

SMLOUVA O INZERCÍ

uzavřená dále uvedeného dne, měsíce a roku mezi účastníky:

Vydavatelem:

KULT, z. s.

se sídlem Drobného 292/12, 602 00 Brno

IČ: 22825231, DIČ: -

jednající Ing. Radkem Holíkem, předsedou

Společnost je zapsána u KS v Brně,

odd. L, vložka 14398

Fio banka, a. s., č. ú.: 2700146800/2010

(dále také jen „v y d a v a t e l“)

Objednatelem:

Statutární město Brno, Magistrát města Brna

Odbor strategického rozvoje a spolupráce MMB

se sídlem Dominikánské nám. 196/1, 602 00 Brno

IČ: 44992785, DIČ: CZ44992785

v zastoupení: JUDr. Markétou Vaňkovou,

primátorkou města Brna

podpisem smlouvy pověřený: Mgr. František

Kubeš, vedoucí Odboru strategického rozvoje a

spolupráce MMB

č. ú.: Česká spořitelna, a.s., 111 211 222/0800

(dále také jen „o b j e d n a t e l“)

t a k t o:

I.

1. Pro účely této Smlouvy se konstatuje, že vydavatel vydává: kulturně společenský magazín **KULTINO***; provozuje webovou stránku stejného zaměření v síti Internet na adrese www.kultino.cz atd.

2. Periodicita, náklad, uzávěrka jednotlivých čísel a další podrobnosti o výše zmíněných mediích jsou uvedeny v ceníku inzerce (MediaKit), který je zveřejněn a průběžně aktualizován na tomto odkazu: <https://bit.ly/3zb2eoj>.

II.

1. Předmětem této smlouvy je realizace reklamy v dále dohodnutých mediích vydávaných, resp. provozovaných vydavatelem, a to v rozsahu dohodnutém v bodě III. Smlouvy. Za realizaci reklamy se objednatel zavazuje zaplatit dále dohodnutou cenu.

III.

1. Vydavatel se zavazuje zveřejňovat reklamu objednatel v mediích **KULTINO*** a **kultino.cz** v období od 1. 1. 2024 do 31. 12. 2024 v rozsahu dle velikosti otištěné reklamy v celkové částce nepřekračující 200 000 Kč bez DPH.

IV.

1. Cena za všechny činnosti vydavatele uvedené pod bodem III. Smlouvy je určenou dohodou smluvních stran a řídí se ceníkem inzerce spolupráce příslušného kalendářního roku (MediaKit), který je vyvěšený v síti Internetu na adrese <https://bit.ly/3zb2eoj>. Cena za jedno vydání bude vždy stanovena na základě velikosti inzertní plochy, na které bude otištěna reklama objednatel. Vydavatel poskytne objednavateli 10% slevu z ceny inzertní. Vydavatel není plátcem DPH, cena je konečná. K cenám bude připočtena DPH dle platných předpisů v případě, že se vydavatel stane plátcem DPH.

2. Cena je splatná na v záhlaví uvedený bankovní účet vydavatele na základě faktury, která bude vydavatelem vystavena se 14denní splatností a zaslána objednateli nejpozději v den vydání časopisu. Objednatel se zavazuje zaplatit cenu ve lhůtě 14 dnů ode dne doručení faktury. V případě pochybností se má za to, že faktura byla doručena třetí den po odeslání.

3. Dílčími objednávkami inzerce je pověřena Ing. arch. Jana Hrubanová, vedoucí referátu Urban centrum Brno, OSRS, MMB.

V.

1. Nedílnou součástí této Smlouvy jsou obchodní podmínky vydavatele, stejně jako přílohy nebo dodatky k této smlouvě, které budou takto označeny a podepsány oběma smluvními stranami s uvedením data podpisu. V případech těmito dokumenty neřešených se použijí příslušná ustanovení zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů.

2. Jakékoliv změny této smlouvy musí být učiněny písemně a schváleny podpisem obou smluvních stran.

4. Tato smlouva je vyhotovena ve třech vyhotoveních, z nichž objednatel obdrží dvě a vydavatel jedno vyhotovení.

5. Účastníci této smlouvy prohlašují, že se seznámili s textem smlouvy a uvádějí, že smlouva nebyla sepsána v tísni či za nápadně nevýhodných podmínek a na důkaz toho připojují své vlastnoruční podpisy.

Obchodní podmínky

vydané ve smyslu ustanovení § 1751 zákona č. 89/2012 Sb.

