

Všeobecné obchodní podmínky pro inzerci v médiích vydávaných, provozovaných a zastupovaných společnostmi CZECH NEWS CENTER a.s.

1. Rozsah platnosti

a) Tyto Všeobecné obchodní podmínky upravují

– uveřejňování inzerátů (plošných i řádkových) a prospektových příloh (tj. vkládaného materiálu) v tištěných periodických a neperiodických titulech, které vydává a zastupuje společnost CZECH NEWS CENTER a.s.

– uveřejňování inzerce na internetových stránkách provozovaných a zastupovaných společností CZECH NEWS CENTER a.s.

– uveřejňování inzerce v aplikacích pro mobilní telefony, tablety a jiná obdobná zařízení provozovaných a zastupovaných společností CZECH NEWS CENTER a.s. (na tuto inzerci se přiměřeně vztahují ustanovení o inzerci na internetových stránkách).

b) Součástí těchto Všeobecných obchodních podmínek (dále jen „obchodní podmínky“) je právě platný ceník pro příslušný druh inzerce. Součástí ceníku mohou být i technické specifikace, termíny pro součinnost nebo jiné zvláštní požadavky.

c) Právní vztahy, které nejsou upraveny těmito Všeobecnými obchodními podmínkami nebo zvláštní smlouvou, se řídí občanským zákoníkem.

d) Společnost CZECH NEWS CENTER a.s. (dále jen „vydavatel“) si vyhrazuje právo na odchylný postup při stanovení ceny inzerce vyplývající z platných ceníků a jejich příloh v případě, že tento odchylný postup bude způsoben existencí tiskové chyby v ceníku či jeho příloze.

e) Informace o návštěvnosti serverů, na nichž je inzerce publikována, jsou auditovány nezávislým auditorem NetMonitor (www.netmonitor.cz).

f) Vydavatel umožní objednateli bezplatný přístup do on-line reklamního systému zobrazujícího statistiky počtu zobrazení (impresí) realizovaných kampaní a počtu prokliků na WWW stránky (URL) dodaných objednatel. Internetová stránka obsahující výše uvedené údaje bude sdělena objednateli nejpozději v den spuštění reklamní kampaně. Údaje z tohoto systému jsou rozhodující, pokud objednatel nevyužívá vlastní systém pro měření reklamních impresí a prokliků. Pokud objednatel takovýto systém využívá, bude rozhodný systém určen dohodou vydavatele a objednatele.

2. Objednávka

a) Objednatel si objednává uveřejnění inzerátu nebo prospektové přílohy prostřednictvím písemné objednávky. Za písemnou objednávku se považuje též objednávka učiněná faxem či e-mailem (pokud obsahuje elektronickou kopii podpisu oprávněné osoby) za předpokladu, že je z ní patrné, kdo ji činí.

b) Objednávka musí obsahovat všechny náležitosti, které jsou nutné pro řádné uveřejnění inzerce, a to zejména obchodní firmu objednatele, jeho sídlo, IČ, DIČ, bankovní spojení, jméno a podpis a označení funkce zástupce oprávněného objednavku učinit. V případě fyzických osob pak jméno, rodné číslo nebo datum narození, trvalé bydliště, případně korespondenční adresu, bankovní spojení a podpis. Dále zde musí být uveden:

– V případě inzerce v tištěných titulech titul, termín uveřejnění, druh (např. plošný inzerát, řádkový inzerát, prospektová příloha) a eventuelně další údaje ohledně provedení objednávky (např. jednotka vykrytí, umístění, rubrika, značka, barva).

