

**SMLOUVA NA PŘEDMĚT PLNĚNÍ č. SML/2018/03122**

uzavřená ve smyslu § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „občanský zákoník“), mezi těmito smluvními stranami:

**MAFRA, a.s.**

se sídlem: Karla Engliša 519/11, 150 00 Praha 5  
zastoupená předsedou představenstva panem Ing. Štěpánem Košíkem a  
místopředsedou představenstva panem Ing. Michalem Berkou  
IČO: 45313351  
DIČ: CZ45313351  
Tel.: [REDACTED]  
Bankovní spojení: [REDACTED]  
Číslo účtu: [REDACTED]  
(dále jen „Poskytovatel“)

a

**Hlavní město Praha**

se sídlem Mariánské náměstí 2, Praha 1, 110 01  
jednající Ing. Eduardem Šusterem, ředitelem Městské policie hl. m. Prahy  
na základě pověření Zastupitelstva hl. m. Prahy  
IČO: 00064581  
DIČ: CZ00064581  
Bankovní spojení: PPF banka a. s.  
číslo účtu: 620023-5157998/6000  
*korespondenční a fakturační adresa:*  
Hlavní město Praha, Městská policie hlavního města Prahy  
Korunní 98, Praha 10, 101 00  
(dále jen „Objednatel“)

Poskytovatel a Objednatel se v souladu s výsledky zadávacího řízení veřejné zakázky malého rozsahu „Reklamní kampaň na webovém portálu iDos.cz pro potřeby Městské policie hl. m. Prahy - 70817“, ve kterém Poskytovatel přijal výzvu Objednatele, dohodli na následujícím znění smlouvy na předmět plnění (dále jen „Smlouva“).

**I.****Předmět smlouvy a předmět plnění**

1. Předmětem této Smlouvy je závazek Poskytovatele spočívající v zajištění reklamní kampaně Objednatele na webovém portálu Poskytovatele pro potřeby Městské policie hl. m. Prahy (dále jen MP HMP). Plněním Smlouvy se rozumí umístění bannerové inzerce na webovém portálu iDos.cz se zaměřením na náborovou kampaň MP HMP (dále jen „předmět

plnění“). Součástí předmětu plnění je i povinnost Objednatele zaplatit za řádně provedený předmět plnění Poskytovateli cenu dle čl. III odst. 2 Smlouvy.

2. Poskytovatel se zavazuje provádět předmět plnění s odbornou péčí, v souladu se zájmy Objednatele. Poskytovatel je povinen Objednateli bez zbytečného odkladu sdělovat všechny jím zjištěné skutečnosti, které by mohly ovlivnit či změnit pokyny či zájmy Objednatele. Od pokynů Objednatele se smí Poskytovatel odchýlit pouze tehdy, je-li to naléhavě nezbytné vzhledem k zájmům Objednatele a jen tehdy, nelze-li včas získat souhlas Objednatele.

## **II.**

### **Podrobná specifikace předmětu plnění**

1. Smluvní strany se dohodly, že Poskytovatel poskytne Objednateli předmět plnění dle Mediaplánu, který je Přílohou č. 1 Smlouvy.
2. Poskytovatel poskytne předmět plnění na webovém portálu iDos.cz s cílením na celé území ČR, mimo území hlavního města Prahy
3. Předmět plnění bude realizován ve formě reklamní plochy ve variabilních grafických formátech specifikovaných na základě Mediaplánu.
4. Předmět plnění bude zaměřen na celé území České republiky s výjimkou regionu Hlavního města Prahy.
5. Předmět plnění se bude realizovat po dobu 25 týdnů.
6. Objednatel se zavazuje předat Dodavateli veškeré podklady potřebné k zahájení realizace předmětu plnění bezprostředně po nabytí platnosti a účinnosti Smlouvy.

## **III.**

### **Cenové ujednání a platební podmínky**

1. Ceny za předmět plnění na základě této Smlouvy jsou stanoveny jako ceny konečné, platné po celou dobu trvání Smlouvy, neměnné bez ohledu na vývoj inflace, či jiných skutečností, promítajících se do ceny výrobků, technologií či služeb na trhu.
2. Jednotkové ceny za předmět plnění jsou uvedeny v Mediaplánu, který je Přílohou č. 1 Smlouvy.

**Celková cena za předmět plnění činí 650 000,- Kč bez DPH.**

3. Objednatel zaplatí Poskytovateli za provedený předmět plnění na základě dílčích faktur vystavených Poskytovatelem. Částka uvedená v dílčí faktuře bude Poskytovatelem vypočítána vždy na základě skutečného poskytování předmětu plnění jako součet za jednotlivý měsíc, nedohodnou-li se smluvní strany jinak.

4. Nedílnou součástí faktury bude vždy rozpis jednotlivých částí předmětu plnění ve vyúčtovaném kalendářním měsíci.

5. Lhůta splatnosti faktury je 21 (dvacet jedna) dnů ode dne doručení Objednateli. Za uhrazenou se faktura považuje v den, kdy Poskytovatel obdržel platbu na svůj účet.

6. Faktura musí obsahovat náležitosti účetního dokladu ve smyslu ustanovení § 11 zákona č. 563/1991 Sb., o účetnictví, ve znění pozdějších předpisů a stanovené náležitosti daňového dokladu ve smyslu ustanovení § 29 zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, ve znění pozdějších předpisů.

7. V případě, že faktura nebude obsahovat požadované údaje a nebude vystavena v dojednané výši, je Objednatel oprávněn vrátit ji ve lhůtě 10 (deseti) dnů od jejího obdržení Poskytovateli s uvedením chybějících náležitostí nebo nesprávných údajů. V takovém případě přestane běžet lhůta splatnosti faktury a nová lhůta začne běžet doručením opravené faktury Objednateli.

#### **IV.**

##### **Odpovědnost za předmět plnění**

1. V případě, že Poskytovatel neposkytne předmět plnění řádně a s odbornou péčí dle čl. I odst. 2 Smlouvy a Objednateli tak vznikne z tohoto důvodu škoda, odpovídá za ni Poskytovatel v plné výši. V případě poskytnutí předmětu plnění v rozporu s čl. I a II Smlouvy, je Objednatel oprávněn od Smlouvy odstoupit.

#### **V.**

##### **Dodací podmínky**

1. Realizace předmětu plnění bude prováděna na základě této Smlouvy.

2. Místem plnění je webový portál iDos.cz s cílením na celé území ČR, mimo území hlavního města Prahy.

3. Poskytovatel je oprávněn pozastavit realizaci předmětu plnění v případě, že Objednatel je v prodlení s úhradou předchozí části předmětu plnění, a to až do doby, kdy Poskytovatel obdrží opožděnou platbu od Objednatele na svůj účet.

4. Smluvní strany se dohodly, že pro realizaci předmětu plnění a jednání ve věcech smluvních je kontaktní osobou  
za Dodavatele:

za Objednatele:

5. Dojde-li ke změně těchto osob, jsou smluvní strany povinny tuto skutečnost prokazatelně oznámit, a to nejpozději do 5 dnů ode dne rozhodné skutečnosti.

6. Poskytovatel je povinen oznámit Objednateli bez odkladu nepředvídané objektivní překážky, které znemožňují realizaci předmětu plnění ve sjednaném termínu a která nejsou způsobena úmyslným či nedbalostním jednáním Poskytovatele. V takovém případě obě strany neprodleně dohodnou nový termín předmětu plnění.

## **VI.**

### **Smluvní sankce**

1. V případě, že Poskytovatel neposkytne Objednateli předmět plnění řádně a ve lhůtě stanovené v této smlouvě, je Objednatel oprávněn uplatnit právo na smluvní sankci formou slevy ve výši 0,1% z ceny objednaného předmětu plnění za každý den prodlení, nejvýše však do 100 % z ceny neposkytnuté části předmětu plnění, pokud se smluvní strany nedohodnou jinak. V případě, že slevu nebude možno uplatnit, má Objednatel právo na finanční plnění od Poskytovatele, a to ve výši vzniklého nároku na slevu.

2. Neuhradí-li Objednatel fakturu v termínu splatnosti, je Poskytovatel oprávněn uplatnit právo na úroky z prodlení ve výši 0,1 % z fakturované částky za každý započatý den prodlení, nejvýše však do výše 100 % z ceny předmětu plnění, pokud se smluvní strany nedohodnou jinak.

