

Obchodní podmínky pro vysílání reklamy ze dne 1.9.2021

společnosti Pohoda Media Services s.r.o. se sídlem Stavební 992/1, Ostrava – Poruba, 708 00, IČ: 07458126,
v programu RELAX, Rebel, REBEL 2 SLUŠNEJ KANÁL, Info TV a LTV PLUS

Společnost **Pohoda Media Services s.r.o.** se sídlem Stavební 992/1, Ostrava - Poruba, 708 00, IČ: 07458126, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Ostravě, pod sp. zn. C 75864, (dále jen „PMS“) tímto stanoví **obchodní podmínky**, kterými se řídí smluvní vztahy mezi společností PMS a jejími klienty při poskytování (prodeji) reklamního prostoru pro vysílání obchodních sdělení v programech RELAX, Rebel, REBEL 2 SLUŠNEJ KANÁL, Info TV a LTV PLUS ve všech formách jejich technického šíření (včetně kabelového, satelitního přenosu, digitálního vysílání a vysílání na Internetu).

Společnost PMS disponuje vysílacím časem-reklamním prostorem - v programech RELAX, Rebel, REBEL 2 SLUŠNEJ KANÁL, Info TV a LTV PLUS na základě servisních smluv uzavřených s jednotlivými vysíláči (držiteli licence k vysílání), kterými jsou:

- držitelem licence k vysílání a vysílatelem programu RELAX je společnost TP Pohoda s.r.o., se sídlem na adrese Stavební 992/1, Ostrava - Poruba, 708 00, IČ: 26852683, a to na základě rozhodnutí o udělení licence Radou pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 13.12.2011, č.j. zem/3986/2011, ve spojení s rozhodnutím o udělení licence Radou pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 30.7.2013, č.j. zem/3380/2013 s platností licence od 21.12.2011 do 20.12.2023. Licence opravňuje k provozování zemského digitálního televizního vysílání šířeného prostřednictvím pozemních vysílačů. Společnost TP Pohoda s.r.o. je dále držitelem k vysílání a vysílatelem programu Info TV, a to na základě rozhodnutí o udělení licence Radou pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 23.1.2018, č.j. RRTV/5238/2018-zem;
- držitelem licence k vysílání a vysílatelem programu Rebel je společnost Digital Broadcasting s.r.o., se sídlem na adrese Stavební 992/1, Ostrava - Poruba, 708 00, IČ: 26839407, a to na základě rozhodnutí o udělení licence Radou pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 4.1.2013, č.j. zem/109/2013, ve spojení s rozhodnutím o udělení licence Radou pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 11.6.2013, č.j. zem/2675/2013 s platností licence od 10.1.2013 do 9.1.2025. Licence opravňuje k provozování zemského digitálního televizního vysílání šířeného prostřednictvím pozemních vysílačů;
- držitelem licence k vysílání a vysílatelem programu REBEL 2 SLUŠNEJ KANÁL je společnost Fajn Rock Media, s.r.o., se sídlem na adrese Stavební 992/1, Ostrava - Poruba, 708 00, IČ: 24176214, a to na základě rozhodnutí o udělení licence Radou pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 17.1.2012, č.j. sve/307/2012, ve spojení s rozhodnutím o udělení licence Radou pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 29.8.2017, č.j. RRTV/12299/2017-loj s platností licence od 17.1.2012 do 17.1.2024. Licence opravňuje k provozování zemského digitálního televizního vysílání šířeného prostřednictvím pozemních vysílačů.
- Držitelem licence k vysílání a vysílatelem programu LTV PLUS je společnost LOCAL TV PLUS, spol. s r.o., se sídlem na adrese Stavební 992/1, Ostrava - Poruba, 708 00, IČ: 48394866, a to na základě rozhodnutí o udělení licence Radou pro rozhlasové a televizní vysílání ze dne 11. června 2013, č.j. FIA/2606/2013, s platností licence od 28.06.2013 do 28.06.2025. Licence opravňuje k provozování zemského digitálního televizního vysílání šířeného prostřednictvím pozemních vysílačů.

