VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY

SKY MARKETING S.R.O.

VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY

(dále jen “podmínky”) vydané s platností a účinností od 22. 7. 2026, před datem účinnosti jsou platné původní podmínky.

1. ÚVOD

1.1. Právní vztahy mezi firmou Sky Marketing s.r.o., se sídlem Praha 8 - Troja, Pod Písečnou 329/5, PSČ 180 00, Identifikační číslo: 29126771, Spisová značka: C 201855 vedená u Městského soudu v Praze (dále jen jako „agentura“) a právnickou nebo fyzickou osobou (dále jen jako „objednatel“) při poskytování reklamního plnění se řídí těmito „podmínkami“, které jsou vydány v souladu s právním řádem České republiky, především příslušnými ustanoveními zákona č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník a dále ustanoveními zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském.

1.2. Podmínky se vztahují na všechny objednávky, smlouvy a písemné dokumenty uzavřené mezi agenturou a objednatelem, přičemž se stávají součástí každého smluvního vztahu a určují část jejího obsahu. Případná rozdílná ujednání objednávky či smlouvy mají přednost před těmito podmínkami.

1.3. Objednatel bere na vědomí, že agentura poskytuje reklamní plnění dodavatelsky prostřednictvím třetích osob (subdodavatelů). Za výběr subdodavatele a řádné dodání sjednaného plnění odpovídá objednateli agentura.

2. VYMEZENÍ POJMŮ

2.1. Základní pojmy:

- **rádio** - sdělovací prostředek (programový okruh) šířený prostřednictvím zemských vysílačů nebo internetu, do jehož vysílacího schématu agentura na základě svých smluvních vztahů s provozovateli vysílání zajišťuje zařazení reklamy pro objednatele
- **webové stránky** – internetové informační portály a online platformy (zejména RadioHana.cz, Report.cz, REJ.cz), včetně jejich okresních mutací (variant s lokalizovaným obsahem) a profilů na sociálních sítích, na kterých agentura na základě svých smluvních vztahů s provozovateli či vlastníky těchto domén zajišťuje pro objednatele zveřejnění reklamy, advertoriálů nebo jiného digitálního obsahu.
- **tištěné materiály** – periodické i neperiodické tiskoviny (zejména magazín Akce Zábava), letáky, brožury či jiné propagační nosiče, u kterých agentura na základě svých smluvních vztahů s vydavateli či tiskárnami zajišťuje pro objednatele inzertní plochu, redakční prostor (PR články) nebo jejich kompletní výrobu a tisk
- **promo akce (event)** – specifická forma reklamy realizovaná v terénu (zejména hlídky Radia Haná, roadshow, sampling), u které agentura na základě svých smluvních vztahů s promotéry, technickými dodavateli či vlastníky prostor zajišťuje pro objednatele kompletní organizaci, přímou interakci s veřejností, distribuci reklamních předmětů nebo vzorků objednatele.
- **propagace** - cílené oslovení kupujícího s určitým sdělením. Je to forma komunikace mezi prodávajícím a kupujícím za účelem ovlivnění prodeje výrobků a služeb a nákupního chování zákazníka.
- **reklama** - jakékoli veřejné oznámení určené k podpoře podnikání nebo k dosažení jiného účinku, sledovaného objednatelem, zařazené agenturou za sjednanou úplatu do vysílacího schématu rádia (zejména reklamní spoty), na zastupované webové stránky (zejména reklamní bannery a advertoriály, aj.) nebo do zastupovaných tištěných materiálů (např. magazín)
- **reklamní vysílání** - vysílání reklamy a sponzorských vzkazů ve vysílání rádia