3. V případě vadného plnění není uplatněním smluvních sankcí dotčeno právo obou účastníků na náhradu škody dle obecně platných předpisů.

4. Smluvní strany výslovně souhlasí s tím, že ustanovení § 2050 občanského zákoníku se na závazky vyplývající pro ně z této smlouvy nepoužije.

## **VII.**

### **Zvláštní ujednání**

1. Smluvní strany výslovně souhlasí s tím, aby toto ujednání bylo uvedeno v Centrální evidenci smluv (CES) vedené hl. m. Prahou, která je veřejně přístupná a která obsahuje údaje o smluvních stranách, předmětu smlouvy, číselné označení této smlouvy a datum jejího podpisu.

2. Smluvní strany prohlašují, že skutečnosti uvedené v tomto ujednání nepovažují za obchodní tajemství dle § 504 občanského zákoníku a udělují svolení k jejich užití a zveřejnění bez stanovení jakýchkoli dalších podmínek.

3. Smluvní strany výslovně sjednávají, že uveřejnění této Smlouvy v registru smluv dle zákona č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv) zajistí hl. m. Praha

## VIII. Závěrečná ustanovení

1. Tato Smlouva nabývá platnosti podpisem smluvními stranami a účinností okamžikem jejího zveřejnění v registru smluv.
2. Odstoupit od Smlouvy mohou obě smluvní strany ze zákonem stanovených důvodů či za podmínek uvedených v této Smlouvě.
3. Smlouva je vyhotovena ve 4 stejnopisech s platností originálu, z nichž Poskytovatel obdrží 2 vyhotovení a Objednatel 2 vyhotovení.
4. Změny a doplňky této Smlouvy lze činit jen písemnou formou na základě dohody obou smluvních stran.
5. Další práva a povinnosti obou stran, zejména postup při realizaci kampaně, platební, stornovací a reklamní podmínky jsou upraveny Všeobecnými obchodními podmínkami Poskytovatele, které tvoří přílohu č. 2 Smlouvy.
6. Věci touto Smlouvou neupravené se řídí ustanoveními občanského zákoníku.
7. Nedílnou součástí této Smlouvy jsou následující přílohy:

Příloha č. 1 Smlouvy - Mediaplán

Příloha č. 2 Smlouvy - Všeobecné obchodní podmínky Poskytovatele

V Praze dne:



.....  
za Poskytovatele

Ing. Štěpán Košík  
předseda představenstva



Ing. Michal Berka  
místopředseda představenstva

16-02-2018

V Praze dne:



za Objednatel

Ing. Eduard Šuster  
Ředitel Městské policie hl. m. Prahy

HLAVNÍ MĚSTO PRAHA  
Městská policie hl. m. Prahy  
Kancelář ředitele 2  
101 00 Praha 10, Korunní 98

| OBDOBÍ                              |             |            |              |                |          |             |                                     |                  |                      |                       |                    |
|-------------------------------------|-------------|------------|--------------|----------------|----------|-------------|-------------------------------------|------------------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| Publikace                           | URL serveru | Forma      | Rozměr v px. | Formát         | Velikost | Počet týdnů | Období                              | Počet zobrazení  | Celkem gross         | Sleva v % / Kč        | Celkem net         |
| IDOS cz - Celá ČR<br>( mimo Prahu ) | www.idos.cz | Widesquare | 210x210      | jpeg, gif, png | 45 kb    | 4           | 4x Týdny s garancí 4x 1.537.500 IMP | 4x 1.537.500 IMP | 307.500 Kč bez DPH   | -64,62%               | 108.000 Kč bez DPH |
|                                     | www.idos.cz | Widesquare | 210x210      | jpeg, gif, png | 45 kb    | 4           | 4x Týdny s garancí 4x 1.537.500 IMP | 4x 1.537.500 IMP | 307.500 Kč bez DPH   |                       | 108.240 Kč bez DPH |
|                                     | www.idos.cz | Widesquare | 210x210      | jpeg, gif, png | 45 kb    | 5           | 5x Týdny s garancí 5x 1.230.000 IMP | 5x 1.230.000 IMP | 307.500 Kč bez DPH   |                       | 108.340 Kč bez DPH |
|                                     | www.idos.cz | Widesquare | 210x210      | jpeg, gif, png | 45 kb    | 4           | 4x Týdny s garancí 4x 1.537.500 IMP | 4x 1.537.500 IMP | 307.500 Kč bez DPH   | -64,8%                | 108.240 Kč bez DPH |
|                                     | www.idos.cz | Widesquare | 210x210      | jpeg, gif, png | 45 kb    | 4           | 4x Týdny s garancí 4x 1.537.500 IMP | 4x 1.537.500 IMP | 307.500 Kč bez DPH   |                       | 108.340 Kč bez DPH |
|                                     | www.idos.cz | Widesquare | 210x210      | jpeg, gif, png | 45 kb    | 4           | 4x Týdny s garancí 4x 1.537.500 IMP | 4x 1.537.500 IMP | 307.500 Kč bez DPH   |                       | 108.240 Kč bez DPH |
| Celkem                              |             |            |              |                |          | 25          |                                     | 36.800.000 IMP   | 1.545.000 Kč bez DPH | -1.195.000 Kč bez DPH | 650.000 Kč bez DPH |



# mediální skupina **mafra**

TISK · INTERNET · TV · RÁDIA · TISKÁRNY

## I. ZÁKLADNÍ USTANOVENÍ

1. Tyto Všeobecné obchodní podmínky (dále také jen „VOP“) upravují smluvní vztahy mezi obchodní společností MAFRA, a. s., se sídlem Praha 5, Karla Engliša 519/11, PSČ 150 00, IČ: 45313351, DIČ: CZ45313351, zapsané v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka č. 1328 (dále jen „vydavatelství“) a zadavatel při šíření reklamy a jiné inzerce (dále společně jen „reklama“):

- a) v deníku Mladá fronta DNES (a všech jeho přílohách),
- b) v deníku Lidové noviny (a všech jeho přílohách),
- c) v deníku Mladá fronta a magazínu Men Women ONLY,
- d) v rámci nabídek TOP KOMBI a ULTRA KOMBI,
- e) v týdenících 5plus2 a TĚMA,
- f) na internetovém serveru iDNES.cz,
- g) na internetovém serveru lidovky.cz, resp. zpravy.cz,
- h) na internetovém serveru jobdnes.cz, aaapoptavka.cz, reality.idnes.cz, automobil.cz, akcnicany.cz, expres.cz
- i) na internetovém serveru 5plus2.cz,
- j) v televizním vysílání hudební stanice ŮČKO, ŮČKO Star a ŮČKO Expres a
- k) v ostatních tiskovinách a jiných mediích vydávaných, provozovaných či zastupovaných vydavatelstvím nebo osobami tvořícími s vydavatelstvím koncern.

Komunikační média uvedená shora pod písmeny a) až k) budou dále nazývána společně též „média“. Existují-li pro jednotlivé služby vydavatelství zvláštní obchodní podmínky, uplatní se tyto VOP subsidiárně vedle těchto zvláštních obchodních podmínek.

2. V případě tištěných médií uvedených pod písmeny a) až e) a i) se reklamou pro účely těchto VOP rozumí část tištěné strany některého z médií obsahující sdělení jiné osoby, než vydavatele příslušného média, které netvoří redakční text, prospektová příloha, tedy externí příloha některého z těchto médií, a štitky na titul, pokud je takové sdělení šířeno za úplaty nebo jinou protihodnotu. V případě elektronických médií uvedených pod písmeny f) až k) se reklamou pro účely těchto VOP rozumí jakékoliv sdělení jiné osoby než provozovatele příslušného média, které netvoří redakční obsah příslušného média a je šířeno za úplaty nebo jinou protihodnotu, včetně sponzoringu, teleshoppingu a umístění produktu. Za reklamu se považují veškerá sdělení třetích osob uvedená v tomto odstavci, i když nejsou určena k podpoře prodeje produktů či služeb zadavatele (či jiné osoby) nebo nejsou činné v souvislosti s podnikatelskou činností zadavatele či jiné osoby.

3. Zadavatelem se rozumí objednatel, který objedná šíření reklamy.

4. K šíření reklamy dochází na základě jednotlivých smluv o dílo nebo obdobné smlouvy (dále společně jen „smlouva o dílo“) či na základě rámcové smlouvy a dílčích objednávek. Tyto smluvní vztahy se dále vedle těchto Všeobecných obchodních podmínek a práv platného právního řádu řídí Technickými podmínkami pro jednotlivá média, které jsou zveřejněny na webové adrese: [www.mafra.cz](http://www.mafra.cz). Odchylná ujednání ve smlouvě mají přednost před ustanoveními těchto VOP.