(dále také jen jednotlivě „vysílač“ a společně „vysílatelé“).

Tyto obchodní podmínky jsou součástí každé objednávky a smlouvy, jejímž předmětem je poskytování reklamního prostoru – vysílacího času, pro vysílání obchodních sdělení v programu RELAX, Rebel, REBEL 2 SLUŠNEJ KANÁL, Info TV nebo LTV PLUS.

I. Definice základních pojmů

Pro účely těchto obchodních podmínek a smluvních vztahů, které si jimi řídí, se následujícími pojmy rozumí:

Časové pásmo - jeden z časových úseků, na které je rozdělena denní vysílací doba Programu;

Inzerent - fyzická nebo právnická osoba, jejíž zboží, služby, obchodní značka nebo veřejný obraz je předmětem přímé nebo nepřímé propagace obchodním sdělením;

Klient - fyzická nebo právnická osoba, která má zájem o odvysílání obchodního sdělení/reklamní kampaně v Programu a vstupuje do smluvního vztahu se společností PMS. Klientem může být přímo inzerent nebo jiná osoba (např. mediální či reklamní agentura);

Obchodní sdělení - reklamní spot, sponzorský vzvak, teleshopping, umístění produktu (tzv. product placement) nebo jiná obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která je určena k přímé nebo nepřímé propagaci zboží, služeb nebo obchodní značky, popřípadě veřejného obrazu inzerenta, zařazená do vysílání Programu za úplatu nebo jinou protihodnotu;

Pracovní den - pondělí až pátek, od 9 do 17 hodin, mimo státem uznané svátky v České republice;

Program - každý z programů RELAX, Rebel, REBEL 2 SLUŠNEJ KANÁL, Info TV a LTV PLUS, jak jsou definovány v úvodu těchto obchodních podmínek;

Reklamní blok - časově ohraničený úsek vysílání Programu, určený pro vysílání reklamních spotů, oddělený od ostatního vysílání v souladu s obecně závaznými právními předpisy;

Reklamní kampaně - souhrn vícero obchodních sdělení odvysíláných v Programu k propagaci zboží, služby, obchodní značky nebo veřejného obrazu jednoho určitého inzerenta, nebo opakovaně odvysílání stejného obchodního sdělení;

Reklamní spot - audiovizuální, případně pouze vizuálně zpracované oznámení, předvedení či jiná prezentace, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb a propagaci ochranné známky;

Sponzorský vzvak - sdělení o tom, že vysílaný pořad nebo jiná část televizního vysílání je sponzorovaná, včetně identifikace inzerenta-sponzora a doplňující sdělení jako například slogan inzerenta-sponzora;

Teleshopping - přímá nabídka zboží, včetně nemovitého majetku, práv a závazků, nebo služeb, určená veřejnosti a zařazená do vysílání za úplatu nebo obdobnou protihodnotu;

Vysílací materiály - materiály dodané klientem, včetně nosičů, na kterých je nahráno nebo uloženo obchodní sdělení určené k vysílání v Programu;

II. Smlouvy o poskytnutí reklamního prostoru

1. Vysílání obchodních sdělení v Programu lze uskutečnit na základě smlouvy o poskytnutí reklamního prostoru pro vysílání obchodního sdělení ve formě:

- písemné smlouvy mezi společností PMS a klientem; nebo
- objednávky klienta potvrzené společností PMS.

Dále v těchto obchodních podmínkách pojem smlouva zahrnuje obě uvedené formy smlouvy, ledaže je v konkrétním případě uvedeno jinak.

2. Klient, který je mediální či reklamní agenturou, před uzavřením smlouvy na výzvu společnosti PMS předloží písemný dokument, z něhož vyplývá, že byl konkrétním inzerentem pověřen k nákupu reklamního prostoru v Programu, a pro jaké zboží nebo služby.

