

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 Engliše 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 zadavateli při šíření reklamy a jiné inzerce (dále společně jen „reklama“):

- v deníku Mladá fronta DNES (a všech jeho přílohách),
- v deníku Lidové noviny (a všech jeho přílohách),
- v deníku Metro a magazínu Men Women ONLY,
- v rámci nabídek TOP KOMBI a ULTRA KOMBI,
- v týdenících 5plus2 a TÉMA,
- v měsíčníku TÉMA TESTUJEME
- na internetovém serveru iDNES.cz,
- na internetovém serveru lidovky.cz, resp. zpravy.cz,
- na internetovém serveru jobdnes.cz, reality.idnes.cz, akcniceney.cz, expres.cz
- v televizním vysílání hudební stanice ÓČKO, ÓČKO Star, ÓČKO Black a ÓČKO Expres a
- v ostatních tiskovinách a jiných médiích 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 l) se reklamou pro účely těchto VOP rozumí část tištěné strany některého z médií obsahující sdělení jiné osoby, než vydavatele příslušného média, které tvoří redakční text, prospektová příloha, tedy externí příloha některého z těchto médií, a štítky na titul, pokud je takové sdělení šířeno za úplat nebo jinou protihodnotu. V případě elektronických médií uvedených pod písmeny f) až l) se reklamou pro účely těchto VOP rozumí jakékoliv sdělení jiné osoby než provozovatele příslušného média, které tvoří redakční obsah příslušného média a je šířeno za úplat 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 činěna 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 právě platného ceníku řídí Technickými podmínkami pro jednotlivá média, které jsou zveřejněny na webových adrese: www.mafra.cz. Odchylná ujednání ve smlouvě mají přednost před ustanoveními těchto VOP.

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

II. UZAVŘENÍ SMLOUVY

1. Zadavatel objednává 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, řádkový 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 vydavatelství zjistí, že dodané podklady podle věty první nebudou nespĺňujúvat požadavky stanovené či obvykle vyžadované vydavatelstvím či budou jsou 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.

2. V případě, že reklamy budou využívat prvky umožňující sledování chování uživatele (cookies apod.) či zpracovávající osobní údaje, je zadavatel plně odpovědný za soulad takovéto reklamy a zpracování získaných údajů s právními předpisy, zejména nařízením (EU) 2016/679 a zákonem 127/2005 Sb. a je správcem takových údajů. Vydavatelství nezískává a takovou stránku udržovat souhlas se zpracováním osobních údajů či užitím výše uvedených prvků, ledaže by to bylo zvlášť písemně dohodnuto; pokud vydavatelství bude získávat pro zadavatele takové souhlasy, zavazuje se zadavatel užívat takové údaje pouze k účelům, k nimž byl takto získán souhlas či k nimž bude oprávněn podle relevantních právních předpisů (ustanovení předchozí věty přitom není dotčeno). Zadavatel se zavazuje poskytnout vydavatelství na jeho žádost odkaz na internetovou stránku obsahující v zákonem stanoveném rozsahu informace o zpracování takových údajů ze strany zadavatele v českém jazyce a takovou stránku udržovat aktuální a bez omezení přístupnou. Pokud vydavatelství umožní zadavateli získávat souhlasy prostřednictvím systému pro získávání souhlasů provozovaného třetí osobou (zejména IAB Europe Transparency and Consent Framework), zadavatel se zavazuje dodržovat podmínky stanovené pro účast v takovém systému a pro nakládání s dotčenými údaji. Zadavatel se na své náklady a odpovědnost zavazuje řádně akceptovat změnu a zrušení souhlasů či vyjádření námitek předané mu (i) vydavatelstvím, (ii) v rámci takového systému či (iii) jinak ze strany příslušného uživatele a řádně a včas vyřizovat žádosti uživatelů v rámci výkonu jejich práv podle nařízení (EU) 2016/679, případně dalších relevantních právních předpisů a to i tehdy, pokud mu byly předány přímo vydavatelstvím. Tím výše uvedeným není dotčeno právo vydavatelství využívat jím sbírané údaje samostatně.

3. Vydavatelství zaručuje kvalitu tisku běžnou pro požadované tiskové médium, kvalitu vysílání či zobrazení běžnou pro požadovanou elektronická média, a to v rámci možností daných dodanými podklady.

4. 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 obecně 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 zvukové

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. 186/2016 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.

5. 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 archivovat.

