

Příloha č. 1

VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY

Definice

Pro účely těchto obchodních podmínek (dále jen „VOP“) se rozumí:

dodavatelem: společnost FAMEDIA Group, s.r.o., Bělohorská 245/71, 169 00 Praha 6, vedená u Městského soudu v Praze oddíl C, vložka 230552

odběratelem: podnikatel, který uzavřel s dodavatelem smlouvu na reklamní mediální služby, jejíž součástí jsou tyto VOP;

smluvními stranami: dodavatel a odběratel společně jako strany smlouvy na reklamní mediální služby, jejíž součástí jsou tyto VOP;

reklamními mediálními službami: nájem reklamních ploch a další související služby (např. výroba reklamních prostředků, instalace a servis reklamních prostředků);

reklamními plochami: reklamní nosiče, které slouží k umístění reklamních prostředků včetně video-panelů určených k vysílání audiovizuálních nebo video reklam;

reklamními prostředky: hmotné předměty, na kterých je zobrazeno samotné reklamní sdělení, zejména reklamní plachty, reklamní fólie, reklamní plakáty apod. a dále audiovizuální nebo video materiál určený k odvysílání na reklamních video-panelech;

1. Úvodní ustanovení

- 1.1 Tyto VOP jsou nedílnou součástí každé smlouvy na reklamní mediální služby uzavřené mezi dodavatelem a odběratelem dle § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., která na ně odkazuje a k níž jsou přiloženy (dále jen „smlouva“). Reklamní mediální služby jsou poskytovány pouze na základě platně uzavřené smlouvy.
- 1.2 Předmětem těchto VOP je úprava vzájemných práv a povinností dodavatele a odběratele v souvislosti s poskytováním reklamních mediálních služeb tj. úprava podmínek, za kterých bude dodavatel poskytovat odběrateli reklamní mediální služby a o podmínkách, za kterých bude odběratel za reklamní mediální služby platit dodavateli sjednanou cenu.
- 1.3 V případě rozporu mezi ustanoveními smlouvy a těchto VOP má vždy přednost znění smlouvy.

2. Nájem reklamních ploch

- 2.1 Dodavatel je povinen odběrateli poskytnout na sjednanou dobu do užívání reklamní plochy vymezené ve smlouvě (dále jen „**pronajímané reklamní plochy**“). Odběratel není oprávněn přenechat pronajímané reklamní plochy do užívání třetím osobám, pokud smlouva výslovně nestanoví jinak a neuvede přesnou specifikaci komu, jaké plochy a za jakým účelem (motiv) budou přenechány. V případě neoprávněného přenechání pronajímané reklamní plochy třetí osobě je dodavatel oprávněn neoprávněně instalované reklamní prostředky odstranit nebo zakrýt a od smlouvy odstoupit za podmínek stanovených v těchto VOP. **Za neoprávněné přenechání reklamní plochy je odběratel povinen navíc zaplatit dodavateli jednorázovou smluvní pokutu ve výši 15% z celkové ceny včetně DPH sjednané za reklamní mediální služby ve smlouvě.**
- 2.2 Rozměry a typ pronajímaných reklamních ploch jsou uvedeny ve smlouvě. U atypických formátů označených v rodném listě jako „ATYP“ je nedílnou součástí rodného listu také technický list plochy s upřesněním těchto specifikací.
- 2.3 Pronajímané reklamní plochy jsou dodavatelem pronajímány na dobu nájmu stanovenou ve smlouvě (dále jen „**doba nájmu**“). Doba nájmu se skládá z jednotlivých období, kterými jsou kalendářní měsíce uvedené ve smlouvě, pokud smlouva nestanoví v daném případě jinak (dále jen „**období**“).

3. Zhotovení reklamních prostředků odběratelem

- 3.1 Nedohodnou-li se strany ve smlouvě jinak, je reklamní prostředky určené pro umístění na reklamní plochy povinen vyrobit odběratel, a to na své náklady a odpovědnost.
- 3.2 Reklamní prostředky vyrobené v souladu s čl. 3.4 níže je odběratel povinen předat dodavateli s dostatečným předstihem před začátkem prvního období, pro které mají být instalovány, ne však dříve než 1 měsíc. Při předání reklamních prostředků nejpozději do 10 dní před začátkem období je dodavatel schopen garantovat instalaci reklamních prostředků k prvnímu dni daného období. Při předání reklamních prostředků později než 10 dní před začátkem období dodavatel garantuje instalaci reklamních prostředků do 10 dnů od tohoto předání.
- 3.3 Odběratel se zavazuje dodat reklamní prostředky v množství dle počtu objednaných reklamních ploch plus dostatečné množství náhradních prostředků. Prostředky je tak odběratel povinen dodat v množství navýšeném alespoň o 10% náhradních prostředků, vždy však alespoň o 1ks. V případě papírových plakátů (týká se celého motivu) je odběratel povinen dodat množství navýšené o 10% náhradních plakátů, vždy však alespoň o 1ks navíc pro uvedený počet reklamních ploch pro každé období doby nájmu. Místem dodání reklamních i náhradních prostředků je kontaktní adresa (pobočka) dodavatele, není-li ve smlouvě uvedeno jinak. Skládá-li se reklamní prostředek z více částí, je odběratel povinen spolu s vyrobenými částmi reklamního prostředku dodat i nátisk motivu celého reklamního prostředku ve formátu A4 včetně číselného označení jednotlivých částí reklamního prostředku (panelů). V případě, že nátisk nebude dodán, neodpovídá dodavatel za správnost instalace.
- 3.4 Při výrobě reklamních prostředků je odběratel povinen dodržet veškeré podmínky a specifikace uvedené v Příloze č. 2 ke smlouvě nazvané „Požadavky na výrobu reklamních prostředků“ a další podmínky pro jednotlivé reklamní prostředky vyplývající z rodného příp. technického listu reklamní plochy. Dodavatel není povinen posuzovat nebo ověřovat kvalitu nebo soulad odběratelem dodaných reklamních prostředků se specifikací uvedenou v Příloze č. 2 ke smlouvě. Prodlení odběratele se splněním povinnosti dodat reklamní prostředky řádně a včas za podmínek podle čl. 3.2 až 3.3 nebo dodání technicky nevyhovujících reklamních prostředků nemá vliv na povinnost odběratele zaplatit nájemné v plné výši.
- 3.5 Vlastníkem reklamních prostředků dodaných odběratelem zůstává odběratel.