1. Předmět

1. Předmětem Obchodních podmínek je úprava obchodně-závazkových vztahů mezi objednatelům a vydavatelem vyplývající z Objednávky či Smlouvy o inzerci uzavřené mezi objednatelům a vydavatelem včetně jejich příloh a dodatků (dále také jen „Smlouva“).

2. Definice některých pojmů

1. Pokud se ve Smlouvě nebo Obchodních podmínkách používají tyto pojmy, mají následující význam:

- **Misto** – inzerce základních kontaktních údajů objednatelům v jednotné sekci Misto na internetových stránkách www.kult.cz, jež má přesně dané parametry, které jsou objednatelům předem sděleny.
- **Akce** – inzerce základních údajů o představení objednatelům v jednotné sekci Akce na internetových stránkách www.kult.cz, jež má přesně dané parametry, které jsou objednatelům předem sděleny.
- **Na minutku** – krátký textový příspěvek objednatelům v jednotné sekci Na minutku na internetových stránkách www.kult.cz, jež má přesně dané parametry, které jsou objednatelům předem sděleny.
- **Logo** – inzerce formou loga v sekci Partneři na internetových stránkách vydavatele a odkazu (prolinku) na internetové stránky objednatelům.
- **Bannerová reklama** – inzerce objednatelům formou reklamního proužku (banneru) na internetových stránkách vydavatele dle předem sjednaných parametrů a umístění.
- **Number of visits** – počet návštěv internetových stránek vydavatele. Počet je běžně udáván za období jednoho měsíce.
- **Unique visitors** – počet unikátních návštěvníků internetových stránek vydavatele. Počet je běžně udáván za období jednoho měsíce.
- **1. strana obálky** – titulní stránka časopisu.
- **2. strana obálky** – druhá stránka časopisu.
- **3. strana obálky** – předposlední stránka časopisu.
- **4. strana obálky** – poslední stránka časopisu.
- **PR článek z vašich podkladů** – inzerce formou rozhovoru, recenze či jiného formátu reklamního článku v titulech nebo na internetových stránkách vydavatele. Tento typ článku je vždy označen zkratkou – PR –.
- **Krátké články, tipy** – krátký textový příspěvek objednatelům o rozsahu 300-600 znaků ilustrovaný fotografií a doplněný odkazem na další informace umístěný v časopisech vydavatele.
- **Newsletter** – zařazení reklamního sdělení, článku či banneru objednatelům do newsletteru vydavatele rozesílaného na internetové adresy jeho partnerů, klientů, zákazníků a čtenářů.
- **Uzávěrka inzerce** – poslední termín pro objednání a dodání inzerce objednatelům vydavatelům.
- **Distribuční kapsa** – kovová kapsa, v níž jsou umístěny tituly vydavatele.
- **Distribuční místo** – místo, na něž je distribuován některý z titulů vydavatele.

3. Práva a povinnosti vydavatele

1. Vydavatel odpovídá za kvalitu a úplnost provedené reklamy. Reklamu je povinen realizovat v médiích, době a rozsahu dle dohody ve Smlouvě.

2. Vydavatel neodpovídá za účinnost a ohlas reklamy.

3. Vydavatel si vyhrazuje právo provést úpravy v případě nevhodných podkladů nebo nečitelného textu podkladů, včetně vlastní redakční úpravy spojené s přípravou celého projektu. Vydavatel si vyhrazuje právo odmítnout reklamu, jejíž podklady jsou nevhodné. V případě, že vydavatel nevytiskne reklamu z důvodů uvedených v předchozí větě, nevznikne objednatelům povinnost k úhradě smluvní ceny (příp. části ceny za reklamu v příslušném čísle časopisu, byla-li tato ve Smlouvě stanovena).

4. Vydavatel je oprávněn změnit periodicitu, náklad, distribuci nebo termín uzávěrky jednotlivých médií uvedených v bodu 1. Smlouvy. O těchto změnách je povinen včas informovat objednatelům a předložit mu návrh náhradního zveřejnění objednatelům reklamy s ohledem na tyto změny. V takovém případě je objednatel oprávněn od této smlouvy, případně od její dosud nesplněné části, odstoupit. Neoznámí-li objednatel vydavatelům, že odstoupuje od smlouvy, nejpozději do pěti pracovních dnů ode dne oznámení o změnách, má se za to, že s navrženým náhradním zveřejněním reklamy souhlasí. Cenové ujednání dle Smlouvy zůstává nedotčeno.