5. Nedílnou součástí těchto Všeobecných obchodních podmínek je práve platný ceník. Postup změn ceníku je upraven v čl. X.

## II. UZAVŘENÍ SMLOUVY

1. Zadavatel objednáva šíření reklamy obvykle písemnou objednávkou (dopisem, faxem, e-mailovou korespondencí). Objedávka však může být učiněna také ústně.

2. Objedávka musí obsahovat všechny potřebné náležitosti, které jsou nutné pro řádné šíření reklamy, a to zejména: obchodní firmu zadavatele či jeho jméno a příjmení nebo název, sídlo, identifikační číslo, DIČ a obvykle i jméno pracovníka odpovědného za objednávku. Dále zde musí být uvedeno médium, v němž má být reklama šířena, termín šíření, druh (např. plošný inzerát, rádkový inzerát, externí příloha, banner, spot, sponzoring) a eventuálně další údaje ohledně provedení a specifikace objednávky (např. jednotka vykrytí, umístění, rubrika, značka, barva). Vydavatelství si vyhrazuje právo odmítnout objednávky, které nebudou odpovídat tomuto odstavci.

3. K uzavření smlouvy dojde potvrzením objednávky, učiněné zadavatelem, vydavatelstvím. Vydavatelství potvrdí objednávku ústně či písemně (dopisem, faxem, e-mailovou korespondencí apod.). V případě, že nedojde k potvrzení objednávky vydavatelstvím ústně či písemně, považuje se za uzavření smlouvy uskutečnění šíření reklamy.

4. Objedávky externích příloh jsou pro vydavatelství závazné teprve po předložení vzorové přílohy a jejím schválení.

5. Vydavatelství si vyhrazuje právo dohodnout s klientem anebo zadavatelem prostřednictvím smlouvy individuální obchodní podmínky. Klient (a zadavatel) jsou povinni o těchto individuálních podmínkách zachovávat mlčenlivost.

## III. REKLAMA

1. Za včasné dodání podkladů reklamy je zodpovědný zadavatel. V případě, kdy dodané podklady podle věty první nebudou splňovat požadavky stanovené či obvykle vyžadované vydavatelstvím či budou jinak nevhodné pro šíření, bude o této skutečnosti vydavatelství bez zbytečného odkladu informovat zadavatele. Zadavatel je v takovém případě povinen doručit vydavatelství neprodleně vhodné náhradní podklady v požadovaném stavu. V případě, že reklamy budou využívat prvky umožňující sledování chování uživatele (cookies apod.) či zpracovávat osobní údaje, je zadavatel plně odpovědný za soulad takovéto reklamy s právními předpisy, zejména zákonem č. 101/2000 Sb., nařízením (EU) 2016/679 a zákonem 127/2005 Sb., a je správcem takových údajů. Tím není dotčeno právo vydavatelství využívat jim sbírané údaje samostatně.

2. Vydavatelství zaručuje kvalitu tisku běžnou pro požadované tiskové médium, kvalitu vysílání či zobrazení běžnou pro požadované elektronické média, a to v rámci možností daných dodávanými podklady.

3. Zadavatel je plně odpovědný za obsah reklamy. Zadavatel se zavazuje, že reklama předaná vydavatelství k šíření nebude v rozporu s právními předpisy, dobrými mravy, principy poctivého jednání a zásadami poctivého obchodního styku, a že šířením reklamy nebudou neoprávněně zasažena práva a oprávněné zájmy třetích osob (zejména, nikoliv však jen, právo na ochranu osobnosti fyzických osob, právo na ochranu dobré pověsti právnických osob, autorská práva, práva související s právem autorským a práva k ochranné známce), a nebudou ani porušeny obecné závazné právní předpisy, zejména zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v platném znění, zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, případně zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, v platném znění a že všechny finanční nároky vyplývající z užití autorských děl, popřípadě podobizen fyzických osob užitých v rámci reklamy a z práv souvisejících s právem autorským byly ke dni předání podkladů reklamy zadavatelem uspokojeny, to neplatí pro nároky kolektivních správců, tedy zejména OSA – Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním a INTERGRAM nezávislá společnost výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů, a to výlučně pokud se jedná o odměnu za šíření reklamy ve vysílání rozhlasových nebo televizních stanic. Zadavatel se výslovně zavazuje nepředávat k šíření reklamu na hazardní hry provozované bez základního povolení podle zákona č. 186/2018 Sb., o hazardních hrách či předpisů jej nahrazujících. Zadavatel se zavazuje, že pokud vydavatelství či vydavatel, popř. provozovatel příslušného média vznikne v důsledku šíření reklamy škoda nebo jiná újma, tuto škodu (újmu) v plné výši nahradí. Škodou se rozumí i náklady soudního či rozhodčího řízení, včetně nákladů na právní zastoupení v těchto věcech.

4. Vydavatelství dostane k volné dispozici všechny potřebné podklady pro šíření reklamy a není povinno tyto podklady uchovávat, případně zadavateli vracet. Vydavatelství není povinno provedenou reklamou archívoval.

## IV. RÁMCOVÁ SMLOUVA

1. Pokud by zadavatel zamýšlel šířit v průběhu roku určitý objem reklamy v některém z médií, má možnost uzavřít s vydavatelstvím rámcovou smlouvu o dílo pro jednotlivého inzerenta, která ho bude opravňovat ke slevám z ceny (dále jen „sleva“) vyplývajícím z této smlouvy pro objednávky sjednaného



konkrétního inzerenta v rámci stanovených médií či mediátupů. Slevy uvedené v ceníku reklamy jsou poskytovány pouze zadavateli za reklamu šířenou v příslušném médiu případně mediátupu v průběhu jednoho roku od data sjednání v rámci smlouvy, není-li v ní výslovně sjednána kratší lhůta. Pro jednotlivá média a dále pro reklamu v celostátním vydání Mladé fronty DNES, v krajských vydáních MF DNES, pro reklamu v Magazínu DNES + TV, v Lidových novinách, v magazínu Pátek Lidových novin, v deníku Metro a týdeníku 5plus2 a pro reklamu v podobě externí přílohy je nutno vždy uzavřít zvláštní rámcovou smlouvu. Vydavatelství je oprávněno některé mediátupy z dosahu rámcových smluv zcela vyloučit.

2.

Na základě rámcové smlouvy je zadavatel oprávněn požadovat v dohodnuté lhůtě i uveřejnění většího množství reklamy než je dáno rámcovou smlouvou. Vydavatelství se zavazuje neodmítnout souhlas s takovým navýšením rozsahu reklamy bez vážného důvodu. Pokud tímto navýšením vznikne zadavateli podle podmínek vydavatelství nárok na vyšší slevu podle platného ceníku, obdrží zadavatel po uplynutí doby platnosti rámcové smlouvy daňový dobropis na rozdíl mezi slevou sjednanou v rámcové smlouvě a slevou, která mu podle platného ceníku přísluší. Pokud nějaká objednávka nebude splněna z důvodů, za které vydavatelství nenes odpovědnost, právo zadavatele na slevu odpovídající nesplněné objednávce zaniká.

3.

V případě, kdy zadavatel neobjedná v příslušném médiu reklamu v rozsahu předpokládaném v rámcové smlouvě, jeho nárok na dohodnutou slevu v plném rozsahu zaniká a je povinen uhradit vydavatelství částku odpovídající již poskytnuté slevě. Nárok vydavatelství na náhradu škody či ušlého zisku tím není dotčen.

4.

Vedle slev předpokládaných v těchto všeobecných obchodních podmínkách mohou být s jednotlivými zadavateli písemně sjednány také zvláštní slevy. Zadavatel je povinen o těchto zvláštních slevách zachovávat mlčenlivost.

5.

V případě reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu určeného k šíření v rozhlasových stanicích nebo na televizních stanicích (zejména rodiny ŮČKO) je zadavatel povinen předat společně s příslušným nosičem hudební sestavu spotu nebo sponzorského vzkazu, obsahující název reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu, název každého užitého hudebního díla, pokud je pojmenováno, jméno autora hudby a textu, případně překladu textu, označení nakladatele a přesnou stopáž reklamního spotu a užitá hudby, a obsahuje-li spot nebo sponzorský vzkaz rovněž komerční snímek, i údaje o užitém komerčním snímku – označení výrobce spotu nebo sponzorského vzkazu a výrobce užitého komerčního snímku.

