

VŠEOBECNÉ SMLUVNÍ PODMÍNKY

dále též jen „VSP“ obchodní společnosti RENCAR PRAHA a.s., Praha 8, Rohanské nábřeží 678/25, 186 00 IČ: 00506397 DIČ: CZ00506397 zapsaná v obchodním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze, oddíl B vložka 86

I. Úvodní ustanovení

Obchodní společnost RENCAR PRAHA a.s. (dále jen „poskytovatel“) je oprávněným provozovatelem reklamních nosičů - prosvětlených reklamních vitrín typu CLV (citylight vitrín) na městském mobiliáři ve městech v České republice.

II. Výklad pojmů

Pro účely těchto VSP se rozumí:

Reklamu veřejné oznámení, bez ohledu na technické, materiálové či audiovizuální ztvárnění, kterým se propagují třetí osoby, výrobky a 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.

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 poskytovatele, nebo kterých je poskytovatel oprávněným uživatelem. Na reklamním nosiči může být umístěna 1 či více reklamních ploch.

Objednatелеm osoba, která u poskytovatele objednává realizaci a provozování reklamy prostřednictvím reklamních nosičů za podmínek stanovených VSP na základě jednotlivých reklamních smluv a případně za podmínek stanovených v celoroční smlouvě o spolupráci.

Reklamní smlouvou jednotlivá, dílčí smlouva uzavíraná mezi poskytovatelem a objednatелеm za podmínek stanovených VSP, takovouto reklamní smlouvou případně za podmínek stanovených v celoroční smlouvě o spolupráci. Předmětem plnění z reklamní smlouvy je povinnost poskytovatele k realizaci a provozování reklamy prostřednictvím reklamních nosičů dle čl. I. VSP a tomu odpovídající povinnost objednatel uhradit poskytovateli cenu za realizaci a provozování reklamy.

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

Výrobou reklamy vlastní výroba reklamy podle zadání, návrhu a požadavků objednatel.

Instalaci 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 závazná objednávka či poptávka učiněná objednatелеm na formuláři poskytovatele „objednávka reklamy“ či „rozpis reklamní akce (kampaně)“ potvrzená ze strany poskytovatele reklamy.

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.

III. Náležitosti reklamních smluv, objednávek, nabídek

3.1 Reklamní smlouvy jsou uzavírány na formulářových smlouvách poskytovatele, či na formulářích poskytovatele „objednávka“ a „nabídka“, nedohodnou-li se smluvní strany v konkrétním případě jinak.

3.2 Reklamní smlouva mezi objednatелеm a poskytovatelem se uzavírá dle § 2586 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen OZ) jako smlouva o dílo.

3.3 Reklamní smlouvy musí obsahovat alespoň identifikaci smluvních stran (obchodní firmu nebo jméno či název, pod kterým podnikají či vyvíjejí činnost, IČ, DIČ, sídlo, místo podnikání či bydliště), předmět plnění (rozsah a termín realizace a provozování reklamy, označení klienta, reklamní akce a produktu), cenu za realizaci a provozování reklamy, podpisy smluvních stran.

3.4 Reklamní smlouvy jsou uzavírány ve dvou vyhotoveních, z nichž každá ze smluvních stran obdrží po jednom. 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. Požadavky na reklamu

Reklama nesmí být v rozporu s platným právním řádem České republiky, zejména zák. č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy v platném znění, zák. č. 89/2012 Sb., občanský zákoník v platném znění, zák. č. 121/2000 Sb., autorský zákon a dále pak etickými, morálními a profesními normami respektovanými poskytovatelem, zejména Etickým kodexem reklamy vydaným Radou pro reklamu.

V. Práva a povinnosti smluvních stran

5.1 Poskytovatel je povinen realizovat a provozovat reklamu

za podmínek stanovených reklamní smlouvou, VSP, případně celoroční smlouvou o spolupráci.

5.2 Poskytovatel je povinen zabezpečit instalaci reklamy do reklamních nosičů a její údržbu po dobu reklamní akce (kampaně), opravu reklamních nosičů a reklamy, a to v případě jejich poškození, zničení nebo odcizení, s výjimkou případů zásahu tzv. vyšší moci a vad dodané reklamy, materiálů či podkladů. V případě poškození reklamy zajišťuje poskytovatel jejich obnovu pouze v rámci objednatелеm dodaného množství reklamy.

