

## Smlouva o reklamě

uzavřená dle §1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku

### Dodavatel

IČO: 26168685

DIČ: CZ26168685

název firmy: **Seznam.cz, a.s.**

jméno kontaktní osoby: Jiří Tamašek (Jan Procházka)

ulice/číslo: Radlická 3294/10

PSČ/obec: 150 00, Praha 5

tel./fax: +

Zápis v OR vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B.

Vložka 6493

### Klient

IČO: 00064297

DIČ: CZ00064297

název firmy: **Městská divadla pražská**

jméno kontaktní osoby: MgA. Daniel Příbyl

ulice/číslo: V jámě 699/1

PSČ/obec: 110 00 Praha 1

tel./fax.:

Zápis: C 16048 vedená u Městského soudu v Praze

---

**Smluvní strany se dohodly na následujících smluvních podmínkách provedení reklamy klienta ve vysílání rádia:**

**Classic Praha / Expres FM**

**Doba provedení reklamy – sjednané období: 1.1.2023 – 31.12.2023**

**číslo obj. SOS: 8109527299**

### Způsob provedení reklamy:

Dodavatel provede reklamu dle této smlouvy a v rozsahu dle objednávky – mediaplánu (dále jen „**dílčí objednávka**“).

Podklady k provedení reklamy dodá klient na své náklady.

### Závazek klienta

Klient se zavazuje odebrat od dodavatele ve sjednaném období reklamní plnění v minimálním rozsahu:

- **200 ks spotů v délce 20 sekund na Expres FM**
- **200 ks spotů v délce 20 sekund na Classic Praha**
- **80 x kulturní tipy Classic Praha**
- **80 x kulturní tipy Expres FM**
- **Banner Skyscraper – 1000 000 impresí na Expres FM**
- **PR článek - upoutávka - 600 000 impresí na Expres FM**

Konkrétní rozsah plnění bude uveden v jednotlivých dílčích objednávkách. Klient se zavazuje zaplatit dodavateli ve sjednaném období za odvysílání reklamního plnění dle dílčích objednávek celkovou minimální cenu **143.784,- Kč** bez DPH a to částkou **11.982,- Kč** v každém kalendářním měsíci ve sjednaném období (leden až prosinec). Ceny jsou uvedeny po všech slevách a bonusech. Ceny za jednotlivá plnění jsou uvedené v dílčích objednávkách.

Pokud z důvodů na straně klienta nedojde k odběru reklamy v takovém objemu, ke kterému se klient touto smlouvou zavázal, vzniká dodavateli škoda, jelikož uvolněný reklamní prostor nemusí být znovu obsazen. Smluvní strany pro tyto případy sjednávají, že dodavateli vzniká vůči klientovi nárok na zaplacení smluvní pokuty až do výše odpovídající rozdílu v minimální ceně reklamní kampaně, kterou se klient zavázal touto smlouvou odebrat a ceně odebraného reklamního plnění, a to v hodnotách částky bez DPH, nedohodnou-li se strany jinak.

Klient se zavazuje, že reklama nebude využívána třetí osobou. Toto ustanovení se nevztahuje na nákup a prodej reklamy v rámci mediálního zastoupení. Součástí této smlouvy je její příloha č. 1 **Podmínky pro vysílání obchodních sdělení v programu rádií Expres a Classic.**

Klient souhlasí s Obchodními podmínkami pro umístování reklamních sdělení a jiných reklamních prvků do internetových serverů provozovaných společností Seznam.cz, a.s. a jejími smluvními partnery, se Smluvními podmínkami upravujícími užívání služby Seznam Sklik, Technickou specifikací reklam, případně se Smluvními obchodními podmínkami pro umístování obchodních sdělení v programu Seznam.cz TV nebo se Smluvními obchodními podmínkami pro obchodní sdělení v programu rádií Expres a Classic a Technickými podmínkami pro videospoty do TV, a to vždy dle Klientem konkrétně objednaných služeb (on-line / televize / rádio / kombinace uvedených). Dále souhrnně jen jako „Obchodní podmínky“.

Klient se s Obchodními podmínkami seznámil prostřednictvím internetových stránek: <https://www.seznam.cz/reklama/cz/obsahovy-web/obchodni-podminky/>, <https://seznam.prehledreklam.cz/cz/>, <https://napoveda.seznam.cz/cz/podminky-radio>, <https://napoveda.sklik.cz/pravidla/smluvni-podminky/>, <https://napoveda.sklik.cz/pravidla/>, <https://www.seznam.cz/reklama/cz/obsahovy-web/sluzba-televize-seznam>, <https://www.technickaspecifikace.cz/cz/198/videospot-tv/>.

Ustanovení této smlouvy nebo dílčí objednávky mají před Obchodními podmínkami přednost.