4. Zhotovení reklamních prostředků dodavatelem

- 4.1 Smlouvou může být sjednáno zajištění výroby reklamních prostředků dodavatelem. V takovém případě je odběratel povinen dodávat dodavateli podklady pro tisk, které musí být plně v souladu s parametry uvedenými v Příloze č. 3 smlouvy, a to s dostatečným předstihem před začátkem prvního období, pro které mají být vyrobené reklamní prostředky instalovány. Při dodání podkladů pro tisk nejpozději do 10 dní před začátkem období je dodavatel schopen garantovat instalaci reklamních prostředků k prvnímu dni daného období. V případě dodání podkladů pro tisk později než 10 dní před začátkem období je dodavatel schopen garantovat instalaci vyrobených reklamních prostředků do 10 dnů od tohoto dodání.
- 4.2 V případě, že výrobu reklamních prostředků poskytuje na základě smlouvy dodavatel, zavazuje se vyrobit reklamní prostředky dle odběratelem dodaných a řádně vyhotovených podkladů, v dohodnutém termínu, v souladu s technickou specifikací podle smlouvy a ve sjednaném množství. Pokud není ve smlouvě sjednané množství reklamních prostředků dostatečné ve smyslu čl. 3.3 těchto VOP, zavazuje se odběratel chybějící reklamní prostředky zajistit na vlastní náklady.
- 4.3 Odběratel je oprávněn být přítomen při schvalování kontrolního tisku reklamních prostředků, pokud o to předem s dostatečným předstihem před začátkem tisku dodavatele písemně požádá. Nevznese-li tisku přítomný odběratel nebo jeho zástupce proti výstupům kontrolního tisku okamžitě výhrady nebo nedostaví-li se odběratel nebo jeho zástupce ke schválení kontrolního tisku, podle první věty tohoto článku, souhlasí odběratel s tím, že kvalita plnění dodavatele je schválena a reklamní prostředky jsou vyrobeny bez vad s tím, že pro určení kvality výroby reklamních prostředků je pro obě strany závazné dodržení obvyklých technických standardů dodržovaných při výrobě stejného nebo obdobného typu výrobku v době výroby. Nedohodnou-li se strany ve smlouvě jinak, nebudou vyrobené reklamní prostředky předány odběrateli, ale budou použity dodavatelem pro instalaci na pronajaté reklamní plochy, jak je uvedeno dále v těchto VOP. Závazek dodavatele vyrobit reklamní prostředky podle tohoto článku je splněn okamžikem jejich instalace na pronajaté reklamní plochy nebo nebude-li z jakéhokoliv důvodu možné instalaci uskutečnit, okamžikem, kdy dodavatel umožní odběrateli nakládat s vyrobenými reklamními prostředky v místě určeném dodavatelem.
- 4.4 V případě opakovaných výhrad ze strany odběratele nebo jeho zástupce k výstupům kontrolního tisku nebo v případě odmítnutí či nepřevzetí vyrobených reklamních prostředků odběratelem z tvrzeného důvodu nedodržení obvyklých technických standardů výroby dodavatelem, má odběratel i dodavatel možnost odstoupit od smlouvy, to však pouze v rozsahu, v němž se týká výroby reklamních prostředků.**
- 4.5 Vlastnictví reklamních prostředků vyrobených pro odběratele dodavatelem přechází na odběratele okamžikem úplného zaplacení ceny za výrobu reklamních prostředků dle smlouvy.