- **reklamní blok** - nepřerušený sled reklam různých fyzických či právnických osob, jejich výrobků či služeb, zřetelně zvukově oddělený od ostatních částí vysílacího schématu rádia
- **sponzorský vzkaz** - jakékoliv sdělení uvedené v souvislosti s vysíláním pořadu či pořadů rádia upozorňující na sponzoring objednatele
- **sponzoring** - jakýkoliv příspěvek poskytnutý objednatelem k přímému či nepřímému financování sjednaného pořadu či pořadů rádia za účelem propagace jména, tovární nebo obchodní známky, známky služeb, nebo postavení objednatele
- **obsah sponzorského vzkazu** - vhodné upozornění na sponzoring objednatele, které neobsahuje zejména: adresu sídla či místa podnikání objednatele, s výjimkou případů, kdy tento údaj tvoří součást názvu firmy, tak jak je zapsána v obchodním rejstříku, adresu a další kontakty na provozovnu či provozovny objednatele, charakteristiku výrobku či služeb objednatele, kvalitativní ukazatele služeb či výrobků objednatele
- **rodný list spotu** - průvodka reklamního spotu, která musí obsahovat: jméno produkčního, název hudebního díla užitého ve spotu, jméno jeho autora, jméno autora textu a scénáře, délku hudebního díla a všechny další podstatné informace pro jeho užití.
- **reklamní prezentace (kampaň)** - zveřejnění reklamních bannerů a advertoriálů (PR článků)
- **reklamní banner** - je grafický typ internetové reklamy, jehož cílem je upoutat pozornost a přivést zákazníky na cílovou stránku webové prezentace nebo e-shopu. Jedná se o formu reklamy na internetu v obdélníkovém nebo čtvercovém tvaru statické s reklamním textem, grafikou, animované a s interaktivními prvky.
- **advertoriál, reklamní článek, PR článek** - advertoriál je druh placené reklamy, která využívá žurnalistické útvary a styl daného média, ve kterém je publikována. Jedná se o obchodní sdělení ve formě článku nebo jiného textu, která jsou vhodná pro hlubší popis tématu nebo informativní prezentaci produktu a měla by být vždy označena jako inzerce. Uveřejnění buď na webových stránkách nebo v tištěné verzi.
- **mediaplán** - plán kampaně nebo také schematický časový rozpis reklamního plnění
- **nabídka** – konkrétní specifikace reklamního plnění, která představuje návrh na uzavření smluvního vztahu
- **objednávka** - objednatelem písemně potvrzená nabídka (včetně potvrzení zaslaného elektronickou poštou – e-mailem), čímž mezi agenturou a objednatelem vzniká smluvní vztah, jehož nedílnou součástí jsou tyto podmínky
- **vysílací okruh** - soubor vysílačů, které vysílají totožný obsah (program)
- **časové pásmo** - rádiem vymezený úsek vysílání v průběhu jednoho dne
    - časné ranní pásmo — vysílání rádia od 5 hodin do 6 hodin
    - ranní pásmo — vysílání rádia od 6 hodin do 9 hodin
    - dopolední pásmo — vysílání rádia od 9 hodin do 12 hodin
    - polední pásmo — vysílání rádia od 12 hodin do 15 hodin
    - odpolední pásmo — vysílání rádia od 15 hodin do 18 hodin
    - podvečerní pásmo — vysílání rádia od 18 hodin do 20 hodin
    - večerní pásmo — vysílání rádia od 20 hodin do 22 hodin
    - noční pásmo — vysílání rádia od 22 hodin do 05 hodin

2.2. Obsah ostatních výslovně nezmíněných pojmů je chápán v hranicích jejich obsahu stanovených zákonem č. 231/2001 Sb., ve znění pozdějších předpisů, o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů, dále pak zákonem č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů.

3. ZVEŘEJNĚNÍ ČI REALIZACE REKLAMNÍHO PLNĚNÍ (DÁLE JEN JAKO „REKLAMA“)

3.1. Objednatel svým podpisem objednávky objednává u agentury realizaci reklamy specifikované v objednávce, v rozsahu uvedeném výslovně nebo dle mediaplánu a potvrzuje tak svůj souhlas s objednávkou a těmito „podmínkami". Objednávka se stává závaznou okamžikem jejího potvrzení druhou smluvní stranou; tím vzniká smluvní vztah. Objednávka musí být uzavřena v písemné formě, přičemž písemná forma je zachována i při právním jednání učiněném prostřednictvím elektronické komunikace, zejména e-mailu.“

3.2. Agentura rezervuje čas a prostor pro zveřejnění a prezentaci reklamy (např. vysílací čas pro odvysílání reklamního vysílání, reklamní prostor na webových stránkách či v tištěném magazínu, čas pro plnění v rámci promo akce) objednatele za sjednaných podmínek a za sjednanou úplatu rovněž dle objednávky.

3.3. Objednatel výslovně prohlašuje, že je srozuměn s tím, že cena za každé reklamní plnění je sjednána jako cena za rezervaci reklamního prostoru a umožnění realizace reklamy.

3.4. Reklamní vysílání na rádiu:

3.4.1. Agentura zajistí zřetelně zvukově oddělení jednotlivých reklamních bloků od ostatních částí vysílacího schématu daného pásma vysílání rádia, a to i od sponzorských vzkazů téhož objednatele, či sponzorských vzkazů jiných fyzických či právnických osob.

3.4.2. Pro vysílání reklamy rádiem je rozhodné konkrétní časové pásmo ve stejném cenovém tarifu nikoli přesný čas vysílání reklamy či sponzorského vzkazu. Při sestavování denních plánu vysílání reklamních spotů totiž dochází k optimalizaci jednotlivých reklamních bloků z hlediska jejich stopáže, počtu spotů v bloku, apod.

3.4.3. Reklamní vysílání objednatele bude vysíláno v rezervovaných časech dle mediaplánu v případě, že objednatel dodá reklamní spot spolu s „rodným listem“ a zároveň splní článek 5.1. těchto podmínek nebo dodá podklady pro výrobu spotu při současném splnění článku 5.2. těchto podmínek.