Dodavatel si vyhrazuje právo na změnu či zrušení reklamního formátu. V tomto případě se dodavatel zavazuje nabídnout klientovi plnění v obdobné kvalitě, jež bude odpovídat záměru reklamní kampaně klienta. Nevysloví-li klient s navrhovaným plněním souhlas, může od příslušné části této smlouvy odstoupit a dodavatel mu bezodkladně vrátí již uhrazenou cenu či část ceny odpovídající nerealizované reklamní kampani.

## Závazek dodavatele

Dodavatel se zavazuje provést pro klienta reklamu řádným odvysíláním v objednaném rozsahu.

## Smlouva se stává platnou ke dni podpisu oběma smluvními stranami.

---

V Praze, dne: \_\_\_\_\_ 2022

podpis, za dodavatele \_\_\_\_\_

**Seznam, a.s.**  
Jiří Tamašek

podpis, klient: \_\_\_\_\_

**Městská divadla pražská**  
MgA. Daniel Příbyl

### Příloha č. 1 Smlouvy o reklamě

#### Podmínky pro vysílání obchodních sdělení v programu rádií **Expres a Classic**

##### I. Definice pojmů

- Rádio Expres:** rozhlasové vysílání programu Expres FM provozované v souladu s licenčními podmínkami společností **4S PRODUCTION, a.s.**, IČO: 25113054.
- Rádio Classic:** rozhlasové vysílání programu Classic Praha provozovaný v souladu s licenčními podmínkami společností **RKR s.r.o.**, IČO: 60198184.
- „**Rádia**“ či „**Vysílatelé**“: souhrnné označení pro rádio Expres a rádio Classic.
- Klient:** jakákoliv fyzická či právnická osoba, která má zájem o odvysílání obchodního sdělení v rádiích.
- Obchodní sdělení:** reklama nebo sponzorování.
- Reklamní prostor:** časově ohraničený úsek v rámci programu rádií určený pro vysílání obchodních sdělení, který je dělen na 1) **prime time**, což je vysílací čas od 7:00 do 19:30, a 2) **off prime time**, což je jakýkoli vysílací čas mimo prime time.
- Kampaň:** odvysílání jednoho či více obchodních sdělení či jejich opakování dle požadavků klienta.
- Reklama:** jakékoliv veřejné oznámení, vysílané za úplatu nebo obdobnou protihodnotu nebo vysílané za účelem vlastní propagace provozovatele vysílání, s cílem propagovat dodání zboží nebo poskytnutí služeb za úplatu, včetně nemovitého majetku, práv a povinností.
- Sponzorování:** jakýkoliv příspěvek od osoby, která neprovozuje rozhlasové nebo televizní vysílání, neposkytuje audiovizuální mediální služby na vyžádání, ani nevyrábí audiovizuální díla, poskytnutý k přímému nebo nepřímému financování rozhlasového programu nebo pořadu s cílem propagovat své jméno nebo název, ochrannou známku, výrobky, služby, činnosti nebo obraz na veřejnosti.
- Podklady pro kampaň:** všechny podklady týkající se obchodního sdělení vč. nosiče, na němž jsou tyto podklady uloženy a předány dodavateli.

##### II. Smlouva o reklamě a dílčí objednávky

- Vysílání obchodních sdělení v rádiích se uskutečňuje na základě této smlouvy.  
Pokud je předmětem spolupráce odvysílání reklamních spotů, stává se součástí smlouvy také dílčí objednávka - mediaplán reklamní kampaň.
- Dle požadavku a zadání klienta dodavatel připraví návrh smlouvy a předloží je klientovi k případným úpravám.
- Pokud je klient mediální či reklamní agentura, pak na výzvu dodavatel předloží písemný dokument, z něhož vyplývá, že klient byl konkrétním inzerentem pověřen k nákupu obchodních sdělení v programech rádií, a to pro konkrétní výrobky nebo služby.
- Dílčí objednávka či smlouva obsahuje zejména:
  - označení klienta (obchodní firma, IČO);
  - identifikační údaje o zadavateli a zpracovateli kampaň;
  - označení výrobku či služby, kterých se kampaň týká;
  - dobu trvání kampaň;
  - délku, resp. další klíčové charakteristiky obchodního sdělení;
  - objednávaný počet obchodních sdělení;
  - cenu kampaň.
- Kampaň poptávaná klientem prostřednictvím dílčí objednávky je závazná v okamžiku, kdy klient dílčí objednávku opatří podpisem svého oprávněného zástupce, doručí ji dodavateli a dodavatel jí do 72 hodin od jejího doručení neodmítne.
- Kampaň poptávaná klientem prostřednictvím smlouvy je závazná okamžikem, kdy smlouvu podepíše oprávněný zástupce dodavatel a klienta.
- Kampaň se považuje za splněnou, pokud v souladu s dílčí objednávkou či smlouvou došlo k odvysílání sjednaného počtu obchodních sdělení.  
Jednotlivá obchodní sdělení mohou být v odůvodněných případech odvysílána v jiných než v dohodnutých časech. Obchodní sdělení však budou odvysílána v dohodnuté době trvání kampaň a bude dodržen dohodnutý režim prime time a off prime time. Kampaň se v těchto případech považuje za splněnou.
- Dodavatel si vyhrazuje právo odmítnout dílčí objednávku klienta či s ním neuzavřít smlouvu o vysílání obchodního sdělení z jakéhokoli důvodu.
- Vysílatelé ani dodavatel neodpovídají za úspěšnost kampaň či její sledovanost.