5. Instalace a fotodokumentace

- 5.1 Není-li ve smlouvě uvedeno jinak je dodavatel povinen reklamní prostředky nainstalovat na pronajaté reklamní plochy včetně provedení předem odsouhlasených nástaveb nebo úprav reklamních ploch, a to dle podmínek stanovených v čl. 3.2 a 4.1 těchto VOP.
- 5.2 Při instalaci reklamních prostředků je dodavatel povinen postupovat s řádnou odbornou péčí a počínat si tak, aby nedocházelo k větším škodám, než je při instalaci reklamních prostředků (dle jejich typu) běžné. Dodavatel neodpovídá za škody způsobené v důsledku porušení povinnosti odběratele splnit při výrobě reklamních prostředků technické specifikace dle těchto VOP a smlouvy včetně jejich příloh. Dodavatel je povinen vyvinout maximální úsilí k tomu, aby byla při instalaci zachována totožnost grafického motivu.
- 5.3 Dodavatel vyhotoví a zašle prostřednictvím e-mailu uvedeného v záhlaví smlouvy odběrateli fotodokumentaci z instalace reklamních prostředků na pronajatých reklamních plochách, a to nejpozději do 25 dnů od provedení instalace. V případě, že si odběratel nevyžádá zaslání jiným způsobem, považuje se takto odeslaná fotodokumentace za doručenou okamžikem odeslání.
- 5.4 Dodavatel je oprávněn odstranit instalované reklamní prostředky vždy 3 dny před skončením posledního období, pro které byly instalovány, s tím, že povinnost odběratele hradit cenu za celé období, ve kterém došlo k odinstalování reklamních prostředků, tím není nijak dotčena. Odběrateli budou vráceny pouze ty reklamní prostředky, které lze bez poškození demontovat a pouze pokud o to odběratel písemně požádá a tuto žádost prokazatelně doručí dodavateli nejpozději 3 dny před skončením posledního období, pro které byly reklamní prostředky instalovány. Reklamní prostředky, které nelze bez poškození demontovat a ty, které si odběratel nevyžádá podle předchozí věty je dodavatel oprávněn ponechat na reklamních plochách nebo je na svůj náklad z reklamních ploch odstranit a zlikvidovat bez povinnosti hradit odběrateli jakoukoliv kompenzaci nebo náhradu, a to bez ohledu na to, kým byly reklamní prostředky vyrobeny nebo dodány.

6. Cena

- 6.1 Cena za poskytnutí reklamních mediálních služeb, dílčí ceny reklamních mediálních služeb za jednotlivá období (případně pouze cena za další služby jiné než nájem reklamních ploch) a lhůta splatnosti jsou uvedeny ve smlouvě.
- 6.2 Cenu za poskytnutí reklamních mediálních služeb je odběratel povinen platit dodavateli formou úhrady dílčích cen za příslušná období doby nájmu, a to ve lhůtě splatnosti uvedené ve smlouvě. Lhůta splatnosti dílčí ceny počíná běžet vždy prvním dnem období uvedeného ve smlouvě. V případě, že předmětem smlouvy není nájem reklamních ploch, ale pouze další reklamní mediální služby, začíná lhůta splatnosti běžet okamžikem dodání příslušných služeb tj. např. v případě výroby reklamních prostředků okamžikem zhotovení reklamních prostředků pro objednaný nájem reklamních ploch nebo okamžikem umožnění odběrateli s reklamními prostředky nakládat.
- 6.3 Dodavatel vyhotoví a zašle odběrateli daňový doklad (fakturu) do 15 dnů od prvního dne každého období uvedeného ve smlouvě. V případě, že předmětem smlouvy není nájem reklamních ploch, ale pouze další reklamní mediální služby, vyhotoví dodavatel daňový doklad (fakturu) do 15 dnů od dodání příslušných služeb tj. např. v případě výroby reklamních prostředků od zhotovení reklamních prostředků pro objednaný nájem reklamních ploch nebo od umožnění odběrateli s reklamními prostředky nakládat.
- 6.4 V případě prodloužení odběratele se zaplacením jakékoliv ceny za poskytnutí reklamních mediálních služeb dle smlouvy je odběratel povinen zaplatit dodavateli smluvní pokutu ve výši 0,05% z dlužné části příslušné ceny včetně DPH sjednané ve smlouvě, a to za každý započatý den prodloužení až do úplného zaplacení této ceny. V případě prodloužení odběratele se zaplacením ceny za poskytnutí reklamních mediálních služeb dle smlouvy o více než 14 dnů je dodavatel oprávněn dle svého uvážení pozastavit plnění a reklamní prostředky odstranit nebo zakrýt, a to do doby skončení nájmu nebo splnění závazku odběratelem včetně uhrazení veškerých nákladů dodavatele spojených s odstraněním nebo zakrytím a nákladů na dodatečnou výrobu a opětovnou instalaci reklamních prostředků, nebo případně od smlouvy odstoupit za podmínek stanovených v těchto VOP.**

- 6.5 Cenu za nájem reklamních ploch ve sjednané výši je odběratel povinen platit vždy za celé období resp. dobu nájmu, a to bez ohledu na obsazenost nebo využití objednaných reklamních ploch odběratelem. Jakékoliv reklamace odběratele týkající se plnění povinností dodavatele podle smlouvy vliv na povinnost odběratele uhradit cenu za reklamní mediální služby sjednanou ve smlouvě. Veškeré kompenzace nebo slevy, na kterých se smluvní strany dohodnou, budou vypořádány zpětně formou dobropisu, vratky nebo jiným způsobem dle dohody mezi odběratelem a dodavatelem.

