

Rámcová smlouva na zajištění reklamní kampaně na reklamních plochách v pražské městské hromadné dopravě

Botanická zahrada hl. m. Prahy

Se sídlem Trojská 800/196, 170 00 Praha 7 - Troja

IČO: 00064572

DIČ: CZ0064572

Zastoupená Bc. Bohumilem Černým, ředitelem

Bankovní spojení: PPF banka a.s., Evropská 2690/17, 160 00 Praha 6

Číslo účtu: 2000660008/6000

Kontaktní osoba: Radka Turková, [REDACTED]

(dále jen „objednatel“)

a

MetroZoom s.r.o.

se sídlem: Na Strži 2097/63, Praha 4, 140 00

IČO: 08291501

DIČ: CZ08291501

zapsána: v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 316425

bankovní spojení: UniCredit Bank, se sídlem Želetavská 1525/1, 140 92 Praha 4 - Michle

číslo účtu: 1387690951/2700

zastoupena: Danou Svobodovou, jednatelkou

kontaktní osoba: Jan Drlík, [REDACTED]

(dále jen „dodavatel“)

(společně rovněž „smluvní strany“)

Smluvní strany uzavřely v souladu s ustanovením 1746 odst. 2 zákona č. 89/20012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů následující rámcovou smlouvu na zajištění reklamní kampaně na reklamních plochách pro účely marketingové komunikace (dále jen „smlouva“).

čl. I.

Předmět smlouvy

Předmětem smlouvy je rámcové ujednání o zajištění reklamní kampaně na reklamních plochách pro účely marketingové komunikace Botanické zahrady Praha v pražské městské hromadné dopravě (dále jen „plnění“), které bude blíže určeno a objednáno co do druhu, množství a termínu dodávek v jednotlivých objednávkách objednatel.

čl. II.

Předmět plnění

Předmětem plnění je pronájem reklamních ploch, včetně produkčních nákladů (návrh, výroba, tisk, instalace) pro účely marketingové komunikace Botanické zahrady Praha na základě objednávek za jednotkovou cenu dle platné nabídky v Příloze č. 1 – Ceník 2022.

čl. III.

Cena plnění

Smluvní strany si sjednaly, že celková cena za zboží za dobu platnosti smlouvy nepřekročí:

Základní cena celkem	1 500 000 Kč
DPH 21 %	315 000 Kč
Celková cena včetně DPH	1 815 000 Kč

Objednatel se zavazuje zaplatit za jednotlivá konkrétní plnění cenu stanovenou v Příloze č. 1 - Ceník 2022, která je nedílnou součástí této smlouvy. Z cen uvedených v Ceníku 2022 bude Objednateli poskytnuta sleva ve výši:

SLEVY pro KONTINGENT PLOCH MetroZoom:

- STANDARD OBDOBÍ (nákup reklamních ploch více než 10 dní před započítáním kampaně) – sleva 10-25%
- LAST MINUTE (nákup reklamních ploch méně než 10 dní před započítáním kampaně) - sleva 35-50%

Objednatel bude hradit pouze skutečně provedené plnění.

Jednotlivé dílčí ceny v Příloze č. 1 jsou konečné a nepřekročitelné a zahrnují veškeré náklady na pronájem jedné reklamní plochy, včetně produkčních nákladů na 1 kus (návrh, výroba, tisk, instalace), jak jsou v Příloze č. 1 uvedeny. K ceně bude připočteno DPH v zákonné výši.

Dodavatel je oprávněn vyhotovit fakturu pouze za skutečně objednané a dodané dílčí plnění, a to na základě objednávky podepsané pověřeným zástupcem objednatele. Splatnost faktury musí být minimálně 30 dnů od dodání faktury objednateli, faktury bude dodavatel zasílat objednateli e-mailem na: faktura@botanicka.cz.

čl. IV.

Uzavírání dílčích objednávek

Smluvní strany se dohodly, že jednotlivá dílčí plnění budou dodavatelem poskytována na základě objednávky, kdy objednatel zašle dodavateli objednávku na dodání dílčího plnění, kdy v objednávce bude uveden popis požadovaného plnění, termín odevzdání a maximální cenu plnění.

Dodavatel potvrdí přijetí objednávky její akceptací (podpisem).

Čl. V.

Sankce

V případě prodlení s dodávkou plnění dle objednávky za podmínek této smlouvy a obchodních podmínek dodavatele, pokud dodavatel nenapraví závadný stav ani v přiměřené lhůtě po doručení výzvy objednatele k nápravě závadného stavu, je dodavatel povinen uhradit objednateli smluvní pokutu ve výši 0,01 % z ceny za každý den prodlení s dodávkou objednaného plnění. Smluvní pokutu lze uložit opakovaně za každé prodlení s dodáním plnění.

V případě prodlení objednatele s úhradou faktury za dodané dílčí plnění uhradí objednatel dodavateli smluvní pokutu ve výši 0,01 % z nezaplacené částky za každý den prodlení.

Uhrazení smluvní pokuty nemá vliv na vymáhání škody v plné výši.

čl. VI.

Společná ustanovení

Tato smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to na období od podpisu smlouvy oběma smluvními stranami do 31.12.2024, nebo do okamžiku, kdy celková cena za provedení reklamní kampaně na základě všech dílčích objednávek dosáhne částky uvedené v čl. III, pokud se tak stane před 31.12.2024.

Objednatel je oprávněn odstoupit od smlouvy v případě, že dodavatel poruší své povinnosti stanovené smlouvou, zejména bude v prodlení s dodávkou dílčích plnění nebo plnění nebude odpovídat sjednané kvalitě, dodavatel neposkytne součinnost objednateli nebo nesplní pokyny objednatele v rámci dílčích plnění.

Dodavatel je oprávněno odstoupit od smlouvy v případě prodlení objednatele s úhradou faktury delším než 20 dní.

Kterákoliv smluvní strana je oprávněna od smlouvy odstoupit v případě tzv. vyšší moci. Za vyšší moc se pro účely smlouvy rozumí okolnosti, která nastala nezávisle na vůli smluvní strany, pokud jí brání ve splnění povinností, přičemž nelze spravedlivě požadovat, aby tato smluvní strana tuto překážku nebo její následky překonala nebo odvrátila, a to ani s vynaložením veškerého úsilí, na kterém lze trvat. Ani jedna ze smluvních stran v takovém případě není oprávněna po druhé smluvní straně požadovat náhradu majetkové újmy či úhradu smluvních pokut nebo úroků z prodlení.

Účinky odstoupení od této smlouvy nastanou dnem, kdy bude druhé straně doručeno písemně doručení oznámení o odstoupení s uvedením důvodů odstoupení.

Smluvní strany se výslovně dohodly, že ustanoveními této smlouvy se budou řídit i objednávky uzavřené mezi smluvními stranami před účinností této rámcové smlouvy, nejdříve však 01.02.2022.

Smlouvu lze ukončit také oboustrannou dohodou smluvních stran nebo výpovědí kterékoliv ze smluvních stran bez udání důvodu s výpovědní dobou tři měsíce, která počne plynout prvního dne měsíce následujícího po měsíci, v němž byla výpověď doručena druhé smluvní straně. Uzavřené objednávky zůstávají nadále v platnosti.

Objednatel podpisem této Smlouvy přistupuje k obchodním podmínkám dodavatele, které byly k návrhu smlouvy připojeny a které jsou nedílnou součástí této smlouvy, a výslovně s nimi souhlasí.

čl. VII. Závěrečná ustanovení

Práva a povinnosti smluvních stran, které nejsou výslovně upraveny smlouvou, se řídí ustanoveními občanského zákoníku.

Smlouva nabývá platnosti dnem podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti dnem zveřejnění v registru smluv v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), ve znění pozdějších předpisů. Smluvní strany se dohodly, že uveřejnění smlouvy a případných dodatků ke smlouvě v registru smluv provede Botanická zahrada hl. m. Prahy.

Smlouva je vyhotovena ve dvou stejnopisech s platností originálu, přičemž dodavatel i objednatel obdrží jeden stejnopis.

Dodavatel není oprávněn přenést bez předchozího písemného souhlasu objednatele na třetí osobu úplně ani částečně práva nebo povinnosti, které pro dodavatele vyplývají ze smlouvy, pokud z některého ustanovení smlouvy nevyplývá jinak. Při nedodržení této povinnosti dodavatelem má objednatel právo odstoupit od smlouvy.

Veškeré změny a doplňky smlouvy budou uskutečňovány formou písemných chronologicky číslovaných dodatků podepsaných oprávněnými zástupci obou smluvních stran.

V případě, že se některá ustanovení smlouvy stanou neplatnými nebo neúčinnými, zůstává platnost a účinnost ostatních ustanovení smlouvy zachována. Smluvní strany jsou povinny nahradit tato neplatná nebo neúčinná ustanovení ustanoveními jejich povaze nejbližšími s přihlédnutím k vůli smluvních stran dle předmětu smlouvy.

Smluvní strany prohlašují, že skutečnosti uvedené v této smlouvě nepovažují za obchodní tajemství ve smyslu § 504 občanského zákoníku a udělují svolení k jejich užití a zveřejnění bez stanovení jakýchkoliv podmínek.

Smluvní strany prohlašují, že osoby podepisující smlouvu jsou k tomuto úkonu způsobilé a oprávněné.

Smluvní strany se dohodly, že veškeré spory vzniklé v souvislosti s realizací smlouvy budou řešit dohodou. Nedojde-li k dohodě, budou spory řešeny před příslušnými obecnými soudy České republiky.

Smluvní strany prohlašují, že vyhotovení předmětu smlouvy není plněním nemožným, že si smlouvu včetně její příloh před jejím podpisem přečetly, zvážily všechny možné důsledky, s jejím obsahem souhlasí, a že smlouva byla sepsána na základě jejich pravé, vážné a svobodné vůle, neodporuje zákonům ani dobrým mravům, což stvrzují podpisy svých oprávněných zástupců.

Příloha č. 1 – Ceník 2022 společnosti MetroZoom

Příloha č. 2 – Obchodní podmínky společnosti MetroZoom

V Praze dne 3.3.2022

Bc. Bohumil Černý, ředitel
Botanická zahrada hl. m. Prahy

Dana Svobodová, jednatelka
MetroZoom s.r.o.