6.

Sleva, která náleží zákazníkovi na základě celkově dosaženého obrátu, bude poskytnuta v odpovídající částce v Kč nebo v EUR a bude rozpočtena poměrnou částkou ke všem předmětným fakturám.

## V. REALIZACE OBJEDNÁVKY

1.

Vydavatelství si vyhrazuje právo odmítnout šíření reklamy:

- v případě, kdy zadaná reklama nebude odpovídat uzavřené smlouvě o dílo, rámcové smlouvě či jiné dohodě anebo těmito všeobecným obchodním podmínkám či jiným podmínkám, jež se dle dohody stran použijí,
- v případě, kdy budou porušeny etické zásady vydavatelství nebo vydavatelů či provozovatelů jednotlivých médií, případně Kodex reklamy Rady pro reklamu
- z důvodu právně závadného obsahu reklamy, tzn. pokud obsah či šíření reklamy bude v rozporu s právními předpisy, dobrými mravy, zásadami poctivého obchodního styku a poctivého jednání nebo rozhodnutími orgánů veřejné správy,
- v případě, kdy vydavatelství bude mít důvodné pochybnosti o tom, zda u reklamy není dán důvod pro její odmítnutí podle písm. a) až c),
- v případě, kdy by reklama mohla svým formátem či provedením vyvolat u čtenářů, resp. posluchačů či diváků dojem, že se jedná o součást redakčního obsahu příslušného média nebo sdělení vydavatelství či vydavatele nebo provozovatele příslušného média,
- obsahující sdělení, reklamu či obchodní sdělení třetích osob, s výjimkou případu, kdy zadavatelem bude reklamní či mediální agentura a reklama bude obsahovat sdělení, reklamu či obchodní sdělení jejího zákazníka,
- kteřá bude zasahovat do práv a oprávněných zájmů vydavatelství či bude poškozovat nebo by mohla poškodit dobré jméno vydavatelství, jeho zaměstnanců, akcionářů anebo osob tvořících s vydavatelstvím koncern,
- v případě, kdy se bude jednat o reklamu konkurenta vydavatelství nebo vydavatele či provozovatele některého z médií,
- v případě, kdy zadavatel nepředá společně s nosičem reklamního spotu

nebo sponzorského vzkazu určeného k šíření v rozhlasových stanicích nebo na televizních stanicích (zejména rodiny ŮČKO) hudební sestavu spotu nebo sponzorského vzkazu, obsahující název reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu, název každého užitého hudebního díla, pokud je pojmenováno, jméno autora hudby a textu, případně překladu textu, označení nakladatele a přesnou stopáž reklamního spotu a užitá hudby, a obsahuje-li spot nebo sponzorský vzkaz rovněž komerční snímek, i údaje o užitém komerčním snímku – označení výrobce spotu nebo sponzorského vzkazu a výrobce užitého komerčního snímku,

- v případě, kdy zadavatel odmítne podepsat zvláštní slib odškodnění, jehož podpis bude v odůvodněných případech vydavatelstvím požadován,
- v případě, kdy zadavatel bude v reklamě vázat poskytnutí dalších informací na zaslání PR SMS a/nebo volání na telefonní čísla se zvláštním tarifem, ledaže se bude jednat o běžné reklamní soutěže a akce a/nebo
- anonymní reklamy týkající se voleb po dobu volební kampaně podle volebních zákonů nebo reklamy, která nesplňuje další požadavky volebních zákonů. V takovém případě vydavatelství sdělí své rozhodnutí o odmítnutí reklamy zadavateli bez zbytečného odkladu. Zadavatel je pak povinen bez zbytečného odkladu dodat vydavatelství bezvadné náhradní podklady. Při opakovaném odmítnutí reklamy jednoho zadavatele z důvodů uvedených v tomto odstavci má vydavatelství právo od uzavřené smlouvy odstoupit.

2.

Pokud není výslovně dohodnut termín šíření reklamy, potom závisí její uveřejnění na možnostech vydavatelství, popř. rozhodnutí vydavatele či provozovatele příslušného média.

3.

Pokud není výslovně dohodnuto určité umístění nebo určitá jednotka vykrytí, kde má být reklama šířena, potom závisí její šíření na možnostech vydavatelství.

4.

Objedávka reklamy, která má být realizována výhradně v určitém termínu s určitým umístěním nebo v určité jednotce vykrytí, musí být sdělena vydavatelství včas tak, aby mohla být zadavateli potvrzena. Aby vydavatelství mohlo zajistit ideální umístění reklamy v tištěných médiích, vyhrazuje si právo posunu termínu reklamy v těchto médiích, a to o jedno vydání dopředu nebo zpět. Toto ustanovení platí přiměřeně i pro elektronická média.

5.

Inzeráty jsou podle možnosti uveřejňovány v odpovídající rubrice bez nutnosti výslovné dohody.

6.

Vydavatelství si vyhrazuje právo na označení reklamy a to vhodným způsobem podle volby vydavatelství.

7.

Pokud si zadavatel objedná reklamu v podobě, která neodpovídá rozměrům a/ nebo formátu reklamní plochy či technickým možnostem příslušného média, vydavatelství upraví reklamu běžným způsobem, aniž by bylo povinno zadavatele informovat.

8.

Pokud si zadavatel objedná v tištěných či internetových médiích graficky nezpracovanou reklamu, zpracuje vydavatelství tuto reklamu běžným způsobem. Vydavatelství si však vyhrazuje právo provedení tohoto zpracování odmítnout.

9.

Vydavatelství je povinno u reklamy v tištěných médiích uveřejněných pod značkou shromažďovat, předávat nebo zasílat po dobu šesti týdnů po uveřejnění reklamy došlé odpovědi se značkou. Odpovědi se značkou, které přijdou po této lhůtě, může vydavatelství zlikvidovat.

10.

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

11.

Vydavatelství není povinno kontrolovat vhodnost umístění reklamy vzhledem k redakčnímu textu nebo jinému redakčnímu obsahu ani vzhledem k ostatním reklamám.

## VI. CENA DÍLA (REKLAMY), JEJÍ SPLATNOST A PLATEBNÍ PODMÍNKY, FAKTURACE

1.

Výše ceny za dílo je určena uzavřenou (rámcovou) smlouvou a není-li v ní výslovně dohodnuta, je určena těmito VOP a platným ceníkem vydavatelství v Kč (CZK) nebo v eurech (EUR) - ceny v EUR platí pro zahraniční klienty a jsou



# Všeobecné obchodní podmínky společnosti MAFRA, a. s.

uvedeny v platném ceníku vydavatelství v anglickém jazyce, byl –li pro danou službu takový ceník v anglickém jazyce s cenami v EUR vydán.

2.

Splatnost ceny za dílo je určena uzavřenou (rámcovou) smlouvou. Není-li v této smlouvě splatnost ceny dle sjednání, je cena splatná do 14 dnů ode dne vystavení faktury (daňového dokladu) vydavatelství, nejpozději však do 30 dnů ode dne šíření reklamy. Splátost faktury nastává i při vadách reklamy, právo zadavatele na slevu tím však není dotčeno. Vydavatelství odešle fakturu (daňový doklad) zadavateli na jeho poslední vydavatelství známou adresu, event. na jeho adresu zapsanou v obchodním rejstříku či jiné obdobné evidenci. Vydavatelství je oprávněno svým jednostranným rozhodnutím kdykoliv prodloužit dobu splatnosti jednotlivých faktur. Toto své rozhodnutí vydavatelství oznámí zadavateli vhodným způsobem v přiměřené lhůtě.

3.

Zadavatel bude hradit společně s reklamou také DPH v aktuální výši. Není-li výslovně uvedeno jinak, jsou ceny v cenících uvedeny bez DPH.

4.

Společně s fakturou zašle vydavatelství zadavateli na jeho žádost (která musí být učiněna současně s objednávkou reklamy, jinak ji vydavatelství není povinnou vyhovět) také doklad o šíření reklamy; to platí pouze pro tištěná média. Podle druhu a rozsahu objednávky jsou tak poskytovány výstřižky, stránky, kompletní výtisky nebo jejich kopie, popř. i jen doklady elektronickou formou (zejména ve formátu PDF a JPG). Pokud není možné tyto doklady obstarat, obdrží zadavatel od vydavatelství potvrzení o šíření reklamy. U řádkové inzerce se neposkytuje žádný doklad o uveřejnění.