### III. Podmínky realizace kampaně

1. Dodavatel je oprávněn odmítnout vysílání závazné kampaně nebo její vysílání přerušit, pokud:
  - a) klient nedodá dodavateli podklady pro kampaň nebo poklady pro kampaň nejsou v souladu s dílčí objednávkou či smlouvou a těmito OP;
  - b) je klient v prodlení s úhradou zálohy či splatného závazku vůči dodavateli;
  - c) odvysíláním kampaně může dojít k porušení právních předpisů (zejména zákona č. 231/2001 Sb. a zákona č. 40/1995 Sb.);
  - d) odvysíláním kampaně může dojít k porušení povinností stanovených licencemi k vysílání programu rádií;
  - e) odvysíláním kampaně může dojít k možnému postihu vysílatelů či dodavatel ze strany třetích osob (např. majitelů autorských práv, soutěžitelů či orgánů veřejné moci);
  - f) odvysíláním kampaně může dojít k porušení Kodexu reklamy Rady pro reklamu či jiných samoregulačních předpisů či etických pravidel;
  - g) odvysíláním kampaně může dojít k porušení oprávněných zájmů vysílatelů či dodavatele.Dodavatel v těchto případech vyzve klienta ke sjednání nápravy, a to písemnou formou, vždy minimálně na e-mailovou adresu klienta. Pokud klient nesjedná nápravu, má dodavatel právo od smlouvy bez dalšího s okamžitým účinkem odstoupit.
2. Klient je oprávněn písemnou formou požádat dodavatel o přerušení, úpravu či zrušení závazné kampaně.
3. Pro všechny výše uvedené případy tohoto článku OP platí, že pokud z důvodů na straně klienta nedojde k realizaci závazné kampaně, vzniká vysílateli, resp. dodavateli škoda, jelikož uvolněný reklamní prostor nemusí být znovu obsazen. V těchto případech a z výše uvedených důvodů má dodavatel vůči klientovi nárok na zaplacení smluvní pokuty, jejíž výše odpovídá ceně nerealizované kampaně uvedené v dílčí objednávce či smlouvě, a to v plné výši, v hodnotě částky bez DPH, nedohodnou-li se strany jinak.

### IV. Cena a platební podmínky

1. Obchodní sdělení jsou prodávána za ceny dle:
  - a) **ceníku**, který je umístěn na internetových stránkách <https://www.seznam.cz/reklama/cz/obsahovy-web/ceniky/> a obsahuje základní ceny obchodních sdělení v programech rádií;
  - b) **individuálních dohod** mezi dodavatelem a klientem.
2. Konečná cena za kampaň je uvedena v dílčí objednávce nebo ve smlouvě (dále „**cena**“).
3. Veškeré ceny budou navýšeny o **DPH** v zákonem stanovené výši.
4. Dodavatel je před zahájením kampaně oprávněn požadovat zaplacení zálohy na základě zálohové faktury, a to až do plné výše sjednané ceny zvýšené o DPH v zákonem stanovené výši (dále „**záloha**“). V takovém případě vystaví dodavatel na základě přijaté platby fakturu s náležitostmi daňového dokladu, a to nejpozději do 15 dnů ode dne uskutečnění zdanitelného plnění, kterým je den přijetí úplaty.
5. Záloha musí být standardně připsána na účet dodavatel nejpozději **21 pracovních dnů** před zahájením kampaně nebo ve výjimečných případech dle individuální dohody.
6. Pokud není vyžadováno zaplacení zálohy v plné výši, vystaví dodavatel po splnění kampaně fakturu s náležitostmi daňového dokladu, a to do 15 dnů ode dne uskutečnění zdanitelného plnění, kterým je den vystavení daňového dokladu nebo poslední den realizace reklamní kampaně nebo konec každého kalendářního měsíce, pokud reklamní kampaň probíhá souvisle v několika po sobě jdoucích kalendářních měsících, a to ten den, který nastane dříve. Splatnost faktur (daňových dokladů) činí **14 kalendářních dnů** od jejich vystavení dodavatelem. Úhradou ceny se rozumí připsání plné výše fakturované částky na účet dodavatel uvedeného ve faktuře (daňovém dokladu).
7. V případě prodlení s řádnou úhradou ceny má dodavatel vůči klientovi nárok na úhradu smluvního úroku z prodlení ve výši 0,05 % z dlužné částky za každý započatý kalendářní den prodlení s úhradou faktury (daňového dokladu). Úhradou úroků z prodlení dle tohoto ustanovení není dotčeno právo dodavatel požadovat vůči klientovi náhradu újmy ve výši přesahující uhrazený smluvní úrok z prodlení.