3.4.4. Sponzorský vzkaz objednatele bude vysílán rádiem na počátku, nebo na konci vysílání sjednaného pořadu rádia.

3.4.5. Případné objednatelovo nedodání reklamního spotu, obsahu reklamního vysílání, podkladu pro její výrobu, jiných potřebných informací, „rodného listu“ nebo oprávněné odmítnutí vysílání ze strany agentury dle článku 5. těchto „podmínek“ a tím způsobená eventuální nemožnost rezervovaný reklamní prostor skutečně využít k vysílání reklamy, nemá vliv na povinnost objednatele zaplatit agentuře sjednanou cenu za zajištění rezervace tohoto prostoru a za umožnění využití reklamního vysílání, přičemž v takovém případě nemá objednatel nárok na náhradní plnění. Již uhrazená cena reklamního plnění se nestává bezdůvodným obohacením a nemůže tak být vymáhána. Jedná se o cenu rezervace reklamního prostoru, kterou objednatel svou vinou nevyužil.

3.5. Zveřejnění reklamního plnění na webových stránkách či v tištěných materiálech:

3.5.1. Agentura je povinna zajistit zveřejnění reklamní prezentace objednatele na rezervovaných místech objednaných webových stránek či tištěných materiálech dle termínů v objednávce v případě, že objednatel dodá reklamní banner či advertoriál a zároveň splní článek 6.1. těchto podmínek nebo dodá podklady pro výrobu banneru či advertoriálu při současném splnění článku 6.2. těchto podmínek. Již uhrazená cena reklamy se nestává bezdůvodným obohacením a nemůže tak být vymáhána. Jedná se o cenu rezervace reklamního prostoru, kterou objednatel svou vinou nevyužil.

3.5.2. Případné objednatelovo nedodání reklamního banneru, obsahu reklamního článku, podkladu pro jejich výrobu, jiných potřebných informací nebo oprávněné odmítnutí zveřejnění ze strany agentury dle článku 6. těchto „podmínek“ a tím způsobená eventuální nemožnost rezervovaný reklamní prostor skutečně využít k zveřejnění reklamy, nemá vliv na povinnost objednatele zaplatit agentuře sjednanou cenu za zajištění rezervace tohoto prostoru a za umožnění využití reklamního plnění, přičemž v takovém případě nemá objednatel nárok na náhradní plnění.

3.6. Realizace promo akcí (eventů):

3.6.1. U promo akcí (např. hlídky Rádia Haná) je objednatel povinen dodat veškeré reklamní předměty, vzorky, výhry pro veřejnost nebo jiné dohodnuté podklady pro distribuci do sídla agentury nejpozději 3 pracovní dny před plánovaným zahájením akce.

3.6.2. Případné nedodání předmětů nebo podkladů objednatelem nemá vliv na povinnost uhradit sjednanou cenu za rezervaci týmu, techniky a organizační zajištění akce. V takovém případě nemá objednatel nárok na náhradní plnění.

3.6.3. Agentura si vyhrazuje právo operativně změnit trasu, lokalitu nebo časový harmonogram promo akce v případě extrémně nepříznivých klimatických podmínek či zásahu vyšší moci, které by ohrozily bezpečnost personálu či techniky. O takové změně agentura objednatele neprodleně informuje.

4. ZASTUPOVANÁ MÉDIA

4.1. Zastupovaná rádia a programové okruhy:

- **Radio Haná** - nejlepší hudební výběr od 80. let až do současnosti

  Střední Morava (Olomouc, Prostějov) 92,3 MHz, Přerov 98,6 MHz, Šumperk 103,3 MHz, Kroměříž 88,4 MHz, Hranice a Zábřeh 91,9 MHz, Moravská Třebová 105,1 MHz, Svitavy 90,1 MHz, Vyškov 97,8 MHz, Blansko 98,6 MHz, Boskovice 96,2 MHz, Rýmařov 96,2 MHz, Bruntál 102,9 MHz, Valašské Meziříčí 103,3 MHz

- **Radio Haná SkyRock** - nejlepší rockový výběr od 60. let až do současnosti

  Olomouc 100,0 MHz, Prostějov 100,2 MHz, Hranice a Lipník n. B. 103,1 MHz, Šumperk 100,0 MHz, Mohelnice 99,7 MHz, Boskovice 104,9 MHz, Moravská Třebová 88,7 MHz, Svitavy 99,7 MHz, Zábřeh 103,7 MHz, Valašské Meziříčí 107,5 MHz, Bruntál 91,8 MHz, Blansko 88,7 MHz, Vyškov 101,1 MHz, Rýmařov 90,2 MHz, Zlín 101,2 MHz.