5.3 Objednatel je povinen bezprostředně po začátku reklamní kampaně zkontrolovat, zda poskytovatel splnil řádně své povinnosti vyplývající z reklamní smlouvy a z těchto VSP. Pokud zjistí zjevné nedostatky v plnění poskytovatele, je povinen je s přesným popisem nedostatků a vad písemně oznámit bez zbytečného odkladu poskytovateli a zaslat je na adresu poskytovatele poštou, či faxem. Poskytovatel je povinen zjištěné nedostatky odstranit v co nejkratším termínu, nejpozději do dvou pracovních dnů od doručení oznámení objednatel či svého vlastního zjištění. V případě, že poskytovatel tuto svoji povinnost nesplní, je povinen poskytnout objednateli slevu ve výši 5 % z ceny provozování reklamy z každého reklamního nosiče, ve kterém je umístěna poškozená reklama. Po skončení reklamní akce (kampaně) není objednatel oprávněn ani při zjevných nedostatkách v průběhu kampaně uplatňovat vůči poskytovateli své nároky. **5.4** Objednatel je povinen uhradit poskytovateli cenu za realizaci a provozování reklamy řádně a včas.

5.5 Objednatel je povinen poskytnout poskytovateli veškerou součinnost potřebnou ke splnění povinností poskytovatele z reklamní smlouvy. V případě, že objednatel potřebnou součinnost neposkytne, neodpovídá poskytovatel za splnění těch svých povinností vyplývajících z reklamní smlouvy, které bez poskytnutí součinnosti objednatel nemohl být uskutečněny.

5.6 Poskytovatel a objednatel jsou povinni zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, jež se jim stanou známými v souvislosti s plněním reklamní smlouvy. Všechna ustanovení reklamní smlouvy, případně smlouvy o spolupráci jsou předmětem obchodního tajemství a musí zůstat utajeny před třetími osobami.

VI. Dodaný reklamní materiál, vyrobená reklama, podmínky instalace

6.1 Objednatel dodává poskytovateli reklamu, či podklady a materiál k výrobě reklamy. Zajišťuje-li poskytovatel pro objednatel výrobu reklamy, garantuje výrobu reklamy ve standardní technické kvalitě, při dodržení podmínek stanovených VSP, provozními a technickými podmínkami poskytovatele pro výrobu reklamy, zákonem, či etickými normami, které pro sebe prohlásil za závazné.

6.2 Dodává-li reklamu poskytovateli objednatel, je povinen předat reklamu nejpozději dva týdny před zahájením reklamní akce (kampaně) poskytovateli nebo osobě, kterou poskytovatel určí.

6.3 V případě, že objednatel dodává vlastní materiál k výrobě reklamy nebo již vyrobenou reklamu, bere na vědomí, že reklama musí být pro účely dosažení optimálního a rovnoměrného prosvětlení reklamy vytisknuta na papíru jakosti 150g. Doporučená barevnost: 4+4/0 nebo 4/4 (dle zvolené technologie tisku).

Upozornění:

a) u tmových motivů při barevnosti 4+4/0 není vyloučené, že s ohledem na silnou vrstvu barvy se může na scrollovacích zařízeních barva odlupovat. V těchto případech má poskytovatel právo takovéto plakáty odmítnout převzít k instalaci

b) u velmi světlých motivů mohou být neonové trubice osvětlující CLV panel při prosvětlení více patrné.

Formát reklamy je 118,5 x 175,0 cm. Viditelná část reklamy je při zohlednění rámu 110 x 166 cm. Při použití zvlášť lepeného potisknutého pásu je velikost reklamy 118,5 x 160,0 cm (anebo menší) bez potisknutého pásu, přičemž celková plocha včetně potisknutého přídavného pásu nesmí přesahovat 118,5 x 175 cm. Pokud objednatel dodá reklamu velikosti 118,5 x 160 cm (nebo menší) bez přídavného potisknutého pásu, pak nelze reklamu instalovat. Poskytovatel proto není v tomto případě povinen reklamu instalovat a reklamní akci (kampaně) zahájit. Objednatel je v tomto případě povinen uhradit poskytovateli plnou výši ceny realizace a provozování reklamy.

6.4 Objednatel je povinen předat poskytovateli reklamu v množství, které přesahuje množství reklamních nosičů uvedených v reklamní smlouvě o 15%.

6.5 Poskytovatel neodpovídá za vady, které jsou způsobeny vadami reklamy či podkladů a materiálů, předaných poskytovateli ze strany objednatel.