7. Další práva a povinnosti

- 7.1 V případě, že nebude možné využít některé reklamní plochy uvedené ve smlouvě po část doby nebo po celou dobu nájmu a dodavatel získá tuto informaci dříve než 5 pracovních dnů před začátkem prvního dotčeného období doby nájmu, je povinen o této skutečnosti odběratele bez zbytečného odkladu informovat. Bude-li mít dodavatel k dispozici náhradní reklamní plochy stejné kvality a pokud možno ve stejné lokalitě, nabídne je v takovém případě odběrateli jako náhradní plnění. Odběratel je povinen se k této nabídce písemně vyjádřit do 2 pracovních dnů. Pokud dodavatel získá tuto informaci později, je povinen o této skutečnosti odběratele neprodleně písemně informovat a nabídnout odběrateli náhradní reklamní plochy stejné kvality, pokud možno ve stejné lokalitě, má-li takové plochy k dispozici. Odběratel je povinen se k této nabídce písemně vyjádřit nejpozději do 2 pracovních dnů. Jestliže se odběratel k nabídce dodavatele uvedené v tomto odstavci vyjádří záporně nebo pro dodavatele nepřijatelně či se ve stanovených termínech nevyjádří vůbec, dodavatel nebude instalovat žádné náhradní reklamní prostředky a odběratel získá nárok na slevu ve výši odpovídající počtu neobsazených reklamních ploch a době, kdy reklamní prostředek nebyl na reklamních plochách nainstalován. Nárok na stejnou slevu získá odběratel i v případě, že dodavatel nebude schopen nabídnout odběrateli vhodné náhradní plochy.
- 7.2 Dodavatel zajistí, aby pronajímané reklamní plochy byly v řádném technickém stavu po celou dobu nájmu. U ploch označených ve smlouvě jako „osvětlené“ zajistí dodavatel v průběhu nájmu osvětlení reklamní plochy v časovém rozmezí začínajícím nejpozději jednu hodinu po oficiálním čase západu slunce a ukončeném nejdříve jednu hodinu před oficiálním východem slunce. Za oficiální časy se v tomto případě považuje čas oznamovaný Planetáriem Praha.

8. Záruky a reklamace

- 8.1 V případě reklamních prostředků zhotovených odběratelem (čl. 3) je v době od předání reklamních prostředků dodavateli do jejich instalace na příslušné reklamní plochy dodavatel povinen reklamní prostředky uložit v uzamčeném prostoru. Povinnost uvedená v předchozí větě platí obdobně i v případě reklamních prostředků vyrobených dodavatelem (čl. 4) pro dobu od výroby reklamních prostředků do jejich instalace na reklamní plochy.
- 8.2 Dodavatel odpovídá za instalaci reklamních prostředků v souladu se smlouvou včetně jejich příloh a těmito VOP, dále za údržbu a za škodu vzniklou z důvodu nedodržení postupu instalace reklamních prostředků dle těchto VOP. Dodavatel učiní taková opatření (pravidelná kontrola reklamních ploch pracovníky dodavatele apod.), aby případné poškození instalovaných reklamních prostředků či vznik jiné skutečnosti bránící úplnému účinku reklamních prostředků z důvodu uvedených v tomto odstavci bylo zjištěno a odstraněno za podmínek uvedených v těchto VOP v co nejkratším termínu.
- 8.3 V případě nepříznivých podmínek nebo důsledků událostí vyšší moci trvajících déle než 3 dny, které mohou způsobit nemožnost provedení instalace bez zavinění dodavatele, je dodavatel povinen o této skutečnosti odběratele písemně informovat. Současně dodavatel informuje o předpokládaném termínu ukončení instalace a navrhne odběrateli adekvátní náhradu formou prodloužení doby nájmu reklamních ploch o počet dní u ploch, u kterých byl dodavatel s instalací v prodlení, je-li takové prodloužení doby nájmu vzhledem k obsazenosti reklamních ploch možné. V případě, že prodloužení doby nájmu podle předchozí věty není možné, náleží odběrateli poměrná sleva, která odpovídá počtu dnů prodlení s instalací a počtu reklamních ploch, u kterých došlo k prodlení s instalací z důvodu uvedených v první větě tohoto odstavce. Prodlení dodavatele s instalací v důsledku události vyšší moci trvajících méně než 3 dny nezakládá nárok odběratele na jakoukoliv kompenzaci s tím, že povinnost odběratele uhradit nájemné v plné výši trvá a není nikterak dotčena.
- 8.4 Dodavatel neodpovídá za jakékoliv poškození reklamních prostředků vzniklé tím, že reklamní prostředky dodané odběratelem nesplňují podmínky a technické specifikace uvedené ve smlouvě včetně jejich příloh a těchto VOP (např. v důsledku použití nevhodného materiálu, za adhezi, barevnou a rozměrovou stálost a jiné kvalitativní vady projevující se v důsledku porušení povinností odběratele po dobu trvání nájmu).
- 8.5 Odběratel je povinen dodat reklamní prostředky (čl. 3) nebo podklady pro výrobu reklamních prostředků (čl. 4) tak, aby byly v souladu s obecně závaznými předpisy, Kodexem reklamy vydaným Radou pro reklamu a jejími etickými principy, nezasahovaly žádným způsobem do práv nebo oprávněných zájmů třetích osob a nebyly v rozporu s veřejným pořádkem. Dodavatel neodpovídá za textovou a obrazovou část reklamních prostředků, ani po stránce obsahové, ani po stránce jejich provedení; za tyto nese plnou odpovědnost odběratel. Poruší-li odběratel svou povinnost stanovenou v první větě tohoto článku a dodavatel bude odběratelem nebo na základě rozhodnutí regulačního orgánu nebo soudu vyzván k odstranění již instalovaných reklamních prostředků, je dodavatel oprávněn reklamní prostředky odstranit nebo zakrýt, a to do doby skončení nájmu nebo do obstarání nezávadných reklamních prostředků odběratelem a současně úhrady veškerých nákladů dodavatele spojených s odstraněním nebo zakrytím reklamních prostředků a jejich opětovnou instalací. Povinnost odběratele platit nájemné reklamních ploch v plné výši není případným odstraněním nebo zakrytím reklamních prostředků nijak dotčena. Poruší-li odběratel svou povinnost stanovenou v první větě tohoto článku a dodavatel bude odběratelem nebo na základě rozhodnutí regulačního orgánu nebo soudu vyzván ke zdržení se instalace reklamních prostředků, zaniká povinnost dodavatele instalovat takové reklamní prostředky. V případě, že odběratel dodá nezávadné reklamní prostředky, provede dodavatel jejich instalaci. Povinnost odběratele platit nájemné v plné výši není nevyužitím reklamních ploch nijak dotčena.
- 8.6 Vyskytnou-li se skutečnosti znemožňující plnění povinnosti instalovat reklamní prostředky a provádět jejich údržbu resp. obnovu na základě rozhodnutí kompetentních orgánů státní správy a samosprávy nebo na základě právních předpisů a norem či z důvodu vylučujícího odpovědnost dle § 2913 odst. 2 občanského zákoníku, zaniká povinnost dodavatele instalovat, resp. udržovat a obnovovat reklamní prostředky. Bude-li mít dodavatel k dispozici náhradní reklamní plochy stejné kvality a pokud možno ve stejné lokalitě, nabídne je v takovém případě odběrateli jako náhradní plnění za podmínek uvedených v čl. 7.1. těchto VOP.
- 8.7 Odběratel podpisem smlouvy prohlašuje, že se seznámil se stavem pronajímaných reklamních ploch ve smlouvě specifikovaných, jejich umístěním a jejich okolím, a že souhlasí s jejich nájmem za tohoto stavu a podmínek.
- 8.8 I když dodavatel vynaloží veškeré úsilí (v rozsahu umožněném zákonem) ve snaze zabránit nepříznivému vlivu vegetace na viditelnost pronajatých reklamních ploch, dodavatel se nezaručuje, že bude schopen takovou vegetaci odřezat či odstranit a nenese jakoukoli odpovědnost v případě, že vegetaci nebude schopen bez vynaložení nepřiměřených nákladů odstranit.
- 8.9 Odběratel se zavazuje, že pokud zjistí závadný stav reklamních ploch či instalace reklamních prostředků, nahlásí to bez zbytečného odkladu dodavateli. Případné reklamace instalace reklamních prostředků musí být uplatněny písemně, bez zbytečného odkladu po jejich zjištění nejpozději do 3 pracovních dnů s uvedením přesného popisu závady a místa jejího vzniku (číslo reklamní plochy, město, ulice) včetně fotografie prokazující závadu na reklamním prostředku, resp. reklamní ploše.