III. Uzavírání smluv o poskytnutí reklamního prostoru

1. Společnost PMS připraví dle poptávky / zadání klienta návrh objednávky a předloží jej klientovi. Pokud klient s návrhem objednávky bez výhrad souhlasí, objednávku bez dodatků či odchylek podepíše a doručí ji společnosti PMS. Za podepsanou a doručitou objednávkou se považuje i doručení kopie (skenu) podepsané objednávky emailovou poštou, ledaže společnost PMS trvá na doručení originální podepsané objednávky. Taková objednávka, pokud obsahuje všechny obsahové náležitosti, nezbytné pro její splnění, se považuje doručením společnosti PMS za potvrzenou společností PMS, ledaže s ní společnost PMS do 5 (pěti) pracovních dnů vysloví nesouhlas.

2. Pokud má klient k návrhu objednávky výhrady a jeho objednávka obsahuje oproti návrhu objednávky předloženému společností PMS jakékoliv dodatky, výhrady, omezení nebo jiné změny, je taková objednávka potvrzena pouze a jen výslovnou písemnou akceptací společnosti PMS.

3. Smluvní vztah (tedy smlouva) mezi společností PMS a klientem vzniká potvrzením klientovy objednávky společností PMS.

4. Objedávka zpravidla obsahuje především následující parametry:

- označení klienta (obchodní firma, adresa sídla, IČ);
- označení inzerenta a zboží či služby, kterých se obchodní sdělení týká;
- identifikaci Programu;
- délku trvání reklamní kampaně;
- délku, resp. další klíčové charakteristiky obchodního sdělení;
- počet objednávaných obchodních sdělení;
- specifikaci lokálních odpojení, na kterých má být reklamní kampaň vysílána, pokud je to relevantní;
- specifikaci pořadu nebo pořadů, ke kterým se váže sponzorský vzvak;
- specifikaci reklamního bloku nebo časového pásma, ve kterém má být odvysílán reklamní spot;
- kalkulaci ceny reklamní kampaně; pokud objednávka kalkuluje cenu neobsahuje, platí cena vyplývající z aktuálního ceníku společnosti PMS.

Přílohou objednávky reklamní kampaně může být vysílací plán reklamní kampaně (media plán). Vysílací plán reklamní kampaně specifikuje umístění jednotlivých obchodních sdělení ve vysílání Programu.



IV. Realizace smluv o poskytnutí reklamního prostoru

1. Společnost PMS řádně splní svou povinnost ze smlouvy odvykláním reklamní kampaně, resp. obchodních sdělení v příslušném Programu, ve sjednaném počtu a v časech odpovídajících smlouvě, případně schválenému vysílacímu plánu. Svou povinnost řádně splní, i pokud je reklamní spot odvyklán v jiném čase, než který je specifikován ve smlouvě, případně ve vysílacímu plánu reklamní kampaně, za podmínky, že je reklamní spot odvyklán ve stejném časovém pásmu.
2. Klient je oprávněn navrhnout změnu smlouvy (objednávky), například přerušit reklamní kampaně nebo jinou změnu vysílacího plánu reklamní kampaně nebo obměnu obchodního sdělení. Společnost PMS návrh přijme, pokud to umožňuje provoz a objektivní okolnosti, a provede požadovanou změnu zpravidla do 8 (osmi) pracovních dnů po doručení návrhu na změnu.

V. Storno podmínky

1. Klient je oprávněn objednavku, která byla potvrzena společností PMS, stornovat (tedy odstoupit od smlouvy), a to písemným oznámením prokazatelně doručeným společností PMS.
2. Pokud dojde k doručení odstoupení od smlouvy nejméně 8 (osm) pracovních dní před prvním dnem vysílání reklamní kampaně je klient povinen zaplatit společnosti PMS storno poplatek ve výši 50% ceny reklamní kampaně, které se storno týká. Pokud je oznámení o stornu objednávky doručeno později, tedy méně než 8 (osm) pracovních dní před prvním dnem vysílání reklamní kampaně je klient povinen zaplatit společnosti PMS storno poplatek ve výši 100% ceny objednané reklamní kampaně.

