

Všeobecné smluvní podmínky (dále jen „VSP“)

obchodní společnosti EUROPLAKAT spol. s r.o.

Praha 8, Rohanské nábřeží 678/25

IČO: 40614832, DIČ: CZ40614832

zapsaná v obchodním rejstříku u MS Praha, oddíl C, vložka 2598

I. Úvodní ustanovení

Obchodní společnost EUROPLAKAT spol. s r.o. (dále jen „poskytovatel“) je oprávněným provozovatelem reklamních nosičů na území České republiky.

II. Výklad pojmů

Pro účely těchto VSP se rozumí:

Reklamou 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. Reklamní nosiče poskytovatele umožňují instalaci reklamy ve formátu 400 x 300 cm, 510 x 240 cm, 480 x 320 cm, 820 x 300 cm, 960 x 360 cm, 400 x 620 cm a 84 x 119 cm.

Reklamním nosičem Billboard reklamní nosič o rozměrech plochy pro instalaci reklamy formátu 510 x 240 cm, 480 x 320 cm, nebo 400 x 300 cm.

Reklamním nosičem Bigboard reklamní nosič o rozměrech plochy pro instalaci reklamy formátu 960 x 360 cm nebo 820 x 300 cm.

Reklamním nosičem Eurobacklight reklamní nosič o rozměrech plochy pro instalaci reklamy formátu 510 x 240 cm.

Maloplošným reklamním nosičem A0 reklamní nosič o rozměrech plochy pro instalaci reklamy formátu 84 x 119 cm.

Objednatel 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 objednatel za podmínek stanovených VSP, takovou 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. II. VSP a tomu odpovídající povinnost objednatele uhradit poskytovateli cenu za realizaci a provozování reklamy.

Realizací reklamy zejména její instalace, údržba či odstranění z reklamního nosiče.

Výrobou reklamy vlastní výroba reklamy podle zadání, návrhu a požadavků objednatele. Instalací reklamy fyzická aplikace nebo upevnění reklamy na či do příslušného reklamního nosiče.

Odstraněním reklamy následné odstranění reklamy a uvedení reklamního nosiče do původního stavu po skončení provozování reklamy nebo úplné překrytí reklamy tak, aby nebyla viditelná.

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

Objednávkou reklamy závazná objednávka učiněná objednatel na formuláři poskytovatele „objedávka reklamy“ potvrzená ze strany poskytovatele reklamy.

Reklamní kampaň realizace a provozování reklamy. Základní období reklamní kampaně je 4 týdny, tj. od 1. dne v měsíci do 28. dne v měsíci včetně, pokud není v reklamní smlouvě stanoveno jinak. Reklamní kampaň je realizována na základě reklamní smlouvy uzavřené v souladu s těmito VSP.

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

III. Náležitosti reklamních smluv, objednávek, nabídek

3.1 Reklamní smlouvy jsou uzavírány na formulářových smlouvách poskytovatele, nedohodnou-li se smluvní strany v konkrétním případě jinak.

3.2 Reklamní smlouva mezi objednatel 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 produkt, typu reklamního nosiče), 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. Rezervace reklamních nosičů

4.1 Poskytovatel se zavazuje na základě objednávky objednatele rezervovat reklamní plochy v objednaných a poskytovatelem potvrzených termínech, nejdéle však do 45 dnů před plánovaným zahájením reklamní akce.

4.2 Nedojde-li do posledního dne rezervace dle 4.1 VSP k uzavření reklamní smlouvy z důvodů na straně objednatele, považuje se rezervace za zrušenou bez náhrady, nedohodnou-li se poskytovatel s objednatel jinak. V tomto případě nemá objednatel nárok na náhradu vynaložených nákladů či na náhradu škody ze strany poskytovatele.

V. 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 etickým morálními a profesními normami respektovanými poskytovatelem, zejména Etickým kodexem reklamy vydaným radou pro reklamu. Reklama, jejíž formát přesahuje formát reklamního nosiče (reklamní nástavba), musí být realizována a provozována v souladu s požadavky stanovenými zák. č. 183/2006 Sb., stavební zákon v platném znění a souvisejícími právními předpisy.