6.6 Poskytovatel odpovídá objednateli za škodu vzniklou poškozením či zničením předané reklamy či reklamních materiálů a podkladů a za následné zpoždění nebo neuskutečnění reklamní akce (kampaně), včetně náhrady škody tehdy, pokud bylo poškození či zničení reklamy, reklamních materiálů či podkladů zapříčiněno úmyslným a hrubě nedbalostním jednáním poskytovatele.

6.7 Pokud objednatel své povinnosti dle 6.2, 6.3 a 6.4 VSP nesplní a reklamní akce (kampaně) nebude z těchto důvodů včas zahájena, je objednatel nadále povinen zaplatit poskytovateli plnou výši ceny za realizaci a provozování reklamy dle reklamní smlouvy, přičemž reklamní plochy

nadále zůstávají rezervované pro objednatel na dobu dohodnutou v reklamní smlouvě. Poskytovatel není po dobu prodlížení objednatel se splněním těchto povinností v prodlížení splnění svých povinností dle reklamní smlouvy a těchto VSP. Pokud objednatel dodá reklamu po stanovené lhůtě avšak ještě před uplynutím doby sjednané v reklamní smlouvě jako doba reklamní akce (kampaně), poskytovatel se vynasadí o jejich umístění pro zbývající dobu reklamní kampaně. Objednatel je povinen uhradit poskytovateli náklady související s mimořádnou instalací reklamy z důvodu jejího opožděného předání.

6.8 Poskytovatel si vyhrazuje právo reklamu nerealizovat, či neprovozovat v případě, že po prohlédnutí předané reklamy, či materiálu a podkladů shledá reklamu, materiály a podklady, či jejich obsah v rozporu s VSP, provozními a technickými podmínkami, uzavřenou reklamní smlouvou, zákonem, etickými normami, které pro sebe prohlásil za závazné, či v rozporu se svými zájmy, nebo pojme o některé z těchto skutečností důvodné podezření.

O tom, že reklama nebude realizována či provozována je poskytovatel povinen objednatel informovat bez zbytečného odkladu poté, co shledá některou ze skutečností uvedených v tomto odst. VSP. Objednatel je v takovém případě povinen dodat poskytovateli při zachování termínu dle 6.2 VSP jinou reklamu, či materiál a podklady odpovídající výše uvedeným podmínkám.

V případě, že objednatel tento termín nedodrží, je poskytovatel oprávněn odstoupit od reklamní smlouvy s okamžitou účinností od doručení odstoupení druhé smluvní straně, nedohodnou-li s objednatелеm jinak.

Poskytovatel neodpovídá objednateli za škodu, která mu vznikne v důsledku nerealizace a neprovozování reklamy z důvodů uvedených v tomto bodě VSP.

6.9 Poskytovatel si vyhrazuje právo nerealizovat a neprovozovat reklamní akci (kampaně) objednatel, či reklamní akci (kampaně) přerušit či předčasně ukončit a odstoupit s okamžitou účinností od reklamní smlouvy v případě zásahu vyšší moci, provozní tíšňové situace nebo z důvodu mimořádné situace.

Pro účely této smlouvy se zásahem vyšší moci, provozní tíšňovou situací nebo mimořádnou situací rozumí jakákoliv událost, za kterou žádná 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 živelné pohromy a přírodní katastrofy, občanské nepokoje, vyhlášení válečného stavu, stavu nouze či ohrožení, vandalismus, omezení podnikání v ČR, pracovní vylouky, výbuchy, stávky, požáry, sobotáže, války, povstání, zásahy vojenských nebo policejních orgánů či poskytovatelem neovlivnitelné a nepředvídatelné změny provozních a technických podmínek reklamních nosičů a případné další události, které jsou mimo moc a kontrolu poskytovatele a objednatel a způsobí nemožnost plnění povinností pro ně z reklamní smlouvy vyplývajících. Objednatel v těchto případech není oprávněn od reklamní smlouvy odstoupit, a postupuje se obdobně dle 12.3 VSP, přičemž náklady nové realizace a provozování reklamy nese objednatel.

VII. Skladování reklamy a jiných propagačních materiálů, vrácení reklamy

7.1 Uskladnění reklamy a propagačních materiálů předaných poskytovateli pro výrobu či instalaci reklamy či jinak potřebných pro reklamní akci (kampaně) zajišťuje poskytovatel bezplatně po dobu max. 6 měsíců. Po uplynutí doby 6 měsíců od převzetí reklamy, či dalších materiálů je objednatel povinen hradit za takto skladovanou reklamu, reklamní materiály, či podklady skladné obvyklé v daném místě a čase.