VI. Cena a cenové podmínky

1. Právo společnosti PMS na zaplacení sjednané ceny za poskytnutí reklamního prostoru ve vysílání, resp. její poměrné části, vzniká odvykláním každého jednotlivého obchodního sdělení. Právo společnosti PMS na zaplacení sjednané ceny za poskytnutí reklamního prostoru vzniká také tehdy, pokud obchodní sdělení nebylo odvykláno z důvodů překážky na straně klienta.
2. Cenu za poskytnutí reklamního prostoru ve vysílání Programu si klient a společnost PMS ujednají ve smlouvě. Pokud si cenu neujednají, platí cena vyplývající z aktuálního ceníku společnosti PMS, se kterým se klient měl příležitost seznámit. Pokud ani tak nelze cenu určit, určí se cena na základě předchozích ujednání o ceně, případně zavedené praxe mezi společností PMS a klientem obdobně.
3. Společnost PMS je oprávněna vyúčtovávat cenu za poskytnutí reklamního prostoru ve vysílání Programu s měsíční frekvencí dle skutečně poskytnutého reklamního prostoru v daném měsíci, a to k poslednímu dni daného měsíce. Pokud nebude prováděno vyúčtování s měsíční frekvencí, poskytne společnost PMS konečné vyúčtování klientovi nejpozději do 14 (čtrnácti) dnů po ukončení kampaně. Splatnost faktur společnosti PMS je 14 kalendářních dní od doručení faktury klientovi. Společnost PMS je oprávněna doručovat faktury elektronickou poštou.
4. Pokud je cena v objednávce či smlouvě sjednaná jako cena bez DPH, společnost PMS fakturovanou cenu zvýší o příslušnou sazbu DPH dle platných a účinných právních předpisů.
5. Na žádost společnosti PMS je klient povinen zaplatit před zahájením vysílání reklamní kampaně zálohu, a to až do plné výše sjednané ceny za vysílání reklamní kampaně. Pokud klient v takovém případě zálohu nezaplatí, není společnost PMS povinná zahájit vysílání reklamní kampaně.
6. V případě prodloužení klienta s placením ceny nebo její části je klient povinen zaplatit společnosti PMS úrok z prodloužení, který činí 0,05 % denně z dlužné částky za každý i započatý den prodloužení. Dále je v případě prodloužení klienta s placením ceny nebo její části společnost PMS oprávněna nezahájit vysílání a/nebo přerušit vysílání již zahájené reklamní kampaně.
7. Přímé platby ze zahraničí jsou hrazeny v Euro nebo USD ve výši odpovídající fakturované částce v přepočtu dle oficiální devizového kurzu vyhlášeného ČNB v den fakturace. Bankovní poplatky vyplývající z převodu kontrahovaných částek ze zahraničí jsou hrazeny výlučně klientem. Za platbu nelze považovat vystavení šeku či směnky bez příslušného převedení na účet společnosti PMS.