- 8.10 V případě, že je zjištěno či odběratel nahlásí dle čl. 8.9., že reklamní plocha, která je na rodném listě plochy označena jako „osvětlená“, není v časovém rozmezí uvedeném v čl. 7.2 řádně osvětlená, je dodavatel povinen, pokud to je možné, závadu na osvětlení na vlastní náklady odstranit, a to do 48 hodin od nahlášení závady u reklamní plochy umístěné v Praze resp. do 72 hodin od nahlášení závady u reklamní plochy umístěné v ostatních lokalitách ČR. Odběratel je oprávněn uplatnit u dodavatele slevu ve výši 20% z nájemného připadajícího na jeden den doby nájmu dotčené reklamní plochy, a to za každý den trvání závady tj. ode dne jejího nahlášení až do odstranění této závady nebo nejpozději do skončení doby nájmu. **Vzhledem ke vzniku oprávnění odběratele požadovat slevu z nájemného, se nepovažuje výskyt případných závad dle tohoto článku za podstatné porušení smlouvy ve smyslu § 2002 občanského zákoníku.**
- 8.11 V případě, že je zjištěno či odběratel nahlásí dle čl. 8.9., že reklamní plocha typu digiboard není v provozu v době svého vysílacího času, který je uveden na rodném listě reklamní plochy, je dodavatel povinen, pokud to je možné, závadu na digiboardu na vlastní náklady odstranit, a to do 48 hodin od nahlášení závady u reklamní plochy umístěné v Praze resp. do 72 hodin od nahlášení závady u reklamní plochy umístěné v ostatních lokalitách ČR. Odběratel je oprávněn uplatnit u dodavatele slevu ve výši 100% z nájemného připadajícího na jeden den doby nájmu dotčené reklamní plochy, a to za každý den trvání závady tj. ode dne jejího nahlášení až do odstranění této závady nebo nejpozději do skončení doby nájmu. **Vzhledem ke vzniku oprávnění odběratele požadovat slevu z nájemného, se nepovažuje výskyt případných závad dle tohoto článku za podstatné porušení smlouvy ve smyslu § 2002 občanského zákoníku.**