Ceník 2022

METROZOOM

CITYLIGHTY
DIGITÁLNÍ CITYLIGHTY
RÁMEČKY
SAMOLEPKY
ESKALÁTORY
TUNELY

Jediná síť
reklamních nosičů v metru

Metro nabízí obrovský potenciál pro vaše reklamní sdělení

1 Ideální cílová skupina



Statistice cestujících denně

Pražské metro nabízí obrovský potenciál pro vaše reklamní sdělení. Metro denně přepraví statisíce cestujících, které můžete oslovit vaší komunikací
(Zdroj: PID)

AB

65 %

Bonitní cílová skupina

65 % cestujících v metru spadá dle socioekonomické analýzy do vysokopříjmových tříd AB. 29 % cestujících se nachází v socioekonomické třídě C. 94 % všech cestujících tak tvoří nejvyšší socioekonomická skupina ABC. To je o 31,5 % více, než je průměr v celé populaci ČR. Metro je tak silně afinitní k oslovení této nejbonitnější a pro většinu značek nejzásadnější cílové skupiny
(Zdroj: O2 Media)

Nákupy

68 %

Zájem o nákupy a módu

68 % všech cestujících v metru jsou cestující se zájmem o nákup módy, elektroniky a kosmetiky
(Zdroj: O2 Media)



Oslovení největšího počtu cestujících v MHD

V metru skončí většina cest, které cestující v Praze vykonají hromadnou dopravou. Máte tak jistotu, že právě reklamou v metru oslovíte nejvíce cestujících v MHD
(Zdroj: PID)

2 Podpora značky a prodeje



Podpora prodeje

Reklama v metru ovlivňuje nákupní chování oslovených. Díky blízkosti obchodních a nákupních center komunikujete v metru své produkty téměř v místě prodeje. Zároveň i v čase, kdy se cestující o nákup rozhodují a chtějí nakupovat



Reklamu v metru lidé vidí déle a pamatují si ji

Vysokou účinnost reklamy v metru podporuje i efekt tzv. wait marketingu, tj. efekt komunikace v době a místě, kdy lidé na něco čekají a mají tedy ideální možnost a čas se reklamě věnovat. Cestující v metru stráví průměrně 17 minut během jedné jízdy. To napomáhá vysoké míře zapamatovatelnosti a zásahu vašeho reklamního sdělení



Opakovaný a pravidelný zásah

Cestující se v metru s reklamou setkají opakovaně a ve velmi krátkých intervalech, a to i jen během jedné jízdy



Reklama pro každého

ceny reklamních ploch v metru začínají již od 1 000 Kč za 14 dní. Reklamu v metru si tak může dovolit skutečně téměř každý

Komunikujte v metru maximálně flexibilně, přesně tak, jak potřebujete

Oslovte s námi cestující po celou dobu, kdy se pohybují v metru. U vstupu, na eskalátorech, na nástupištích, v přestupních koridorech, ve vozech i na výstupu. Plánovat s námi můžete jak velké kampaně pokrývající celé metro, tak i úzce zaměřenou navigační komunikaci na podporu vašich provozoven v blízkosti některé ze stanic metra. Komunikujte v centru i na okraji Prahy, komunikujte s námi celý měsíc či flexibilně třeba i od poloviny do poloviny měsíce nebo díky digitálním citylightům již od jednoho dne. Vybírat můžete z nabídky deseti typů ploch za cenu již od 1 000 Kč za 14 dní. Objednejte si třeba jen jeden kus některého z našich nosičů nebo využijte některou z našich sítí či zvýhodněných balíčků.

	UMÍSTĚNÍ		TRASA METRA	OBDOBÍ PRONÁJMU			ZPŮSOB PRODEJE		
	STANICE METRA	VOZY METRA		DEN	14 DNÍ	MĚSÍC	KS	SÍŤ	BALÍČKY
Citylighty	✓	X	A B C	X	✓	✓	✓	✓	✓
Digitální citylighty	✓	X	A B C	✓	✓	✓	✓	✓	X
Kreativní využití citylightů	✓	X	A B C	X	✓	✓	X	✓	X
B1 rámečky u eskalátorů	✓	X	A B C	X	✓	✓	X	✓	X
Rámečky 49 x 49	X	✓	A B	X	✓	✓	✓	X	X
Rámečky 106 x 19	X	✓	A B C	X	✓	✓	X	✓	✓
Rámečky 78 x 19	X	✓	C	X	✓	✓	X	✓	X
B1 rámečky ve vozech	X	✓	C	X	✓	✓	X	✓	X
Samolepky 35 x 30	X	✓	A B C	X	✓	✓	X	✓	X
Polep eskalátorů	✓	X	A B C	X	X	✓	✓	X	X
Polep přestupních tunelů	✓	X	A B C	X	X	✓	✓	X	X

METROZOOM

CITYLIGHTY (CLV)

CENÍK 2022

INFORMACE O PRODUKTU			DRUH PRODEJE		PRONÁJEM		PRODUKCE		
TYP NOSIČE	ROZMĚR (cm)	TRASA	SÍŤ/ BALÍČEK	POČET KUSŮ	CENÍKOVÁ CENA 14 DNÍ	CENA ZA	TISK	INSTALACE	PŘEINSTALACE
CLV	118 x 175	A B C	X	1	14 900 Kč	1 ks	650 Kč	v ceně	500 Kč
CLV	118 x 175	A B C	X	1	9 500 Kč	1 ks	650 Kč	v ceně	500 Kč
CLV	118 x 175	A B C	X	1	7 900 Kč	1 ks	650 Kč	v ceně	500 Kč
CLV	118 x 175	A B C	X	1	6 500 Kč	1 ks	650 Kč	v ceně	500 Kč
CLV	118 x 175	A B C	Centrum	15	200 000 Kč	síť (15 ks)	6 750 Kč/síť	v ceně	7 500 Kč/síť
CLV	118 x 175	A B C	Shopping	20	240 000 Kč	síť (20 ks)	8 000 Kč/síť	v ceně	10 000 Kč/síť
CLV	118 x 175	A B C	Business	20	240 000 Kč	síť (20 ks)	8 000 Kč/síť	v ceně	10 000 Kč/síť
CLV	118 x 175	A B C	Rezident	30	250 000 Kč	síť (30 ks)	12 000 Kč/síť	v ceně	15 000 Kč/síť
CLV	118 x 175	A B C	Journal	15	170 000 Kč	síť (15 ks)	6 750 Kč/síť	v ceně	7 500 Kč/síť
CLV	118 x 175	A B C	Variant	20	190 000 Kč	balíček (20 ks)	8 000 Kč/bal.	v ceně	10 000 Kč/bal.
CLV	118 x 175	A B C		30	250 000 Kč	balíček (30 ks)	12 000 Kč/bal.	v ceně	15 000 Kč/bal.
CLV	118 x 175	A B C		60	430 000 Kč	balíček (60 ks)	18 000 Kč/bal.	v ceně	30 000 Kč/bal.
CLV	118 x 175	A B C		90	570 000 Kč	balíček (90 ks)	27 000 Kč/bal.	v ceně	45 500 Kč/bal.

Poznámky:

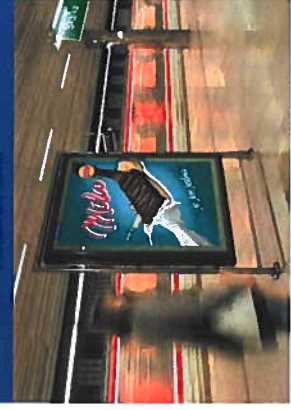
Ceny jsou bez DPH

Cena tisku se může lišit v návaznosti na počet motivů

Plochy v balíčku Variant obsahují předem daný počet CLV z jednotlivých ceníkových kategorií

Období reklamní kampaně: 1.-15.; 16.-30. v měsíci

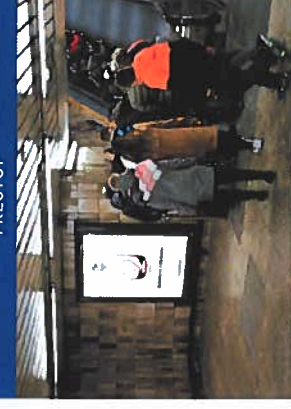
NÁSTUPIŠTĚ



VESTIBUL



PŘESTUP



POVRCH



Ceník je platný od 15. 1. 2021. Veškeré změny vyhrazeny.

METROZOOM

KREATIVNÍ VYUŽITÍ CLV

CENÍK 2022

KREATIVNÍ ŘEŠENÍ	PRONÁJEM	PRODUKČNÍ NÁKLADY			
		NÁVRH	VÝROBA	TISK	INSTALACE
TYP	CENÍKOVÁ CENA				CENA ZA
Showcase	viz ceník CLV	zdarma	od 3 000 Kč	od 800 Kč	v ceně pronájmu 1 CLV
Lentikulární tisk	viz ceník CLV	zdarma	6 000 Kč / kampaň*	od 7 500 Kč	v ceně pronájmu 1 CLV
Vůně, výdejní automat	viz ceník CLV	zdarma		dle realizace	1 CLV

Poznámky:

Ceny jsou bez DPH

Cena pronájmu není zahrnuta v ceně kreativního řešení

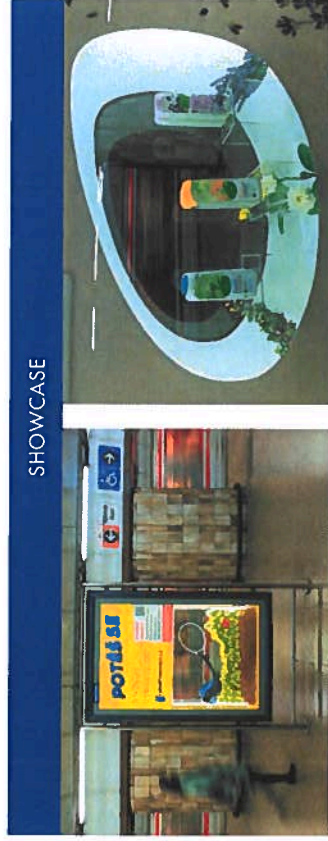
Cena kreativního řešení se může lišit v návaznosti na počet ks, složitost řešení apod.