VII. Vysílací materiály

1. Klient je povinen zajistit dodání vysílacích materiálů do sídla společnosti PMS na své vlastní náklady a v dostatečném předstihu, nejméně 5 (pět) pracovních dnů před prvním dnem vysílání sjednaným ve smlouvě. Vysílací materiály musí být v souladu se smlouvou (objednávku) a musí splňovat veškeré náležitosti uvedené v tomto článku VI. obchodních podmínek (právní, technické i jiné), jinak společnost PMS není povinná reklamní kampaň odvyklat z důvodu překážky na straně klienta. V takovém případě má společnost PMS právo na zaplacení ceny podle článku V. odst. 1 těchto obchodních podmínek.
2. Společnost PMS je oprávněna specifikovat technické požadavky, které vysílací materiály musí splňovat. O technických požadavcích informuje klienta.
3. Vysílací materiály, resp. obchodní sdělení na nich nahrané, dále nesmí porušovat platné a účinné právní předpisy. Společnost PMS je oprávněna vysílací materiály posoudit a nezařadit do vysílání, případně reklamní kampaň přerušit, nebo zastavit, pokud má za to, že vysílací materiály, resp. jejich odvyklání v Programu může:
 - a) porušovat obecné závazné právní předpisy, zejména zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů, zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, a zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů;
 - b) porušit povinnosti stanovené příslušnou licencí k provozování Programu;
 - c) neoprávněně zasáhnout do práv nebo oprávněných zájmů třetích osob, zejména ale nejenom autorských práv a s právem autorským souvisejících práv, jiných práv duševního vlastnictví, osobnostních práv nebo do ochrany před nekalou soutěží;
 - d) ohrozit oprávněné zájmy společnosti PMS.
4. Vysílací materiály musí obsahovat pro každý spot zvlášť AKA kód a hudební sestavu. V případě že se tak nestane, je společnost PMS oprávněna nechat takový vysílací materiál označit na náklad klienta.
5. Vysílací materiály předané klientem společnosti PMS zůstávají vlastnictvím klienta. Společnosti PMS se zavazuje vysílací materiály skladovat s péčí schovatele během účinnosti smlouvy, odpovídá za ně však pouze do výše jejich prokazatelné pořizovací hodnoty. Po uplynutí šesti měsíců po odvyklání posledního obchodního sdělení dle smlouvy, případně po ukončení trvání smlouvy, je společnost PMS oprávněna takové vysílací materiály zlikvidovat.

VIII. Obsah obchodních sdělení, autorská a jiná práva třetích stran

1. Klient plně odpovídá za právní bezvadnost obsahu dodaných vysílacích materiálů, resp. obchodních sdělení na nich nahraných, a za to, že vysíláním obchodního sdělení v Programu nebudou porušeny platné a účinné právní předpisy, zejména předpisy uvedené v článku VI. odst. 3, a nebude neoprávněně zasaženo do práv či oprávněných zájmů třetích osob.
2. Klient je povinen získat a vypořádat všechna práva třetích osob související s výrobou a užitím obchodních sdělení. Klient je zejména povinen získat od všech majitelů autorských a s právem autorským souvisejících práv či jiných práv k duševnímu vlastnictví a nositelů osobnostních práv oprávnění k zařazení příslušných předmětů ochrany do obchodního sdělení a oprávnění k jejich užití v televizním vysílání a zaplatit těmto subjektům odpovídající odměnu. Tím není dotčen následující odstavec 3.
3. Ohledně hudby užitá v obchodním sdělení platí:
 - a) pokud je v obchodním sdělení užitá hudební dílo s textem či bez textu nebo zvukový či zvukově obrazový záznam, případně zvukový záznam vyrobený k obchodním účelům, je klient povinen na své náklady získat a vypořádat synchronizační práva a oprávnění k jejich užití při výrobě obchodního sdělení a za toto užití dotčeným subjektům uhradit odměnu;
 - b) oprávnění k užití hudebních děl v televizním vysílání autorů zastupovaných OSA a vypořádání odměny zajistí prostřednictvím OSA společnost PMS.
4. Klient se zavazuje na vyžádání společnosti PMS předložit kopie příslušných smluv a dalších dokumentů prokazujících vypořádání nároků všech držitelů práv ve shora uvedeném rozsahu, včetně dokladů o zaplacení odměn.