- V případě inzerce na internetové stránce je přílohou každé objednávky mediaplán označený stejným číslem, jako je číslo objednávky, a podepsaný stejným způsobem jako objednávka. V mediaplánu je uvedena internetová stránka, na které je publikace inzerce objednávana, požadovaná sekce stránky, pozice, rozměry inzerce, požadovaný počet impresí a období, ve kterém má být inzerce publikována, včetně časového rozložení kampaně a impresí, průměrná frekvence, celkový počet impresí, cena jednotlivých objednaných reklamních formátů, případně též sleva a cena po slevě a splatnost ceny. V mediaplánu je vždy rovněž obsažena informace o URL adrese, na kterou bude inzerce směřovat.

c) Objednatel je odpovědný za včasné doručení objednávky a poskytnutí všech podkladů, které jsou potřebné pro realizaci objednávky. Termíny pro doručení podle předchozí věty jsou uvedeny v ceníku pro inzerci u příslušného média.

d) Vydavatel je oprávněn upozornit objednatele na zjevně nevhodné nebo chybné podklady. Objednatel je povinen dodat vydavateli včas náhradu za zjevně nevhodné nebo chybné podklady. Pokud objednatel dodá náhradu za zjevně nevhodné nebo chybné podklady se zpožděním nebo v případě, že objednatel trvá na použití zjevně nevhodných nebo chybných podkladů, vzniká vydavateli právo od smlouvy odstoupit a současně mu vzniká právo na stornovací poplatky v souladu s právě platným ceníkem.

e) Objednatel odpovídá za bezchybný obsah inzerce a za to, že texty, obrazové a grafické materiály určené pro inzeráty nebo prospektové přílohy jsou v souladu s právními předpisy. Objednatel bere na vědomí, že obsah inzerce musí být v souladu se skutečností. V případě uplatňování nároků třetí stranou je objednatel povinen na sebe převzít závazky z těchto nároků vyplývající nebo je povinen nahradit vydavateli škody, které vznikly s uveřejněním chybného nebo právně nepřipustného inzerátu nebo prospektové přílohy.

f) Vydavatel dostane volně k dispozici všechny potřebné podklady pro uveřejnění inzerátu nebo prospektové přílohy tištěného titulu a není povinen tyto podklady uchovávat, případně objednateli vracet.

g) Objednatel se zavazuje dodat vydavateli podklady pro inzerci na internetové stránce v elektronické formě, v podobě vhodné pro nasazení bez nutnosti jejich dalších úprav. Podklady musí být ve formátech GIF, JPEG, PNG, Flash nebo HTML. U formátů Flash musí objednatel dodat podklady vyhovovat specifikaci doporučené Sdružením pro internetový rozvoj (SPIR) (www.spir.cz). Podklady ve formátu Flash musí být upraveny tak, aby umožňovaly reklamnímu systému vydavatele registrovat kliknutí uživatele na tuto reklamu. Objednatel je dále povinen sdělit vydavateli, jaká verze Flash pluginu je vyžadována pro správné zobrazení Flashe, a dodat spolu s Flasem také alternativní obrázek, který se bude zobrazovat uživatelům, kteří ve svém prohlížeči příslušný Flash plugin nemají. Podklady ve formátu HTML kódu je objednatel povinen dodat zpracované tak, že neovlivní zobrazení www stránky, ve které budou vloženy, mimo prostor vymezený pro příslušnou inzerci. Podklady nesmí přesáhnout datovou velikost určenou v ceníku. V případě překročení datové velikosti je možné podklady použít za příplatek. Příplatek se určuje dohodou obou stran.

h) V případě, že objednatel přímo nasazuje internetovou inzerci na jím objednanou pozici, je povinen takto používat pouze inzerci, jejíž podklady byly schváleny vydavatelem a která je v souladu s odst. e) tohoto článku.

i) Kvalita tisku odpovídá technickému standardu příslušného titulu a objednatel dodaným tiskovým podkladům.

j) Jeden objednatel může během jednoho kalendářního roku objednat maximálně 20 řádkových inzerátů za sazbu pro soukromou řádkovou inzerci.

k) U objednávky řádkové inzerce má objednatel nárok pouze na jednu změnu textu.

l) Vydavatel je oprávněn si při osobním přijímání objednávky vyžádat průkaz totožnosti.