VI. Práva a povinnosti smluvních stran

6.1 Poskytovatel je povinen realizovat a provozovat reklamu za podmínek stanovených reklamní smlouvou, VSP, případně celoroční smlouvou o spolupráci.

6.2 Poskytovatel je povinen zabezpečit instalaci reklamy na reklamní nosiče v případech zahájení reklamní kampaně od 1. dne v měsíci následovně :

	předchozí měsíc		
	dlouhý (31 dní)	krátký (30 dní)	Únor (28 - 29 dní)
den zahájení instalace	29.	29.	27.
den ukončení instalace	31.	1.	1.

V případech zahájení reklamní kampaně k jinému dni v měsíci se postupuje obdobně. Není-li den zahájení a ukončení instalace uveden v reklamní smlouvě jinak, zpravidla do 48 hodin od zahájení reklamní kampaně. Poskytovatel je povinen zajistit osvětlení reklamních nosičů umožňuje-li to jejich povaha a konstrukce, zajistit její údržbu po dobu reklamní kampaně, opravu reklamních nosičů a reklamy, a to v případě jejich poškození nebo zničení, s výjimkou případů zásahu tzv. vyšší moci a vad dodané reklamy, materiálu či podkladů. V případě poškození reklamy zajišťuje poskytovatel jejich obnovu pouze v rámci objednatel dodaného množství reklamy.

6.3 Poskytovatel se zavazuje provádět pravidelnou kontrolu technického stavu reklamních nosičů, stavu instalované reklamy, případně jejího osvětlení. Veškeré závady či znehodnocení reklamy je poskytovatel povinen odstranit, a to v Praze do 48 hodin od zjištění závady či znehodnocení, v ostatních lokalitách do 72 hodin od jejich zjištění. Pokud poskytovatel odstraní závadu v tomto termínu, nevzniká objednateli nárok na jakoukoliv slevu z ceny.

6.4 Objednatel je povinen uhradit poskytovateli cenu za realizaci a provozování reklamy řádně a včas.

6.5 Objednatel je povinen případné reklamace týkající se kvality instalace reklamy, závad reklamy, údržby reklamy či osvětlení reklamy uplatnit u poskytovatele písemně (faxem, e-mailem) s uvedením reklamy a reklamního nosiče a závady, již se reklamace týká a to okamžitě po jejím zjištění. Poslední možný termín uplatnění reklamace je dva dny před ukončením reklamní kampaně. Pozdní reklamaci není poskytovatel povinen akceptovat.

6.6 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 nemohou být uskutečněny.

6.7 Poskytovatel je povinen zajistit fotodokumentaci realizace a provozování reklamy dle reklamní smlouvy. Fotodokumentací se pro účely VSP rozumí fotografická dokumentace realizace a provozování reklamy na jednotlivých reklamních nosičích dle reklamní smlouvy. Fotodokumentace se provádí

jedenkrát za období trvání reklamní kampaně. Poskytovatel předává fotodokumentaci objednateli vždy do 25. dne v běžném měsíci.

6.8 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.

6.9 Poskytovatel se zavazuje průběžně informovat objednatele o případných změnách v reklamní kampani, bez ohledu na to, zda vznikly vinou poskytovatele.

VII. Dodání reklamní materiál, vyrobená reklama, podmínky instalace

7.1 Objednatel dodává reklamní reklamu, či podklady a materiál k výrobě reklamy. Zajišťuje-li poskytovatel pro objednatele 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.

7.2 Dodává-li reklamu poskytovatel objednatel, je povinen předat reklamu nejpozději 10 pracovních dnů avšak maximálně 1 měsíc před zahájením reklamní kampaně poskytovateli nebo osobě, kterou poskytovatel určí.