IX. Odpovědnost klienta za škodu a nemajetkovou újmu

1. Klient v plném rozsahu nahradí veškerou majetkovou újmu a odčiní veškerou nemajetkovou újmu, kterou způsobí společnosti PMS nebo vysílání porušením své povinnosti nebo povinností ze smlouvy o poskytnutí reklamního prostoru ve vysílání, včetně těchto obchodních podmínek. Nemajetkovou újmu je zejména, ale nejenom dotčení pověsti společnosti PMS, vysílatele nebo Programu v souvislosti s odvykláním obchodního sdělení.
2. Pokud jde o škodu, je klient povinen nahradit skutečnou škodu i ušlý zisk, včetně pokut či jiných sankcí uložených společností PMS nebo vysílání orgánem veřejné moci v souvislosti s odvykláním klientem dodaného obchodního sdělení.
3. Pokud třetí osoba uplatní proti společnosti PMS nebo vysílání v souvislosti s obsahem obchodního sdělení nebo jeho odvykláním jakákoliv práva nebo nároky, zejména, ale nejenom z titulu ochrany osobnosti, soutěžního práva, ochrany před nekalou soutěží, práva autorského a práv s ním souvisejících, práv průmyslových a práv na označení původu, je klient povinen společnost PMS, případně vysílatele, na výzvu plně odškodnit, včetně náhrady případných nákladů spojených s obranou proti uplatněným nárokům.
4. V případě, že bude proti společnosti PMS nebo vysílání v souvislosti s odvykláním obchodního sdělení uplatněno právo nebo nárok ve smyslu předchozího odstavce, nebo se společnost PMS nebo vysílání zahájí soudní řízení nebo správní řízení, je klient povinen na své vlastní náklady společnosti PMS a/nebo vysílání poskytnout veškerou potřebnou součinnost a dodat jim pro účely řízení všechny požadované informace, vysvětlení, podklady a dokumenty.



X. Odpovědnost společnosti PMS za vady vysílání

1. Společnost PMS odpovídá za to, že odvysílání reklamní kampaně, resp. obchodního sdělení, má sjednané vlastnosti, zejména že je odvysíláno v příslušném časovém pásmu a ve sjednané technické kvalitě. Reklamační lhůta k uplatnění vad vysílání je 1 (jeden) měsíc; klient je tak povinen vady vysílání obchodního sdělení vytknout společnosti PMS písemně a jakmile měl možnost vadu zjistit, nejpozději ve lhůtě do 1 (jednoho) měsíce od odvysílání obchodního sdělení. V písemné reklamaci je klient povinen popsat, v čem vada spočívá. Po uplynutí této lhůty je reklamace opožděná se všemi z toho z právních předpisů vyplývajícími důsledky.