7.2 Instalovanou a provozovanou reklamu, jakož i další reklamu a reklamní materiály dle 7.1 VSP není poskytovatel po skončení reklamní akce (kampaně) povinen objednateli vrátit, je oprávněn je zničit. Poskytovatel není oprávněn tuto reklamu, či reklamní materiály a podklady rozprodávat, či veřejně rozdávat.

7.3 Pokud objednatel žádá odstranění reklamy z reklamních nosičů po skončení reklamní akce (kampaně), musí tak učinit nejpozději deset dnů před koncem reklamní akce (kampaně), a to písemnou formou. V opačném případě má poskytovatel právo ponechat po skončení reklamní akce (kampaně) reklamu instalovanou v reklamních nosičích, v takovém případě je však poskytovatel povinen provádět řádnou údržbu reklamy.

7.4 Poskytovatel výslovně souhlasí, že nesmí a nikdy nebude vyžadovat žádná práva k jakékoli z ochranných známek, značek ani k žádnému z výtvarných řešení, objevených se na reklamě dodané objednatелеm. Poskytovatel si vyhrazuje právo užívat reklamy ke svým obchodním prezentacím.

VIII. Odpovědnost poskytovatele a objednatel

8.1 Objednatel odpovídá za pravdivost údajů obsažených v reklamě, resp. v dodaných materiálech a podkladech. Objednatel musí být schopen doložit pravdivost jakéhokoliv svého tvrzení obsaženého v reklamě, či v podkladech dodaných k výrobě reklamy. Poskytovatel neodpovídá za pravdivost údajů obsažených v reklamě, či v podkladech předaných objednatелеm k výrobě reklamy, za porušení práv třetích osob v souvislosti s poskytovatelem realizovanou

a provozovanou reklamou a škodu takto vzniklou těmto osobám. Objednatel se zavazuje takovou škodu v případě jejího vzniku těmto osobám nahradit místo poskytovatele v případě, že by u poskytovatele byla uplatňována.

8.2 Pokud bude poskytovatel nucen odstranit na základě pravomocných soudních nebo správních rozhodnutí reklamu z reklamních nosičů pro její úpravu či obsah, je objednatel povinen zaplatit poskytovateli celou výši ceny za realizaci a provozování reklamy. Objednatel se dále zavazuje uhradit poskytovateli veškerá peněžní plnění (pokuty apod.), k plnění kterých by byl v souvislosti s tím poskytovatel zavázán pravomocnými soudními či správními rozhodnutími.

Toto ustanovení se též vztahuje na nároky uplatňované vůči poskytovateli třetími osobami, pokud tyto nároky mají příčinu v úpravě anebo obsahu reklamy, které dal poskytovateli k dispozici objednatel.

Toto ustanovení se nevztahuje na nároky uplatňované vůči poskytovateli třetími osobami, pokud tyto nároky mají příčinu ve zvláštním ujednání mezi poskytovatelem a takovou třetí osobou za předpokladu, že takové ujednání není a nemůže být objednateli známo.

8.3 Objednatel je povinen nahradit poskytovateli veškerou škodu, která by mu vznikla v souvislosti s reklamou, či materiály a podklady předanými k výrobě reklamy objednatелеm, 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.

8.4 Objednatel odpovídá poskytovateli za kvalitu jím dodaných reklam po celou dobu provozování reklamy. V případě, že při provozování reklamy dodávané objednatелеm se na této reklamě vyskytnou vady, které brání provozování reklamy, zavazuje se objednatel do 24 hodin poté, co k tomu bude poskytovatelem vyzván dodat poskytovateli náhradní reklamu. V případě, že objednatel tuto svou povinnost nesplní, je poskytovatel oprávněn od reklamní smlouvy odstoupit s okamžitou účinností od doručení odstoupení druhé smluvní straně.

8.5 Poskytovatel odpovídá objednateli za škody způsobené na dodané reklamě nevhodnou instalací.

8.6 Smluvní strany vylučují odpovědnost poskytovatele za škodu způsobenou objednateli s výjimkou škody způsobené úmyslně nebo z hrubé nedbalosti. To platí pro přímou škodu jakož i pro ušlý zisk.

