

Všeobecné obchodní podmínky

I. Základní ustanovení

Tyto všeobecné obchodní podmínky (dále také jen „VOP“) upravují smluvní vztah mezi společností Archiweb, s.r.o., se sídlem Brno, Vídeňská 240/23, Štýřice, 639 00 Brno; IČ: 27437337; DIČ: CZ27437337, zapsaná v Obchodním rejstříku vedeném u Krajského soudu v Brně: oddíl C, vložka číslo C 53214, jejímž jménem jedná Ing. arch. Jan Kratochvíl. Bankovní spojení: 35-6715560287 / 0100 (dále jen „vydavatelství“) a zadavatelem ve věci služeb poskytovaných vydavatelstvím zadavateli.

II. Vymezení pojmů

Zadavatelem se rozumí objednatel služeb poskytovaných vydavatelstvím podle těchto VOP.

Službami se rozumí šíření reklamy a jiné inzerce (dále společně jen „reklama“) na webové stránce Archiweb.cz (a všech dalších případných podstránkách a speciálních vydáních).

K poskytování služeb dochází na základě dílčích objednávek.

Nedílnou součástí těchto všeobecných obchodních podmínek je aktuálně platný ceník dostupný na www.archiweb.cz/reklama.

III. Uzavření smlouvy

1. Zadavatel objednává služby písemnou objednávkou (e-mailovou objednávkou).
2. Objednávka musí obsahovat všechny potřebné náležitosti, které jsou nutné pro řádné poskytnutí služeb, a to zejména:
 - a) obchodní firmu zadavatele či jeho jméno a příjmení nebo název, sídlo, IČ a DIČ a jméno pracovníka odpovědného za objednávku. Dále obsahuje specifikaci reklamního plnění, termín plnění a cenu za poskytnutou službu.
3. Objednávka představuje nabídku zadavatele k uzavření smlouvy o dílo. Nestanoví-li smlouva nebo jiné písemné ujednání mezi zadavatelem a vydavatelstvím jinak, vyjadřuje zadavatel odesláním objednávky souhlas s těmito Všeobecnými obchodními podmínkami.
4. K uzavření smlouvy dojde potvrzením objednávky vydavatelstvím. Vydavatelství potvrdí objednávku písemně (e-mailovou zprávou, není-li stanoveno jinak). Písemnou formou se rozumí také e-mailová korespondence bez zaručeného elektronického podpisu.
5. Vydavatelství si vyhrazuje právo dohodnout se zadavatelem prostřednictvím smlouvy individuální obchodní podmínky.

IV.Reklama

1. Za včasné dodání podkladů reklamy je zodpovědný zadavatel. V případě, kdy dodané podklady nebudou splňovat požadavky stanovené či obvykle vyžadované vydavatelem 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.

2. Zadavatel je plně odpovědný za obsah reklamy. Zadavatel se zavazuje, že reklama předaná vydavatelství k šíření nebude v rozporu s právními předpisy, dobrými mravy 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, případně zákon č. 231/2001 Sb., 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. Zadavatel se zavazuje, že pokud vydavateli vznikne v důsledku šíření reklamy újma, tuto újmu v plné výši nahradí. Tato újma zahrnuje i náklady soudního či rozhodčího řízení, včetně nákladů na právní zastoupení v těchto věcech.

V.Realizace objednávky

1. Vydavatelství si vyhrazuje právo odmítnout poskytnutí služeb, popř. odstoupit od již uzavřené smlouvy o dílo:

a) v případě, kdy zadaná reklama či další obsah nebudou odpovídat uzavřené smlouvě o dílo, rámcové smlouvě či jiné dohodě anebo těmto všeobecným obchodním podmínkám či jiným podmínkám, jež se dle dohody stran použijí,

b) v případě, kdy budou porušeny jednotné, věcně ospravedlnitelné zásady vydavatelství,

c) z důvodu právně závadného obsahu reklamy či obsahu, tzn., pokud obsah či šíření reklamy nebo obsahu bude v rozporu s právními předpisy, zásadami poctivého obchodního styku nebo rozhodnutími orgánů veřejné správy,

d) v případě, kdy vydavatelství bude mít důvodné pochybnosti o tom, zda u reklamy nebo obsahu není dán důvod pro jejich odmítnutí podle písmen b) a c),

e) v případě, kdy by reklama mohla svým formátem či provedením vyvolat u čtenářů dojem, že se jedná o součást redakčního obsahu nebo sdělení vydavatele,

f) 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, která bude zasahovat do práva oprávněných zájmů vydavatelství či bude poškozovat, nebo by mohla poškodit dobré jméno vydavatelství či jeho zaměstnanců,

g) v případě, kdy se bude jednat o reklamu konkurenta vydavatelství, vydavatele nebo subdodavatele,