Kreativní řešení podléhá schválení ze strany MetroZoom

Produkci kreativního řešení vždy zajišťuje MetroZoom

* Jednorázový poplatek tiskárně, 1 x 6 000 Kč / kampaň bez ohledu na počet kusů

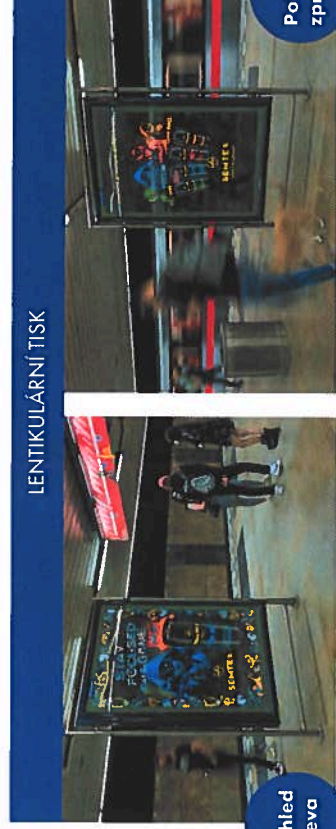
Období reklamní kampaně: 1.–15.; 16.–30. v měsíci



SHOWCASE

Ceník je platný od 15. 1. 2021. Veškeré změny vyhrazeny.

Ukázky ZDE, ZDE a ZDE



LENTIKULÁRNÍ TISK

Pohled
zleva

Pohled
zprava

Ukázky ZDE a ZDE

INFORMACE O PRODUKTU		DRUH PRODEJE		ZÁKLADNÍ CENA PRONÁJMU (15 dní)					
TYP NOSIČE	TRASA	SÍŤ	POČET KUSŮ	ZÁKLADNÍ CENÍKOVÁ CENA 1 SPOT / 1 CLVD	FREKVENCE OPAKOVÁNÍ	POČET SPOTŮ 1 DEN	POČET SPOTŮ 15 DNÍ	CENÍKOVÁ CENA 15 DNÍ	CENA ZA
Digitální CLV	A B C	X	1	0,70 Kč / spot 10 vteřin	1 x za minutu	1 200	18 000	12 600 Kč	1 ks CLVD
Digitální CLV	A B C	Centrum	10	0,55 Kč / spot 10 vteřin	1 x za minutu	12 000	180 000	99 000 Kč	sif' 10 ks CLVD
Digitální CLV	A B C	Shopping	10	0,55 Kč / spot 10 vteřin	1 x za minutu	12 000	180 000	99 000 Kč	sif' 10 ks CLVD
Digitální CLV	A B C	Max	30	0,40 Kč / spot 10 vteřin	1 x za minutu	36 000	540 000	216 000 Kč	sif' 30 ks CLVD

CENA SPOTU DLE DÉLKY KAMPANĚ

DÉLKA KAMPANĚ	KOEFICIENT	1 CLVD	SÍŤ CENTRUM	SÍŤ SHOPPING	SÍŤ MAX
1-3 dny	2	1,40 Kč	1,10 Kč	1,10 Kč	0,80 Kč
4-6 dní	1,5	1,05 Kč	0,83 Kč	0,83 Kč	0,60 Kč
7 a více dní	1	0,70 Kč	0,55 Kč	0,55 Kč	0,40 Kč

Koeficient upravuje základní cenikovou cenu spotu v návaznosti na délku pronájmů.

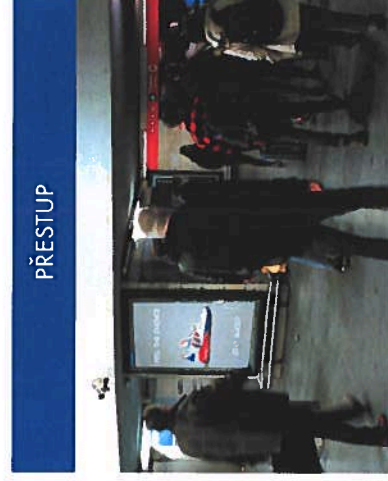
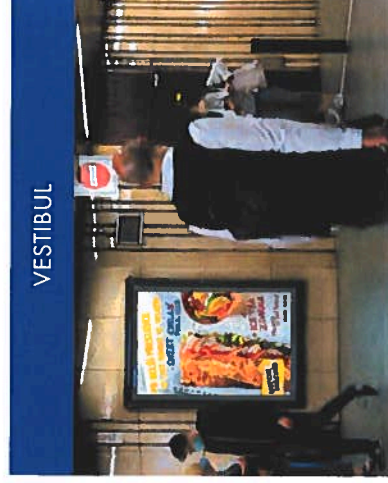
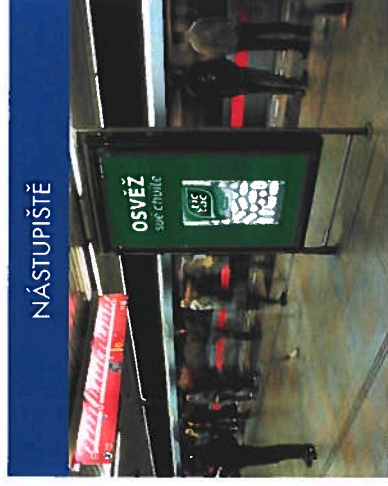
Ceny jsou vždy uvedeny za jeden 10vteřinový spot na jedné ploše.

Poznámky:

Ceny jsou bez DPH

Základní období reklamní kampaně: 1.-15., 16.-30. v měsíci. CLVD je možné pronajmout na libovolnou dobu od-do

Klient hradí spoty ve vysílacím čase 05:00-01:00 hod.



METROZOOM

B1 RÁMEČKY U ESKALÁTORŮ

CENÍK 2022

INFORMACE O PRODUKTU				DRUH PRODEJE		PRONÁJEM			PRODUKCE			POKRYTÍ	DOPLŇUJÍCÍ INFO
TYP NOSIČE	ROZMĚR (cm)	TRASA	SÍŤ	KUSOVÝ PRODEJ	14 DNÍ	CENÍKOVÁ CENA MĚSÍC	CENA ZA	TISK	INSTALACE	PŘEINSTALACE	POČET STANIC		POZNÁMKA
B1 rámečky	70 x 100	A B C	50 ks	X	125 000 Kč	165 000 Kč	sif (50 ks)	8 000 Kč/sif	v ceně	6 420 Kč/sif	min. 25/sif		Tisk vždy 50x B1 + 5x B1 *

Poznámky:

Ceny jsou bez DPH

Cena tisku se může lišit v návaznosti na počet motivů

* B1 Anděl, Náměstí Republiky (směr OC) menší rozměr 56 x 80 cm

Pokrytí stanic se může měnit v návaznosti na opravy a obsazenost jednotlivých eskalátorů

Období reklamní kampaně: 1.-15.; 16.-30. v měsíci

B1 RÁMEČKY U ESKALÁTORŮ 70 x 100 cm



Ceník je platný od 15. 1. 2021. Veškeré změny vyhrazeny.

MÉTROZOOM

RÁMEČKY VE VOZECH METRA

CENÍK 2022

INFORMACE O PRODUKTU			DRUH PRODEJE		PRONÁJEM		PRODUKCE			POKRYTÍ		
TYP NOSIČE	ROZMĚR (cm)	TRASA	sif/ BALÍČEK	KUSOVÝ PRODEJ	CENÍKOVÁ CENA		CENA ZA	TISK	INSTALACE	PŘEINSTALACE	VOZŮ	SOUPRAV
					14 DNÍ	MĚSÍC						
Rámeček – čtverec	49 x 49	A, B	X	1 ks	700 Kč	1 400 Kč	1 ks	dle počtu	v ceně	190 Kč/ks	1 ks = 1 vůz metra	
			X	1 ks	500 Kč	950 Kč	1 ks	dle počtu	v ceně	190 Kč/ks	1 ks = 1 vůz metra	
			Eko 30 ks	X	15 000 Kč	28 500 Kč	balíček (30 ks)	1 650 Kč/balíček	v ceně	5 700 Kč/balíček	30	6
			S 50 ks	X	23 500 Kč	45 000 Kč	balíček (50 ks)	2 250 Kč/balíček	v ceně	9 500 Kč/balíček	50	10
			M 100 ks	X	45 000 Kč	85 000 Kč	balíček (100 ks)	4 200 Kč/balíček	v ceně	19 000 Kč/balíček	100	20
			L 150 ks	X	63 000 Kč	120 000 Kč	balíček (150 ks)	6 300 Kč/balíček	v ceně	28 500 Kč/balíček	150	30
			XL 250 ks	X	100 000 Kč	180 000 Kč	balíček (250 ks)	9 250 Kč/balíček	v ceně	47 500 Kč/balíček	250	50
Rámeček – kratší	78 x 19	C	16 ks	X	2 600 Kč	3 000 Kč	sif (16 ks)	1 200 Kč/sif	v ceně	2 000 Kč/sif	10	2
B1 rámeček	70 x 100	C	4 ks	X	1 000 Kč	1 900 Kč	sif (4 ks)	780 Kč/sif	v ceně	770 Kč/sif	4	2

Poznámky:

Ceny jsou bez DPH

Cena fisiku se může lišit v návaznosti na počet motivů a celkový počet kusů

1 souprava = 5 vozů

U rámečků 49 x 49 a 106 x 19 prodáváme vždy násobek 5

Pokrytí je pouze orientální. Může se měnit v návaznosti na aktuální obsazenost daného formátu ploch

Období reklamní kampaně: 1.–15.; 16.–30. v měsíci



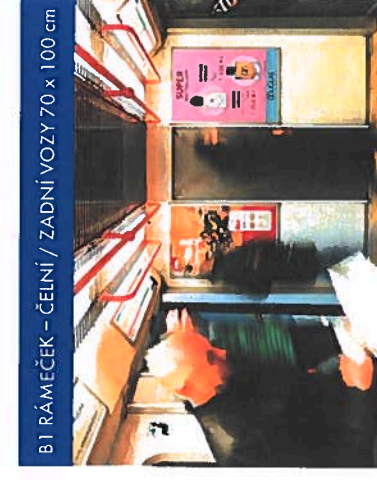
RÁMEČEK – ČTVEREC 49 x 49 cm



RÁMEČEK – DLOUHÝ 106 x 19 cm



RÁMEČEK – KRATŠÍ 78 x 19 cm



B1 RÁMEČEK – ČEJNÍ / ZADNÍ VOZY 70 x 100 cm

Ceník je platný od 15. 1. 2021. Veškeré změny vyhrazeny.