7.3 V případě, že objednatel dodává vlastní materiál k výrobě reklamy nebo již vyrobenou reklamu, bere na vědomí, že reklama musí být v kvalitě typu Blue Back Side, instalovatelná (vylepitelná) mokrou technologií, u billboardů formátu 400 x 300 cm nejvíce ze 6 kusů (3 x 2 – rozumí se 3 horní díly a 3 dolní díly), u billboardů formátu 510 x 240 cm nejvíce z 8 kusů (4 x 2 – rozumí se 4 horní díly a 4 dolní díly) bigboardů formátu 820 x 300 cm nejvíce ze 12 kusů (6 x 2 – rozumí se 6 horních dílů a 6 dolních dílů), u bigboardů formátu 960 x 360 cm z 16 kusů (8 x 2 – rozumí se 8 horních dílů a 8 dolních dílů), u Big-Upů z 8 kusů (4 x 2). Horní díly vždy musí přesahovat přes dolní díly. Barvy tisku musí být takové kvality, aby vzdorovaly chemickým prvkům obsažených v obvykle používaných lepidlech a vlivu počasí, gramáž min. 120-130g/m², s garantovanou barevnou stálostí po dobu 9 týdnů.

7.4 Podklady pro výrobu nástavby k reklamním nosičům doručí objednatel poskytovateli nejpozději 30 dní před zahájením reklamní kampaně, popř. dodá nástavby již vyrobené současně s plakáty, nejpozději 10 dní před zahájením reklamní kampaně. Reklamou, reklamní materiály a podklady k výrobě reklamy dodá objednatel na adresu uvedenou v reklamní smlouvě.

7.5 Poskytovatel přebírá s převzetím reklamy, či reklamních materiálů a podkladů zodpovědnost za jejich ztrátu či poškození a zavazuje se provést po převzetí reklamy, reklamních materiálů či podkladů jejich kontrolu a upozornit objednatele na viditelné vady, které brání instalaci, či výrobě reklamy.

7.6 Poskytovatel obdrží od objednatele současně s dodávkou plakátů i tzv. layout reklamy. Objednatel odpovídá za správné označení jednotlivých dílů reklamy tak, aby při sestavení reklama odpovídala layoutu. Dodává-li objednatel reklamu několika různými motivy, musí být jednotlivé motivy reklamy řádně popsány dle motivu a požadovaného umístění. Pokud tyto podmínky objednatel nesplní, není poskytovatel odpovědný za nesprávné instalovanou reklamu.

7.7 Objednatel je povinen předat poskytovateli reklamu v množství, které přesahuje množství reklamních nosičů uvedených v reklamní smlouvě o 10 %. V případě, že poskytovatel vyčerpá dodané množství reklamy před ukončením reklamní kampaně, je povinen o této skutečnosti neprodleně informovat objednatele písemnou formou a vyzvat objednatele k dodání potřebného množství reklamy. Nedožá-li objednatel poskytovateli náhradní reklamu, není poskytovatel v prodloužení s plněním povinností dle reklamní smlouvy a VSP a objednatel je povinen uhradit poskytovateli cenu za celé období reklamní kampaně.

7.8 Poskytovatel neodpovídá za vady, které jsou způsobeny vadami reklamy či podkladů a materiálu, předaných poskytovateli ze strany objednatele.

7.9 Pokud objednatel své povinnosti dle 7.2 až 7.7 VSP nesplní a reklamní kampaň 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 objednatele na dobu dohodnutou v reklamní smlouvě. Poskytovatel není po dobu prodloužení objednatele se splněním těchto povinností v prodloužení s plněním 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

kampaně, poskytovatel se vymasnaží o jejich umístění pro zbývající dobu reklamní kampaně. Objednatel je povinen uhradit poskytovateli náklady související s mimořádnou instalací reklamy z důvodu jejího opožděného předání (viz Ceník poskytovatele za realizaci a provozování reklamy).

7.10 Poskytovat si vyhrazuje právo reklamu nerealizovat, či neprovozovat v případě, že po kontrole předané reklamy, či materiálu a podkladů sledá reklamu, materiálu a podklady, či jejich obsah v rozporu s VSP, 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. Poskytovatel je oprávněn reklamu nerealizovat v případě, že zvláštní vybavení reklamního nosiče, např. dekorace, doplňky, nástavby reklamního nosiče, které objednatel požaduje v souvislosti s realizací a provozováním reklamy, nebudou povoleny příslušnými správními orgány.