- **Radio Metropole** - nejlepší moderní muzika pro Olomoucko

  Olomouc 92,0 MHz, Šumperk 102,9 MHz, Zábřeh 105,8 MHz, Mohelnice 103,7 MHz, Hranice 107,0 MHz.

- **Další rádia zde výslovně neuvedená, která budou specifikována v objednávce.**

4.2. Zastupované webové stránky:

- **RadioHana.cz** – webové stránky nejposlouchanějšího regionálního rádia v Olomouckém kraji. Obsahem jsou aktuality z rádia, rozhovory s celebritami, soutěže a obecné informace o tomto médiu.
- **Report.cz** – webový zpravodajský portál přinášející zprávy z celého Olomouckého kraje. Webový portál s největším počtem sledujících na sociálních sítích v Olomouckém kraji. Reklama je prezentována souhrnně na https://www.report.cz/.
- **REJ.cz** - Aktuální informace a zprávy ze všech okresů Olomouckého kraje. Nejsledovanější regionální zpravodajství na Šumpersku a Jesenicku. Reklama je prezentována buď souhrnně na jednotlivých okresních mutacích Olomoucky.REJ.cz, Prostejovsky.REJ.cz, Prerovsky.REJ.cz, Sumpersky.REJ.cz a Jesenicky.REJ.cz a nebo ve variantě REJ.cz JIH, která obsahuje Olomoucky.REJ.cz, Prostejovsky.REJ.cz, Prerovsky.REJ.cz nebo REJ.cz SEVER obsahující Sumpersky.REJ.cz a Jesenicky.REJ.cz.
- Další webové stránky zde výslovně neuvedené, která budou specifikována v objednávce.

4.3. Zastupované tištěné materiály:

- **Magazín Akce Zábava** – informační magazín, který obsahuje přehled kulturních, sportovních a jiných veřejných akcí z Olomouce a okolí. Magazín je distribuován zdarma na více než stovce vybraných frekventovaných míst v Olomouci a v okolí. Vychází 11x do roka v počtu 5000 výtisků a pro zájemce o relevantní informace tak je více než dostupný.
- Další tištěné materiály zde výslovně neuvedené, které budou specifikovány v objednávce.

5. REKLAMNÍ SPOT ČI SPONZORSKÝ VZKAZ (DÁLE JEN „SPOT“)

5.1. Spot dodaný objednatelem

5.1.1. Objednatel dodá spot ve stereo kvalitě se vzorkovací frekvencí minimálně 44kHz ve formátu wav, mpeg layer 2 nebo layer 3 (mp2, mp3) s datovým tokem minimálně 128kBit/s na datovém nosiči nebo elektronickou poštou v jednom vyhotovení. Lhůta dodání spotu nejpozději tři pracovní dny před počátkem reklamního vysílání.

5.1.2. Za obsah spotu odpovídá objednatel, kdy je povinen respektovat všechny podmínky stanovené platnými právními předpisy, zejména zákonem č. 231/2001 Sb. Obsah spotu nesmí být v rozporu s právy či oprávněnými zájmy třetích osob, v rozporu s dobrými mravy, urážlivý či vulgární či nenarušuje charakter vysílání rádia. Agentura dodaný spot před zařazením do vysílání rádia vyslechne a ověří, zda není v rozporu s platnými právními normami. Nesplňuje-li spot veškeré náležitosti, agentura je oprávněna tento spot dodaný objednatelem nezařadit. O tomto je agentura povinna bez zbytečného odkladu informovat objednatele. Do doby dodání řádného spotu odpovídajícího všem uvedeným požadavkům se odkládá počátek vysílání reklamy, aniž by se tento odklad jakkoli dotknul stanoveného konce trvání vysílání.

5.1.3. Ke každému reklamnímu spotu či sponzorského vzkazu je objednatel povinen dodat „rodný list spotu“.

5.1.4. Nedodá-li objednatel „rodný list“ spotu, agentura může odepřít jeho odvysílání bez náhrady reklamního vysílání. V případě, že objednatel uvede v „rodném listu“ spotu nesprávné nebo neúplné informace, může agentura požadovat úhradu smluvní pokuty ve výši 5000,- Kč.

5.2. Zhotovení spotu agenturou

5.2.1. Objednatel předá agentuře svou objednávku – návrh reklamního spotu či sponzorského vzkazu (dále jen „objednávka“) ve lhůtě nejdéle pěti pracovních dnů od přijetí objednávky spotu.

5.2.2. Objednávku spotu učiní písemně prostřednictvím poštovního doručovatele, faxu, či e-mailu. Případná změna objednávky před jejím smluvním potvrzením musí být učiněna písemně. Objednávka se pro smluvní strany stává závaznou okamžikem odeslání potvrzení objednávky ze strany agentury.