2. Pokud není výslovně dohodnut termín šíření reklamy, potom závisí její uveřejnění na možnostech vydavatelství.

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

4. Objednávka reklamy, která má být realizována výhradně v určitém termínu s určitým umístěním, musí být sdělena vydavatelství včas tak, aby mohla být zadavateli potvrzena.

5. Vydavatelství si vyhrazuje právo na označení reklamy.

6. 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.

7. Vydavatelství není povinno kontrolovat vhodnost umístění reklamy vzhledem k redakčnímu textu nebo jinému redakčnímu obsahu.

VI. Cena služby, její splatnost a platební podmínky, fakturace

1. Výše ceny za služby je určena potvrzenou objednávkou a není-li výslovně dohodnuta, je určena těmito VOP a platným ceníkem vydavatelství.

2. Splatnost ceny je určena uzavřenou smlouvou / objednávkou. Není-li v této smlouvě splatnost ceny služby sjednána, je cena splatná do 14 dnů ode dne vystavení zálohové faktury vydavatelství, nejpozději však do 3 dnů ode dne nasazení reklamy. Vydavatelství odešle fakturu v elektronické podobě (daňový doklad) zadavateli na email uvedený v objednávce. Není-li v objednávce sjednáno jinak, vydavatelství neodesílá daňový doklad poštou.

3. K ceně díla bude připočtena DPH v aktuální výši.

4. Po skončení reklamní kampaně zašle vydavatelství zadavateli na jeho žádost také doklad o šíření reklamy a celkový report o počtu zobrazení.

5. Při prodlení v placení je zadavatel povinen zaplatit smluvní pokutu za prodlení ve výši 0,5% z dlužné částky za každý započatý den prodlení. Uplatněním ani zaplacením smluvní pokuty není přitom dotčen nárok vydavatelství na zákonný úrok z prodlení či náhradu škody. Zadavatel je dále povinen hradit náklady spojené s vymáháním fakturované částky nebo částečných plateb, a to zejména náklady vydavatelství na právní zastoupení. Vydavatelství má právo v případě prodlení v placení odmítnout realizaci příslušné objednávky nebo dalších objednávek včetně objednávek z rámcové smlouvy, nebo může jejich realizaci učinit závislou na přiměřených a včasných platbách předem.

6. Vydavatelství může poskytnout individuální slevu ze základní ceny reklamy (bez DPH) reklamním agenturám (osobám, které objednají reklamu vlastním jménem, ale jednájí přitom pro svého klienta, přičemž takováto činnost je předmětem jejich podnikatelské činnosti). Předpokladem je, aby objednávku předkládala přímo reklamní agentura, která současně odpovídá za dodání podkladů a je zadavatelem reklamy. Reklamní agentura musí na požádání vydavatelství předložit živnostenský list nebo výpis z obchodního rejstříku, který jednoznačně prokazuje její předmět podnikatelské činnosti, a doložit skutečnost, že je činná jako reklamní agentura. Vydavatelství je oprávněno odmítnout poskytnutí slevy těm zadavatelům, u nichž vzniknou pochybnosti o výkonu jejich agenturní činnosti.

7. Vydavatelství si vyhrazuje právo stanovit pro zvláštní projekty / zvláštní služby jiné ceny, než jsou uvedeny v aktuálním ceníku.

8. Vydavatelství je oprávněno požadovat plnou či částečnou úhradu předem (zejména u nových nebo zahraničních klientů).

VII. Reklamace

1. Zadavatel má v případě zcela nebo částečně nesprávného či nekompletního zobrazení reklamy nárok na slevu z ceny nebo na šíření bezvadné 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 bezvadná, 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 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, a za škody způsobené okolnostmi vylučujícími odpovědnost anebo vyšší mocí (za vyšší moc se považuje např. stávka, výluka, válka a omezení plynoucí z působení přírodních sil, požár apod.). Ostatní zde sjednaná omezení odpovědnosti tím nejsou dotčena.
5. Zobrazení reklamy je zadavateli zasíláno 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 možností vydavatelství) lhůtu pro provedení korektury. Nedoručí-li zadavatel korektury do konce stanovené lhůty, je vydavatelství oprávněno šířit reklamu ve verzi zaslané ke korekturám.