O tom, že reklama nebude realizována či provozována je poskytovatel povinen objednatel informovat bez zbytečného odkladu poté, co sledá některou ze skutečností uvedených v tomto odst. VSP. Objednatel je v takovém případě povinen dodat poskytovateli při zachování termínu dle 7.2 VSP jinou reklamu, či materiál a podklady odpovídající výše uvedeným podmínkám. Poskytovatel neodpovídá objednateli za škodu, která mu vznikne v důsledku nerealizace a neprovozování reklamy z důvodů uvedených v tomto bodě VSP. Nerealizování nebo neprovozování reklamy v uvedených případech nemá vliv na povinnost objednatel uhradit poskytovateli řádné a včas celou výši ceny dle reklamní smlouvy.

7.11 Poskytovatel si vyhrazuje právo nerealizovat a neprovozovat reklamní kampaň objednatel, či reklamní kampaň přerušit či předčasně ukončit a odstoupit s okamžitou účinností od reklamní smlouvy v případě zášahu vyšší moci, provozní tísňové situace nebo z důvodu mimořádné situace. Pro účely této smlouvy se zášahem vyšší moci, provozní tísňovou 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 vyluky, výbuchy, stávky, požáry, sabotáže, války, povstání, zášahy vojenských nebo policejních orgánů či poskytovatelem neovlivnitelné a nepředvídatelné změny provozních a technických podmínek reklamních nosičů a případně další události, které jsou mimo moc a kontrolu poskytovatele a způsobí nemožnost plnění závazků pro něj z reklamní smlouvy vyplývajících. Objednatel v těchto případech není oprávněn od reklamní smlouvy odstoupit, přičemž náklady nové realizace a provozování reklamy nese objednatel.

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

7.13 Objednatel není oprávněn bez předchozího výslovného písemného souhlasu poskytovatele užít na reklamě obchodní firmu, ochrannou známku, logo, nebo jakýkoliv jiný vizuální identifikátor poskytovatele. V případě porušení této povinnosti je poskytovatel oprávněn postupovat dle čl. 7.10 VSP a zároveň uplatnit vůči objednateli nárok na zaplacení smluvní pokuty ve výši 10% celkové ceny za realizaci a provozování reklamy.

VIII. Skladování, vrácení a odstranění reklamy

8.1 Poskytovatel se zavazuje uskladnit v průběhu reklamní kampaně reklamu a další materiály předané mu objednatel, které budou použity k instalaci na reklamní nosiče. Tato služba je součástí realizace a provozování reklamy a není objednateli zvlášť účtována.

8.2 Reklamu, jakož i další reklamní materiály a podklady, které byly objednatel předány poskytovateli, a které nebyly poskytovatelem využity pro realizaci a provozování reklamy, jsou objednateli k dispozici do 15 dní po skončení reklamní kampaně v místě, kde byly objednatel poskytovateli předány před zahájením reklamní kampaně. Pokud si objednatel ve stanovené lhůtě zbylou reklamu a ostatní materiály nevyzvedne, má se za to, že uděluje svůj souhlas s likvidací těchto věcí a zmocňuje poskytovatele k jejímu provedení a zavazuje se mu uhradit veškeré náklady spojené s likvidací těchto věcí nebo s přepravou těchto věcí do sídla objednatel, v případě, že se poskytovatel rozhodne tyto věci dopravit objednateli. Poskytovatel není oprávněn tuto reklamu, či reklamní materiály a podklady rozprodávat, či veřejně rozdávat.

8.3 Pokud objednatel žádá odstranění reklamy z reklamních nosičů po skončení reklamní kampaně, musí tak učinit písemně nejpozději v den zahájení reklamní kampaně. Objednatel je povinen uhradit poskytovateli náklady spojené s odstraněním reklamy z reklamních nosičů (přelepem) – viz Ceník poskytovatele za realizaci a provozování reklamy. V opačném případě má poskytovatel právo ponechat po skončení reklamní kampaně reklamu instalovanou v reklamních nosičích, v takovém případě je však poskytovatel povinen provádět řádnou údržbu reklamy.