METROZOOM

SAMOLEPÍCÍ FÓLIE 35 x 30 VE VOZECH METRA

CENÍK 2022

INFORMACE O PRODUKTU			DRUH PRODEJE		PRONÁJEM		PRODUKCE			DOPLNĚJÍCÍ INFO	
TYP NOSIČE	ROZMĚR (cm)	TRASA	SÍŤ	KUSOVÝ PRODEJ	CENÍKOVÁ CENA 14 DNÍ	MĚSÍC	CENA ZA	TISK	INSTALACE	PŘEINSTALACE	POZNÁMKA
Samolepící fólie	35 x 30	A B C	48 ks	X	X	58 000 Kč	sítě (48 ks = 1 celá souprava)	5 000 Kč/sif	v ceně	2 100 Kč/sif	Tisk 50 ks (tisk včetně 2 náhradních ks)

SEZÓNNÍ KOEFICIENTY K CENÍKOVÉ CENĚ

	LEDEN	ÚNOR	BŘEZEN	DUBEN	KVĚTEN	ČERVEN	ČERVENEC	SRPEN	ZÁŘÍ	ŘÍJEN	LISTOPAD	PROSINEC
Ceníková cena	58 000 Kč	58 000 Kč	58 000 Kč	58 000 Kč	58 000 Kč	58 000 Kč	58 000 Kč	58 000 Kč	58 000 Kč	58 000 Kč	58 000 Kč	58 000 Kč
Koeficient	0,9	0,8	1,0	1,1	1,1	1,1	0,7	0,7	1,1	1,2	1,2	1,2
Přepočtená cena	52 200 Kč	46 400 Kč	58 000 Kč	63 800 Kč	63 800 Kč	63 800 Kč	40 600 Kč	40 600 Kč	63 800 Kč	69 600 Kč	69 600 Kč	69 600 Kč

Sezónní koeficient upravuje základní ceníkovou cenu 58 000 Kč v závislosti na roční sezónnosti. Pro každý měsíc roku je tak ceníková cena stanovena koeficientem příslušného měsíce.

Poznámky:

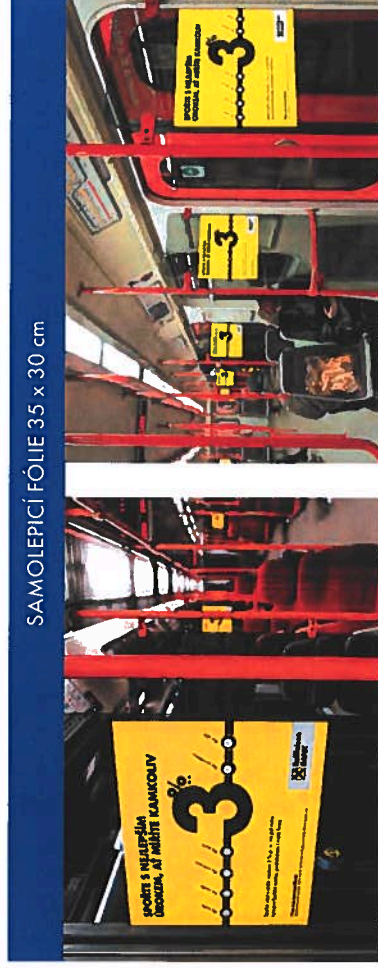
Ceny jsou bez DPH

Cena tisku se může lišit v návaznosti na počet motivů

1 souprava = 5 vagonů

Tisk výhodně přes MetroZoom

Období reklamní kampaně: 1.–30. v měsíci



Ceník je platný od 15. 1. 2021. Veškeré změny vyhrazeny.

METROZOOM

BALUSTRÁDY (POLEP ESKALÁTORŮ)

CENÍK 2022

INFORMACE O PRODUKTU			PRONÁJEM – všechny sektory	PRONÁJEM – jednotlivé sektory	PRODUKCE	
UMÍSTĚNÍ	ROZMĚR (m)	TRASA	CENÍKOVÁ CENA MĚSÍC	CENÍKOVÁ CENA MĚSÍC	TISK	INSTALACE (včetně odstranění)*
Balustráda (eskalátor)	Dle balustrády	A B C	Dle stanice	Dle stanice	900 Kč/m ²	420 Kč/m ²

Poznámky:

Ceny jsou bez DPH

Instalace není v ceně pronájmu

* Instalace zdarma v případě pronájmu na 3 a více měsíců

Tisk výhodně přes MetroZoom

Pro přesnou cenu konkrétní balustrády kontaktujte svého obchodníka

Období reklamní kampaně: 1.–28. v měsíci

BALUSTRÁDY (POLEP ESKALÁTORŮ)



ROZMÍSTĚNÍ SEKTORŮ 1 AŽ 5



Ceník je platný od 15. 1. 2021. Veškeré změny vyhrazeny.

METROZOOM

POLEP PŘESTUPNÍCH TUNELŮ

CENÍK 2022

INFORMACE O PRODUKTU			PRONÁJEM		PRODUKCE		DOPLŇUJÍCÍ INFO	
UMÍSTĚNÍ	STANICE	ROZMĚR	TRASA PŘESTUP	CENÍKOVÁ CENA MĚSÍC	CENA ZA	TISK	INSTALACE (včetně odstranění)*	POZNÁMKA
Přestupní tunel	Můstek – horní	167 m ²	A → B	250 000 Kč	tunel	217 000 Kč	70 000 Kč	
Přestupní tunel	Můstek – dolní	167 m ²	B → A	210 000 Kč	tunel	217 000 Kč	70 000 Kč	
Přestupní tunel	Florenc B – C	103 m ²	B - C	130 000 Kč	tunel	133 900 Kč	43 000 Kč	tunel je jednosměrný
Přestupní tunel	Florenc C – B	103 m ²	C - B	130 000 Kč	tunel	133 900 Kč	43 000 Kč	tunel je jednosměrný
Přestupní tunel	Muzeum	174 m ²	A → C	240 000 Kč	tunel	226 000 Kč	73 000 Kč	

Poznámky:

Ceny jsou bez DPH

Instalace není součástí ceny pronájmu

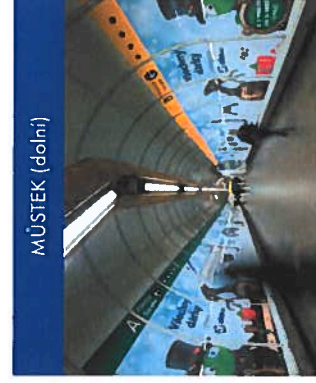
* Instalace zdarma v případě pronájmu na 3 a více měsíců

Tisk výhodně přes MetroZoom

Období reklamní kampaně: 1.–28. v měsíci



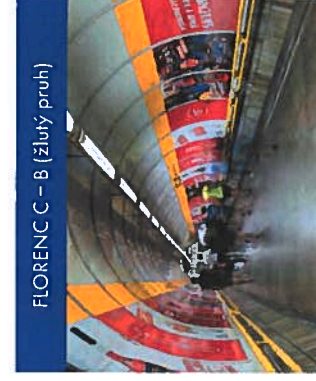
MŮSTEK (horní)



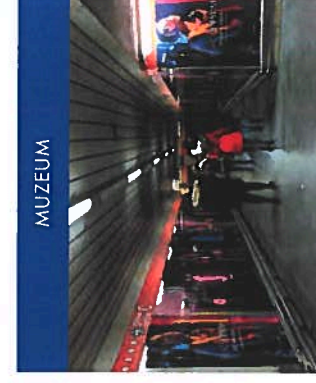
MŮSTEK (dolní)



FLORENC B – C (červený pruh)



FLORENC C – B (žlutý pruh)



MUZEUM

Ceník je platný od 15. 1. 2021. Veškeré změny vyhrazeny.

Obchodní podmínky
obchodní společnosti

MetroZoom s.r.o., IČO: 08291501

se sídlem Na strži 2097/63, Praha 4,
zapsané v obchodním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze, oddíl C, vložka 316425
(dále také jen „OP“)

I. Úvodní ustanovení

- 1.1. Tyto obchodní podmínky společnosti MetroZoom s.r.o. upravují podmínky pro poskytování služeb spočívajících v přenechání předem smluvených reklamních ploch objednateli do užívání a služeb souvisejících s tímto užíváním /např. zajištění dopravy reklamních materiálů na dohodnuté místo, provedení vlastního umístění (instalace) reklamních materiálů, reklamních spotů, inzerce, apod., pořízení fotodokumentace o provedeném umístění (instalaci), udržování a opravy reklamních panelů a porušených reklamních materiálů po dobu reklamní kampaně, apod./.
- 1.2. Obchodní podmínky jsou nedílnou součástí reklamní smlouvy specifikované v čl. III. odst. 3.1. OP, není-li v reklamní smlouvě stanoveno jinak. Pokud bude v reklamní smlouvě odlišné ustanovení od těchto obchodních podmínek, platí ustanovení reklamní smlouvy před těmito obchodními podmínkami.
- 1.3. Tyto obchodní podmínky vstupují v platnost dne **25. 08. 2020**.