3. Uzavření smlouvy

a) Uzavřením smlouvy se rozumí potvrzení objednávky vydavatelem (písemně přímo na objednávku nebo jiným obvyklým způsobem). V případě, že nedojde k potvrzení objednávky vydavatelem, je za uzavření smlouvy považováno uveřejnění inzerátu nebo prospektové přílohy.

b) Přijetí objednávky zaměstnancem vydavatele nemůže být bez dalších náležitostí považováno za uzavření smlouvy.

c) Vydavatel si v každém případě a kdykoli vyhrazuje právo odmítnout uveřejnění inzerce nebo odstoupit od smlouvy v případě již přijaté objednávky poté, co mu byly doručeny podklady pro publikaci reklamy, pokud podle názoru vydavatele je obsah inzerce v rozporu s právními předpisy, se skutečností nebo zásadami a zájmy vydavatele, jestliže písmo, grafické nebo jiné prvky inzerátu evokují redakční text nebo jestliže zpracování či formát podkladů neodpovídá požadavkům vydavatele. (V případě, že součástí obsahu aplikace je kompletní obsah tištěného titulu, nepovažuje se inzerce, která je součástí tištěného titulu, za inzerci v rámci aplikace). Vydavatel je oprávněn podmínit publikaci inzerce podpisem slibu odškodnění a/nebo prohlášení o pravdivosti obsahu inzerce ze strany objednatele. Vydavatel je rovněž oprávněn odmítnout inzerci konkurenční ve vztahu k inzertním produktům vydavatele (tj. zejména inzerci, která obsahuje propagaci jiné osoby, než je objednatel nebo jeho klient, pro kterého je inzerce objednána), vydavatel je rovněž oprávněn podmínit přijetí takovéto inzerce navýšením ceny za inzerci o 15 % za každou takovou jinou osobu.

d) Prospektové přílohy v konečné podobě musí být řádně a včas doručeny vydavateli k odsouhlasení buď v tištěné, nebo elektronické formě. Pokud dojde k porušení této povinnosti, je vydavatel oprávněn odmítnout jejich vklad a v tomto případě má vydavatel nárok na uplatnění stornopoplatku.

e) Pokud vzniknou důvodné pochybnosti o platební schopnosti objednatele a pokud není poskytnuta přiměřená a včasná platba předem, vyhrazuje si vydavatel právo odmítnout uveřejnění inzerátu nebo prospektové přílohy, případně odstoupit od smlouvy.

f) V případě odmítnutí uveřejnění inzerce nebo odstoupení od smlouvy podle bodu c), d) nebo e) vyrozumí vydavatel objednatele bez zbytečného prodlení. Vydavatel v takovém případě nenese odpovědnost za náklady objednatele vynaložené na takto nerealizovanou inzerci ani za jakoukoli škodu na straně objednatele nebo třetí osoby.

g) Odmítnutí uveřejnění inzerce podle bodu c), d) nebo e) a odmítnutí uveřejnění inzerce z kapacitních důvodů považují vydavatel i objednatel za odmítnutí ze spravedlivých důvodů a v souladu s obchodními zvyklostmi.

h) V případě stornování objednávky objednatelem po jejím přijetí vydavatelem je vydavatel oprávněn uplatňovat stornovací poplatky v souladu s právě platným ceníkem. Stornování objednávky objednatelem musí být provedeno v každém případě písemně v souladu s čl. 2 bodem a) těchto obchodních podmínek.