5.

Při prodlení v placení je zadavatel povinen zaplatit úroky z prodlení v zákonné výši. Zadavatel je dále povinen hradit náklady spojené s vymáháním fakturované částky nebo částečných plateb. Vydavatelství má právo v případě prodlení v placení odmítnout realizaci dalších objednávek, včetně objednávek z rámcové smlouvy, nebo může jejich realizaci učinit závislou na přiměřených a včasných platbách předem.

6.

Pokud neuvede zadavatel přesnou velikost, formu, délku či jiný rozsah reklamy určené k šíření v příslušném médiu a přenechá toto rozhodnutí na vydavatelství, potom je základem pro vyúčtování skutečně uveřejněný rozsah reklamy

7.

Slevy uvedené v právě platném ceníku jsou poskytovány pouze na reklamu jednoho inzerenta uveřejněnou ve lhůtě jednoho roku. Tato lhůta začíná běžet dnem uveřejnění první reklamy.

8.

Zadavatel má právo uplatňovat zpětně nárok na slevu podle platného ceníku, a to v závislosti na skutečně šířeném počtu nebo objemu reklamy v časovém období jednoho roku, nebude-li dohodnuto či v ceníku jednotlivých médií stanoveno jinak.

9.

Bude-li zadavatel i přes upomínku vydavatelství v prodlení s úhradou svých splatných závazků vůči vydavatelství, je vydavatelství oprávněno rozhodnout, že právo na jakoukoliv slevu zadavateli nepřisluší, popř. zaniká, a to i zpětně. Právo na slevu zaniká okamžikem vystavení příslušného vrubopisu vystaveného vydavatelstvím.

10.

V případě, že např. z důvodu státního svátku dojde k posunu vydání deníku MF DNES s Magazínem DNES+TV anebo deníku Lidové noviny s Magazínem Pátek LN na jiný den, platí v tento den pro reklamu v deníku čtvrtěční (MF DNES), resp. páteční (LN) tarif.

11.

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

12.

Kombinované zakázky (např. TOP KOMBI ZAMĚSTNÁNÍ) jsou zadávány jako jedna objednávka, která je fakturována vždy po uveřejnění v MF DNES.

13.

Vydavatelství může uzavřít se zadavatelem samostatnou dohodu o elektronickém obchodním styku. Tato dohoda specifikuje technické řešení a definuje, že pro vzájemnou spolupráci (tj. vystavování a zasílání daňových dokladů (faktur) ze strany MAFRA, korespondenci obou smluvních stran týkající se vystavených daňových dokladů, dokládání uveřejnění inzerce v tištěných

médii MAFRA) bude komunikace zajišťována obvykle elektronickými prostředky.

14.

Faktury pro zahraniční klienty se vystavují buďto v EUR dle platného ceníku v anglickém jazyce (existuje-li pro danou službu platný ceník v anglickém jazyce s cenami v EUR) nebo v CZK s následným přepočtem na cizí měnu - pro přepočet se používá pro všechny faktury vystavené v jednom kalendářním měsíci vždy kurz ČNB platný prvního dne příslušného měsíce. Přípustí se započtení pohledávek v různých měnách, přičemž pro tyto účely bude použit kurz uvedený v předchozí větě. Započtení se vždy řídí českým právem.

15.

Vydavatelství je oprávněno požadovat plnou či částečnou úhradu předem (zejm. nový nebo zahraniční klient).

16.

Na webové adrese <http://www.mafra.cz/priloha-cenik-dph/> lze najít konečnou cenu inzerce včetně DPH u vybraných formátů MF DNES a Lidové noviny a případně dalších médií.

## VII. REKLAMACE

1.

Zadavatel má v případě zcela nebo částečně nečitelného, nesprávného či nekompletního otisku reklamy v tištěných médiích, nebo zcela nebo částečně nesprávného zobrazení či odvysílání reklamy v jiných mediích nárok na slevu z ceny nebo na šíření bezchybné náhradní reklamy, ale pouze v tom rozsahu, ve kterém byl poškozen účel reklamy. Toto právo je zadavatel povinen uplatnit u vydavatelství písemně do 2 týdnů od data šíření reklamy, jinak zaniká. Právo volby mezi způsoby uvedenými ve větě první náleží vydavatelství. Pokud vydavatelství neuveřejní náhradní reklamu bez zbytečného odkladu, nebo pokud náhradní reklama opakovaně není bezchybná, pak má zadavatel právo na slevu z ceny.

2.

Při opakovaném šíření reklamy je zadavatel povinen zkontrolovat ihned po každém uveřejnění jejich správnost a úplnost. Vydavatelství neuzná nárok na uveřejnění náhradní reklamy v tom případě, jestliže se při opakování objevil tentýž nedostatek, aniž by byl tento nedostatek bezprostředně (nejpozději do 3 dnů) po předchozím uveřejnění oznámen vydavatelství.

3.

V případě, že se vyskytnou v důsledku vadných podkladů nedostatky při zpracování, tisku, vkládání či jiném šíření reklamy, které nebyly zjevně rozeznatelné při přijetí objednávky, nemá zadavatel žádný nárok na slevu nebo šíření náhradní reklamy.

4.

Vydavatelství v žádném případě neodpovídá za škody, které nebyly vydavatelstvím zaviněny úmyslně nebo z hrubé nedbalosti, a za škody způsobené okolnostmi vylučujícími odpovědnost, mimořádnými a nepředvidatelnými překážkami vzniklými nezávisle na jeho vůli anebo vyšší mocí (za vyšší moc se podle dohody stran vždy považuje např. stávka, výluka, válka a omezení plynoucí z válečného stavu, teroristické útoky, povstání, působení přírodních sil, požár apod.). Vydavatelství není povinné hradit škodu jiné osobě než zadavateli. Ostatní zde sjednaná omezení odpovědnosti tím nejsou dotčena.

5.

Text reklamy je zadavateli zasílán ke korekturám pouze na výslovnou písemnou žádost zadavatele a pouze v případě, kdy je to z časových důvodů možné. Zadavatel zodpovídá za správnost a úplnost jím provedených korektur; zadavatel je povinen zaslat vydavatelství korektury písemně, jinak k nim vydavatelství není povinné přihlížet. Vydavatelství stanoví zadavateli přiměřenou (z hlediska možností vydavatelství) lhůtu pro provedení korektury; nebude-li tato lhůta stanovena, činí 12 hodin. Nedoručí-li zadavatel korektury do konce stanovené lhůty, je vydavatelství oprávněno šířit reklamu ve verzi zaslané ke korekturám. Zadavatel je povinen uvést v korektuře veškeré jím požadované změny. Vydavatelství zadavatelem požadované změny zapracuje a zašle zadavateli k nové korektuře, bude-li to z časových důvodů možné. Provádění dalších zadavatelem požadovaných změn po první korektuře může být zpoplatněno částkou 100,- Kč bez DPH (pro zahraniční klienty EUR 4,-) za každou další korekturu. Vydavatelství je oprávněno o tuto částku navýšit příslušnou fakturu za uveřejnění reklamy. Bude-li zadavatel požadovat v rámci korektur jiné změny než opravy chyb, může vydavatelství tuto změnu odpovídajícím způsobem zpoplatnit.

6.

Reklama se uplatňuje písemně na adrese sídla vydavatelství nebo u příslušného inzertního poradce vydavatelství.

7. Zákonná práva spotřebitelů, od nichž se nelze dohodou odchýlit, zůstávají nedotčena.

## VIII. OCHRANA DAT, OBCHODNÍ SDĚLENÍ

1. Informace, které poskytne zadavatel vydavatelství v souvislosti se smlouvou o dílo, používá vydavatelství pouze ke smluvněmu účelům (plnění smlouvy), plnění zákonných povinností či pro účely svých oprávněných zájmů či oprávněných zájmů třetích osob (zejména pro případ soudního sporu týkajícího se poskytovaných služeb či obsahu reklamy, pro statistické účely a zlepšování služeb a pro přímý marketing). Stejně omezení platí pro informace, které poskytne vydavatelství zadavateli.