6. Vydavatel má právo odstoupit od Smlouvy za předpokladu, že tento přestane vydávat, resp. provozovat médium, v němž má být reklama ve smyslu bodu 1. Smlouvy realizována.

4. Práva a povinnosti objednatelům

1. Objednatel se zavazuje vydavatelům zaplatit cenu dohodnutou ve Smlouvě.

2. Objednatel je povinen poskytnout vydavatelům nezbytnou součinnost, zejména podávat požadované vysvětlení a včas předat veškeré podklady pro zpracování reklamy.

3. Objednatel vydavatelům předá nejpozději do uzávěrky inzerce příslušného čísla časopisu podklady, ze kterých plyne vlastní obsah a grafická úprava reklamy, a které splňují požadavky tiskové kvality, nejlépe ve formátu uvedeném v objednávkové inzerce (dále jen „podklady“). Formáty inzerce jsou uvedené v MediaKitu, na který odkazuje bod 1.2. Smlouvy. Tento termín platí analogicky i pro případ reklamy na webové stránce.

4. Objednatel odpovídá za to, že vydavatelům předané podklady pro vytvoření reklamy mají patřičnou kvalitu.

5. Objednatel prohlašuje, že jím požadovaná reklama je zcela v souladu s platnými právními předpisy, zejména že neobsahuje podvodné, nepravdivé a zavádějící informace či jiné informace, jež by ohrožovaly nebo snižovaly lidskou důstojnost, nepříznivě zasahovaly do práv na ochranu společnosti, vedly k nekalé soutěži či byly v rozporu s osobnostními, autorskými či jinými právy jakékoliv třetí strany nebo svými následky poškozovaly práva třetích osob. Vydavatel není povinen kontrolovat, zda reklama není v rozporu s uvedenými podmínkami, pokud to však zjistí, je oprávněn zveřejnění odmítnout. Na tuto skutečnost je povinen objednatelům upozornit. V takovém případě se má zato, že objednatelům nebyly řádně dodány podklady podle bodu 4.3. Obchodních podmínek.

6. Objednatel je povinen umožnit viditelné umístění titulů vydavatele i jeho smluvních partnerů na dobře přístupném místě svého podniku (např. kulturního zařízení, hotelu atd.), jehož je objednatel vlastníkem či provozovatelem, po celou dobu účinnosti této smlouvy a zároveň se tímto zavazuje k pravidelné celoroční distribuci všech titulů vydavatele. Objednatel bere na vědomí, že časopisy budou zájemcům poskytovány bezplatně.

8. Objednatel se zavazuje po celou dobu trvání této smlouvy odkazovat ze svých internetových stránek na webové stránky www.kult.cz.

9. Objednatel, s ohledem na účinnost zákona č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti, uděluje souhlas se zasláním obchodního sdělení elektronickou i pozemní poštou. Obsahem tohoto sdělení je informace o uzávěrkách titulů vydavatele, informace o jeho internetových stránkách, dalších aktivitách vydavatele, včetně aktivit jeho partnerů.

5. Reklama

1. Objednatel má právo uplatnit reklamaci za nedodržení obsahové – textové nebo grafické stránky reklamy. Reklamae v písemné formě musí být doručena vydavatelům ve lhůtě 14 dnů ode dne vydání příslušného čísla časopisu, resp. zveřejnění na webové stránce.

2. Vydavatel je povinen objednatelům zaslat své vyjádření k reklamaci ve lhůtě do 14 dnů od obdržení písemné reklamace a v případech oprávněné reklamace navrhnout formu a výši nápravy. Volba mezi jednotlivými formami nápravy přísluší vydavatelům. V oprávněných případech má objednatel právo na nápravu formou:

- náhradní realizace reklamy v dalším vydání předmětného časopisu
- slevy ze smluvní ceny při uzavírání další smlouvy o inzerci
- přiměřené slevy ve výši maximálně 50 % ze smluvní ceny (příp. z části ceny pro reklamu v příslušném čísle časopisu, byla-li ve Smlouvě stanovena.)

3. Vydavatel zejména neodpovídá za případné rozdíly v barevném odstínu předlohy a tisku, pokud tyto byly způsobeny obvyklou tiskářskou technologií.