XI. Řešení sporů

1. Jakékoliv spory mezi společností PMS a klientem vzniklé v souvislosti se smlouvou o poskytnutí reklamního prostoru budou rozhodovány v rozhodčím řízení s vyloučením pravomoci obecných soudů ve smyslu zák. č. 216/1994 Sb. o rozhodčím řízení a výkonu rozhodčích nálezů, a to rozhodcem JUDr. Wieslawem Firlou, se sídlem Křížkovského 617/10, Ostrava, 712 00.
2. V případě, že by sjednaný rozhodce nemohl funkci rozhodce ve věci podle této smlouvy přijmout, a to ať již z důvodů objektivních či z důvodu případné podjatosti rozhodce, výslovně si smluvní strany ujednávají, že v takovém případě je oprávněn věřitel, který uplatňuje majetkové nároky z této smlouvy, oprávněn ve lhůtě do 15-ti dnů ode dne, kdy se dozví o nemožnosti provést rozhodčí řízení sjednaným rozhodcem, namísto tohoto rozhodce jmenovat rozhodce nového podle své volby s tím, že jmenování nového rozhodce je povinen oznámit druhé smluvní straně nejpozději do 10-ti dnů ode dne uplynutí této lhůty a dále s tím, že účinky jmenování nastávají dnem, kdy oznámení bude doručeno druhé smluvní straně způsobem doručování ve Všeobecných smluvních podmínkách. V případě marného uplynutí těchto lhůt platí, že rozhodčí doložkou v této smlouvě nejsou smluvní strany vázány.
3. Rozhodčí řízení se koná v místě určeném rozhodcem s přihlédnutím k oprávněným zájmům stran. Rozhodce postupuje v rozhodčím řízení způsobem, který považuje za vhodný tak, aby bez zbytečných formalit a při poskytnutí stejné příležitosti k uplatnění práv všem stranám byl zjištěn skutkový stav věci, potřebný pro rozhodnutí sporu.
4. Rozhodce rozhoduje ve věci bez ústního jednání, pouze na základě písemných materiálů, předložených stranami. Nebude-li však rozhodce materiály považovat za dostačující, je oprávněn nařídít ústní jednání.
5. Předvolání k ústnímu jednání se doručuje stranám nejméně deset pracovních dnů přede dnem, v němž se ústní jednání má konat, a to způsobem, uvedeným níže.
6. Pokud se některá ze stran nedostaví k ústnímu jednání bez předchozí důvodné omluvy, doručené rozhodci nejpozději dva pracovní dny přede dnem, v němž se má ústní jednání konat, bude v rozhodčím řízení pokračováno bez její účasti. O důvodnosti omluvy rozhoduje rozhodce.
7. Veškeré písemnosti, týkající se zahájení a konání rozhodčího řízení, musí být předloženy v takovém počtu výtisků, aby každá ze stran a rozhodce měli po jednom výtisku.
8. Písemnosti v rozhodčím řízení zasílá stranám rozhodce, a to na adresu, kterou strana uvedla nebo zvolenému právnímu zástupci.
9. Žaloby, žalobní odpovědi, předvolání a usnesení se zasílají doporučeným dopisem s potvrzením o doručení. Ostatní písemnosti, vyjma rozhodčího nálezu, se mohou zasílat doporučeným nebo obyčejným dopisem. Kterákoli z uvedených písemností může být rovněž doručena osobně oproti potvrzení o přijetí. Všechna doručení rozhodce jsou platná, byla-li učiněna podle předchozího odstavce, a to i tehdy, jestliže adresát písemnost odepřel písemnost převzít nebo přes oznámení poštovního úřadu si ji jako poštovní zásilku nevyzvedl.
10. Jestliže strana po zahájení rozhodčího řízení změnila adresu, aniž to oznámila rozhodci, je doručení platně provedeno odesláním písemnosti dle předchozího odstavce.
11. Smluvní strany se dále dohodly, že rozhodčí nález nemusí být odůvodněn. Konečné stanovisko v tomto náleži rozhodci s přihlédnutím k okolnostem sporu. To platí i v případě, je-li na návrh kterékoliv ze stran vyřešen spor uzavřením smíru ve formě rozhodčího nálezu. Rozhodčí nález je konečný a závazný a dnem doručení nabyvá účinků pravomocného soudního rozhodnutí. Strany jsou povinny splnit všechny povinnosti uložené v rozhodčím nálezu ve lhůtách v něm uvedených. Nestane-li se tak, podléhá rozhodčí nález soudnímu výkonu rozhodnutí.
12. Rozhodčí nález rozhodce doručuje účastníkům rozhodčího řízení, příp. jejich zástupcům, způsobem, upraveným zákonem č. 99/1963 Sb. občanský soudní řád ve znění účinném v době doručování rozhodčího nálezu.
13. Právní vztahy výslovně touto rozhodčí doložkou v čl. X neupravené se řídí zákonem č. 216/1994 Sb. o rozhodčím řízení a výkonu rozhodčích nálezů.

XII. Ochrana důvěrných informací a zpracování osobních údajů

1. Smluvní strany uchovávají v tajnosti veškeré důvěrné informace, které získají při uzavírání smlouvy nebo v průběhu jejího plnění, zejména ale nejenom informace a materiály obsahující obchodní tajemství, důvěrné technické, marketingové a obchodní informace a obdobné informace, které smluvní strana označí jako důvěrné a/nebo jejichž sdělení či zpřístupnění třetí osobě by bylo v rozporu se zájmem smluvní strany, a že důvěrné informace nevyužijí pro vlastní potřeby nebo jinak, než jako to předvidá smlouva a tyto obchodní podmínky a v souladu s jejich účelem.
2. Poskytovatel zpracovává osobní údaje inzerentů a klientů v souladu s platnými a účinnými právními předpisy o zpracování a ochraně osobních údajů, o čemž informuje zejména prostřednictvím samostatného dokumentu dostupného na webových stránkách.

