

1. Rozsah úpravy

Právní vztahy mezi společností **Lagardere Active ČR, a.s., se sídlem Praha 2, Wenzigova 4/1872, PSČ 12000, IČ: 61058297**, vedenou u rejstříkového soudu v Praze, oddíl B, vložka 3912 (dále též jen jako „LA“) a právnickou nebo fyzickou osobou (dále též jen jako „Klient“) při poskytování reklamního plnění ve vysílání rozhlasových stanic a na internetu se řídí právem ČR a těmito Všeobecnými obchodními podmínkami (dále též jen jako „VOP“). VOP jsou vydány v souladu s ust. § 273 obchodního zákoníku, vztahují se na všechny smlouvy uzavřené mezi LA a Klientem, přičemž se stávají součástí každé takové smlouvy a určují část jejího obsahu. Případná odchýlná ujednání smlouvy mají přednost před VOP.

Za reklamní plnění se považuje zejména zajištění rezervace rozhlasového reklamního času s možností vysílání klasických rozhlasových reklamních kampaní (spotů) a zajištění možnosti sponzoringu ve vysílání rozhlasových stanic nebo v souvislosti s ním a zajištění rezervace reklamního prostoru na internetu s možností umístění reklamy na internetu, bez ohledu na dohodnutý způsob úhrady ceny tohoto plnění.

Klient výslovně potvrzuje, že si je vědom toho, že cena každého reklamního plnění je sjednána jako cena za rezervaci reklamního času (prostoru) a možnost vysílání (umístění) reklamy, tedy že případné prodloužení Klienta s dodáním obsahu reklamy, podkladů pro její výrobu, informací, rodného listu či oprávněného odmítnutí vysílání (umístění) ze strany LA dle čl. 5 VOP a tím způsobená případná nemožnost rezervovaný reklamní čas (prostor) skutečně využít k odvysílání (umístění) reklamy nemá vliv na povinnost Klienta zaplatit LA sjednanou cenu za zajištění rezervace času (prostoru) a možnost vysílání (umístění) reklamy, přičemž v takovém případě nemá Klient nárok na žádné náhradní plnění.

2. Uzavření smlouvy

Smlouvu lze uzavřít jen písemně. Smlouvu lze uzavřít i prostřednictvím smluvních formulářů LA užívaných v obchodním styku, zejména pak prostřednictvím standardní objednávky reklamního plnění ve formě tzv. „mediaplánu“. Návrh mediaplánu zpracuje LA na základě požadavku Klienta. Návrh mediaplánu je závazný po dobu 5 dnů ode dne vystavení, nejdéle však do 12.00 hod. dne předcházejícího plánovanému zahájení reklamní kampaně (vysílání/umístění). Smlouva je na základě mediaplánu uzavřena pokud Klient mediaplán v době jeho závaznosti určené dle předchozí věty rádně potvrdí a doručí LA. Uzavřením smlouvy vzniká závazek LA poskytnout sjednané reklamní plnění a závazek Klienta zaplatit za to LA dohodnutým způsobem sjednanou cenu.

Uzavřením smlouvy současně Klient vyjadřuje svůj souhlas se zasláním obchodních sdělení LA formou e - mailu. Tento souhlas může Klient kdykoliv odvolat. Případné vady poskytnutého reklamního plnění odstraní LA přednostně poskytnutím náhradního plnění téhož druhu.

3. Změna, zrušení smlouvy

Klient je oprávněn zrušit smlouvu uzavřenou výlučně na základě mediaplánu zaplacením odstupného. Smlouva se v takovém případě zrušuje od doby svého uzavření, když Klient oznámí LA písemně, že svého práva využívá a zaplatí odstupné ve výši 50 % dohodnuté ceny při zrušení více než 3 dny před plánovaným prvním vysíláním (umístěním) reklamy, nebo 80 % dohodnuté ceny při zrušení 3 dny a méně před plánovaným prvním vysíláním (umístěním) reklamy. Oprávnění ke zrušení smlouvy zaplacením odstupného nemá Klient, pokud již bylo započato s vysíláním reklamy nebo reklama byla umístěna v souladu se smlouvou. Jakákoliv jiná změna smlouvy, nebo změna jiné smlouvy je možná pouze na základě dohody LA a Klienta, a to pouze písemně.

4. Cena

Cena za reklamní plnění je stanovena na základě ceníků LA platných ke dni uzavření smlouvy a je účtována v českých korunách. K výsledné ceně je připočítávána daň z přidané hodnoty v zákonné výši. LA je oprávněna kdykoliv provést změnu ceníku. Taková změna je účinná ode dne jejího vyhlášení. Ceníková cena za vysílání rozhlasové reklamy se automaticky zvyšuje o příplatek za citaci, a to za citaci každé jiné osoby než klienta v jednom spotu o 20 % a za umístění na 1. nebo posledním místě v breaku o 20 %. Cena speciální operace je stanovována individuálně, přičemž při jejím stanovení se vychází z platných ceníků.