II. Výklad pojmů

- 2.1. **Dodavatel** je právnická osoba, založená a podnikající podle českých právních předpisů, jejímž hlavním předmětem činnosti je reklamní činnost. Tato činnost spočívá mimo jiné v provozování nosičů venkovní reklamy – reklamních panelů, resp. poskytování reklamních ploch, které jsou součástí těchto reklamních panelů, jakož i jiných reklamních nosičů či reklamního prostoru, ať již přímo či zprostředkovaně pro reklamu klientů, popř. „promoreklamu“ vlastní.
- 2.2. **Objednatel** je právnická osoba, podnikající fyzická osoba, případně fyzická osoba spotřebitel, která má zájem objednat si od dodavatele služby uvedené v čl. I. odst. 1.1.OP, a která bude užívat reklamní plochy pouze pro promoreklamu vlastní, není-li v reklamní smlouvě sjednáno jinak.
- 2.3. **Reklama** je jakékoliv sdělení objednatele umístěné po dohodě s dodavatelem na reklamní ploše obchodované dodavatelem, apod.
- 2.4. **Reklamní plocha** označuje část reklamního panelu, část objektu nebo prostoru, na které je instalován reklamní materiál nebo reklamní spot s motivem reklamy.
- 2.5. **Reklamním panelem** se rozumí reklamní zařízení s reklamní plochou, která slouží k umístění reklamy. Aktuální seznam reklamních panelů a jejich typů a reklamních ploch je veden u dodavatele.
- 2.6. **Reklamní materiál** je libovolný reklamní prostředek, který je možno běžně používanými způsoby instalovat na konkrétní typ reklamní plochy, nevyplyvá-li z předmětného ustanovení smlouvy jinak. Zejména se jedná o papírové plakáty, samolepicí fólie, atd. Reklamním materiálem se pro účely těchto obchodních podmínek rovněž rozumí materiál pro inovativní řešení a jiné nadstandardní kreativní a technické řešení.
- 2.7. **Reklamním spotem** se rozumí digitální reklamní, informativní nebo propagační kampaň krátkého (několikvteřinového) časového úseku bez zvuku v délce a za podmínek dle technického listu dodavatele, která je ve smluvených frekvencích nebo po smluvenou dobu promítána na příslušné digitální reklamní ploše (zpravidla digitální CLV).
- 2.8. **Instalací, umístěním**, se rozumí nahrání reklamního spotu nebo umístění reklamního materiálu na reklamní plochu odpovídající formou (v případě papírového plakátu nebo samolepicí fólie vylepením, v případě reklamního spotu jejich nahráním a spuštěním na reklamní ploše). Instalace reklamních materiálů včetně inovativních řešení a nahrávání reklamních spotů je zajišťována výhradně dodavatelem.
- 2.9. **Průřezovou fotodokumentací** se rozumí fotografie informativního charakteru o provedené instalaci reklamních materiálů s konkrétním druhem reklamního motivu na příslušném typu reklamní plochy během reklamní kampaně. U reklamních ploch typu „*rámečky*“ a „*samolepicí fólie*“ jsou dodavatelem garantovány 2 průřezové fotografie pro reklamní kampaň s jedním reklamním motivem a počtem reklamních ploch do 50 ks vč., 10 průřezových fotografií pro reklamní kampaň s jedním reklamním motivem a počtem reklamních ploch nad 50 ks, 1 průřezová fotografie reklamního motivu pro reklamní kampaň s více reklamními motivy a počtem reklamních ploch do 9 ks s příslušným reklamním motivem a 2 průřezové fotografie reklamního motivu pro reklamní kampaň s více reklamními motivy a počtem reklamních ploch 10 a více ks s příslušným reklamním motivem. U reklamních ploch typu „*balustrády*“ a „*přestupní tunely*“ jsou dodavatelem garantovány 2 fotografie z každé reklamní plochy reklamní kampaně. U reklamních spotů je dodavatelem garantován 1 videozáznam na jednom digitálním CLV a ve zbylém rozsahu 1 fotografie na 1 digitální CLV pro reklamní kampaň s počtem do 10 digitálních CLV vč., 2 videozáznamy ze 2 digitálních CLV a ve zbylém rozsahu 1 fotografie na 1 digitální CLV pro reklamní kampaň s počtem od 11 do 20 digitálních CLV vč., 4 videozáznamy ze 4 digitálních CLV a ve zbylém rozsahu 1 fotografie na 1 digitální CLV pro reklamní kampaň s počtem nad 21 digitálních CLV.
- 2.10. **Reklamní kampaní** se rozumí poskytnutí vybraných reklamních ploch nebo reklamního prostoru objednateli dodavatelem pro realizaci reklamy objednatele na sjednanou dobu v souladu s uzavřenou smlouvou. Objednateli však nevzniká vlastnické ani jiné právo k samotné reklamní ploše.
- 2.11. **Doba reklamní kampaně** je stanovena podle typu reklamní plochy a u „*CLV*“ a „*rámečků*“ činí 14 po sobě jdoucích dní v intervalech od 01. do 15. dne kalendářního měsíce a od 16. do 30. dne kalendářního měsíce, resp. od 16. do 27. dne kalendářního měsíce v měsíci únor. U reklamních ploch typu „*přestupní tunel*“ a „*balustrády*“ je doba reklamní kampaně od 1. dne příslušného kalendářního měsíce do 28. dne příslušného kalendářního měsíce, resp. do 27. dne v měsíci únor. U reklamních ploch typu „*samolepicí fólie*“ a na vyžádání i u „*rámečků*“ je doba reklamní kampaně od 1. dne příslušného kalendářního měsíce do 30. dne příslušného kalendářního měsíce, resp. do 27. dne v měsíci únor. U reklamního spotu je doba reklamní kampaně individuální, minimálně však 1 den, nejkratší možná frekvence promítání reklamního spotu je 1 x za minutu. Objednatel bere na vědomí, že doba reklamní kampaně koresponduje s povozní dobou metra a přístupem vestibulu metra pro veřejnost. Objednatel bere na vědomí a výslovně s tím souhlasí, že reklamní materiály objednatele budou na příslušné reklamní plochy instalovány v průběhu ujednané doby reklamní kampaně, a to zejména tak, aby byly zachovány lhůty uvedené v čl. V. těchto obchodních podmínek.

III. Reklamní smlouva

- 3.1. Reklamní kampaň, na základě které dodavatel poskytuje objednateli reklamní plochy k instalaci reklamních materiálů nebo reklamních spotů objednatele včetně souvisejících služeb, je realizována na základě **smlouvy o poskytování obchodních a mediálních služeb, objednávek nebo rámcové smlouvy s uplatňováním průběžných dílčích objednávek** (společně dále také jen „*smlouva*“ nebo „*reklamní smlouva*“). Smlouvy jsou uzavřené v souladu s těmito obchodními podmínkami a § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění.

- 3.2. Návrh na uzavření smlouvy uplatňuje objednatel u dodavatele. Návrh musí obsahovat zejména identifikaci smluvních stran; specifikaci vybraných reklamních panelů a reklamních ploch, o které má objednatel zájem, jejich přesné umístění; datum zahájení a skončení reklamní kampaně; smlouvenou odměnu; u reklamního spotu dále frekvenci promítání, délku a popis reklamního spotu. Realizován bude pouze návrh, který bude dodavatelem odsouhlasen.
- 3.3. Smlouva je uzavřena jejím podepsáním posledním ze smluvních stran a jejím doručením druhé smluvní straně, nebo prvním dnem umístění reklamy objednatele na reklamní plochu v případě, že dodavateli byla doručena objednatelem podepsaná smlouva ve znění odsouhlaseném smluvními stranami nebo pokud byl obsah smlouvy odsouhlasen pověřenou osobou objednatele.
- 3.4. Smlouva objednatele je dodavatelem archivována a není přístupná třetím osobám.

IV. Zrušení objednávky (storno)

- 4.1. Objednatel je oprávněn před započítáním poskytování služeb dodavatelem smlouvu, případně dílčí objednávku, písemně /i prostřednictvím ve smlouvě uvedeného emailu/ vypovědět (zrušit) za následujících podmínek:
 - a) v případě, že ke zrušení smlouvy/ dílčí objednávky ze strany objednatele dojde v období do 91. dne včetně před ve smlouvě/dílčí objednávce sjednaným dnem zahájení reklamní kampaně, nemusí objednatel za toto zrušení platit dodavateli žádný poplatek ani jinou sankci;
 - b) v případě, že ke zrušení smlouvy/ dílčí objednávky ze strany objednatele dojde v období od 90. do 61. dne včetně před ve smlouvě/dílčí objednávce sjednaným dnem zahájení reklamní kampaně, zavazuje se objednatel zaplatit dodavateli tzv. stornovací poplatek ve výši 25 % z celkové dohodnuté odměny za užívání stornovaných reklamních ploch;
 - c) v případě, že ke zrušení smlouvy/ dílčí objednávky ze strany objednatele dojde od 60. do 31. dne včetně před ve smlouvě/dílčí objednávce sjednaným dnem zahájení reklamní kampaně, zavazuje se objednatel zaplatit dodavateli tzv. stornovací poplatek, a to ve výši 50 % z celkové dohodnuté odměny za užívání stornovaných reklamních ploch;
 - d) v případě, že ke zrušení smlouvy/ dílčí objednávky ze strany objednatele dojde v období od 30. dne včetně do sjednaného dne zahájení reklamní kampaně, zavazuje se objednatel zaplatit dodavateli tzv. stornovací poplatek, a to ve výši 100% z celkové dohodnuté odměny za užívání stornovaných reklamních ploch.

Oprávnění zrušit smlouvu/ dílčí objednávku objednatelem se nevztahuje na smlouvy/ dílčí objednávky v případě, jedná-li se o barterové plnění.
- 4.2. Dodavateli nárok na stornovací poplatky nevznikne pouze v případě, že objednatel obstará pro dodavatele jiného objednatele, který bude reklamní plochy užívat za stejných nebo výhodnějších podmínek pro dodavatele a dodavatel vysloví s tímto jiným objednatelem písemný souhlas.
- 4.3. Byl-li ve zrušené smlouvě/ dílčí objednávce dle odst. 4.1. OP sjednán závazek dodavatele vyrobit pro objednatele reklamní materiály nebo reklamní spot, zaplatí objednatel dodavateli kromě stornovacího poplatku v příslušné výši i cenu mezi nimi smlouvenou za výrobu reklamních materiálů nebo reklamního spotu, zadal-li je dodavatel již k výrobě, včetně nákladů souvisejících.