4. Rámcová smlouva

a) Pokud má objednatel v úmyslu uveřejňovat během určité doby inzeráty v určitém rozsahu finančního objemu nebo v určitém počtu, má možnost uzavřít s vydavatelem rámcovou smlouvu o uveřejňování inzerce v předem dohodnutém rozsahu, a to na dobu maximálně jednoho roku. K platnosti této smlouvy je zapotřebí písemné formy. Smlouva musí obsahovat pevně stanovené časové období, během kterého bude uveřejňován dohodnutý finanční objem inzerátů nebo dohodnutý počet inzerátů, dále zde musí být uvedeny z toho vyplývající slevy, použité médium, resp. média, v případě inzerce v tištěném titulu též jednotka vykrytí, případně další ujednání významná pro realizaci rámcové smlouvy.

b) Objednatel a vydavatel se mohou dohodnout na tom, že do objemu inzerce sjednané rámcovou smlouvou bude zahrnuta i inzerce, která byla realizována do jednoho roku před sjednaným skončením rámcové smlouvy za předpokladu, že tato inzerce byla řádně a včas uhrazena. Podmínkou je, aby cena této předchozí inzerce činila méně než 50 % z celkového objemu inzerce stanoveného rámcovou smlouvou. V případě, že v důsledku zahrnutí již realizované inzerce do rámcové smlouvy v souladu s tímto odstavcem vznikne objednateli nárok na slevu z ceny této inzerce, bude tato sleva vyplacena buď po ukončení účinnosti rámcové smlouvy, nebo před jejím

skončením za předpokladu, že již došlo k vyčerpání objemu inzerce předpokládaného rámcovou smlouvou.

c) Pro uveřejňování inzerátů v rámci dohodnutého rozsahu finančního objemu nebo počtu uvedeného v rámcové smlouvě je vždy potřebná objednávka.

d) Slevy vyplývající z rámcové smlouvy budou poskytnuty pouze v tom případě, když budou uveřejněny inzeráty v dohodnutém rozsahu finančního objemu nebo v dohodnutém počtu během časového období uvedeného v rámcové smlouvě a bude řádně a včas zaplacená cena dle platných ceníků (popř. v dohodnuté výši). V opačném případě nárok na sjednané slevy zaniká.

e) Rámcovou smlouvou sjednaný objem inzerce lze navyšovat, a to i opakovaně.

f) Pokud během pevně stanoveného časového období nebyly uveřejněny inzeráty v dohodnutém rozsahu finančního objemu nebo v dohodnutém počtu, a to z důvodů, za které nenese vydavatel odpovědnost, zavazuje se objednatel uhradit vydavateli rozdíl mezi cenou za dohodnutý a za skutečně uveřejněný rozsah finančního objemu inzerátů nebo počet inzerátů. Tento rozdíl bude snížen o slevy za skutečně uveřejněný rozsah finančního objemu inzerátů nebo počet inzerátů.

5. Realizace objednávky

a) Pokud není výslovně dohodnut termín uveřejnění inzerátu nebo prospektové přílohy, závisí jejich uveřejnění na možnostech vydavatele.

b) Pokud není výslovně dohodnuto v případě inzerce v tištěných titulech určité umístění nebo určitá jednotka vykrytí, kde mají být inzerát nebo prospektová příloha uveřejněny, a v případě inzerce na internetové stránce určité umístění nebo určitý formát, závisí jejich uveřejnění na možnostech vydavatele.

c) Objedávka inzerátů nebo prospektových příloh, která má být realizována výhradně v určitém termínu s určitým umístěním nebo v určité jednotce vykrytí nebo v určitém formátu, musí být sdělena vydavateli včas tak, aby mohla být objednateli potvrzena. Vydavatel je v případě vkládaného materiálu oprávněn z důvodu uzávěrky příslušného titulu a/nebo z důvodu výrobní kapacity tiskárny provádějící vklad přesunout tento vklad do bezprostředně následujícího vydání titulu, a to i bez souhlasu objednatele. Takovéto přesunutí vkladu není považováno za vadné plnění a nepodléhá reklamaci.

d) Řádkové inzeráty jsou podle možností uveřejňovány v odpovídající rubrice bez nutnosti výslovné dohody.

e) Vydavatel si vyhrazuje právo na označení inzerátů jako placené inzerce. V případě celostránkových inzerátů si vydavatel vyhrazuje právo uvést toto označení do plochy inzerátu. V takovém případě nebude označení inzerátu považováno za změnu podoby inzerátu nebo za vadu plnění.