IX. Cenové podmínky

9.1 Cenové podmínky za realizaci a provozování reklamy se řídí platným ceníkem poskytovatele (dále jen „Ceník“). Změny ceníku oznamuje poskytovatel před jejich vstupem v účinnost v sídle společnosti. Pro určení výše ceny za realizaci a provozování reklamy je rozhodné znění ceníku v den uzavření reklamní smlouvy. Ceny dle ceníku jsou uvedeny bez daně z přidané hodnoty (aktuální sazba daně činí 21 %). Vlastní cena realizace a provozování reklamy včetně způsobu úhrady je uvedena v reklamní smlouvě.

9.2 V ceně realizace a provozování reklamy nejsou zahrnuty náklady na potisknutý přídavný pás (stejně jako náklady na umístění nové reklamy během reklamní kampaně), který je třeba umístit ke spodní části reklamy (na kterém je např. vytištěna informace o provozní jednotce zadavatele, která se nachází nejbliže k místu, kde je umístěna příslušná reklamní plocha) nebo náklady instalace mimo pravidelné termíny poskytovatele, způsobené zpožděným dodáním reklamy, stejně jako náklady na umístění nových plakátů během reklamní akce (kampaně).

Pokud objednatel tuto zvláštní službu žádá, poskytovatel mu bezodkladně oznámí, o kolik se cena realizace a provozování reklamy zvyšuje v důsledku těchto nákladů.

9.3 Cenu za realizaci a provozování reklamy hradí objednatel na základě daňového dokladu vystaveného poskytovatelem na bankovní účet poskytovatele uvedený v reklamní smlouvě, či v hotovosti do pokladny v sídle poskytovatele.

Objednatel se zavazuje uhradit poskytovateli cenu realizace a provozování reklamy do 30 dnů od data vystavení daňového dokladu. Poskytovatel vystaví daňový doklad obvykle ke dni zahájení reklamní akce (kampaně). Den zdanitelného plnění se řídí příslušnými právními předpisy.

9.4 Za den úhrady daňového dokladu se pro účely reklamní smlouvy a VSP považuje den připsání příslušných peněžních prostředků na účet poskytovatele.

9.5 V případě, že úhrada daňového dokladu není objednatелеm provedena dle VSP řádně a včas, je poskytovatel oprávněn odstoupit od reklamní smlouvy s okamžitou účinností od doručení odstoupení druhé smluvní straně a uplatnit vůči objednateli sankční podmínky. V případě, že tuto skutečnost poskytovatel zjistí až v průběhu, či po provedení plnění z reklamní smlouvy, nebo jeho části ze své strany, je oprávněn provádění plnění z reklamní smlouvy, či z jiné reklamní smlouvy uzavřené s objednatелеm okamžitě zastavit, od reklamní smlouvy odstoupit a uplatnit u objednatele sankční podmínky.

Poskytovatel je také oprávněn od kterékoli reklamní smlouvy uzavřené s objednatелеm odstoupit s okamžitou účinností od doručení odstoupení druhé smluvní straně, pokud objednatel zastaví svoje platby.

9.6 V případě obavy poskytovatele ze zhoršení hospodářské situace objednatele, je poskytovatel oprávněn žádat úhradu ceny za realizaci a provozování reklamy před zahájením reklamní akce (kampaně), resp. žádat o poskytnutí přiměřené záruky za splnění povinností objednatele vyplývajících z

reklamní smlouvy a těchto VSP. Pokud v tomto případě k úhradě ceny za realizaci a provozování reklamy před zahájením reklamní akce (kampaně) nedojde nebo nebude-li poskytnuta přiměřená záruka je poskytovatel oprávněn od reklamní smlouvy odstoupit s okamžitou účinností od doručení odstoupení druhé smluvní straně.

X. Sankční podmínky

10.1 V případě, že je objednatel v prodlení s úhradou ceny za realizaci a provozování reklamy, je povinen uhradit poskytovateli spolu s úhradou takovéto částky i smluvní pokutu ve výši 0,1 % z dlužné částky za každý den prodlení.

10.2 Úhradou smluvní pokuty nezaniká nárok poskytovatele na úhradu škody způsobené ze strany objednatele.

XI. Trvání reklamní smlouvy, skončení reklamní smlouvy

11.1 Reklamní smlouvy se uzavírají na dobu nezbytně nutnou k poskytnutí vzájemného smluvního plnění, není-li v nich stanoveno jinak.