V. Dodání reklamních materiálů, reklamních spotů nebo grafických podkladů

- 5.1. Objednatel umožní dodavateli včasnou instalaci reklamních materiálů na reklamní plochy jejich dodávkou v potřebném počtu a kvalitě na dohodnuté místo nejpozději 7 pracovních dnů před plánovanou instalací reklamních materiálů. Objednatel umožní dodavateli včasnou instalaci reklamních spotů jejich dodávkou v potřebném počtu a kvalitě a s potřebnými parametry na dohodnuté místo nejpozději do 7 pracovních dnů před plánovaným zahájením vysílání reklamních spotů. Objednatel zašle dodavateli vždy před začátkem reklamní kampaně náhled reklamy. Zajišťuje-li výrobu reklamních materiálů nebo reklamních spotů pro objednatele dodavatel, dodá objednatel dodavateli grafické podklady pro výrobu reklamních materiálů nebo reklamních spotů (texty, loga, veškerou grafiku či hudební stopu, detailní popis) dle technických specifikací dodavatele alespoň 10 pracovních dní před plánovanou instalací reklamních materiálů, příp. vysíláním reklamních spotů.
- 5.2. Lhůta pro dodání reklamních materiálů, reklamních spotů nebo grafických podkladů dodavateli se počítá nejdříve ode dne uzavření smlouvy/ příslušné dílčí objednávky, případně ode dne zaplacení zálohy, je-li zaplacení zálohy mezi smluvními stranami sjednáno. Uzavření smlouvy/ dílčí objednávky v době, kdy není zachována lhůta pro včasné dodání reklamních materiálů, reklamních spotů nebo grafických podkladů, nemá vliv na délku lhůty uvedené v čl. V odst. 5.1. OP. Nedodržení lhůty dodávky reklamních materiálů nebo jejich množství, reklamních spotů nebo grafických podkladů nemůže v žádném případě změnit termín počátku reklamní kampaně a nebude ani důvodem k vyžadování prodloužení konečného termínu trvání reklamní kampaně, změny frekvence promítání reklamního spotu či uplatnění jakýchkoliv sankcí směřujících vůči dodavateli ze strany objednatele.
- 5.3. Objednatel po telefonické dohodě s pověřenou osobou dodavatele dodá reklamní materiály na adresu skladu dodavatele U Trati 3203/38a, Praha 10, Strašnice nebo na místo určené pověřenou osobou dodavatele. Grafické podklady a reklamní spoty dodá objednatel dodavateli na emailovou adresu: podklady@metrozoom.cz a zároveň na emailovou adresu příslušné kontaktní osoby dodavatele, nebude-li ujednáno jinak. Reklamní materiály, reklamní spoty nebo grafické podklady je pro zachování lhůt potřeba dodat v provozní době: po-čt: 9:00 – 16:00, pá: 9:00-15:00.
- 5.4. Dodavatel provede instalaci reklamních materiálů na reklamní plochu nejpozději do 3 pracovních dnů od zahájení reklamní kampaně, příp. do 4 pracovních dnů od zahájení reklamní kampaně, bude-li počet reklamních materiálů objednatele k instalaci vyšší než 500ks a zajistí promítání reklamního spotu ve sjednané době, a to vše za předpokladu, že reklamní materiály, reklamní spoty nebo grafické podklady budou dodavateli především řádně dodány v termínech uvedených v čl. V odst. 5.1. OP. V případě jejich pozdního dodání dodavateli, zajistí dodavatel instalaci reklamních materiálů a reklamních spotů na příslušné reklamní plochy v termínech zejména dle možnosti technického provozu metra. Dodavatel je rovněž oprávněn instalovat reklamní materiály na reklamní plochy před prvním dnem příslušné reklamní kampaně, s čímž objednatel výslovně souhlasí. Nic z daného však nebude mít žádný vliv na sjednanou odměnu a konečné datum trvání reklamní kampaně.
- 5.5. Nedodrželi-li dodavatel termín instalace reklamních materiálů nebo reklamních spotů, jak je uvedeno v čl. V odst. 5.4. OP, má objednatel nárok na poskytnutí slevy v alikvotní výši z odměny, odpovídající dnům, kdy byl dodavatel v prodlení s instalací reklamních materiálů a u reklamních spotů odpovídající dnům, kdy byl dodavatel s instalací reklamního spotu v prodlení, případně dodavatel zkrátí frekvenci promítání reklamního spotu nebo prodlouží konečný termín promítání reklamního spotu tak, aby bylo množství promítnutých reklamních spotů vyrovnáno. Dané neplatí pro případ, kdy posun v instalaci reklamních materiálů nebo nahrání reklamního spotu bude zaviněn mimořádnými klimatickými podmínkami nebo zásahem vyšší moci nebo z důvodu jiných skutečností dle čl. VIII. odst. 8.5. OP.
- 5.6. Bude-li objednatel užívat reklamní plochy po dobu více reklamních kampaní po sobě jdoucích, je oprávněn ve smlouvě požadovat, aby na jím objednané reklamní ploše byl reklamní materiál umístěn po dobu více reklamních kampaní po sobě jdoucích, aniž by byly plochy po uplynutí každé reklamní kampaně zaslepovány (odstraněny).
- 5.7. Objednatel se zavazuje, že bude dodavateli na každou reklamní kampaň dodávat vždy větší počet kusů reklamních materiálů - alespoň 15% náhradních reklamních materiálů ze sjednaného množství, které budou dodavatelem použity k opravám na reklamních plochách, a dané množství bude neprodleně dorovnávat v případě, že budou užity i náhradní reklamní materiály.
- 5.8. Dodavatel provede (pořídí) o instalaci reklamních materiálů nebo reklamních spotů průřezovou fotodokumentaci v souladu s čl. I. odst. 2.9 OP, kterou do 25 kalendářních dnů od započetí reklamní kampaně nebo ode dne dodání reklamních materiálů nebo reklamních spotů, byly-li objednatelem dodány po začátku reklamní kampaně, zpřístupní objednateli pod

vygenerovaným heslem na svých internetových stránkách, nebo ji na vyžádání zašle objednateli v zachované lhůtě na jeho emailovou adresu. Dokumentace má pouze informační charakter a slouží výhradně jen jako podklad o provedené instalaci reklamních materiálů a reklamních spotů.

- 5.9. Dodavatel nezajišťuje archivaci reklamních spotů nebo grafických podkladů, ani nezajišťuje uskladnění reklamních materiálů po skončení reklamní kampaně. Veškeré reklamní materiály budou dodavatelem do 15. dne ode dne skončení příslušné reklamní kampaně zlikvidovány, nedohodnou-li se smluvní strany ve smlouvě na jejich zpětném dodání na předem určené místo a na termínu dodání. Kromě samotné likvidace je dále dodavatel oprávněn s reklamními materiály naložit dle vlastního uvážení, přičemž tyto reklamní materiály nesmí být použity k jakémukoli veřejnému užití, a to i v případě, že se jedná o užití bezplatné.
- 5.10. Dodavatel nezajišťuje automatickou deinstalaci reklamních ploch po skončení reklamní kampaně. Vyžaduje-li objednatel deinstalaci reklamních ploch, uvede tuto skutečnost ve smlouvě, příp. v dílčí objednávce.

VI. Technické specifikace

- 6.1. Objednatel se zavazuje dodat reklamní materiály, reklamní spoty nebo grafické podklady dle předem schváleného náhledu a v souladu s technickým listem, který je veřejně přístupný na internetových stránkách dodavatele. Na vyžádání je dodavatel rovněž poskytnout objednateli zasláním na jím uvedenou emailovou adresu.
- 6.2. Objednatel odpovídá za kvalitu použitého reklamního materiálu, který předává dodavateli k instalaci, jakož i za kvalitu a obsah reklamního spotu a grafických podkladů, které předává dodavateli pro výrobu, jejich souladu s technickými parametry uvedenými v technickém listu, dále za splnění (dodržení) technických norem vztahujících se k venkovní reklamě, za grafický a textový obsah a jejich soulad s právními a etickými normami platnými v ČR a Kodexem reklamy vydaným Radou pro reklamu. V tomto smyslu se objednatel zejména zavazuje dodržovat příslušná ustanovení autorského zákona, trestního zákona, zákona o regulaci reklamy, práva k ochranné známce, Kodex reklamy vydaným Radou pro reklamu atd. Rovněž se objednatel zavazuje, že reklamní kampaň ani reklamní motiv nebude obsahovat přímý nebo nepřímý odkaz či jakékoli označení poškozující zájmy nebo postavení dodavatele, společnosti Dopravní podnik hl. m. Prahy, akciová společnost nebo ROPID – Regionální organizátor Pražské integrované dopravy, a dále se zavazuje, že reklamní kampaň a reklamní motiv budou apolitické a nebudou zejména obsahovat žádný politický obsah ani podtext, ani propagovat jakoukoliv politicky exponovanou osobu nebo politický subjekt, nebude-li smluvními stranami výslovně písemně sjednáno něco jiného. V případě, že reklama bude využívat prvky umožňující sledování chování uživatele (cookies, apod.) či zpracovávající osobní údaje uživatele, je objednatel plně odpovědný za soulad takovéto reklamy s právními předpisy, zejména zákonem o zpracování osobních údajů, souvisejících zákonů i nařízením EPR (EU) 2016/679 a je správcem takových údajů. Tím není dotčeno právo dodavatele využívat jím sbírané údaje samostatně. V případě, že objednatel poruší byť některý ze závazků sjednaný v tomto ustanovení, a to i částečně, a třetí osoba bude úspěšně proti dodavateli uplatňovat z titulu tohoto porušení jakékoli sankce včetně náhrady škody, zavazuje se objednatel tyto sankce včetně náhrady škody v plném rozsahu dodavateli uhradit. Rovněž je dodavatel oprávněn realizaci reklamní kampaně předčasně ukončit formou neinstalování reklamních materiálů nebo reklamních spotů, stažením nebo deinstalací, a smlouva/ dílčí objednávka v daném rozsahu částečně zanikne, nedomluví-li se smluvní strany jinak, přičemž taková neinstalace, stažení nebo deinstalace nemá žádný vliv na snížení smlouvené odměny a objednatel je povinen zaplatit dodavateli odměnu za reklamní kampaň v plné výši.
- 6.3. Dodavatel si dále vyhrazuje právo reklamní kampaň neuskutečnit nebo ukončit dříve, než skončí garantované období reklamní kampaně, v případě, že bude Radou pro reklamu nebo veřejnoprávními, státními nebo jinými orgány vyzván ke stažení reklamy nebo mu tento postup bude doporučen nebo bude reklamní kampaň, případně grafický motiv reklamy v rozporu s hospodářskými zájmy dodavatele. Dodavatel je v takovém případě oprávněn realizaci reklamní kampaně předčasně ukončit formou neinstalování reklamních materiálů nebo reklamních spotů, stažením nebo deinstalací, a smlouva/ dílčí objednávka v daném rozsahu částečně zanikne, nedomluví-li se smluvní strany jinak, přičemž taková neinstalace, stažení nebo deinstalace nemá žádný vliv na snížení smlouvené odměny a objednatel je povinen zaplatit dodavateli odměnu za reklamní kampaň v plné výši.
- 6.4. Dodavatel je dále oprávněn doporučit objednateli změnu vizuálu reklamního motivu a reklamní materiály nebo reklamní spoty s původním reklamním motivem neinstalovat, stáhnout nebo deinstalovat. Objednatel v takovém případě reklamní motiv po dohodě s dodavatelem změni a upravené reklamní materiály v potřebném počtu, případně reklamní spot doručí dodavateli na adresu uvedenou v čl. V. odst. 5.3. OP nejpozději do 3 pracovních dní ode dne zaslání emailové výzvy dodavatele k úpravě reklamního motivu. Neučiní-li tak objednatel ve stanovené lhůtě a nedomluví-li se smluvní strany jinak, smlouva/ dílčí objednávka v daném rozsahu částečně zanikne a reklamní materiály, příp. reklamní spoty budou neinstalovány, staženy nebo deinstalovány. Objednatel má v takovém případě nárok na slevu z odměny dle smlouvy/ dílčí objednávky ve výši odpovídající rozsahu zaniklé části smlouvy/ dílčí objednávky, nebude-li důvodem pro doporučení změny reklamního motivu rozpor s některým ze závazků nebo podmínkou v čl. VI. odst. 6.1., odst. 6.2. nebo 6.3. OP.
- 6.5. Objednatel bere na vědomí a souhlasí s tím, že na digitálním CLV (CLVD) bude po sobě průběžně promítáno více reklamních spotů různých klientů a dodavatel negarantuje objednateli exkluzivitu během reklamní kampaně a dané není důvodem pro požadování slevy z odměny nebo uplatnění jakýchkoli sankcí směřujících vůči dodavateli.
- 6.6. Dodavatel nenese odpovědnost za kvalitativní vady vzniklé při instalaci, způsobené nevhodným reklamním materiálem, za adhezi, barevnou a rozměrovou stálost a jiné kvalitativní vady projevující se po dobu reklamní kampaně. Na tyto nedostatky je dodavatel povinen objednatel od jejich zjištění upozornit. Pokud dodavatel takto neučiní, nese veškerou odpovědnost za vzniklé nedostatky.