f) Pokud si objednatel objedná inzerát v tištěném titulu ve velikosti, která neodpovídá rozměrům zrcadla nebo rozdělení strany na sloupce, nebo na internetové stránce ve velikosti, která neodpovídá rozměrům příslušného formátu na této internetové stránce, vydavatel upraví inzerát běžným způsobem.

g) Pokud si objednatel objedná graficky nezpracovaný inzerát, zpracuje vydavatel tento inzerát běžným způsobem.

h) Vydavatel je povinen u inzerátů uveřejněných pod značkou shromažďovat, předávat nebo zasílat po dobu dvou týdnů po uveřejnění inzerátu došlé odpovědi se značkou. Odpovědi se značkou, které přijdou po této lhůtě, může vydavatel zlikvidovat. Vydavatel opatruje došlé odpovědi se značkou s

pečlivostí řádného obchodního partnera. Odpovědi se značkou, které překročí rozměry formátu C4 (228 x 325 mm), jakož i knihy, katalogy, balíky nebo zboží vydavatel nepřijímá.

i) Vydavatel si u drobné inzerce v tištěných titulech (menší než 400 mm plochy) vyhrazuje právo uveřejnit ji v případě potřeby i na jiné jednotce vykrytí, než je uvedena na objednávce.

j) V jedné objednatel zakoupené inzertní pozici na internetové stránce se mohou střídat nejvýše 4 varianty reklamního sdělení, není-li dohodnuto jinak. Není-li dohodnuto jinak, může každý inzerát směřovat jen na 1 cílovou URL.

k) Vydavatel je oprávněn v případě, že bude jím vydávaný titul převeden do elektronické podoby a takto distribuován (zejména prostřednictvím sítě internet, aplikací pro mobilní telefony, tablety a obdobná zařízení nebo na nosičích elektronických informací), zahrnout do této elektronické podoby též inzerci publikovanou v příslušném titulu v souladu s těmito podmínkami. Inzerce, která je součástí tištěného titulu, se nepovažuje za inzerci v rámci aplikace.

l) Objednatel se zavazuje bez zbytečného odkladu informovat písemně vydavatele o všech skutečnostech, které mohou mít vliv na plnění z jeho strany. Pro případ prodlení objednatele jde veškerá škoda z toho plynoucí k jeho tíži.

m) Objednáním reklamy uděluje dále objednatel vydavateli souhlas s použitím ukázek reklamy v rámci propagace služeb vydavatele.

n) V případě inzerce na internetové stránce se reklamní pozice může aktualizovat během návštěvy bez akce uživatele vůči inzerci. Aby došlo k obnovení, musí být inzerce na reklamní pozici viditelná minimálně z 50 % po dobu alespoň 15 sekund kumulovaně. Toto pravidlo vychází z definice pro viditelnou reklamu dle IAB standardů (plocha musí být viděna alespoň z 50 % po dobu minimálně 1 sekundy). Čas obnovení reklamní pozice se může lišit v průběhu kalendářního roku i podle internetové stránky.

6. Platební podmínky

a) Z ceníkových cen může být objednateli po vzájemné dohodě poskytnuta sleva nebo naopak připočtena přírážka.

ba) Pokud se strany nedohodnou jinak, zašle vydavatel objednateli fakturu bez zbytečného odkladu po uveřejnění inzerce nebo prospektové přílohy zpravidla do 7 dnů od uveřejnění. Faktura bude splatná v termínu do 14 dnů ode dne uveřejnění inzerce. V případě podání inzerátu řádkové inzerce zašle vydavatel fakturu pouze na vyžádání objednatele. Objednatel souhlasí s tím, že vydavatel mu podle své volby doručí fakturu v písemné podobě nebo elektronickou poštou v digitalizované podobě na adresu uvedenou v objednávce, nebude-li objednatel pro tento účel zadána jiná adresa.