9. Servis reklamních prostředků

- 9.1 V případě poškození reklamních prostředků v době trvání nájmu reklamních ploch z jiného důvodu, než je nedodržení správného postupu instalace reklamních prostředků nebo nesplnění technických požadavků na výrobu reklamních prostředků podle smlouvy včetně jejích příloh a těchto VOP dodavatelem, zajistí dodavatel instalaci náhradního polepu (případně jinak vhodným způsobem napravit závadný stav) pouze však za podmínky, že náhradní instalaci bude možné zajistit z náhradních reklamních prostředků dle článku 3.3 resp. 4.2 těchto VOP. Dodavatel je povinen v takovém případě nápravu závadného stavu případně náhradní instalaci provést v Praze nejpozději do 48 hodin a v ostatních lokalitách ČR nejpozději do 72 hodin od reklamace závadného stavu. V případě, že dodavatel neodstraní závadu v tomto termínu, přestože měl k dispozici dostatečné množství náhradních reklamních prostředků, zavazuje se poskytnout odběrateli poměrnou slevu z nájemného odpovídající počtu dotčených ploch a počtu dní, o které byl dodavatel s nahrazením poškozených reklamních prostředků v prodlení.
- 9.2 V případě poškození reklamních prostředků z důvodu nesplnění technických požadavků na výrobu reklamních prostředků podle smlouvy včetně jejích příloh a těchto VOP odběratelem, nebo v případě porušení jiné povinnosti odběratele podle smlouvy nebo těchto VOP, včetně případu, kdy nejsou odběratelem dodány nebo objednány náhradní reklamní prostředky, není dodavatel povinen postupovat podle čl. 9.1, nicméně může na základě nové smlouvy nebo dodatku ke stávající smlouvě zajistit výrobu náhradních reklamních prostředků a jejich instalaci do 10 dnů od předání podkladů pro jejich výrobu. Ustanovení smlouvy včetně jejích příloh a těchto VOP týkající se ostatních povinností odběratele a souladu podkladů na výrobu reklamních prostředků nejsou tímto dotčena.
- 9.3 V případě vady reklamního prostředku, který byl dodán dodavatelem a která se projeví v době trvání nájmu z důvodu nesplnění technických požadavků na reklamní prostředky, zajistí dodavatel výrobu náhradního reklamního prostředku na svůj náklad, pokud není možné realizovat opravu z náhradních reklamních prostředků. Dodavatel je v takovém případě povinen v Praze nejpozději do 48 hodin a v ostatních lokalitách ČR nejpozději do 72 hodin od reklamace závadného stavu podle čl. 8.9 zjednat nápravu. V případě, že dodavatel neodstraní závadu v tomto termínu, zavazuje se poskytnout odběrateli poměrnou slevu z nájemného odpovídající počtu dotčených ploch a počtu dní, o které byl dodavatel s nahrazením poškozených reklamních prostředků v prodlení.
- 9.4 Pro vyloučení pochybností strany sjednávají, že doba trvání lhůt k odstranění závadného stavu nebo vad reklamního prostředku se započítává do doby nájmu a odběratel je povinen za tuto dobu hradit plnou cenu nájmu. Nároky odběratele na poměrnou slevu jsou upraveny zvláště v jednotlivých ustanoveních čl. 8 a 9 a je možné je uplatnit až po uplynutí doby sjednané pro odstranění závadného stavu, kdy budou řešeny v souladu s článkem 6.7 těchto VOP.

10. Trvání smlouvy

- 10.1 Odběratel je oprávněn zrušit smlouvu na reklamní mediální služby, jejíž součástí je nájem reklamních ploch, a to zaplacením odstupného (stornovacího poplatku) za následujících podmínek:
- v případě zrušení smlouvy na reklamní mediální služby do 91. dne včetně před sjednaným začátkem doby nájmu, činí odstupné 5% z celkového nájemného uvedeného ve smlouvě
 - v případě zrušení smlouvy na reklamní mediální služby v době od 90. do 61. dne včetně před sjednaným začátkem doby nájmu, činí odstupné 25 % z celkového nájemného uvedeného ve smlouvě.
 - v případě zrušení smlouvy na reklamní mediální služby v době od 60. dne včetně před sjednaným začátkem doby nájmu, činí odstupné 100 % z celkového nájemného uvedeného ve smlouvě.

Zrušením smlouvy na reklamní mediální služby zaplacením odstupného se spolu s nájmem reklamních ploch ruší i ta část smlouvy, která se týká výroby reklamních prostředků, avšak pouze v případě, že výroba reklamních prostředků nebyla ke dni zaplacení odstupného prokazatelně zahájena.

- 10.2 **Smlouva může předčasně zaniknout pouze v případech předpokládaných smlouvou nebo těmito VOP a veškeré jiné důvody pro předčasné ukončení smluvního vztahu (odstoupením a/nebo výpovědí) dané občanským zákoníkem jsou vyloučeny. Zejména se vylučuje uplatnění ustanovení § 1978-1979, § 2208 odst. 1, § 2210 odst. 3, § 2212 odst. 2, § 2226, § 2227, § 2232, § 2320 odst. 1 občanského zákoníku.**
- 10.3 Od smlouvy lze odstoupit v případech výslovně stanovených ve smlouvě nebo těchto VOP nebo porušuje-li smluvní strana podstatným způsobem ve smyslu § 2002 občanského zákoníku povinnosti ze smlouvy, s tím, že **odstoupením od smlouvy závazek zaniká ke dni účinnosti odstoupení a § 2004 odst. 1 občanského zákoníku se tak ve vztahu k odstoupení neuplatní.** Odstoupení nabývá účinnosti dnem jeho doručení na adresu příslušné smluvní strany uvedenou v záhlaví smlouvy. **V případě ukončení smlouvy odstoupením dodavatele pro porušení povinnosti odběratele, je odběratel povinen zaplatit dodavateli částku ve výši poměrné části nájemného připadajícího na dobu nájmu, která se z důvodu předčasného zániku smlouvy neuskuteční, a to jako kompenzaci ušlého zisku a nákladů vzniklých dodavateli. Tato částka podle předchozí věty je splatná ve lhůtě 15 dnů od odstoupení dodavatele od smlouvy.**
- 10.4 Zánik smlouvy v rozsahu objednávky výroby reklamních prostředků nemá vliv na trvání a platnost té části smlouvy na reklamní mediální služby, která se týká nájmu reklamních ploch. Odběratel je v takovém případě povinen dodat reklamní prostředky na své náklady a odpovědnost dle podmínek smlouvy a těchto VOP.