2. Vydavatelství je oprávněno k vymáhání svých pohledávek vůči zadavateli využít třetí osobu. Vydavatelství je oprávněno předat informace o jednotlivých obchodních případech a o zadavateli třetím osobám v případech stanovených či umožněných právními předpisy, v případech zvláště sjednaných, při postoupení pohledávky či jiném nakládání s ní, svým právním, účetním, daňovým a obdobným poradcům, osobám tvořícím s vydavatelstvím koncern a dále osobě poskytující vydavatelství pojištění rizika nezaplacení pohledávek.

3. Poučení o ochraně osobních údajů je uvedeno v příloze těchto podmínek.

## IX. OSTATNÍ USTANOVENÍ

1. Pokud by vznikly odůvodněné pochybnosti o platební schopnosti zadavatele či pokud by zadavatel byl v prodlení s úhradou jakékoliv splatné faktury (byť vystavené na základě jiné smlouvy) vydavatelství, je vydavatelství podle své volby:

- a) oprávněno odstoupit od smlouvy,
- b) přerušit poskytování plnění anebo
- c) vázat poskytnutí dalších plnění (včetně plnění již objednaného) na platbu předem.

Vydavatelství není povinno přerušit poskytování plnění podle písm. b) zadavateli oznámit.

2. Stornováním objednávky, které musí být v každém případě provedeno písemně, zůstávají nároky vydavatelství na platbu ceny reklamy nedotčeny (tzn. vydavatelství náleží v takovém případě odstupné ve výši 100 % ceny). Stejně platí pro případ, kdy vydavatelství odmítne uveřejnit již potvrzenou objednávku z důvodu neuhrazení závazků zadavatele.

3. V případě nedodání podkladu či pozdního dodání podkladu objednané inzerce si vydavatelství vyhrazuje právo na storno poplatků ve výši 100 %.

4. Smluvní strany se dohodly, že mezi nimi uzavřené smlouvy (o dílo) o šíření reklamy a vztahy z nich vyplývající se budou řídit českým právem a to zákonem č. 89/2012 Sb., Občanským zákoníkem v platném znění, a to ustanoveními upravujícími smlouvu o dílo podle § 2586 a násl. Občanského zákoníku.

Zadavatel se zavazuje na své náklady a nebezpečí řádně a v zákonem stanovených lhůtách splnit povinnosti týkající se uzavřené smlouvy stanovené zákonem č. 340/2015 Sb. Smluvní strany se dohodly, že vydavatelství je v případě marného uplynutí lhůty stanovené pro zaslání takové smlouvy správcí registru k uveřejnění oprávněno od smlouvy odstoupit. Vydavatelství má však zároveň právo zajistit uveřejnění smlouvy samostatně, pokud zadavatel neuveřejní smlouvu do 15 dnů ode dne jejího uzavření, nebo má-li k tomu jiný rozumný důvod. Vydavatelství může požadovat náhradu škody nebo nemajetkové újmy způsobené porušením smluvní povinnosti zadavatele uveřejnit smlouvu řádně a včas. Pro odstranění pochybností je sjednáno, že toto ustanovení je oddělitelné od ostatního obsahu a případná neúčinnost nebo neplatnost smlouvy z důvodu jejího neuveřejnění nezpůsobuje neúčinnost nebo neplatnost tohoto ustanovení.

V případě, že tento zákon umožňuje vyloučit ze zveřejnění některé části smlouvy či informace, zadavatel takové části smlouvy či informace ze zveřejnění vyloučí. Zadavatel se zavazuje přistupovat k obsahu této smlouvy jako ke svému obchodnímu tajemství. Uveřejnění smlouvy v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb. nezbavuje smluvní strany povinnosti mlčenlivosti ohledně jejího obsahu. Stejně platí pro jiné zákony upravující zveřejňování informací, zejména zákon č. 247/1995 Sb. a další volební zákony.

5. Ukončení smlouvy mezi vydavatelstvím a zadavatelem právním úkonem musí být provedeno písemně.

6. Pokud by u zadavatele byly dány jakékoliv důvody, jež by mohly založit zákonné ručení či jinou odpovědnost vydavatelství za daňové povinnosti zadavatele, je zadavatel povinen o takových skutečnostech vydavatelství bezodkladně písemně informovat.

7. Odstoupení od smlouvy mezi vydavatelstvím a zadavatelem má vždy účinky ex nunc.

8. Vydavatelství si vyhrazuje právo dohodnout s klientem prostřednictvím (rámcové) smlouvy individuální obchodní podmínky.

9. Kombinované vklady do titulů vydavatelství jsou zadávány do každé publikace na samostatnou objednávku a pro každou publikaci fakturovány zvlášť.

10. Vydavatelství upozorňuje své obchodní partnery ve smyslu § 431 zákona č. 89/2012 Sb., že jednotliví zaměstnanci vydavatelství jsou oprávněni jednat jen v rozsahu jim uděleného pověření a jen ve věcech obvyklých pro jejich pracovní pozici. Aniž je tím dotčeno ustanovení předchozí věty, následující smlouvy může uzavírat anebo právní jednání činit v zastoupení vydavatelství vždy pouze jeho statutární orgán (způsobem jednání navenek zapsaným do obchodního rejstříku) nebo osoby těmito statutárními zástupci výslovně k tomu pověřené na základě speciální písemné plné moci, která bude výslovně obsahovat zmocnění k takovému úkonu:

- a) smlouvy o smlouvě budoucí,
- b) nakládání s ochrannými známkami, doménami a jinými předměty průmyslového vlastnictví,
- c) uzavírání licenčních a podlicenčních smluv, vyjma běžných smluv s autory na příspěvky do médií,
- d) nabytí, zatížení či zcizení nemovitostí,
- e) jakékoliv zajištění či utvrzení dluhů jak vydavatelství, tak třetích osob (včetně ujednání o smluvních pokutách a uznání dluhu, ručení, finanční záruky apod.),
- f) uzavření zástavní smlouvy,
- g) veřejná nabídka,
- h) ujednání o závdavku,
- i) jakákoliv dispozice s obchodním závodem či částí závodu tvořící samostatnou organizační složku,
- j) postoupení pohledávky,
- k) převzetí dluhu,
- l) přistoupení k dluhu,
- m) převzetí majetku,
- n) postoupení smlouvy,
- o) jakákoliv jednání týkající se cenných papírů (včetně směn) či podílů v jiných osobách,
- p) dohoda o narovnání,
- q) vzdání se práva a prominutí dluhu (včetně jednání učiněných formou vrácení dlužního úpisu apod.).

Smlouva, při jejímž uzavírání zastupoval vydavatelství člen (členové) statutárního orgánu, může být měněna pouze právním jednáním, při němž budou vydavatelství zastupovat opět členové statutárního orgánu nebo osoby k takovému jednání výslovně pověřené individuálním písemným pověřením.

11. Sjednává se prodloužení subjektivní promlčecí lhůty pro pohledávky vzniklé mezi smluvními stranami ze 3 na 4 roky. To neplatí pro pohledávky na náhradu škody.

12. Jakékoliv reklamní nabídky vydavatelství formou reklamy a informace uvedené v jeho cenících a nebo katalogích se nepovažují za nabídku na uzavření smlouvy.

13. Veškeré nabídky na uveřejnění reklamy učiněné vydavatelstvím mohou být odvolány i ve lhůtě určené pro jejich přijetí.

14. Ustanovení § 1799 a § 1800 zákona č. 89/2012 Sb. se mezi stranami neužijí.

15. Ustanovení § 1805 odst. 2, § 1913, § 1950, § 1952 odst. 2 a § 1995 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb. se mezi stranami neužijí.

16. Smluvní strany výslovně ujednávají, že vydavatelství je oprávněno odmítnout plnění podle uzavřené smlouvy i pro případ, kdy zadavatel bude v prodlení



se splněním svého jiného závazku (vzniklého z jiného právního důvodu) vůči vydavatelsství.

17.

Bylo-li ujednáno plnění ve splátkách a dlužník nespíní některou splátku, ujednaly smluvní strany, že věřitel má právo na vyrovnání celé pohledávky a toto právo může uplatnit i po splatnosti nejbližší splátky.

18.

Zadavatel bere na vědomí, že smluvní vztah s vydavatelským ho neopravňuje k označování jeho výrobků nebo jejich částí jménem, ochrannou známkou, názvem produktu vydavatelsství nebo jiným obdobným způsobem.

19.

Vydavatelsství je oprávněno započíst jakoukoliv svoji splatnou pohledávku vůči zadavateli proti pohledávkám zadavatele za vydavatelským a to bez ohledu na to, zda jsou tyto pohledávky splatné či nikoliv a bez ohledu na měnu nebo první vztah, z nějž vznikly.