c) Pokud objednávaná kampaň na internetové stránce trvá 2 a více měsíců, může na ni být po dohodě obou stran vytvořen splátkový kalendář.

d) V případě inzerce v tištěném titulu zašle vydavatel objednateli společně s fakturou na jeho žádost také doklad o uveřejnění inzerátu nebo prospektové přílohy. Podle povahy inzerátu, resp. prospektové přílohy, a rozsahu objednávky jsou přednostně poskytovány náhledy tiskových stran obsahujících inzerát ve formátu pdf e-mailem. Pokud podle povahy inzerátu není zaslání takového dokladu možné nebo pokud se na tom vydavatel a objednatel dohodnou, je možné poskytovat výstřižky, stránky nebo kompletní výtisky. Pokud nelze tyto doklady obstarat, obdrží objednatel od vydavatele potvrzení o uveřejnění inzerátu nebo prospektové přílohy.

e) Při prodlení s placením je objednatel povinen zaplatit úrok z prodlení ve výši vyplývající z platných právních předpisů z dlužné částky za každý den prodlení a náklady spojené s vymáháním fakturované částky nebo částečných plateb. Vydavatel může v případě prodlení s placením

odmítnout realizaci dalšího plnění včetně plnění z rámcové smlouvy nebo může jejich realizaci učinit závislou na přiměřených platbách předem.

f) Pokud neuvede objednatel přesnou velikost inzerátu a přenechá toto rozhodnutí na vydavateli, potom je základem pro vyúčtování, podle druhu inzerátu, skutečně uveřejněná velikost inzerátu.

g) V případech, kdy objednatel (zejména reklamní a mediální agentura) objednává inzerci pro účely třetích osob, nelze objemy inzerce pro tyto osoby sčítat pro účel stanovení výše poskytované slevy.

h) Vydavatel si vyhrazuje právo stanovit pro zvláštní vydání jiné ceny, než jsou uvedeny v právě platném ceníku.

i) Pro otiskování nekomerční a řádkové inzerce je stanoven zvláštní ceník. Posouzení, zda má inzerce komerční charakter, náleží vydavateli.

j) Pokud by nebyla objednávka realizována z důvodů, za které nenese vydavatel ani objednatel odpovědnost, a inzerci nebo prospektovou přílohu není možno uveřejnit v náhradním termínu, je objednatel povinen zaplatit vydavateli pouze do té doby prokazatelně vzniklé náklady související s objednávkou.

k) Jakékoli přeplatky (částky) do 100 Kč zaplacené vydavateli v souvislosti s realizací inzerce se neposílají zpět na účet plátce, je možné je vyplatit pouze na pokladně na adrese sídla vydavatele. Finanční prostředky zaslané na účet vydavatele, ke kterým vydavatel neobdrží do 3 měsíců objednávku pro inzerci, propadají ve prospěch vydavatele.

l) Vydavatel si vyhrazuje právo požadovat zálohovou platbu, a to zejména v případech, kdy jde o první objednávku objednatele či v případě objednatelů se špatnou platební morálkou. V takových případech bude požadováno připsání finančních prostředků na účet vydavatele nejpozději 3 pracovní dny před publikací inzerce.

7. Reklamace – náhradní výkon

a) Objednatel má v případě jím nezaviněné zcela nebo částečně nečitelné, nesprávné či nekompletní publikace inzerátu a též v případě inzerce na internetové stránce při nedodržení garantovaného počtu impresí nárok na slevu z ceny nebo na uveřejnění bezchybného náhradního plnění, ale pouze v takovém rozsahu, ve kterém byl poškozen účel inzerátu, v případě inzerce na internetové stránce v rozsahu plnění, které bylo poskytnuto vadně či nebylo poskytnuto vůbec. Toto právo je objednatel povinen uplatnit u vydavatele písemně do 2 týdnů od data uveřejnění inzerce, v případě inzerce na internetové stránce může být toto právo též uplatněno do 2 týdnů od konce období, ve kterém byl garantován příslušný počet impresí, jinak zaniká. Právo volby mezi způsoby uvedenými ve větě první náleží vydavateli. Pokud vydavatel neposkytne náhradní plnění bez zbytečného odkladu nebo pokud je náhradní plnění poskytnuto s vadami, pak:

– V případě inzerce v tištěných titulech má objednatel právo na slevu z ceny. Obdobně se postupuje také v případě prospektových příloh.