5.2.3. Agentura si vyhrazuje právo, v případě, že objednávku nebude považovat za úplnou či určitou, tuto objednávku odmítnout či požadovat její upřesnění.

5.2.4. Agentura je povinna realizovat výrobu či zajistit realizaci výroby reklamy, je-li výroba reklamní prezentace předmětem objednávky objednatele, dle zadání objednatele, ovšem výhradně tak, aby obsahem i formou respektovalo všechny podmínky stanovené platnými právními předpisy, zejména zákonem č. 40/1995 Sb., zákon o regulaci reklamy a zákonem č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

5.2.5. Požaduje-li objednatel změny zadané objednávky i poté, co byla agenturou již potvrzena, agentura může žádost objednatele odmítnout, není-li zhotovení spotu v pozměněné podobě ve sjednané lhůtě pro zhotovení možné. Pro případ požadované změny, sjednaly smluvní strany úhradu ve výši 50% navíc k původní ceně za provedení díla.

5.2.6. Spot bude objednateli předán ve stereo kvalitě ve zvukovém formátu se samplovací frekvencí 44kHz, nebo elektronickou poštou se samplovací frekvencí 44kHz ve formátu mp3, s minimálním datovým tokem 128kbit/sec.

5.2.7. Agentura zajistí zhotovení spotu ve lhůtě 5 dní od řádného obdržení a potvrzení objednávky objednatele. Nedodržení lhůty zhotovení díla způsobené nepředvídanými okolnostmi či technickou závadou nezaviněnou agenturou, není považováno za vadné plnění. V takto stanovené lhůtě je objednatel povinen spot převzít. Spot je dokončen i v případě, vykazuje-li drobné vady a nedodělky nebránící jeho použití pro účely odvysílání. Místem plnění je pobočka agentury Blažejské náměstí 97/7, Olomouc. Objednatel je oprávněn požadovat předvedení spotu před jeho převzetím. Objednatel je povinen převzít spot i před touto dobou, jestliže jej k převzetí agentura vyzve. V případě odmítnutí převzetí řádně provedeného díla či díla s drobnými vadami a nedodělky nebránícími jeho použití pro účely odvysílání objednatelem, platí fikce převzetí díla objednatelem.

5.2.8. Při odstoupení objednatele od objednávky po řádném obdržení a potvrzení objednávky objednatele, uhradí poplatek ve výši 100% za provedení díla.

5.3. Objednatel odpovídá za pravdivost, úplnost a právní bezvadnost veškerých údajů uvedených ve spotu, zejména za to, že reklama není klamavá ve smyslu platných právních předpisů.

5.4. V případě, že v důsledku obsahu spotu vznikne agentuře jakákoliv újma, sankce nebo povinnost plnění vůči třetím osobám či orgánům veřejné moci, zavazuje se objednatel tuto újmu agentuře v plném rozsahu nahradit.

6. REKLAMNÍ BANNER ČI ADVERTORIÁL (DÁLE JEN „OBSAH“)

6.1. Obsah dodaný objednatelem

6.1.1. Objednatel dodá obsah elektronickou poštou (emailem), přes sdílený webový (cloudový) prostor nebo na tzv. flash disku v požadované kvalitě. Lhůta dodání obsahu nejpozději tři pracovní dny před počátkem zveřejnění reklamní prezentace.

6.1.2. Grafický formát souboru je jpg, jpeg, png, gif, html5 vždy do velikosti 150 kB.

6.1.3. Za obsah odpovídá objednatel, kdy je povinen respektovat všechny podmínky stanovené platnými právními předpisy, zejména zákonem č. 40/1995 Sb., zákon o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona č. 468/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů.

6.1.4. Obsah nesmí být v rozporu s právy či oprávněnými zájmy třetích osob, v rozporu s dobrými mravy, urážlivý či vulgární či nenarušuje charakter redakčního obsahu agenturou zastupovaných webů. Agentura dodaný obsah před zařazením prohlédne a ověří, zda není v rozporu s platnými právními normami. Nesplňuje-li obsah veškeré

náležitosti, agentura je oprávněna tento obsah dodaný objednatelem nezveřejnit. O tomto je agentura povinna bez zbytečného odkladu informovat objednatele. Do doby dodání řádného obsahu odpovídajícího všem uvedeným požadavkům se odkládá počátek zveřejnění reklamy, aniž by se tento odklad jakkoli dotknul stanoveného konce trvání prezentace.