11.2 Platnost a účinnost reklamních smluv končí poskytnutím vzájemného, řádného a včasného smluvního plnění. Před ukončením trvání smlouvy z důvodu poskytnutí vzájemného řádného a včasného smluvního plnění lze reklamní smlouvu ukončit

a) dohodou smluvních stran

b) odstoupením od reklamní smlouvy

c) zánikem, či smrtí jedné ze smluvních stran

11.2.1 Před uplynutím doby, po kterou reklamní smlouva trvá, lze tuto smlouvu ukončit dohodou. Odstoupit od reklamní smlouvy lze pouze umožňují-li to tyto VSP, reklamní smlouva, celoroční smlouva o spolupráci nebo obecně závazné právní předpisy

11.2.2 Smluvní strany se můžou dohodnout na snížení nebo omezení rozsahu dohodnutého předmětu reklamní smlouvy, a to pouze písemným dodatkem k takovéto smlouvě. Dohodnou-li se smluvní strany na takovéto změně reklamní smlouvy, je objednatel povinen uhradit poskytovateli rozdíl mezi cenou sjednanou v reklamní smlouvě a cenou uvedenou v takovémto dodatku. Dodatek nabývá účinnosti zaplacením, tj. připsáním rozdílu na účet poskytovatele.

11.3 Objednatel je oprávněn od reklamní smlouvy odstoupit bez udání důvodu, pouze však před zahájením reklamní kampaně a uhradí-li zároveň poskytovateli stornovací poplatek, který činí:

(a) v případě odstoupení od reklamní smlouvy v období do 61. dne včetně před zahájením reklamní kampaně - 0% z celkové ceny za realizaci a provozování reklamy dle reklamní smlouvy

(b) v případě odstoupení od reklamní smlouvy v období od 60. do 30. dne včetně před zahájením reklamní kampaně - 50% z celkové ceny za realizaci a provozování reklamy dle reklamní smlouvy

(c) v případě odstoupení od reklamní smlouvy v období od 29. dne do dne zahájení reklamní kampaně včetně - 100% z celkové ceny za realizaci a provozování reklamy dle reklamní smlouvy.

11.4 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 zásilkou převzít, považuje se za den doručení s výjimkou osobního doručení 5. den po dni odeslání odstoupení doporučeně poštou s doručenkou na adresu trvalého bydliště či sídla druhého účastníka reklamní smlouvy. Toto neplatí v případě, že bude odstoupení od smlouvy druhé smluvní 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 druhému účastníku po uzavření této smlouvy. V případě odstoupení od smlouvy ze strany objednatele dle 11.3 VSP nabývá odstoupení od smlouvy účinnosti nejdříve dnem, kdy dojde k úhradě stornovacího poplatku dle uvedeného ust. VSP.

XII. Další ujednání

12.1 Poskytovatel si vyhrazuje právo posunout začátek reklamní akce (kampaně) o 48 hodin vpřed či zpět oproti dnu, který je v reklamní smlouvě stanoven jako den zahájení reklamní akce. Doba trvání reklamní akce (kampaně) se v této souvislosti nemění a její počátek se počítá ode dne skutečné instalace reklamy do reklamních nosičů. Poskytovatel se zavazuje zajistit instalaci reklamy do reklamních nosičů nejpozději v průběhu dne zahájení reklamní akce (kampaně).

12.2 Počet reklamních nosičů k provozování reklamy se sjednává na základě odhadu disponibilních reklamních nosičů poskytovatele. Objednatel bere na vědomí, že odchylky počtu sjednaných reklamních nosičů jsou přípustné v toleranci 10 %. Výúčtování realizace a provozování reklamy se provádí na základě počtu skutečně použitých reklamních nosičů.

12.3 Dojde-li k neprovozování reklamy z důvodu dle 6.8 a 6.9 VSP, je poskytovatel povinen neprodleně (nejpozději do 3 pracovních dnů od zjištění skutečnosti) písemně informovat objednatele. Zároveň je poskytovatel povinen neprodleně (nejpozději do 3 pracovních dnů od zabezpečení nápravy a uvedení reklamy opět do provozu) písemně předložit objednateli návrh dodatku smlouvy o prodloužení termínu provozování reklamy o dobu, po kterou reklama nebyla provozována nebo o snížení ceny za provozování reklamy o alikvótní část za dobu neprovozování reklamy. Objednatel je povinen se písemně vyjádřit k předloženému návrhu dodatku podle tohoto odstavce VSP, nejpozději do 14 dnů od jeho obdržení. Neučiní-li tak, má se za to, že objednatel

souhlasí se snížením ceny za provozování reklamy dle návrhu poskytovatele.