– V případě inzerce na internetové stránce má objednatel při garantovaném počtu impresí právo na slevu z ceny v tomto rozsahu: V případě, že řádné plnění nedosáhne ani 80 % potvrzeného objednaného množství, náleží objednateli sleva ve výši 25 %, pokud plnění nedosáhne ani 60 %, náleží objednateli sleva ve výši 50 %, pokud plnění nedosáhne ani 40 % objednávky, bude objednávka považována za zcela neuskutečněnou.

b) Při uveřejňování opakovaně vycházejících inzerátů nebo prospektových příloh je objednatel povinen zkontrolovat ihned po každém uveřejnění jejich správnost a úplnost. Vydavatel neuzná nárok na bezplatné uveřejnění náhradního inzerátu či slevu v tom případě, jestliže se při opakování objevil

tentýž nedostatek, aniž by byl tento nedostatek bezprostředně nejpozději do 3 dnů po předchozím uveřejnění oznámen vydavatelí.

c) V případě, že se vinou objednatele vyskytnou nedostatky při sazbě, tisku nebo vkládání, které nebyly zjevně rozeznatelné při přijetí objednávky, nemá objednatel žádný nárok na slevu nebo bezplatné uveřejnění náhradního inzerátu.

d) Vydavatel má právo upravit i bez předchozího souhlasu objednatele podklady pro uveřejnění inzerátu tak, aby byly v souladu s technickými specifikacemi pro dodávání podkladů, které tvoří součást aktuálního ceníku. Právo na reklamaci se nevztahuje na rozdíly mezi dodanými podklady a publikovaným inzerátem, které vznikly v důsledku takovéto úpravy.

e) Korektury se poskytují pouze na výslovné přání objednatele. Objednatel odpovídá za správnost a úplnost korektur, které zaslal zpět vydavatelí. Vydavatel bere v úvahu korektury, které mu byly sděleny v rámci pevně stanovené lhůty. V případě řádkové inzerce se za schválenou korekturu považuje text uvedený v objednávce potvrzené objednatelem.

f) V případě uplatnění nároků na náhradu škody objednatele v souvislosti s vadným plněním ze strany vydavatele budou nahrazeny pouze předvídatelné a prokázané škody. U předvídatelné a prokázané škody je její výše stanovena maximálně do výše ceny za uveřejněnou inzerci nebo prospektovou přílohu.

g) Objednatel bere na vědomí, že vydavatel neodpovídá za odchylku ve velikosti vytištěného inzerátu v rozmezí do 0,5 % požadované velikosti, vzniklou v důsledku technologického postupu použitého při výrobě titulu. Vydavatel rovněž neodpovídá za technologickou chybu při realizaci inzerce, která způsobí závadnost u 0,5 % výtisků konkrétního inzerátu či chybějící vklad u 1 % z objednaného počtu vkladů. Nedostatky v plnění v rozsahu uvedeném v tomto článku nejsou považovány za vadné plnění a nepodléhají reklamaci. Objednatel bere na vědomí, že pokud doručí vydavatelí podklady pro realizaci inzerce po řádné uzávěrce a vydavatel publikaci inzerce neodmítne, ztrácí objednatel nárok na uplatnění reklamace.

h) Objednatel bere na vědomí, že vydavatel je oprávněn stanovit a měnit tištěný náklad jím vydávaných titulů. V případě poklesu nebo nárůstu tištěného nákladu oproti jeho očekávané výši bude vydavatel objednatele bez zbytečného odkladu informovat, tato skutečnost však není považována za vadu plnění a nezakládá nárok na reklamaci, a to ani v případě, kdy vzhledem k dodanému počtu kusů prospektových příloh nebude moci dojít ke vkladu do celého tištěného nákladu nebo nebudou ke vkladu použity všechny kusy dodané prospektové přílohy.