11. Společná a závěrečná ustanovení

- 11.1 Tyto VOP se řídí českým právním řádem, zejména zák. č. 89/2012 Sb., občanským zákoníkem ve znění pozdějších předpisů.
- 11.2 Obě smluvní strany jsou povinny si navzájem neprodleně sdělit změnu údajů, či změnu jiných skutečností, které se týkají smluvních ujednání.
- 11.3 Smluvní pokuty jsou splatné do 5 dnů od doručení výzvy k jejich zaplacení na adresu povinné smluvní strany uvedenou v záhlaví smlouvy. Sjednáním nebo zaplacením smluvní pokuty není nikterak dotčeno právo požadovat v plné výši náhradu škody, která vznikla v důsledku porušení povinnosti zajištěné smluvní pokutou, tedy i ve výši přesahující sjednanou smluvní pokutu. Vylučuje se použití ustanovení § 2050 občanského zákoníku.**
- 11.4 Jestliže se nepodaří doručit smluvní straně oznámení nebo zásilku jí určenou na adresu jejího sídla uvedenou v záhlaví smlouvy a jiná adresa není druhé straně známa, považuje se oznámení nebo zásilka za doručenou třetí den ode dne uložení zásilky podané k poštovní přepravě na adresu sídla smluvní strany uvedenou v záhlaví smlouvy na příslušné pobočce pošty.
- 11.5 S výjimkou písemných úkonů způsobujících vznik, změnu nebo zánik práv a povinností podle smlouvy nebo těchto VOP, jsou smluvní strany oprávněny pro vzájemnou komunikaci využívat elektronickou formu komunikace. Za doručenou se považuje každá zpráva odeslaná na e-mailovou adresu smluvní strany uvedenou v záhlaví smlouvy, neprokáže-li smluvní strana existenci technických nebo jiných překážek, které by v přijetí zprávy zabránily.
- 11.6 Pokud by se kterékoliv ustanovení smlouvy nebo těchto VOP ukázalo být neplatným nebo nevynutitelným, pak tato skutečnost nepůsobí neplatnost ani nevynutitelnost ostatních jejích ustanovení. Smluvní strany jsou povinny takové neplatné či nevynutitelné ustanovení dohodou nahradit platným a vynutitelným ustanovením, které je svým obsahem nejbližší účelu neplatného či nevynutitelného ustanovení smlouvy či těchto VOP.
- 11.7 Tyto VOP nabývají účinnosti dne 27.08.2018.

Seznámil jsem se obsahem těchto VOP a souhlasím s ním.

V Praze dne

Národní divadlo Brno, příspěvková organizace

.....
Jméno, příjmení, funkce

Příloha č. 2 ke Smlouvě na reklamní mediální služby

Požadavky na výrobu reklamních prostředků

I. Reklamní plakáty, reklamní fólie, reklamní plachty a digitální spoty musí splňovat následující parametry:

PLAKÁT: Formát: musí po namočení přesně souhlasit s rozměrem reklamní plochy, pro kterou je určen. Typ papíru: BBS (blue backside). Gramáž: min. 120 g/m². Stálobarevnost: min. 6 týdnů. Doporučené rozlišení je 1:1 30 dpi.

FÓLIE: Formát: musí přesně souhlasit s rozměrem reklamní plochy, pro kterou je určen. V případě dodání fólie z více kusů, je nutné dodržet označené přelepy 1,5cm v pravé a spodní části, kde jednotlivé kusy navazují. Typ fólie: Exteriérová PVC samolepka 100 mikronová. Stálobarevnost: min. 6 týdnů. Doporučené rozlišení je 1:1 30 dpi.

REKLAMNÍ PLACHTY: Formát: musí přesně souhlasit s rozměrem reklamní plochy, pro kterou je určen. Typ materiálu: dle specifikace uvedené na rodném listu plochy, vždy však s certifikací nehořlavosti B1. V případě že se jedná o „ATYP“ jsou přesné specifikace uvedeny v technickém listě plochy.

Okraje: Zpevněné s plastovými zatavenými oky ve vzdálenosti 30cm po obvodu plachty, pokud není v technickém listě uvedeno jinak. Svěry: odolné vůči pnutí plachty při instalaci, vypínání plachty a při běžných povětrnostních podmínkách v ČR. Barvy: UV stálé a odolné vůči běžnému čištění ekologickými prostředky a odolné vůči povětrnostním podmínkám v ČR. Doporučené rozlišení je 1:1 30 dpi.

Pokud bude reklamu dodávat odběratel (viz. článek 4 Smlouvy), musí být u reklamních plakátů a reklamních folií dodán i nátisk motivu celé reklamy ve formátu A4 včetně číselného označení jednotlivých částí reklam (panelů). V případě, že nátisk nebude dodán, neručí dodavatel za správnost instalace.

Jednotlivé materiály mezi sebou nelze kombinovat.

DIGITÁLNÍ SPOT: Formát: musí vždy odpovídat digitálnímu médii, pro které je určen - dle technického listu.

DIGIBOARD OUTDOOR: Typ plochy: LED-TV. Rozměry (š x v): 10 x 4 m. Rozlišení: 960x360 pixelů. Barevnost: 24bit. Standardní délka: 10s. Formát: AVI/ MPEG.

DIGITÁLNÍ CITILIGHT: Typ plochy: Plazmová obrazovka. Rozměry (š x v): 1080x1920 pixelů. Standardní délka: 6s. Formát: obrázek: jpg, bez komprese; video: Windows Media Video 9; podklady prosíme dodávat naležato.