12.4 Pokud dojde v průběhu reklamní akce (kampaně) k zrušení, odstranění anebo zmenšení počtu reklamních nosičů z důvodů, které jsou mimo vůli poskytovatele, může poskytovatel dát objednateli k dispozici podle svého výběru další reklamní nosiče, anebo mu nabídné prodloužení provozování reklamy v ostatních reklamních nosičích, anebo mu na základě daňového dokladu – dobropisu přiměřeně sníží cenu provozování reklamy. Každé z těchto třech opatření se uskuteční v příslušném procentuálním poměru k reklamním nosičům, které z výše uvedených důvodů nemá objednatel k dispozici. Jiné nároky objednatele jsou vyloučeny. Nedohodně-li se poskytovatel s objednatелеm jinak, platí, že objednatel souhlasí se snížením ceny za provozování reklamy dle návrhu poskytovatele.

12.5 Poskytovatel zajišťuje objednateli osvětlení reklamy v reklamním nosiči. Osvětlení se zapíná obvykle po setmění, obdobně jako pouliční osvětlení.

Pro splnění plnění z reklamní smlouvy ze strany poskytovatele musí být osvětleno alespoň 90 % počtu reklamních nosičů dle reklamní smlouvy. Pokud je toto procento nižší, zavazuje se poskytovatel snížit cenu provozování reklamy dle reklamní smlouvy o 5 % u každého neosvětleného reklamního nosiče.

12.6. Objednatel není oprávněn odstoupit od reklamní smlouvy v případě prodlení se zahájením reklamní akce (kampaně) ze strany poskytovatele. V tomto případě je poskytovatel povinen prodloužit termín reklamní akce (kampaně) o příslušný počet dnů prodlení či poskytnout objednateli přiměřenou slevu z ceny provozování reklamy.

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.jcdceaux.cz/gdpr

XIII. Závěrečná ustanovení

13.1 Tyto všeobecné smluvní podmínky se vztahují a jsou platné a závazné pro nabídky a objednávky a uzavřené reklamní smlouvy, není-li v těchto konkrétních nabídkách, objednávkách a reklamních smlouvách, případně v celoroční smlouvě o spolupráci stanoveno jinak.

Tyto všeobecné smluvní podmínky se přikládají ke každé uzavřené reklamní smlouvě, není –li sjednáno smluvními stranami jinak.

Tyto všeobecné smluvní podmínky mají obecnou platnost. Od těchto obchodních podmínek se lze odchýlit jen písemnou smlouvou uzavřenou poskytovatelem a zákazníkem. Odlišné požadavky objednatele platí, pouze pokud je poskytovatel písemně uzná. Odlišné požadavky objednatele nezavazují poskytovatele, pokud je písemně neuzná ani v případě, že byly uvedené v písemné objednávce objednatele.

Ujednání sjednaná nad rámec všeobecných smluvních podmínek jsou platná pouze tehdy, jsou-li ujednaná písemně.

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. Dnem zveřejnění se pro tyto účely rozumí den, kdy budou tyto dodatky a změny VSP spolu s novým aktuálním úplným zněním VSP zveřejněny v sídle poskytovatele. Aktuální úplné znění VSP je také vždy přístupné komukoliv v sídle poskytovatele. Pro reklamní smlouvy jsou rozhodující VSP platné a účinné v den uzavření reklamní smlouvy.

13.3 Objednatel není oprávněn postoupit či zastavit jakoukoliv svou pohledávku za poskytovatelem.

13.4 Reklama může být realizována a provozována pouze pro produkty a druhy zboží dohodnuté při uzavření reklamní smlouvy.

13.5 Vzájemná práva objednatele a poskytovatele a ostatní záležitosti, které nejsou reklamní smlouvou, VSP, případně celoroční smlouvou o spolupráci výslovně upravena se řídí příslušnými ustanoveními právních předpisů České republiky.

13.6 Pro řešení veškerých sporů z reklamních smluv a v souvislosti s těmito smlouvami, včetně sporů o jejich platnosti, interpretaci nebo ukončení, jsou příslušné soudy České republiky.

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

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

13.9 Tyto VSP vstupují v platnost dne 1. 1. 2021