4. Uplatnění i oprávněné reklamace nemá vliv na povinnost objednatelům uhradit smluvní cenu v termínu splatnosti a nezakládá právo objednatelům odstoupit od Smlouvy.

6. Smluvní pokuta

1. V případě prodlení objednatelům s úhradou smluvní ceny je objednatel povinen vydavatelům uhradit smluvní pokutu ve výši 0,05 % z dlužné částky denně. Právo vydavatele na náhradu případné škody tím není dotčeno.

2. V případě, že objednatel nedodá vydavatelům podklady podle bodu 4.3. Obchodních podmínek, je povinen zaplatit vydavatelům smluvní pokutu ve výši 10 % ze smluvní ceny (příp. z části ceny za reklamu v příslušném čísle časopisu, byla-li ve Smlouvě stanovena). V případě, že objednatel tyto podklady nedodá ani nejpozději 3 dny po uzávěrce inzerce příslušného čísla časopisu, který je uveden v ceníku, je povinen zaplatit vydavatelům smluvní pokutu ve výši 100 % ze smluvní ceny (příp. z části ceny za reklamu v příslušném čísle časopisu, byla-li ve Smlouvě stanovena) a vydavatel není povinen zveřejnit objednatelům reklamu. Právo vydavatele na náhradu případné škody tím není dotčeno.

3. Neuveřejní-li vydavatel vůbec reklamu objednatelům v důsledku porušení svých povinností, není objednatel povinen uhradit smluvní cenu (příp. část ceny za reklamu v příslušném čísle časopisu, byla-li ve Smlouvě stanovena) a vydavatel je povinen zaplatit objednatelům smluvní pokutu ve výši 10 % ze smluvní ceny (příp. z části ceny pro reklamu v příslušném čísle časopisu, byla-li ve Smlouvě stanovena).

7. Odpovědnost za škodu

1. Objednatel odpovídá za škodu způsobenou vydavatelům v souvislosti s otiskem reklamy, která je v rozporu s bodem 4. 5. nebo obsahuje jméno nebo vyobrazení (fotografické nebo jiné) jakékoli živící osoby, která může být identifikována, aniž by obdržel souhlas k jeho publikaci.

2. Vydavatel nenese odpovědnost za vady a chyby, které se vyskytnou v podkladech dodaných objednatelům.

3. Vydavatel není povinen realizovat reklamu a není odpovědný za škodu vzniklou objednatelům, prokáže-li, že mu ve splnění povinností ze smlouvy dočasné nebo trvale zabránila mimořádná nepředvídatelná a nepřekonatelná překážka vzniklá nezávisle na jeho vůli. Překážka vzniklá z vydavatelových osobních poměrů nebo vzniklá až v době, kdy byl vydavatel s plněním smlouvené povinnosti v prodlení, ani překážka, kterou byl vydavatel podle smlouvy povinen překonat, ho však povinností k náhradě nezprostit.

8. Závěrečná ustanovení

1. Objednatel prohlašuje, že bez výhrad souhlasí s těmito obchodními podmínkami.

2. Smluvní vztah mezi vydavatelem a objednatelům se řídí obchodními podmínkami, smlouvou o inzerci, písemnými přílohami a dodatky Smlouvy, které takto budou označeny a podepsány objednatelům i vydavatelem s uvedením data podpisu.

3. V případě, že se některé ustanovení Smlouvy, popř. těchto obchodních podmínek stane nebo bude shledáno neplatným či neúčinným, zůstávají ostatní ustanovení této Smlouvy a/nebo těchto obchodních podmínek nadále v platnosti a účinné. Strany se zavazují nahradit vadné ustanovení ustanovením jiným, bezvadným, které svým obsahem a účelem nejlépe odpovídá smyslu ustanovení původního neúčinného.

4. V případech těmito dokumenty neupravených se použijí příslušná ustanovení zák. č. 89/2012 Sb. občanský zákoník.

5. Pro případ doručování platí, že písemnosti zaslání formou doporučeného dopisu na adresu uvedenou ve Smlouvě, které adresátoři nebudou doručeny a budou vráceny zpět odesílatelům, odesílatel odesílá adresátoři opětovně. V tomto případě při opětovném druhém nepřevzetí dané písemnosti se písemnost patnáctým dnem od jejího uložení považuje za doručenu. Dojde-li kdykoliv v době po uzavření Smlouvy a za doby účinnosti Smlouvy ke změně adresy objednatelům, jen tento povinen sdělit vydavatelům novou adresu pro doručování.