6.1.5. Objednatel prohlašuje, že jím dodaný obsah či dodané podklady pro výrobu obsahu agenturou dle objednávky objednatele získal v souladu s autorským zákonem a občanským zákoníkem od autorů, výkonných umělců, výrobců zvukových, obrazových a zvukově obrazových záznamů a že získal od zúčastněných osob oprávnění k výkonu práva užít děl, výkonů, zvukových a zvukově obrazových záznamů, jakož i všech osobnostních práv, a to v takovém rozsahu, že agentura je oprávněna prezentovat reklamu, aniž by byla povinna uzavírat s těmito osobami zvláštní smlouvy a aniž by jí vůči nim vznikaly jakékoliv jiné závazky. Ukáže-li se toto prohlášení jako nepravdivé, je agentura oprávněna od již podepsané závazné objednávky odstoupit a požadovat náklady na vypořádání těchto práv. Tím není dotčena odpovědnost objednatele za škodu, kterou tím agentuře způsobí včetně náhrady škody za porušení dobrého jména agentury a nákladů právního zastoupení agentury v případě soudních sporů či správních řízení vedených proti agentuře.

6.2. <u>Vytvoření obsahu agenturou</u>

6.2.1. Objednatel předá agentuře zadání a podklady k výrobě - návrh obsahu (reklamního banneru či advertoriálu) ve lhůtě nejdéle pěti pracovních dnů od podpisu objednávky výroby reklamního banneru či advertoriálu (dále jen „objednávka“).

6.2.2. Objednávku výroby obsahu učiní písemně a předá ji buď osobně, prostřednictvím poštovního doručovatele či e-mailu. Případná změna objednávky před jejím smluvním potvrzením musí být učiněna písemně. Objednávka se pro smluvní strany stává závaznou okamžikem odeslání potvrzení objednávky ze strany agentury.

6.2.3. Objednatel poskytne agentuře patřičnou součinnost zejména při přípravě a výrobě obsahu, stanovení termínu pro jejich výrobu včetně určení osoby pověřené k zastupování objednatele. Za věcnou správnost dodaných textových, grafických či obrazových podkladů pro výrobu reklamy zodpovídá objednatel.

6.2.4. Agentura si vyhrazuje právo, v případě, že objednávku nebude považovat za úplnou či určitou, tuto objednávku odmítnout či požadovat její upřesnění.

6.2.5. Agentura je povinna realizovat výrobu obsahu, je-li výroba reklamní prezentace předmětem objednávky objednatele, dle zadání objednatele, ovšem výhradně tak, aby obsahem i formou respektoval všechny podmínky stanovené platnými právními předpisy, zejména zákonem č. 40/1995 Sb., zákon o regulaci reklamy a zákonem č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů.

6.2.6. Požaduje-li objednatel změny zadané objednávky i poté, co byla agenturou již potvrzena, agentura může žádost objednatele odmítnout, není-li zhotovení obsahu v pozměněné podobě ve sjednané lhůtě pro zhotovení možné. Pro případ požadované změny, sjednaly smluvní strany úhradu ve výši 50% navíc k původní ceně za provedení díla.

6.2.7. Agentura vyrobí obsah v termínu dohodnutém smluvními stranami a uvedeném v objednávce po potvrzení agenturou. Lhůta pro výrobu obsahu je stanovena individuálně dle náročnosti výroby obsahu. Nedodržení lhůty zhotovení díla způsobené nepředvídanými okolnostmi či technickou závadou nezaviněnou agenturou, není považováno za vadné plnění. V takto stanovené lhůtě je objednatel povinen obsah převzít. Obsah je dokončen i v případě, vykazuje-li drobné vady a nedodělky nebránící jeho použití pro účely prezentace. Místem plnění je budova pobočky agentury Blažejské náměstí 97/7, Olomouc. V případě odmítnutí převzetí řádně provedeného díla či díla s drobnými vadami a nedodělky nebránícími jeho použití pro účely zveřejnění objednatelem, platí fikce převzetí díla objednatelem.

6.2.8. Objednatel se může seznámit vyrobeným obsahem před jeho převzetím. Objednatel je povinen převzít obsah i před touto dobou, jestliže jej k převzetí agentura vyzve. Při odstoupení objednatele od objednávky po řádném obdržení a potvrzení objednávky objednatele, uhradí poplatek ve výši 100% za provedení díla.

6.3. Objednatel odpovídá za pravdivost, úplnost a právní bezvadnost veškerých údajů uvedených v obsahu, zejména za to, že obsah není klamavý ve smyslu platných právních předpisů.

6.4. V případě, že v důsledku obsahu vznikne agentuře jakákoliv újma, sankce nebo povinnost plnění vůči třetím osobám či orgánům veřejné moci, zavazuje se objednatel tuto újmu agentuře v plném rozsahu nahradit.

7. AUTORSKÁ PRÁVA A LICENCE

7.1. Veškerá autorská práva k reklamním spotům, bannerům, advertoriálům či jiným výstupům vytvořeným agenturou (dále jen „dílo“) vykonává agentura, není-li výslovně sjednáno jinak.

7.2. Agentura uděluje objednateli nevýhradní licenci k užití díla výhradně za účelem realizace sjednaného reklamního plnění dle objednávky.