VII. Odměna, fakturace

- 7.1. Za poskytnuté služby náleží dodavateli smlouvená odměna. Výše odměny za užívání reklamních ploch v jednotlivých reklamních kampaních se řídí okamžikem objednání reklamní plochy u dodavatele. Kromě odměny za užívání sjednaných reklamních ploch jsou v odměně rovněž zahrnuty náklady spojené s dopravou standardních reklamních materiálů typu papírový plakát (nikoliv materiálů pro inovativní řešení a jiných konstrukčních prvků) na dohodnuté místo, s první instalací reklamních materiálů na reklamní plochy, jedná-li se o papírový plakát, a to 1 x za reklamní kampaň, s instalací reklamního spotu během reklamní kampaně, s údržbou reklamních ploch a reklamních panelů po celou dobu užívání reklamních ploch, jakož i náklady spojené s pořízením průřezové fotodokumentace dle čl. V odst. 5.8. OP. Všechny ceny a kalkulace jsou uváděny bez DPH a bude k nim připočítáváno DPH v zákonné výši. Platba se považuje za zaplacenou dnem, kdy byla odpovídající částka připsána na účet dodavatele uvedený na faktuře.
- 7.2. V odměně, vyjma nákladů na instalaci reklamních materiálů a reklamních spotů, které jsou uvedeny v čl. VII odst. 7.1. OP, nejsou zahrnuty náklady spojené s výrobou a instalací reklamních materiálů, reklamních spotů a u reklamních ploch typu „*přestupní tunel*“ a „*balustrády*“ i náklady spojené s jejich deinstalací. Tyto jsou objednatel placeny zvlášť dle kalkulace zasláné dodavatelem objednateli, není-li smluvními stranami sjednáno jinak. Objednatel rovněž zaplatí zvlášť dodavateli veškeré náklady spojené s nadstandardním kreativním a technickým či inovativním řešením přesahujícím rámec standardních reklamních materiálů nebo reklamních spotů, zejména jejich výrobu, dopravu, instalaci, odstranění, likvidaci, atd. Toto nadstandardní kreativní a technické či inovativní řešení musí být přesně popsáno (specifikováno) ve smlouvě, není-li ve smlouvě specifikováno, nemůže se objednatel vůči dodavateli s úspěchem dovolávat nápravy nebo odstranění případných vad instalace reklamních materiálů, reklamních spotů nebo inovativních řešení.

- 7.3. Smluvní strany se dohodly, že dodavatel má právo požadovat po objednateli zaplacení zálohy. Požádá-li dodavatel objednatele o zaplacení zálohy nebo bude-li to smluvními stranami ujednáno ve smlouvě/ dílčí objednávce, je objednatel povinen tuto zálohu dodavateli na základě zálohové faktury neprodleně zaplatit. Dodavatel není povinen zahájit práce podle smlouvy a těchto obchodních podmínek, a tím tedy plnit své povinnosti do doby, než bude tato záloha dodavateli zaplacená (připsána na účet).
- 7.4. Dodavatel bude objednateli vystavovat příslušné faktury, daňové doklady vždy k 1. dni příslušné reklamní kampaně s tím, že splatnost vyúčtované částky uvedené na faktuře, daňovém dokladu bude činit 14 dní ode dne vystavení faktury, daňového dokladu.
- 7.5. Veškerá odměna, cena, jakož i veškeré další finanční závazky mohou být účtovány dodavatelem v elektronické podobě. Dodavatel bude takto vystavené daňové doklady zasílat objednateli v elektronické podobě ve formátu PDF na objednatelům uvedenou emailovou adresu, s čímž objednatel výslovně souhlasí. Objednatel je oprávněn vyjádřit dodavateli nesouhlas s elektronickou fakturací nejpozději den před vystavením příslušného daňového dokladu dodavatelem. Dané ustanovení nemá vliv na oprávnění dodavatele zasílat vystavené daňové doklady poštou nebo obdobným způsobem.
- 7.6. V případě, že bude objednatel v prodlení s placením odměny, zaplatí dodavateli za každý den prodlení smluvní pokutu ve výši 0,05% z dlužné částky. Ustanovením o smluvní pokutě není dotčeno ani omezeno právo dodavatele na náhradu škody.
- 7.7. Dodavatel je oprávněn smlouvu vypovědět bez výpovědní doby pro případ prodlení objednatel se zaplacením odměny, ceny, či jejich zálohy, jak jsou sjednány dle čl. VII odst. 7.1., 7.2., 7.3. OP nebo dle smlouvy/ dílčí objednávky. V takovém případě je objednatel povinen zaplatit dodavateli odměnu nebo cenu shora uvedenou v plné výši bez ohledu na ukončení smlouvy. Dodavatel je současně oprávněn reklamní plochy, na které již byly instalovány reklamní materiály nebo reklamní spoty v souladu se smlouvou, která byla ukončena, neinstalovat, stáhnout nebo deinstalovat, a užít pro jiného klienta.

