouhodobé smlouvy o spolupráci, popř. z důvodu porušení těchto smluv poskytovatelem či jejich neplatnosti; a/nebo (ii) započíst jakoukoli svou pohledávku za poskytovatelem vůči jakékoli pohledávce poskytovatele vzniklé na základě reklamní smlouvy, rezervační smlouvy a/nebo dlouhodobé smlouvy o spolupráci, popř. z důvodu porušení těchto smluv objednatelem či jejich neplatnosti.

12.7. Poskytovatel zpracovává osobní údaje objednatelů a zákazníků, kteří jsou fyzickými osobami (subjekty údajů). Informace o zpracování osobních údajů subjektů údajů je dostupná na internetových stránkách poskytovatele www.jcdecaux.cz/gdpr

XIII Závěrečná ustanovení

13.1 Pro reklamní smlouvu, dlouhodobou smlouvu o spolupráci či rezervační smlouvu jsou rozhodující Obchodní podmínky platné a účinné v den uzavření dané smlouvy.

13.2 Tyto Obchodní podmínky se vztahují a jsou platné a závazné pro všechny uzavřené reklamní smlouvy, rezervační smlouvy a dlouhodobé smlouvy o spolupráci uzavřené mezi objednatelem a poskytovatelem, není-li v takových dokumentech výslovně sjednáno jinak.

13.3 Veškeré změny reklamní smlouvy, dlouhodobé smlouvy o spolupráci či rezervační smlouvy musí být učiněny písemnou formou. Vzájemná práva objednatele a poskytovatele a ostatní záležitosti, které nejsou Obchodními podmínkami, reklamní smlouvou, dlouhodobou smlouvou o spolupráci či rezervační smlouvou výslovně upraveny, se řídí příslušnými ustanoveními právních předpisů České republiky, zejména OZ.

13.4 V případě jakýchkoliv sporů vyplývajících z reklamních smluv, dlouhodobých smluv o spolupráci či rezervačních smluv se strany zavazují vyřešit tyto spory před Rozhodčím soudem při Hospodářské a Agrární komoře ČR v Praze, a to před třemi rozhodci jmenovanými podle jednacího řádu tohoto Rozhodčího soudu. Strany se mohou písemně dohodnout na jiném způsobu řešení vzájemného sporu.

13.5 Nevymahatelnost nebo neplatnost kteréhokoli ustanovení těchto Obchodních podmínek, reklamní smlouvy, rezervační smlouvy a/nebo dlouhodobé smlouvy o spolupráci nemá vliv na vymahatelnost nebo platnost zbývajících ustanovení těchto dokumentů. Pokud některé ustanovení těchto dokumentů bude pravomocně shledáno neplatným nebo nevymahatelným, strany se zavazují nahradit takové neplatné nebo nevymahatelné ustanovení novým právně přijatelným ustanovením s obchodním účelem a významem co nejbližším původnímu neplatnému ustanovení.

13.6 Ustanovení zákona, jež nemají donucující účinky, se v souladu s § 558 odst. 2 OZ použijí před obchodními zvyklostmi.

13.7 Jakékoliv změny či doplňky reklamní smlouvy mohou být učiněny pouze v téže nebo přísnější formě jako reklamní smlouva.

13.8 Tyto Obchodní podmínky vstupují v platnost dne 21.5.2018.