DIGITÁLNÍ KIOSKY: Standardní délka: 8s; Formát: 1. Logo inzerujícího klienta: formát: .png, rozměry: 227x227px, 96dpi; 2. Smyčka ve standardním režimu: formát: .wmv, .jpg, .png, rozměry: 1000x1413px, 96dpi; 3. Interaktivní obsah: formát: .wmv, .jpg, .png, .swf, .www, rozměry: 1000x982px; 4. Smyčka v interaktivním režimu: formát: .wmv, .jpg, .png, rozměry: 1080x608px, 96dpi, 5. Vizual přes celou obrazovku u double side panelů: formát: .wmv, .jpg, .png, rozměr: libovolná velikost, přednostně 1080x1920px.

DIGITÁLNÍ TELEVIZNÍ OBRAZOVKY V RESTAURACÍCH McDonald's: Rozměry: 24 palců / 106 cm. Standardní délka: 30 s. Formát: MPEG 2, VBR 3500, 720 x 576, 25i, nativní 16:9 nebo 16:9 squeeze, standard SD, AVI, případně animace *.PNG, nekomprimovaný YUV/YUV 2, v případě kazet BETACAM SP 0dB, nebo DVCAM -9dB.

II. V případě, kdy budou s odběratelem dohodnuty jiné rozměry reklamních ploch či jiné materiály pro zhotovení reklamních prostředků, než jsou uvedeny výše, budou rozměry a parametry dohodnuty u takovýchto reklamních ploch a reklamních prostředků zvlášť. Podmínky pro takové reklamní plochy a reklamní prostředky uvedené ve Smlouvě včetně jejích příloh platí obdobně, s výjimkou zvlášť dohodnutých technických specifikací a parametrů.

III. U reklamních plakátů a folií nesmí být při volbě grafického motivu reklam nápisy a ostatní útvary řešeny v pravé a spodní části formátu do samotného kraje reklamního prostředku, nýbrž cca 20 cm od něj. Může se stát, že tato část bude vzhledem k různým vlastnostem materiálů při instalaci odstraněna. Mezi základní podmínky pro ztvárnění grafického motivu reklam patří i to, že nesmí být použita červená reflexní fólie, motiv nesmí obsahovat dopravní značky ani tvary a kombinace barev podobné nebo zaměnitelné s dopravním značením.

Příloha č. 3 ke Smlouvě na reklamní mediální služby

Parametry podkladů pro tisk

I. PARAMETRY PODKLADŮ PRO TISK

Základní požadovaný vstupní formát dat je **PDF**

Základní parametry PDF:

- **PDF verze 1.3 (kompatibilita Acrobat 4)** — vytvořené i v jakékoli vyšší verzi.
- Všechny barvy CMYK, nebo ve stupních šedi.
- Vložené všechny **fonty**.
- Soubor musí obsahovat spád minimálně 5 mm ideálně 10 mm.
- Správná velikost stránek odpovídající tisku (1:1).
- Kompozitní PDF (ne separované).
- Vícestánkové PDF je možné, ale jen se samostatnými stránkami, dvojstránky nepoužívejte.
- PDF nesmí obsahovat průhlednosti.

Další doporučení pro přípravu PDF:

- Pro přípravu používejte Adobe Acrobat Distiller. Pokud možno nepoužívejte export z aplikací, ne vždy vytvoří korektní PDF.
- Rozlišení obrázků použijte dle finální velikosti tiskoviny. Vždy ale mějte na paměti, že zbytečně nízké rozlišení snižuje kvalitu tisku a příliš vysoká hodnota navyšuje zbytečně objem dat, dobu následného zpracování a není vhodná ani z hlediska kvality. Pozor, pro různé typy zakázek platí různé velikosti tiskových dat:
- Formáty do A1 — velikost 1:1, rozlišení 300 dpi.
- Formáty A1 - A0 — velikost 1:5, rozlišení 400 - 800 dpi (tj. 1:1 asi cca 120 - 180 dpi).
- Formáty vícedílné větší než A0 — velikost 1:10, rozlišení 300 - 400 dpi.
- Zkontrolujte **přetisky** (zapnout náhled přetisku v Acrobatu).
- Zkontrolujte **barvy dokumentu** (kontrola barev v Acrobatu, zda neobsahuje přímé barvy)
- Vypněte OPI vazby při výstupu do PDF.
- Nepoužívejte českou diakritiku v názvech souborů.

II. Nejčastější chyby při vytváření PDF:

- **Přetisk bílé barvy.** Například bílé logo nebo text v barevné ploše. Pokud má nastavený přetisk bílé, tak se nevytiskne. Zkontrolovat to lze v nastavení Acrobatu — Náhled přetisku. Stává se to často třeba při změně původní 100 % černé (mívá automaticky nastavený přetisk) na bílou, kde může přetisk zůstat nastavený. Pozor — tisk na běžné tiskárně může být v pořádku, přesto je PDF špatné. Většina tiskáren nemá postscript a výstup na tiskárnu probíhá jinak, než na RIPu.
- **Chybí spád.** Taková zakázka někdy nejde vůbec vytisknout případně stojí mnoho úsilí grafika, který musí doretušovat spád.
- **Použijete jinou verzi PDF.** Vyšší verze nemusí být korektně zpracovány.
- **PDF obsahuje průhlednosti.** Pokud použijete správně PDF 1.3, tak budou průhlednosti sloučené protože PDF 1.3 je nepodporuje. To umožňují až vyšší verze PDF. Průhlednosti se mohou při RIPování špatně sloučit a vytvořit chybu, kterou není grafik ani tiskař většinou schopen odhalit. Za takovouto chybu neodpovídáme.