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 mediítypů. Slevy uvedené v ceníku reklamy jsou poskytovány pouze zadavateli za reklamu šířenou v příslušném médiu případně mediítypu v průběhu jednoho roku od data sjednaného v rámcové smlouvě, 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 mediítypy 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 nenese 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 ÓČKO) 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 užitě 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 těmto 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), e) 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 ÓČKO) 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 užitě 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 nespĺňuje další požadavky volebních zákonů. V takovém případě vydavatelství sdělí své rozhodnutí o odmítnutí reklamy zadavatelé 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 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 díla sjednána, je cena splatná do 14 dnů ode dne vystavení faktury (daňového dokladu) vydavatelství, nejpozději však do 30 dnů ode dne šíření reklamy. Splatnost 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 přiměřeně 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 jí vydavatelství není povinno vyhovět) také doklad o šíření reklamy; to platí pouze pro tištěná média. Podle druhu a rozsahu objednávky jsou tak poskytovány výstřížky, 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 nepřísluší, 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 čtvrteční (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 zaslání daňových dokladů (faktur) ze strany MAFRA, korespondenci obou smluvních stran týkající se vystavených daňových dokladů, dokládání uveřejnění inzerce v tištěných médiích 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 přepočtení se používá pro všechny faktury vystavené v jednom kalendářním měsíci vždy kurz ČNB platný prvního dne příslušného měsíce. Pripouští 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 (zejména 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 médiích 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 neuznává 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 nepředvídatelnými 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 povinno hradit škodu jiné osobě než zadavateli. Ostatní zde sjednaná omezení odpovědnosti tím nejsou dotčena.

5. Text reklamy je zadavateli zaslán 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 povinno přihlížet. Vydavatelství stanoví zadavateli přiměřenou (z hlediska možnosti 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 zasláné 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 smluveným 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 zpracování osobních údajů ze strany vydavatelství je k dispozici na www.mafra.cz/poucení.

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:

- oprávněno odstoupit od smlouvy,
- přerušit poskytování plnění anebo
- 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), není-li stanoven v rámci ceníků jednotlivých produktů jiný stornoplatek. 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 poplatek ve výši 100 %, není-li stanoven v rámci ceníků jednotlivých produktů jiný stornoplatek.

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 uzavírání smlouvy stanovené zákonem č. 340/2015 Sb. Smluvní strany se dohodly, že vydavatelství je v případě marného uplynutí lhůty stanovené pro zaslání takové smlouvy správci 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. nezabavuje 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:

- smlouvy o smlouvě budoucí,
- nakládání s ochrannými známkami, doménami a jinými předměty průmyslového vlastnictví,
- uzavírání licenčních a podlicenčních smluv, vyjma běžných smluv s autory na příspěvky do médií,
- nabytí, zatížení či zcizení nemovitostí,
- jakékoliv zajištění či utvrzení dluhů jak vydavatelství, tak třetích osob (včetně ujednání o smluvních pokutách a uznání dluhu, ručení, finanční záruky apod.),
- uzavření zástavní smlouvy,
- veřejná nabídka,
- ujednání o závdavku,
- jakákoliv dispozice s obchodním závazkem či částí závazku tvořící samostatnou organizační složku,
- postoupení pohledávky,
- převzetí dluhu,
- přistoupení k dluhu,
- převzetí majetku,
- postoupení smlouvy,
- jakákoliv jednání týkající se cenných papírů (včetně směnek) či podílů v jiných osobách,
- dohoda o narovnání,
- 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 prodloužení se splněním svého jiného závazku (vzniklého z jiného právního důvodu) vůči vydavatelství.

17. Bylo-li ujednáno plnění ve splátkách a dlužník nesplní 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 vydavatelstvím ho neopravňuje k označování jeho výrobků nebo jejich částí jménem, ochrannou známkou, názvem produktu vydavatelství nebo jiným obdobným způsobem.

19. Vydavatelství je oprávněno započíst jakoukoliv svoji splatnou pohledávku vůči zadavateli proti pohledávkám zadavatele za vydavatelstvím a to bez ohledu na to, zda jsou tyto pohledávky splatné či nikoliv a bez ohledu na měnu nebo právní vztah, z něž 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

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

- změny 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,
- změny cen jednotlivých reklamních formátů,
- změny cenové úrovně na trhu,
- změny výkladu příslušných právních předpisů, nebo
- nepředvídatelných změn na trhu.

Změna bude oznámena zadavateli podle volby vydavatelství 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 vydavatelstvím a konkrétním zadavatelem v platnost uplynutím vydavatelstvím 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 nezaniká 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. Vydavatelství si však vyhrazuje právo přijmout takovou změnu VOP či ceník, 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. Vydavatelství si vyhrazuje právo při zavedení nových produktů stanovit pro ně odchýlné všeobecné obchodní podmínky, technické podmínky nebo 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

- 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 vydavatelství umístěného na 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 vydavatelství 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 vydavatelství 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 vydavatelství,
 - zjišťování a opravování chyb vzniklých při zadávání dat před podáním objednávky je možné neomezeně až do uzavření smlouvy,
 - pro vydavatelství 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 vydavatelství. Vydavatelství doporučuje v případě zájmu spotřebitele o odstoupení od smlouvy učinit toto právní jednání písemně vůči svému inzertnímu poradci či doručením písemného odstoupení vydavatelství na adresu sídla vydavatelství. Lhůta pro odstoupení se považuje za zachovanou, pokud spotřebitel v jejím průběhu odešle vydavatelství 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 jejímž plněním bylo započato na základě výslovné žádosti spotřebitele před uplynutím lhůty pro odstoupení od smlouvy, uhradí vydavatelství 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. Vydavatelství informuje spotřebitele, že přijímá platby v hotovosti (platba předem), převodem na účet vydavatelství 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. Vydavatelství 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 vydavatelstvím 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
Web: 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. 2020.