7.3. Licence je poskytována v rozsahu, čase a území odpovídajícím sjednanému plnění, není-li v objednávce uvedeno jinak.

7.4. Objednatel není oprávněn dílo jakkoliv upravovat, měnit, spojovat s jiným dílem ani jej užít jiným způsobem, než bylo sjednáno, bez předchozího písemného souhlasu agentury.

7.5. Objednatel není oprávněn poskytnout licenci třetím osobám ani dílo dále šířit mimo sjednaný rozsah.

7.6. Agentura je oprávněna s objednatelem uzavřít zvláštní smlouvu, jejímž předmětem bude převedení majetkových práv k dílu na objednatele.

8. CENA REKLAMY A PLATEBNÍ PODMÍNKY

8.1. Cena za rezervaci a realizaci reklamního plnění je cenou smluvní. Tato cena je stanovena pro každou kampaň individuálně na základě konkrétní poptávky objednatele a je uvedena v nabídce a objednávce.

8.2. Objednatel podpisem objednávky stvrzuje, že s navrženou cenou souhlasí. Smluvní strany berou na vědomí, že takto sjednaná cena je konečná a zahrnuje veškeré náklady agentury spojené s realizací plnění, není-li v objednávce výslovně uvedeno jinak.

8.3. Objednatel se zavazuje za realizaci reklamního plnění v dohodnutém rozsahu zaplatit smluvenou částku. Podkladem pro zaplacení ceny za reklamní plnění jsou faktury vystavené agenturou. Standardní splatnost faktury činí 5 dní ode dne jejího vystavení, přičemž cena musí být uhrazena nejpozději 2 dny před zahájením realizace. V případě, že bude v objednávce stanovena odlišná splatnost faktury, případně bude sjednáno, že fakturace probíhá až prvním dnem vysílání, a nelze tak splnit podmínku úhrady před zahájením realizace, má ujednání v objednávce přednost před těmito podmínkami.

8.4. K výsledné ceně je připočítávána daň z přidané hodnoty (DPH) v zákonné výši platné v době vystavení faktury. Faktury musí obsahovat náležitosti daňového a účetního dokladu. V případě platby bankovním převodem, je objednatel povinen provést úhradu na účet agentury č. 304100297/0300 vedený u ČSOB a.s. pobočka Olomouc.

8.5. Faktura bude zaslána ve formátu pdf na email objednatele uvedeného v objednávce.

8.6. Pro případ prodlení objednatele s kteroukoli ze sjednaných úhrad stanovily smluvní strany smluvní pokutu ve výši 0,1% ze stanovené celkové ceny, a to za každý den trvání prodlení objednatele.

8.7. V případě prodlení objednatele s úhradou jakékoliv splatné částky je agentura oprávněna bez předchozího upozornění pozastavit nebo ukončit realizaci reklamního plnění, zejména stáhnout reklamu z vysílání, webových stránek či jiných médií. Tím není dotčeno právo agentury na úhradu celé sjednané ceny reklamního plnění.

8.8. Objednatel prohlašuje, že v době uzavření smlouvy s agenturou není s jeho osobou zahájeno žádné insolvenční či exekuční řízení, ani nemá žádných dluhů po splatnosti, které by mohly ohrozit jeho schopnost plnit závazky vůči agentuře. V případě, že jakákoliv skutečnost uvedená v předešlé větě nastane, je objednatel povinen to oznámit agentuře. Porušení této informační povinnosti objednatelem je sankcionováno smluvní pokutou ve výši 30 % ceny reklamy. Zahájení insolvenčního či exekučního řízení s objednatelem opravňuje agenturu k odstoupení od smlouvy s objednatelem a k zastavení veškerého plnění, přičemž agentuře náleží úhrada za celou objednanou kampaň jako náhradu za rezervovaný prostor.

9. DOBA TRVÁNÍ SMLOUVY

9.1. Agentura zajistí zveřejnění či plnění reklamy objednatele ve sjednaném rozsahu v termínech daných objednávkou.

9.2. Smluvní strany sjednaly dále právo agentury ukončit zveřejňování či plnění reklamy objednatele před dobou sjednanou v objednávce, bude-li prodlení objednatele s úhradou kterékoli ze sjednaných plateb delší 10 pracovních dnů. Objednateli přitom nezaniká povinnost úhrady za celé objednané vysílání.

9.3. Doba trvání této smlouvy, respektive doba, po níž trvá závazek agentury zveřejňovat či plnit reklamu objednatele v rozsahu stanoveném touto smlouvou, může být smluvními stranami prodloužena či zkrácena, s výjimkou důvodu uvedeného v bodě 9.2. těchto podmínek, pouze na základě vzájemné dohody smluvních stran provedené formou písemného dodatku k této smlouvě.