XIII. Závěrečná ustanovení

1. Smlouva o poskytnutí reklamního prostoru a právní vztahy vzniklé na jejím základě, včetně práv z porušení smlouvy, se řídí a vykládají podle právních předpisů České republiky, zejména občanského zákoníku, aniž by se uplatnily kolizní normy mezinárodního práva soukromého.
2. Odchylná smluvní ujednání výslovně obsažená ve smlouvě (či objednávce) mají před těmito obchodními podmínkami přednost.
3. Jakákoliv oznámení, zprávy atp. činěná podle smlouvy budou druhé smluvní straně doručeny vždy v písemné formě prostřednictvím držitele poštovní licence podle zvláštního právního předpisu nebo elektronickou poštou na e-mailovou adresu smluvní strany nebo osoby oprávněné jednat za tu kterou smluvní stranu, osobně proti potvrzení o převzetí nebo prostřednictvím osoby, která provádí přepravu zásilek (kurýrní služba). V otázkách týkajících se trvání, změny nebo zániku smlouvy se vyžaduje vždy doručování v listinné podobě osobně, kurýrní službou nebo prostřednictvím poštovní přepravy doporučeně. Pokud si příjemce nevyzvedne zásilku, která byla uložena na poště, bude zásilka považována za doručenu prvním dnem úložní doby stanovené držitelem poštovní licence. Za doručenu ve stejné lhůtě bude zásilka považována i tehdy, když nebyla uložena na poště a pošta ji vrátila zpět odesílateli jako nedoručitelnou proto, že příjemce na uvedené adrese není k zastižení. Odmítne-li příjemce zásilku převzít, považuje se dnem odmítnutí převzetí za doručenu.
4. Změny obchodních podmínek: Společnost PMS je oprávněna tyto obchodní podmínky kdykoliv měnit či doplňovat. Změny či úpravy obchodních podmínek budou klientovi zaslány přednostně na emailovou adresu. Klient může vyjádřit svůj nesouhlas se změnou obchodních podmínek písemným sdělením zasláným společnosti PMS do 14 dnů od uveřejnění jejich změny, tj. od doby, kdy se mohl se změnou seznámit. Nestane-li se tak, nabývají změny účinnosti ke dni v nich uvedeném. Vyjádří-li klient v uvedené lhůtě svůj nesouhlas se změnou obchodních podmínek a nedojde-li k jiné dohodě, je klient oprávněn v tomto případě od smlouvy odstoupit. Výjimkou je, pokud ke změně nebo doplnění obchodních podmínek dochází z důvodu změny právních předpisů platných v České republice. V takovém případě není ke změně obchodních podmínek souhlas klienta nutný.
5. V případě, že se jakékoli ustanovení těchto obchodních podmínek stane v důsledku změny obecné právní úpravy nebo i jinak neplatným, protiprávním, neúčinným nebo nevymahatelným, nemohou takové právní vady způsobit neplatnost nebo neúčinnost celých obchodních podmínek. Všechna ustanovení obchodních podmínek jsou oddělitelná, a pokud se jakékoli jejich ustanovení stane neplatným, protiprávním, neúčinným nebo nevymahatelným, zůstává platnost a účinnost ostatních ustanovení těchto obchodních podmínek tímto nedotčena. Objednatel v takovém případě bezodkladně nahradí takové neplatné nebo neúčinné ustanovení zákonnou a platnou verzí tohoto ustanovení, která umožní dosažení účelu těchto obchodních podmínek.
6. Tyto obchodní podmínky nabývají účinnosti dne 1.9.2021.