IX. Odpovědnost poskytovatele a objednatel

9.1 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 objednatel k výrobě reklamy, ani za porušení práv třetích osob v souvislosti s poskytovatelem realizovanou a provozovanou reklamou a škodou takto vzniklou těmto osobám. Objednatel prohlašuje, že poskytnutím reklamy, materiálů a podkladů, nejsou omezena, porušena ani vyloučena práva třetích osob, a že práva třetích osob, která se vztahují nebo mohou vztahovat v jakémkoliv rozsahu a z jakéhokoliv právního důvodu k věcem nebo informacím, které byly poskytnuty objednatel, jsou vypořádána, a že poskytnutí těchto věcí nebo informací ke stanovenému účelu není v rozporu s povinnostmi objednatel k těmto třetím osobám. Objednatel se zavazuje jakoukoliv škodu v případě jejího vzniku v souvislosti s porušením předchozích ustanovení třetím osobám nahradit místo poskytovatele, buď-li na poskytovateli její úhrada uplatňována, nebo v případě, že bude poskytovatelem uhrazena, nahradit poskytovateli tuto škodu včetně veškerých nákladů a výdajů s tím spojených.

9.2 Pokud bude poskytovatel nucen odstranit na základě soudních anebo správních rozhodnutí reklamu z reklamních nosičů pro její úpravu či obsah, nebo doporučí-li toto Rada pro reklamu a poskytovatel tak na základě tohoto doporučení učiní, je objednatel povinen zaplatit poskytovateli celou výši ceny za realizaci a provozování reklamy, jakož i náklady související s odstraněním reklamy z reklamních nosičů. Objednatel se dále zavazuje uhradit poskytovateli veškerá peněžní plnění (pokuty apod.), k plnění kterých byl v souvislosti s tím poskytovatel zavázán pravomocnými soudními i správními rozhodnutími, včetně nákladů řízení. 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.

9.3 Objednatel je povinen nahradit poskytovateli veškerou škodu, která by mu vznikla v souvislosti s reklamou, či materiály a podklady předanými k výrobě reklamy objednatel, 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 objednatel v reklamě či v podkladech k ní uváděné skutečnosti doložit.

9.4 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.

X. Cenové podmínky

10.1 Cenové podmínky za realizaci a provozování reklamy se řídí platným Ceníkem poskytovatele za realizaci a provozování reklamy (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. Vlastní cena za realizaci a provozování reklamy včetně způsobu úhrady je uvedena v reklamní smlouvě.

10.2 Cenu za realizaci a provozování reklamy hraadí objednatel na základě daňového dokladu vystaveného poskytovatelem vždy k 28. dni v měsíci na bankovní účet poskytovatele uvedený v reklamní smlouvě, nedohodnou-li se smluvní strany jinak. Objednatel se zavazuje uhradit poskytovateli cenu za realizaci a provozování reklamy do 14 dnů od data vystavení daňového dokladu. Dnem zdanitelného plnění je poslední den příslušného období reklamní kampaně. Den uskutečnění zdanitelného plnění je určen příslušnými právními předpisy.

10.3 V případě požadavku poskytovatele je objednatel povinen uhradit poskytovateli zálohu ceny realizace a provozování reklamy na základě zálohové faktury poskytovatele ve výši až 50 % celkové ceny a se splatností stanovenou poskytovatelem. V případě, že je objednatel v prodlení s úhradou zálohy, posunuje se den zahájení reklamní kampaně, a to o příslušný počet dnů prodlení objednatel s úhradou zálohy. Posun dne zahájení reklamní kampaně nemá vliv na den ukončení reklamní kampaně a výši sjednané ceny za realizaci a provozování reklamy. Záloha uhrazená objednatel se započítává na úhradu ceny realizace a provozování reklamy.

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

10.5 V případě, že úhrada daňového dokladu není objednatel provedena dle VSP řádné 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 objednatel okamžitě zastavit, od reklamní smlouvy odstoupit a uplatnit u objednatel sankční podmínky.

XI. Sankční podmínky

11.1 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 úrok z prodlení ve výši 0,1 % z dlužné částky za každý den prodlení.