10. STORNOVACÍ PODMÍNKY

10.1. Stornování již uzavřené objednávky nebo smlouvy ze strany objednatele je možno provést pouze písemně s prokazatelným doručením agentuře nejpozději 10 pracovních dní před prvním reklamním plněním. Při stornování v rozmezí 9 – 2 pracovních dnů před prvním reklamním plněním je objednatel povinen uhradit storno poplatek ve výši 50% ceny stornované reklamní prezentace. Při pozdějším stornování nebo stornování v průběhu již započatého reklamního plnění je objednatel povinen zaplatit storno poplatek ve výši 100% ceny části reklamního plnění, které ještě nebylo prezentována.

11. DALŠÍ PRÁVA A POVINNOSTI

11.1. Objednatel bere na vědomí, že standardní lhůta pro zajištění spotu nebo obsahu činí zpravidla až 11 pracovních dnů od doručení objednávky. V této lhůtě je zahrnuto zejména projednání a odsouhlasení návrhu obsahu (do 5 pracovních dnů od objednávky), výroba obsahu ze strany agentury (do 5 pracovních dnů od odsouhlasení návrhu) a zařazení obsahu do vysílání či publikace (1 pracovní den od dokončení výroby).

11.2. Požaduje-li objednatel zajištění spotu nebo jiného obsahu ve lhůtě kratší, než je standardní lhůta dle předchozího článku, musí být tato skutečnost výslovně sjednána v objednávce. Agentura je oprávněna účtovat za zajištění plnění ve zkrácené lhůtě expresní příplatek dle individuální dohody smluvních stran.

11.3. Objednatel bere na vědomí, že nemá právo jakkoliv zasahovat do obsahu vysílání rádia, redakčního obsahu webových stránek, tištěných materiálů ani jiných médií zastupovaných agenturou, s výjimkou vlastního reklamního plnění.

11.4. Objednatel není oprávněn ovlivňovat dramaturgii, obsah pořadů ani jejich zařazení, není-li výslovně sjednáno jinak.

11.5. Agentura je oprávněna samostatně rozhodovat o způsobu zařazení reklamního plnění v rámci sjednaného mediaplánu.

11.6. Agentura odpovídá za to, že reklamní plnění bude provedeno řádně a včas. Agentura odpovídá pouze za zásadní úmyslně zaviněné rozpory, které vykazuje plnění oproti výslovně stanoveným požadavkům objednatele. Případné vady je objednatel povinen agentuře oznámit písemně včetně jejich přesné specifikace ve lhůtě do pěti pracovních dnů. Agentura se zavazuje do pěti pracovních dnů od doručení reklamace rozhodnout o její oprávněnosti.

11.7. V případě vyšší moci či technických problémů nezaviněných agenturou, agentura neodpovídá za škodu vzniklou objednateli v souvislosti s nezveřejněním či neplněním reklamy, kdy se agentura zavazuje objednanou reklamu zveřejnit či splnit v nejbližším možném termínu. Pokud není možné reklamu zveřejnit či splnit v nejbližším možném termínu, objednateli náleží právo na vrácení uhrazené ceny za reklamu či sponzoring ponížené o náklady agentury vynaložené v souvislosti s propagací.

11.8. Objednatel tímto uděluje výslovný souhlas se zpracováním osobních údajů dle nařízení Evropské unie č. 2016/679, obecným nařízením o zpracování osobních údajů (dále jen „Nařízení“) a pro účely oslovení přímým marketingem viz URL GDPR

11.9. Smluvní strany berou na vědomí, že obsah smluv, jakož i informace, sdělené smluvním stranám nebo získané smluvními stranami, a to bez ohledu na to, zda v psané či jiné formě, v průběhu jednání o uzavření této Smlouvy nebo v době její účinnosti, jsou informacemi důvěrného charakteru ve smyslu ustanovení § 1730 zákona č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník a tvoří předmět obchodního tajemství každé ze smluvních stran podle § 504 zákona č. 89/2012 Sb. Občanský zákoník, a tudíž jako takové požívají ochrany poskytované občanským zákoníkem a dalšími právními předpisy.

12. USTANOVENÍ ZÁVĚREČNÁ

12.1. Veškeré změny a doplnění je možno provádět pouze na základě vzájemné dohody smluvních stran a výlučně písemnou formou.

12.2. Objednávka se vyhotovuje v listinné nebo elektronické podobě, přičemž každá ze smluvních stran obdrží (nebo má ve své dispozici) jedno vyhotovení v hodnotě originálu.

12.3. Spory vyplývající ze smluv, k nimž se vážou tyto obchodní podmínky, budou řešeny Okresním soudem v Olomouci, a to podle českého právního řádu, kterým jsou také tyto obchodní podmínky vázány.

12.4. Všeobecné obchodní podmínky vstupují v platnost pro objednávky uzavřené po 22. 7. 2026.

V Olomouci dne: 1. 7. 2026