### V. Podklady pro kampaň

1. Klient je před realizací závazné kampaně povinen dodat dodavateli tyto podklady pro kampaň:
  - a) hudební sestavu ve formátu, který vyžadují kolektivní správci (min. však v rozsahu: název skladby, jméno autora, popř. textaře, označení interpreta, označení vydavatele, rok vydání a přesnou stopáž hudby užitá v obchodním sdělení);
  - b) tzv. rodný list reklamního spotu obsahující označení autora scénáře, režiséra, datum výroby, stopáž spotu, počet autorizovaných kopií a časový rozsah licence.
2. Podklady pro kampaň musí být poskytnuty v digitální podobě, a to na CD nebo ve formátu mp3 v kvalitě od 192 kbps, 44.1 Khz, není-li dohodnuto jinak, a musí být prosty všech právních a faktických vad.
3. Náklady na dodání podkladů pro kampaň jdou k tíži klienta.
4. Podklady pro kampaň musí klient doručit dodavateli nejpozději **5 pracovních dnů** před dohodnutým zahájením kampaně nebo ve výjimečných případech dle individuální dohody.
5. Vysílatel či dodavatel je oprávněn obchodní sdělení archivovat pro interní účely po neomezenou dobu.

### VI. Obchodní sdělení a odpovědnost klienta

1. Klient odpovídá za to, že obchodní sdělení jsou v souladu s právními předpisy a jejich odvysíláním v programech rádií nebudou porušeny platné právní předpisy a nebude zasaženo do práv třetích osob.
2. Klient v plném rozsahu odpovídá vysílatelům či dodavateli za jakoukoli škodu či újmu, která jim v důsledku odvysílání obchodního sdělení v rozporu s platnými právními předpisy anebo právy třetích osob vznikne a tyto nároky na výzvu vysílatelů či dodavatel uhradí. Klient zejména odpovídá vysílatelům či dodavateli za uložené správní sankce, za nároky z titulu soutěžního práva, práva na ochranu nekalé soutěže, všeobecných osobnostních práv, práv autorských a souvisejících s právem autorským a oprávněné nároky vznesené třetími osobami, včetně případných nákladů soudního či správního řízení účelně vynaložených v souvislosti s odpovídající procesní obranou vůči takovým správním sankcím, soudním řízením a nárokům třetích osob.

3. Pokud bude s vysílateli či dodavatelem zahájeno jakékoli soudní či správní řízení, je klient povinen jim na své náklady poskytnout veškerou potřebnou součinnost, kterou lze od něj rozumně požadovat, a to včetně poskytnutí jakýchkoli vysvětlení, dokladů anebo informací, které budou od klienta požadovány.
4. Klient je povinen získat a vypořádat všechna práva třetích osob související s výrobou a užitím obchodních sdělení. Klient je zejména povinen získat od všech majitelů autorských a s právem autorským souvisejících práv či jiných práv k nemotným statkům či osobnostních práv oprávnění k zařazení příslušných předmětů ochrany do obchodního sdělení a oprávnění k jejich užití v rozhlasovém vysílání a zaplatit těmto subjektům odpovídající odměnu.
5. Ohledně hudby užitá v obchodním sdělení platí:
  - a) pokud je v obchodním sdělení užitó hudební dílo s textem či bez textu nebo zvukový či zvukově obrazový záznam, případně zvukový záznam vyrobený k obchodním účelům, je klient povinen na své náklady získat a vypořádat synchronizační práva a oprávnění k jejich užití při výrobě obchodního sdělení a za toto užití dotčeným subjektům uhradit odměnu;
  - b) oprávnění k užití hudebních děl v rozhlasovém vysílání a vypořádání odměny zajistí vysílatel či dodavatel.
6. Klient se zavazuje na vyžádání vysílatelů či dodavatel předložit bez zbytečného odkladu kopie příslušných smluv prokazujících vypořádání nároků všech držitelů práv ve shora uvedeném rozsahu a dále doklady o zaplacení odměn.
7. V případě jakýchkoli vad obchodních sdělení je klient povinen tyto vady uplatnit písemnou formou doručenou do sídla dodavatel bez zbytečného odkladu, nejpozději však do **30 kalendářních dnů** ode dne odvysílání takového obchodního sdělení, jinak jeho nároky z titulu vadného plnění zanikají a klient je vysílateli či dodavateli promíjí.