5. Práva a povinnosti smluvních stran

Není – li ve smlouvě výslovně ujednáno jinak, platí, že obsah reklamy (výroba reklamy) zajistí Klient. V takovém případě je Klient povinen prostřednictvím e – mailu nebo na běžném datovém nosiči dodat LA obsah reklamy vždy nejpozději jeden pracovní den před plánovaným zahájením vysílání (umístěním) reklamy, a to do 12.00 hod předchozího dne, a to v dostatečné technické kvalitě. Není – li dohodnuto jinak, je Klient povinen dodat rozhlasové spoty ve zvukovém formátu MP3 nebo AAC s parametry nejméně Sample rate 44,1kHz, datový tok 128000b/s-stereo, nebo ve zvukovém formátu *.WAV s parametry nejméně Sample rate 44,1kHz, 16bit PCM – stereo, nebo vyššími. Internetovou reklamu je Klient povinen dodat ve formátu dohodnutém při uzavření smlouvy.

Pokud výrobu reklamy zajišťuje LA, činí tak na základě samostatné smlouvy uzavřené s Klientem. Ve lhůtě pro dodání obsahu reklamy, resp. podkladů pro její výrobu je Klient povinen ke každé reklamě dodat LA veškeré potřebné informace o pro posouzení právní přípustnosti reklamy.

Ke každému vlastnímu rozhlasovému reklamnímu spotu je Klient současně povinen dodat podepsaný tzv. "rodný list", který musí obsahovat název hudebního díla užitého ve spotu, jméno jeho autora, jméno autora zhudebněného textu, stopáž hudebního díla a všechny další podstatné informace pro jeho užití, to vše na příslušném formuláři LA. V případě prodloužení Klienta s dodáním rodného listu spotu je LA oprávněna odepřít jeho odvysílání. V případě, že Klient uvede v rodném listu spotu nesprávné nebo neúplné informace, zavazuje zaplatit LA smluvní pokutu ve výši 5000,- Kč. Sjednání ani zaplacení smluvní pokuty se nedotýká nároku LA na náhradu škody v plné výši. Totéž platí pro internetovou reklamu s hudební složkou.

Za obsah reklamy odpovídá Klient. LA je oprávněna odepřít odvysílání (umístění či provedení) reklamy, která je v rozporu se zákonem, reklamy, o níž Klient neposkytl informace v potřebném rozsahu, reklamy, která by mohla poškodit dobrou pověst LA nebo třetích osob a reklamy v nedostatečné technické kvalitě.

Klient je povinen vypořádat veškerá práva třetích osob k obsahu jím dodané reklamy (reklamního spotu). Uzavřením smlouvy Klient prohlašuje, že veškerá práva třetích osob jsou zcela vypořádána. Klient odpovídá LA za škody jí vzniklé nesplněním této povinnosti a nepravdivostí tohoto prohlášení.

6. Platební podmínky

Cena za reklamní plnění je splatná ve lhůtě 14 dnů po jeho provedení. LA vystaví na cenu příslušnou fakturu a tuto běžnou poštou (případně dle dohody s Klientem e – mailem) odešle Klientovi. Klient je povinen uhradit dohodnutou cenu ve lhůtě splatnosti. V případě prodloužení Klienta se zaplacením ceny nebo její částí je Klient povinen zaplatit LA i úrok z prodloužení ve výši 0,05 % z dlužné částky za každý započatý den prodloužení. V případě prodloužení Klienta se zaplacením ceny nebo její částí delším než 2 dny je LA oprávněna od smlouvy odstoupit.

7. Řešení sporů

LA a Klient se dohodli, že majetkové spory vzniklé v souvislosti s poskytováním reklamního plnění budou rozhodovány podle volby žalující strany buď u příslušného soudu nebo podle platného práva ČR rozhodcem vybraným žalující stranou ze seznamu rozhodců vedeného při České leasingové a finanční asociaci. V rozhodčím řízení bude postupováno podle zákona 216/1994 Sb. s přiměřenou aplikací o.s.ř., v souladu se shodnými návrhy obou sporných stran a ve smyslu § 19 zákona 216/1994 Sb. postupy určenými rozhodcem, který k tomu využívá „Fakultativních procedurálních zásad“ vypracovaných Českou a leasingovou a finanční asociací. Současně je dohodnuto, že součástí nákladů řízení je odměna rozhodce uvedená v sazebníku, který je součástí „Fakultativních procedurálních zásad“. LA a Klient se dohodli, že spor bude rozhodnut mimo ústní jednání, nerozhodne-li rozhodce jinak a dále, že rozhodčí nález nebude obsahovat odůvodnění byl-li vydán bez ústního projednání věci.

8. Ostatní ujednání

LA neodpovídá za změny programové struktury rozhlasových stanic. Případnou změnu s dopadem na plnění dle uzavřené smlouvy oznámí LA Klientovi do 5 – ti dnů poté, kdy se o ní dozví. V případě změny, která znemožní provedení dohodnutého reklamního plnění dohodnou LA a Klient náhradní plnění způsobem co nejvíce se blížícím plnění původnímu.

9. Účinnost

VOP nabývají účinnosti dnem 1.11.2009.