VIII. Ochrana dat, obchodní sdělení

1. Informace, které poskytne zadavatel vydavatelství v souvislosti se smlouvou o dílo, používá vydavatelství pouze ke smluveným účelům.
2. Zadavatel tímto poskytuje vydavatelství výslovný souhlas se zpracováním osobních údajů, zejména pak s tím, aby vydavatelství použilo jeho osobní údaje poskytnuté vydavatelství na základě či v souvislosti s uzavřenou smlouvou o dílo (v rozsahu: jméno, příjmení, popř. název, adresa bydliště, sídla anebo provozovny, telefonní číslo, e-mailová adresa) ve své marketingové databázi za účelem nabízení produktů, obchodu a služeb vydavatelství. Souhlas je poskytován na dobu 15 let ode dne udělení souhlasu.
3. Vydavatelství tímto informuje každého zadavatele – fyzickou osobu, který podle odst. 2 poskytl svoje osobní údaje ke zpracování, 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, že zadavatel má právo přístupu k nim, že osobní údaje nebudou zpřístupněny třetí osobě.
4. Uzavřením smlouvy o dílo každý zadavatel souhlasí ve smyslu ustanovení §7 zákona č. 480/2004 Sb. s tím, že mu budou vydavatelstvím 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 o ostatních osobách uvedených v odstavci 2 tohoto článku. Tento souhlas může být zadavatelem kdykoliv bezplatně odvolán na adrese sídla vydavatelství. Zadavatel bere na vědomí, že odvolání souhlasu uděleného podle těchto obchodních podmínek se netýká a neznamená odvolání souhlasu udělených z jeho strany vydavatelství jinak.
5. Jakékoliv odvolání souhlasu podle tohoto článku nemá vliv na oprávnění vydavatelství na zpracování informací a údajů, které vyplývají z příslušných právních předpisů, ledaže by výslovně stanovily jinak.
6. Zadavatel bere na vědomí, že vydavatelství je oprávněno k vymáhání svých pohledávek vůči zadavateli využít třetí osobu.

IX. Prorogace

Vznikne-li mezi zadavatelem a vydavatelstvím soudní spor související s písemně uzavřenou smlouvou o dílo, jejíž obsah se bude řídit těmito všeobecnými obchodními podmínkami, a půjde zároveň o spor obchodní, dohodly se obě strany na tom, že tento spor bude rozhodovat soud příslušný podle sídla vydavatelství.

X. Ostatní ustanovení

1. Pokud by vznikly odůvodněné pochybnosti o platební schopnosti zadavatele a pokud není zajištěna na žádost vydavatelství žádná přiměřená a včasná platba předem, vyhrazuje si vydavatelství právo v každém případě a kdykoliv odstoupit od smlouvy či přerušit poskytování plnění.
2. Zadavatel je oprávněn zrušit potvrzenou objednávku. Zrušení objednávky je povinen učinit vždy písemně s tím, že závazky vyplývající z uzavřené smlouvy o dílo (k dané objednávce) se ruší okamžikem zaplacení odstupného, a to ve výši:
 - a) 35 % z ceny v případě doručení zrušení objednávky 10–8 kalendářních dnů před termínem začátku kampaně,
 - b) 50 % z ceny v případě doručení zrušení objednávky 8–4 kalendářních dnů před před termínem začátku kampaně,
 - c) 100 % z ceny v případě doručení zrušení objednávky v termínu kratším než 4 kalendářnídnypřed termínem začátku kampaně.
3. V případě nedodání podkladů či pozdního dodání podkladů objednané inzerce je zadavatel povinen uhradit smluvní pokutu vydavatelství ve výši 100 % ceny. Smluvní pokutou není dotčen případný nárok vydavatelství na náhradu škody.
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.
5. Jakékoli změny smlouvy mezi vydavatelstvím a zadavatelem (včetně ukončení smlouvy) musí být provedeny písemně. Písemná forma je zachována i v případě e-mailové korespondence bez zaručeného elektronického podpisu.
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. Vydavatelství si vyhrazuje právo dohodnout s klientem prostřednictvím smlouvy individuální obchodní podmínky.

XI. Platnost

Tyto všeobecné obchodní podmínky vstupují v platnost dne 1. ledna 2017.