20.

Pokud je smlouva uzavřena na dobu určitou či na jednorázové plnění, není možné ji ukončit jinak, než dohodou či ze zákonných důvodů. Pokud je smlouva uzavřena na dobu neurčitou, může ji kterákoliv ze stran ukončit výpovědí s výpovědní dobou 1 měsíce, která počne běžet prvním dnem měsíce následujícího po doručení výpovědi.

21.

Smluvní strany tímto v souladu s § 89a občanského soudního řádu resp. nařízením (EU) č. 1215/2012 sjednávají pro veškeré spory mezi nimi plynoucí z této smlouvy příslušnost českých soudů a to místní příslušnost Obvodního soudu pro Prahu 5 jako soudu prvního stupně. V případě, že soudem prvního stupně bude krajský soud, sjednávají smluvní strany pro veškeré spory mezi nimi místní příslušnost Městského soudu v Praze.

## X. ZMĚNA VŠEOBECNÝCH OBCHODNÍCH PODMÍNEK

Vydavatelsství může tyto Všeobecné obchodní podmínky včetně ceníků v přiměřeném rozsahu změnit, a to zejména v případě:

- změn v jednotlivých médiích, které by měly vliv na reklamní formáty,
- zavedení nových reklamních formátů či médií,
- změny rozsahu, periodicity či doby šíření jednotlivých médií či jejich zrušení nebo nahrazení jinými,
- změny či zrušení právních předpisů, vydání nových právních předpisů či změny výkladu příslušných právních předpisů,
- změny výše nákladu či čtenosti jednotlivých tištěných médií či dosahu ostatních médií,
- měn cen jednotlivých reklamních formátů,
- změn cenové úrovně na trhu,
- změny výkladu příslušných právních předpisů, nebo
- nepředvídatelných změn na trhu.

Změna bude oznámena zadavateli podle volby vydavatelsství buď odesláním příslušné informace a úplného znění změny podmínek ve vhodném formátu (např. pdf nebo .html) na kontaktní e-mailovou adresu zadavatele či písemným oznámením. Takováto změna vstupuje mezi vydavatelským a konkrétním zadavatelem v platnost uplynutím vydavatelským stanovené lhůty, která činí zpravidla jeden měsíc; nejméně však činí tato lhůta 25 dní ode dne oznámení změny. V případě, že zadavatel nebude se změnou souhlasit, je oprávněn vypovědět příslušnou smlouvu ve lhůtě podle předchozí věty s výpovědní dobou 30 dnů. V případě, kdy zadavatel uplatní toto své právo na výpověď, není takovéto předčasné ukončení smlouvy považováno za porušení smlouvy ze strany zadavatele a zadavatelé nezankó ani se neomezuje právo na sjednané slevy (ledaže by toto právo zaniklo nebo bylo (mohlo být) omezeno z jiných důvodů na straně zadavatele). V případě, kdy zadavatel nevyužije svého práva na výpověď smlouvy, platí, že se změnou souhlasí. Vydavatelsství si však vyhrazuje právo přijmout takovou změnu VOP či ceníků, s níž nebude spojeno právo zadavatele na výpověď smlouvy za předpokladu, že takovouto změnou bude zadavatel vázán pouze v případě, kdy s ní bude souhlasit. Vydavatelsství si vyhrazuje právo při zavedení nových produktů stanovit pro ně odchýlné všeobecné obchodní podmínky, technické podmínky anebo ceníky. Stejná pravidla platí pro změny příslušných technických podmínek (viz čl. I. odst. 4).

## XI. ZVLÁŠTNÍ USTANOVENÍ PRO SMLOUVY UZAVÍRANÉ DISTANČNÍM ZPŮSOBEM A NEBO MIMO OBCHODNÍ PROSTORY SE SPOTŘEBITELI

1.

S ohledem na zákonná ustanovení sděluje vydavatel spotřebitelům, kteří s ním uzavřou smlouvu distančním způsobem, či mimo jeho obchodní prostory, následující údaje:

- při uzavírání smlouvy o uveřejnění reklamy je cena reklamy stanovena dle platného ceníku vydavatelsství umístěného na [www.mafra.cz](http://www.mafra.cz), a to s případnou slevou podle uzavřené smlouvy,

- s ohledem na charakter smlouvy nevznikají spotřebiteli žádné náklady na dodání služby,
- vydavatelství si vyhrazuje právo požadovat platbu předem,
- ke sjednané ceně bude vydavatelsství účtovat pouze zákonnou daň z přidané hodnoty, jiné daně, poplatky ani náklady nebudou účtovány, ledaže by byly zavedeny po uzavření smlouvy a podle zákonných předpisů zatěžovaly poskytnutí příslušné služby,
- písemně uzavřená smlouva bude archivována u vydavatelsství a spotřebitel je oprávněn do ní kdykoliv nahlédnout na základě písemné žádosti a prokázání jeho totožnosti,
- k uzavření smlouvy nejsou nutné žádné technické kroky, vyjma kontaktu s příslušným pracovníkem inzertního oddělení vydavatelsství,
- zjišťování a opravování chyb vzniklých při zadávání dat před podáním objednávky je možné neomezeně až do uzavření smlouvy,
- pro vydavatelsství nejsou závazné žádné kodexy chování týkající se uveřejňování reklam, neboť žádné takové kodexy nebyly vydány,
- smlouva může být uzavřena pouze v českém či slovenském jazyce.

2.

Spotřebitel má právo odstoupit od smlouvy ve lhůtě 14 dnů od jejího uzavření, a to příslušným právním jednáním učiněným vůči vydavatelsství. Vydavatelsství doporučuje v případě zájmu spotřebitele o odstoupení od smlouvy učinit toto právní jednání písemně vůči svému inzertnímu poradci či doručením písemného odstoupení vydavatelsství na adresu sídla vydavatelsství. Lhůta pro odstoupení se považuje za zachovanou, pokud spotřebitel v jejím průběhu odešle vydavatelsství oznámení, že od smlouvy odstoupí.

3.

Pokud spotřebitel v uzavřené smlouvě požadoval uveřejnění reklamy ve lhůtě kratší, než je lhůta pro odstoupení podle odst. 2 tohoto článku, a došlo k tomuto uveřejnění, nemá právo na odstoupení podle odst. 2 tohoto článku. Odstoupí-li podle odst. 2 spotřebitel od smlouvy, s jejíž plněním bylo započato na základě výslovné žádosti spotřebitele před uplynutím lhůty pro odstoupení od smlouvy, uhradí vydavatelsství poměrnou část sjednané ceny za plnění poskytnuté do okamžiku odstoupení od smlouvy.

4.

Přílohou smlouvy uzavřené se spotřebitelem bude formulář pro odstoupení od smlouvy v případech, kdy to bude zvláštní právní předpis vyžadovat.

5.

Vydavatelsství informuje spotřebitele, že přijímá platby v hotovosti (platba předem), převodem na účet vydavatelsství a u vybraných produktů, u nichž je to výslovně uvedeno, také prostřednictvím platební brány GoPay či prostřednictvím platebních karet v servis centrech Mediální skupiny MAFRA. Vydavatelsství si však vyhrazuje u jednotlivé smlouvy či objednávky zvolit požadovaný systém platby.

6.

Mimosoudní řešení sporů není umožněno. Nedotčeno zůstává právo obou smluvních stran na dvoustranném jednání o vyřešení sporů. Mediace je upravena zákonem č. 202/2012 Sb. o mediaci a o změně některých zákonů.

V případě, že dojde mezi vydavatelským a spotřebitelem ke vzniku spotřebitelského sporu z kupní smlouvy nebo ze smlouvy o poskytování služeb, který se nepodaří vyřešit vzájemnou dohodou, může spotřebitel podat návrh na mimosoudní řešení takového sporu určenému subjektu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů, kterým je Česká obchodní inspekce Ústřední inspektorát - oddělení ADR

Štěpánská 15  
120 00 Praha 2  
E-mail: [adr@coi.cz](mailto:adr@coi.cz)  
Web: [adr.coi.cz](http://adr.coi.cz)

Spotřebitel může v případě smluv uzavíraných on-line využít rovněž platformu pro řešení sporů online, která je zřízena Evropskou komisí na adrese <http://ec.europa.eu/consumers/odr/>

## XII. PLATNOST

Tyto Všeobecné obchodní podmínky vstupují v platnost dne 1. 1. 2018.