11.2 Úhradou smluvního úroku z prodlení nezaniká nárok poskytovatele na úhradu škody způsobené mu ze strany objednatel.

XII. Trvání reklamní smlouvy, skončení reklamní smlouvy

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

12.2 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

12.2.1 Poskytovatel je oprávněn od reklamní smlouvy odstoupit, umožňují-li mu to tyto VSP, reklamní smlouva, celoroční smlouva o spolupráci nebo obecně závazné právní předpisy.

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

(a) v případě odstoupení od reklamní smlouvy v období od 90. do 61. dne včetně před začátkem reklamní kampaně - 20% z celkové ceny za realizaci a provozování reklamy dle reklamní smlouvy

(b) v případě odstoupení od reklamní smlouvy v období od 60. do 31. dne včetně před začátkem reklamní kampaně - 50% z celkové ceny za realizaci a provozování reklamy dle reklamní smlouvy

(c) v případě odstoupení od reklamní smlouvy v období od 30. dne do dne zahájení reklamní kampaně včetně - 100% z celkové ceny za realizaci a provozování reklamy dle reklamní smlouvy.

12.3 Odstoupení od smlouvy je účinné dnem doručení odstoupení od smlouvy druhé smluvní straně. Nepodaří-li se doručit na adresu sídla, místa podnikání či bydliště, či odmítne-li smluvní strana zásilku převzít, považuje se za den doručení s výjimkou osobního doručení 5. den po dni odesání 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 objednatel dle 12.2.2 VSP nabývá odstoupení od smlouvy účinnosti nejdříve dnem následujícím po úhradě stornovacího poplatku dle tohoto ust. VSP.

12.4 V případě, že bude poskytovatel povinen odstranit reklamní nosiče na základě výzvy účinné správními orgánem dle zákona č. 13/1997 Sb. ve znění pozdějších novelizací, je oprávněn od reklamní smlouvy v části týkající se reklamních nosičů dle výzvy odstoupit.

XIII. Další ujednání.

13.1 Nedojde-li k odstoupení poskytovatele od reklamní smlouvy dle 7.11 VSP, je poskytovatel povinen neprodleně (nejpozději do 3 pracovních dnů od zjištění skutečnosti) písemně informovat objednatel. 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 s prodloužením termínu provozování reklamy o dobu, po kterou nebyla reklama provozována. Náklady nové realizace a provozování reklamy nese objednatel.

13.2 Pokud dojde v průběhu reklamní kampaně ke zrušení, odstranění anebo zmenšení počtu reklamních nosičů z důvodů, které jsou mimo vůli poskytovatele, může dát poskytovatel 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 objednatel jsou vyloučeny. Objednatel je povinen se písemně vyjádřit k předloženému návrhu poskytovatele nejpozději do 48 hodin, jinak platí, že objednatel souhlasí s návrhem poskytovatele uvedeným na prvním místě ve výzvě poskytovatele.

13.3 Veškeré reklamní nosiče jsou a zůstávají majetkem poskytovatele nebo smluvních partnerů poskytovatele. Zvláštní vybavení, které objednatel vyžaduje, jako je např. dekorace, doplňky, nástavby atd. jsou předmětem zvláštní dohody a ceny mezi poskytovatelem a objednatel.

13.4 Poskytovatel poskytuje objednateli u dlouhodobých reklamních kampaní (6 měsíců a delší) přednostní právo na prodloužení reklamní kampaně. Objednatel musí toto právo uplatnit minimálně 90 dní před koncem reklamní kampaně, jinak toto právo zaniká.

13.5 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

XIV. Závěrečná ustanovení

14.1 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 příkládají ke každé uzavřené reklamní smlouvě.

14.2 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.

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

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

14.5 Vzájemná práva objednatelů 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.

14.6 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.

14.7 Objednatel, fyzická osoba tímto uděluje poskytovateli v souladu s § 5 zák. č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů, v platném znění souhlas k zahrnutí poskytnutých osobních údajů do databáze poskytovatele, pouze však k účelům nezbytným pro plnění předmětu reklamní smlouvy.

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

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

14.10 Tyto VSP vstupují v platnost dne 21. 5. 2018.