VIII. Ostatní podmínky

- 8.1. Dodavatel provádí pravidelnou kontrolu stavu reklamních ploch poskytnutých objednateli, jejich údržbu a kontrolu instalovaného reklamního materiálu nebo promítání reklamního spotu. Dodavatel může případné závady reklamních ploch nebo instalace reklamního materiálu nebo reklamního spotu na příslušné reklamní ploše zjistit sám při vlastních pravidelných kontrolách reklamních ploch nebo může být na závadu upozorněn objednatel. Objednatel se zavazuje provádět pravidelnou kontrolu stavu poskytnutých služeb dodavatelem a případné vady u dodavatele včas písemně/ prostřednictvím emailové adresy objednatele, uvedené ve smlouvě, uplatnit a upozornit dodavatele na ně. V upozornění musí být objednatel označena příslušná reklamní kampaň, uvedena specifikace vady, místo, na kterém se předmětná reklamní plocha nachází, případně i s příložením pořízené fotodokumentace příslušné reklamní plochy. Neuplatní-li objednatel vady u dodavatele do tří dnů (u reklamních spotů do 48 hodin) od jejich vzniku, sjednávají si smluvní strany, že uplynutím této lhůty se plnění již poskytnuté dodavatelem považuje za řádné a včas dodané. Dodavatel se zavazuje, že při vlastním zjištění nebo nahlášení závady ze strany objednatele tuto závadu, byla-li způsobena zaviněním dodavatele, odstraní do 48 hodin po jejich nahlášení nebo od vlastního zjištění. Z důvodu speciálních provozních podmínek garantuje dodavatel objednateli osvětlení u reklamních ploch označených jako osvětlené, a umístění reklamních materiálů na reklamní plochy typu „*rámečky*“, „*samolepicí folie*“ a reklamních spotů na „*digitální CLV*“ v rozsahu minimálně 90 % reklamních ploch přenechaných objednateli do užívání a u digitálních CLV rovněž funkčnost v rozsahu 90 % denní doby reklamní kampaně a objednatel bere na vědomí a souhlasí s tím, že plnění v tomto rozsahu je plněním v souladu se smlouvou. Nebudou-li dodrženy výše uvedené lhůty k opravě závady reklamního materiálu na plochu a objednatel poskytl dodavateli veškerou součinnost, má objednatel nárok za každý další den na slevu ve výši 5 % z částky odpovídající denní odměně za užívání předmětné (poškozené) reklamní plochy do doby odstranění závady. U reklamních ploch typu „*rámečky*“, „*samolepicí folie*“ a „*digitální CLV*“ dojde-li ke snížení obsazených reklamních ploch pod 90 % a u digitálních CLV dále ke snížení funkčnosti pod 90 % denní doby reklamní kampaně a objednatel poskytne dodavateli veškerou součinnost, má objednatel nárok za každý další den na slevu ve výši 5 % z částky odpovídající denní odměně za užívání předmětné (poškozené nebo neosazené) reklamní plochy pro dorovnání plnění v minimálním rozsahu alespoň 90% do doby odstranění závady a v případě technického „výpadku“ při vysílání reklamního spotu zajistí dodavatel dle svých možností umístění inzerce nebo odvysílání reklamního spotu v náhradním termínu, případně zkrátí smlouvenou frekvenci, bude-li to možné. Dojde-li ke snížení osvětlených reklamních ploch pod 90 % a objednatel poskytne dodavateli veškerou součinnost, má objednatel nárok za každý další den na slevu ve výši 5 % z částky odpovídající denní odměně za užívání předmětné (neosvětlené) reklamní plochy pro dorovnání plnění v minimálním rozsahu alespoň 90% do doby odstranění závady.
- 8.2. Dojde-li během reklamní kampaně ke zničení, poškození, ztrátě, k odstranění reklamní plochy, na které jsou umístěny reklamní materiály objednatele (u reklamních ploch typu „*rámečky*“ a „*samolepicí folie*“ dojde-li ke snížení funkčních reklamních ploch pod 90 %) nebo reklamní spoty objednatele a jejíž užívání na danou dobu si objednatel ujednal, nebo dodavatel bude povinen takovou reklamní plochu odstranit z důvodu zániku nájemní smlouvy nebo obdobného titulu nebo z důvodu výzvy či rozhodnutí správního úřadu, nabídne dodavatel objednateli, bude-li to možné, umístění reklamních materiálů nebo reklamních spotů objednatele na jiné reklamní ploše s obdobnou reklamní hodnotou (u reklamních ploch typu „*rámečky*“ a „*samolepicí folie*“ pro dorovnání rozsahu plnění alespoň na 90%). Objednatel je v tomto případě povinen se k takovému návrhu písemně (i prostřednictvím emailu) do tří pracovních dnů ode dne obdržení návrhu vyjádřit. Nevyjádří-li se objednatel v této lhůtě, mají smluvní strany za to, že s náhradním umístěním reklamních materiálů/ reklamního spotu, navrženým dodavatelem, objednatel souhlasí. Náklady na případné náhradní umístění reklamních materiálů nese dodavatel. Pokud se však smluvní strany na náhradním umístění reklamních materiálů/ reklamních spotů nedohodnou nebo reklamní plochy s obdobnou hodnotou nebudou k dispozici, smlouva/ dílčí objednávka v daném rozsahu částečně zanikne, nedomluví-li se smluvní strany jinak, a objednatel bude mít nárok na slevu z odměny dle smlouvy/ dílčí objednávky ve výši rozsahu zaniklé části smlouvy/dílčí objednávky odpovídající neposkytnutému plnění. Objednatel bere na vědomí, že reklamní plochy včetně reklamních motivů mohou být zachyceny v různých médiích a být předmětem různých reportáží nebo článků a prohlašuje, že si je dané skutečnosti vědom a nebude po dodavateli uplatňovat náhradu vzniklé škody či ušlý zisk.
- 8.3. Vzhledem ke speciálním provozním podmínkám v případě reklamy na/ v dopravních prostředcích metra bere objednatel na vědomí a souhlasí s tím, že za splnění předmětu smlouvy se považuje situace, byla-li reklama na dopravních prostředcích umístěna alespoň po dobu osmdesáti procent (80%) kalendářních dnů z celkové sjednané doby trvání reklamní kampaně a provozu takového dopravního prostředku. V takovém případě se bude považovat plnění za řádně dodané.
- 8.4. Nebude-li v možnostech dodavatele zajistit nápravu při poškození reklamních ploch z důvodu nedostatečného počtu rezervních reklamních materiálů, není tato skutečnost důvodem pro vymáhání náhrady škody ze strany objednatele, ani není důvodem pro uplatnění jakýchkoliv dalších sankcí směřujících vůči dodavateli.
- 8.5. Pokud nebude možné zajistit z důvodu vyšší moci (strany se dohodly, že vyšší mocí rozumí: války, občanské nepokoje, stávky, havárie, výpadek el. proudu, přerušení nebo omezení poskytování služeb ze strany poskytovatele, ztráta, zničení, vyřazení z provozu nebo zabavení reklamního panelu, jiného reklamního nosiče či reklamní plochy, vandalismus, změna souvisejících daňových zákonů, opatření státních orgánů (výzva, rozhodnutí, atd.) a další podobné události, jež mají vliv na schopnost plnění povinností podle smlouvy a těchto obchodních podmínek a jež se vymykají kontrole smluvních stran), mimořádných klimatických podmínek nebo z jiných objektivních důvodů (společně dále také jen „*vyšší moc*“) instalaci, přiměřeně se posune termín instalace reklamních materiálů na příslušné reklamní plochy. Nebude-li možné zajistit z důvodu vyšší moci provozování reklamních materiálů nebo reklamních spotů na reklamních plochách, u reklamních ploch typu „*rámečky*“, „*samolepicí folie*“ a „*digitální CLV*“ na více jak 10% reklamních ploch příslušné reklamní kampaně, nebo u instalace reklamních materiálů bude-li

omezení trvat po dobu delší než 3 pracovní dny, zavazuje se dodavatel, bude-li to možné, nabídnout objednateli náhradu obdobné reklamní hodnoty a kvality. Objednatel je v tomto případě povinen se k takovému návrhu písemně (i prostřednictvím emailu) do tří pracovních dnů ode dne obdržení návrhu vyjádřit. Nevyjádří-li se objednatel v této lhůtě, mají smluvní strany za to, že s náhradním umístěním reklamních materiálů nebo reklamních spotů, navrženým dodavatelem, souhlasí. Náklady na případné náhradní umístění reklamních materiálů nese dodavatel. Pokud se však smluvní strany o náhradním umístění reklamních materiálů nebo nahrání reklamních spotů nedohodnou nebo nebude-li reklamní plocha s obdobnou hodnotou k dispozici, smlouva/ dílčí objednávka v daném rozsahu částečně zanikne, nedomluví-li se smluvní strany jinak, a objednatel bude mít nárok na slevu z odměny dle smlouvy/ dílčí objednávky ve výši rozsahu zaniklé části smlouvy/dílčí objednávky odpovídající neposkytnutému plnění. Objednatel na sebe přebírá nebezpečí změny okolností.

IX. Ujednání týkající se smluv uzavřených se spotřebitelem distančním způsobem

- 9.1. Objednatel v souladu s § 1837 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, uzavřením smlouvy s dodavatelem výslovně souhlasí s tím, že k poskytnutí služeb ze strany dodavatele dojde před uplynutím 14 denní lhůty pro odstoupení od smlouvy dle § 1829 občanského zákoníku, v důsledku čehož objednatel není oprávněn odstoupit od smlouvy.
- 9.2. Náklady na použití komunikačních prostředků na dálku pro uskutečnění smlouvy jsou v běžné výši, závislé na tarifu telekomunikačních služeb, které objednatel používá.
- 9.3. Spotřebitel je oprávněn uplatňovat práva z odpovědnosti za vady u dodavatele v souladu s § 2099 an. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník.

X. Závěrečná ujednání

- 10.1. Smluvní strany se dohodly, že obsah této smlouvy podléhá obchodnímu tajemství a s jako takovým s ním bude zacházeno. V tomto smyslu se smluvní strany zavazují, že budou instruovat příslušným způsobem své zaměstnance, případně další osoby (subdodavatele apod.), které s reklamní smlouvou přijdou do styku a zavazují se, aby o smlouvě a jejím obsahu věděly pouze osoby potřebné pro realizaci ujednaného plnění. Výjimkou z tohoto ujednání je sdělování informací mezi společnostmi v rámci skupiny BigBoard. Objednatel souhlasí s tím, aby dodavatel nebo skupina BigBoard užívali reklamy a název objednatel k obchodním prezentacím a uváděním referencí zejména na webových stránkách, sociálních sítích a propagačních materiálech.
- 10.2. Dodavatel se jakožto správce osobních údajů, které zpracovává v souvislosti s poskytováním služeb dle čl. I. odst. 1.1. OP, provozem webových stránek a v souvislosti s případnou další podnikatelskou činností zavazuje, že bude tyto osobní údaje uchovávat a zpracovávat v souladu s platnými a účinnými právními předpisy, především v souladu s Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27.4.2016, o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 98/46/ES (dále jen jako „GDPR“) a v souladu se zákonem č. 110/2019 Sb., o zpracování osobních údajů, v platném znění. Informace související s nakládáním s osobními údaji jsou uvedeny v Zásadách zpracování osobních údajů a v Zásadách užívání síťových identifikátorů, které jsou k dispozici na webových stránkách dodavatele či v jeho sídle.
- 10.3. Hovoří-li se v obchodních podmínkách o doručování, rozumí se tím zaslání a faktické doručení příslušné komunikace prostřednictvím provozovatele poštovních služeb (Česká pošta s.p., PPL CZ, s.r.o., DHL, apod.), veřejné datové sítě z datové schránky objednatel do datové schránky dodavatele a naopak nebo elektronickou zprávou z domény, u které není rozumných pochyb, že je užívána výhradně smluvní stranou.
- 10.4. Obchodní podmínky jsou platné a závazné pro všechny uzavřené reklamní smlouvy, není-li v takovýchto smlouvách stanoveno jinak. Tyto obchodní podmínky se přikládají ke každé uzavřené smlouvě.
- 10.5. Aktuální znění obchodních podmínek je zveřejněné na internetových stránkách dodavatele www.metrozoom.cz
- 10.6. Dodavatel je dále oprávněn změnit znění obchodních podmínek s tím, že tato změna je následně zveřejněna na internetových stránkách dodavatele, přičemž pro smlouvy jsou rozhodné obchodní podmínky platné a účinné v den uzavření smlouvy ve znění případných dodatků obchodních podmínek.
- 10.7. Práva a povinnosti neupravená smlouvou nebo těmito obchodními podmínkami se řídí právním řádem České republiky, resp. zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník a ve vztahu ke spotřebitelům i zákonem č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění.
- 10.8. Věcně příslušným subjektem pro řešení spotřebitelských sporů dle zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění, je Česká obchodní inspekce se sídlem Štěpánská 567/15, 120 00 Praha 2. Více informací o mimosoudním řešení spotřebitelských sporů je k nahlédnutí na webových stránkách <http://www.coi.cz/>.
- 10.9. Strany prohlašují, že tyto obchodní podmínky přečetly a že rozumí jejich obsahu.

objednatel

Dana Svobodová, jednatelka
MetroZoom s.r.o.
dodavatel