## PRÍLOHA: POUČENÍ O ZPRACOVÁNÍ OSOBNÍCH ÚDAJŮ

Informace, které poskytne zadavatel – fyzická osoba vydavatelství v souvislosti se smlouvou o dílo, používá vydavatelství pouze ke smluvněm účelům (plnění smlouvy), plnění zákonných povinností či pro účely svých oprávněných zájmů či oprávněných zájmů třetích osob (zejména pro případ soudního sporu týkajícího se poskytovaných služeb či obsahu reklamy, pro statistické účely a zlepšování služeb a pro přímý marketing).

Osobní údaje zadavatelů - fyzických osob, které bude vydavatelství zpracovávat, zahrnují zejména údaje poskytnuté takovými osobami. Tyto údaje budou zpracovávány po přiměřenou dobu s ohledem na účel zpracování. Pokud je doba zpracování stanovena právními předpisy, budou osobní údaje zpracovávány po takovou dobu, pokud dále uvedené důvody neodůvodní delší dobu zpracování. Při určení přiměřenosti doby zpracování osobních údajů bude vycházeno zejména z těchto hledisek (i) délky promlčecí doby, (ii) pravděpodobnosti vzniku právních nároků, (iii) obvyklých postupů na trhu a (iv) pravděpodobnosti a významu hrožících rizik.

Prvním základem zpracování osobních údajů zadavatelů je plnění smlouvy, oprávněné zájmy vydavatelství a třetích osob a plnění zákonných požadavků (zejména předcházení deliktů, činnosti, plnění požadavků podle předpisů o ochraně osobních údajů, vedení účetnictví, plnění povinností podle daňových a účetních předpisů a předpisů regulujících reklamu).

Zadavatel bere na vědomí, že mu budou vydavatelstvím ve smyslu ustanovení § 7 zákona č. 480/2004 Sb. zasílána nevyžádaná obchodní sdělení na jeho adresu (včetně e-mailové), bude kontaktován nevyžádaným directmailem obsahujícím obchodní sdělení a prostřednictvím nevyžádaného telemarketingu (včetně nevyžádaných SMS a MMS) obsahujícího obchodní sdělení týkající se produktů, obchodu a služeb vydavatelství. Zadavatel může toto zasílání kdykoliv odmítnout na adrese sídla vydavatelství či prostřednictvím e-mailové adresy odhlasi@mafra.cz. Takové odmítnutí nemá - neurčí-li zadavatel výslovně jinak – vliv na zaslání jiných druhů nevyžádaných obchodních sdělení, např. pro účely předplatného apod.

Vydavatelství tímto informuje každého zadavatele – fyzickou osobu, jehož osobní údaje bude zpracovávat, o jeho právech vyplývajících ze zákona č. 101/2000 Sb. o ochraně osobních údajů v platném znění (dále jen „zákon“), tj. zejména o tom, že poskytnutí těchto údajů je dobrovolné (všem bez poskytnutí určitých údajů nebude smlouva uzavřena), že zadavatel má právo přístupu k nim, a že má právo na odstranění závadného stavu, na jejich blokování, provedení opravy, doplnění nebo likvidaci a má právo při porušení zákona se obrátit na Úřad pro ochranu osobních údajů s žádostí o zajištění nápravy, jakož i o dalších právech vyplývajících z §§ 11 a 21 tohoto zákona.

Poučení zadavatele – fyzické osoby o zákonných právech v oblasti ochrany osobních údajů pro období od 25. 5. 2018 podle Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2016/679 (dále jen „Nařízení“):

Fyzická osoba má právo u vydavatelství jakožto správce osobních údajů:

- požadovat přístup k osobním údajům, které správce zpracovává, čímž se rozumí právo získat od správce potvrzení, zda osobní údaje, které se jí týkají, jsou či nejsou zpracovávány, a pokud je tomu tak, má právo získat přístup k těmto osobním údajům a k dalším informacím uvedeným v čl. 15 Nařízení,
- požadovat opravu osobních údajů, které jsou o ní zpracovávány, pokud jsou nepřesné. S přihlédnutím k účelům zpracování má v některých případech právo požadovat také doplnění neúplných osobních údajů,
- požadovat výmaz osobních údajů v případech, které jsou upraveny v čl. 17 Nařízení,
- požadovat omezení zpracování údajů v případech, které jsou upraveny v čl. 18 Nařízení,
- získat osobní údaje, které se jí týkají a
  - které zpracovává vydavatelství s jejím souhlasem, nebo
  - které zpracovává vydavatelství pro splnění smlouvy, jejíž smluvní stranou taková fyzická osoba je nebo pro provedení opatření přijatých před uzavřením smlouvy na její žádost

ve strukturovaném, běžně používaném a strojově čitelném formátu, přičemž má právo předat tyto údaje jinému správci, a to za podmínky a s omezeními uvedenými v čl. 20 Nařízení a

- má právo vznést námitku proti zpracování ve smyslu čl. 21 Nařízení z důvodů týkajících se její konkrétní situace.

Pokud vydavatelství obdrží takovou žádost, bude informovat žadatele o přijatých opatřeních bez zbytečného odkladu a v každém případě do jednoho měsíce od obdržení žádosti. Tuto lhůtu je možné v případě potřeby a s ohledem na složitost a počet žádostí prodloužit o další dva měsíce. Vydavatelství není v určitých případech stanovených Nařízením povinno zcela nebo zčásti žádosti vyhovět. Bude tomu tak zejména, bude-li žádost zjevně nedůvodná nebo nepřiměřená, zejména protože se opakuje. V takových případech může vydavatelství (i) uložit přiměřený poplatek zohledňující administrativní náklady spojené s poskytnutím požadovaných informací nebo sdělení nebo s učiněním požadovaných úkonů nebo (ii) odmítnout žádosti vyhovět. Pokud vydavatelství obdrží výše uvedenou žádost, ale bude mít důvodné pochybnosti o totožnosti žadatele, může jej požádat o poskytnutí dodatečných informací nezbytných k potvrzení jeho totožnosti.

V případě, kdy se zadavatel domnívá, že vydavatelství zpracovává jeho osobní údaje neoprávněně či jinak porušuje jeho práva, má právo podat stížnost u dozorového úřadu (tedy Úřadu pro ochranu osobních údajů) či má právo požádat o soudní ochranu.

V případě, že zadavatel – fyzická osoba poskytne vydavatelství na základě či v souvislosti s uzavřenou smlouvou o dílo údaj o svém rodném čísle, souhlasí jakožto nositel tohoto rodného čísla ve smyslu § 13c odst. 1 zákona č. 133/2000 Sb. s tím, aby vydavatelství toto jeho rodné číslo využívalo pro účely evidence smluv, poskytnutých plnění a ochranu práv vydavatelství, aby jej za tímto účelem archivovalo, zpracovávalo a užívalo. Jakákoliv odvolání souhlasu podle tohoto článku nemá vliv na oprávnění vydavatelství na zpracování informací a údajů, které vyplývá z příslušných právních předpisů či pro jiné účely, ledaže by výslovně stanovily jinak.

Vydavatelství může zpřístupnit osobní údaje třetím osobám pouze v případech, kdy ji to bude ukládat nebo umožňovat zákon anebo se souhlasem zadavatele. Vydavatelství zpřístupňuje osobní údaje pouze v obvyklém rozsahu zpracovatelům či jiným příjemcům – dodavatelům externích služeb (typicky programátorské či jiné podpůrné technické služby, serverové služby, rozesílání e-mailů), provozovatelům záložních serverů či provozovatelům technologií využívaných vydavatelství, kteří je zpracovávají za účelem zajištění funkčnosti příslušných služeb. Dále mohou být osobní údaje zpřístupňovány v nezbytně nutném rozsahu právními, ekonomickým a daňovým poradcům a auditorům, kteří je zpracovávají za účelem poskytování poradenských služeb či osobám tvořícím s vydavatelstvím konzorcium. Osobní údaje týkající se dlužníků mohou být zpřístupněny také společnosti poskytující pojištění pohledávek či inkasním agenturám a to za účelem vymáhání či inkasa pohledávek. Na vyžádání či v případě podezření na protiprávní jednání mohou být osobní údaje předány také orgánům veřejné správy.

**HLAVNÍ MĚSTO PRAHA**  
**Městská policie hl. m. Prahy**  
Kancelář ředitele 3  
101 00 Praha 10, Korunní 98