8. Řešení sporů

a) V případě, že v souvislosti s uzavřením smlouvy o publikaci inzerce vznikne mezi stranami spor, který bude řešen soudní cestou, vydavatel i objednatel souhlasí s tím, aby se místní příslušnost soudu řídila místem sídla vydavatele.

b) Pokud je objednatel spotřebitelem, může se pro mimosoudní řešení případného spotřebitelského sporu obrátit na Českou obchodní inspekci, internetová adresa adr.coi.cz.

9. Ostatní ujednání

a) Objednatel i vydavatel se zavazují chránit veškeré informace, které si navzájem poskytnou v souvislosti s realizací objednávek, před jejich zneužitím.

b) Pokud je objednatel fyzická osoba, bude vydavatel v souvislosti s uzavřením smlouvy a s realizací inzerce zpracovávat osobní údaje objednatele, více informací o zpracování osobních údajů je uvedeno na stránce www.cncenter.cz.

c) Objednatel bere na vědomí, že vydavatel může použít údaje o inzerci na internetových stránkách pro výzkum reklamy na internetu v rámci Sdružení pro internetový rozvoj v České republice, z.s.p.o.

d) Případnou změnu těchto obchodních podmínek nebo právě platného ceníku sdělí vydavatel objednateli, který má s vydavatelem uzavřenu rámcovou smlouvu podle bodu 4 těchto obchodních podmínek, a to ve lhůtě alespoň jednoho měsíce před počátkem účinnosti těchto změn. Pokud vydavatel tuto lhůtu nedodrží, budou se objednávky učiněné po změně obchodních podmínek nebo ceníku řídit původními obchodními podmínkami nebo ceníkem po dobu jednoho měsíce poté, kdy došlo k oznámení o této změně. Pokud oznámení o změně obchodních podmínek nebo ceníku učiněno nebude, budou se objednávky inzerce řídit původními obchodními podmínkami nebo ceníkem po dobu tří měsíců od počátku účinnosti nových obchodních podmínek nebo nového ceníku. V případě, že se změna obchodních podmínek dotkne postavení objednatele a objednatel s touto změnou obchodních podmínek nesouhlasí, je oprávněn vypovědět rámcovou smlouvu do 14 dnů poté, co se o změně obchodních podmínek dověděl. Výpovědní doba činí 14 dnů. Ustanovení článku 4 bodu f) těchto podmínek se v takovém případě neuplatní a cena již poskytnuté inzerce na základě rámcové smlouvy nebude měněna.

e) Promlčecí doba u závazků vydavatele i objednatele vzniklých v souvislosti s publikací inzerce činí 4 roky.

f) Vydavatel vydává Zvláštní podmínky pro inzerci některých produktů v médiích vydávaných, /provozovaných a zastupovaných společností CZECH NEWS CENTER a.s., kterými se upravuje inzerce konkrétních druhů zboží a/nebo služeb v závislosti na platné právní úpravě. Práva a povinnosti neupravené Zvláštními podmínkami se řídí těmito Všeobecnými obchodními podmínkami.

g) Účelem těchto obchodních podmínek je stanovit pravidla, za kterých vydavatel poskytuje inzerci v jím vydávaných, resp. provozovaných médiích. K ustanovením obchodních podmínek objednatele nebo jiným jeho jednostranným úkonům či prohlášením, kterými má být vyloučeno použití těchto obchodních podmínek, se nepřihlíží.

h) Pokud je objednatel podnikatelem, neuplatní se ustanovení § 1799 a 1800 zákona č. 89/2012 Sb. (občanský zákoník).