

Všeobecné obchodní podmínky

Společnost TECH MEDIA PUBLISHING s.r.o.

se sídlem Petržítova 3304/19, 143 00 Praha 4

IČ: 247 53 149, DIČ: CZ 247 53 149

Společnost je zapsaná v OR vedeném u MS v Praze, oddíl C, vložka 171471

tel.: +420 774 622 300, e-mail: petr.kostolnik@techmagazin.cz

Kontaktní adresa redakce: Pod višňovkou 31, 140 00 Praha 4

.....

1. Základní ustanovení

Níže uvedené Všeobecné obchodní podmínky (dále jen VOP) upravují smluvní vztahy mezi vydavatelstvím TECH MEDIA PUBLISHING s.r.o. (dále jen vydavatelství) a zadavatelem inzerce (dále jen zadavatel) v měsíčníku TechMagazín a internetovém serveru www.techmagazin.cz, a v čtvrtletníku Robotic journal a internetovém serveru www.roboticjournal.cz

2. Inzerce

2.1 V případě tištěného média se inzerací rozumí část tištěné strany či stran, které netvoří redakční texty vydavatele, včetně externích příloh (vkladů či přelepek apod.), pokud je takové sdělení šířeno za úplaty nebo jinou protihodnotu. V souladu se zákonem si vydavatelství vyhrazuje právo označit uveřejněné PR články, které nebudou mít podobu redakčních stran, jako placenou inzerci, případně komerční prezentaci.

2.2 V případě internetového serveru se inzerací rozumí jakékoliv sdělení jiné osoby než provozovatele serveru, které netvoří redakční obsah internetového serveru a je šířeno za úplaty nebo jinou protihodnotu.

2.3 K šíření reklamy prostřednictvím inzerce dochází na základě objednávek nebo jednotlivých smluv o spolupráci. Smluvní vztahy se dále vedle těchto VOP a právě platného ceníku řídí Technickými podmínkami vydavatele. Ty jsou zveřejněny na webové adrese www.techmagazin.cz v oddíle Ceník inzerce, který je součástí těchto Všeobecných obchodních podmínek. Odchylná ujednání ve smlouvě mají přednost před ustanoveními těchto VOP.

3. Uzavření smlouvy, objednávky

3.1 Zadavatel objednává šíření inzertní reklamy písemnou objednávkou (e-mailovou korespondencí, dopisem). Objedávka může být učiněna také ústně, následně potvrzena písemně.

3.2 Objedávka musí obsahovat všechny potřebné náležitosti, vyžadované pro řádné šíření inzertní reklamy, a to zejména:

- a) obchodní firmu zadavatele (dle výpisu z obchodního rejstříku) či jméno a příjmení, pokud jde o fyzickou osobu
- b) sídlo zadavatele - fakturační adresu
- c) identifikační číslo a DIČ
- d) údaj o zápisu v obchodním rejstříku, bankovní spojení
- e) jméno pracovníka odpovědného za objednávku, telefonní a e-mailové spojení na něj
- f) obchodní název vydavatelství, sídlo, IČ, DIČ, údaj o zápisu v obchodním rejstříku, bankovní spojení, jméno pracovníka odpovědného za objednávku a spojení na něj
- g) číslo vydání, do kterého je inzerát objednan (v případě objednání inzerce do některé z tematických příloh, je nutné uvádět název dané přílohy)
- h) datum vydání, ve kterém bude uveřejněna inzertní reklama
- ch) rozměr a cena inzerátu včetně dohodnuté slevy či agenturní provize.

Objednávku je nutné doručit písemně nebo naskenovanou e-mailem.

3.3 Vydavatelství si vyhrazuje právo odmítnout objednávky, které nebudou odpovídat tomuto odstavci 3.2.

3.4 K uzavření smlouvy dojde potvrzením objednávky, učiněné zadavatelem a vydavatelstvím. Vydavatelství potvrdí objednávku ústně či písemně (e-mailovou korespondencí). V případě, že nedojde k potvrzení objednávky vydavatelstvím ústně či písemně, považuje se za uzavření smlouvy uskutečnění šíření inzertní reklamy.

3.5 Objednávky externích příloh (vkladů) jsou pro vydavatelství závazné teprve po předložení vzorové přílohy a jejím odsouhlasení.

3.6 Vydavatelství si vyhrazuje právo dohodnout se zadavatelem prostřednictvím smlouvy individuální obchodní podmínky. Zadavatel i vydavatelství jsou povinni o těchto individuálních podmínkách zachovávat mlčenlivost.

4. Inzertní podklady

4.1 Zadavatel je zodpovědný za včasné dodání inzertních podkladů. V případě, že dodané podklady nebudou splňovat požadavky stanovené či obvykle vyžadované vydavatelstvím, 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.

4.2 Vydavatelství zaručuje kvalitu tisku běžnou pro tiskové médium TechMagazín, Robotic journal, či zobrazení běžné pro požadované elektronické médium, a to v rámci možností daných dodanými podklady (viz. Podklady pro inzerci v sekci inzerce na www.techmagazin.cz, www.roboticjournal.cz).

4.3 Zadavatel je plně odpovědný za obsah inzertní reklamy. Zavazuje se, že inzertní reklama předaná vydavatelství k šíření nebude v rozporu s právními předpisy, dobrými mravy, principy poctivého jednání a zásadami poctivého obchodního styku, a že jejím šířením nebudou neoprávněně dotčena práva a oprávněné zájmy třetích osob (zejména - nikoliv však jen - právo na ochranu osobnosti fyzických osob, právo na ochranu dobré pověsti právnických osob a práva k ochranné známce), ani porušeny obecně závazné právní předpisy, zejména zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy v platném znění.

4.4 Zadavatel se zavazuje, že pokud vydavatelství či vydavateli 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.

4.5 Vydavatelství obdrží všechny potřebné podklady pro šíření inzertní reklamy a není povinno tyto podklady uchovávat, případně zadavateli vracet, ani archivovat provedenou reklamu.

5. Celoroční objednávka

5.1 Pokud by zadavatel zamýšlel šířit v průběhu roku určitý objem inzerce, má možnost uzavřít s vydavatelstvím celoroční objednávku, která ho bude opravňovat ke zvýhodněným podmínkám, např. k individuálním slevám z ceny.

5.2 Na základě celoroční objednávky je zadavatel oprávněn požadovat v dohodnuté lhůtě i uveřejnění většího množství inzerce, než je dáno celoroční objednávkou a vydavatelství se zavazuje v takovém případě neodmítnout navýšení rozsahu inzerce za stejných cenových podmínek. Pokud tímto navýšením vznikne zadavateli podle podmínek vydavatelství nárok na vyšší slevu podle platného ceníku, obdrží zadavatel po uplynutí doby platnosti celoroční objednávky daňový dobropis na rozdíl mezi slevou sjednanou v celoroční objednávkě a slevou, která mu podle platného ceníku přísluší. Pokud nějaká objednávka nebude splněna z důvodů, za něž vydavatelství nenese odpovědnost, právo zadavatele na slevu odpovídající nesplněné objednávkě zaniká.

5.3 V případě, kdy zadavatel neobjedná v příslušném médiu inzerci v rozsahu předpokládaném v celoroční objednávce, 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.

5.4 Vedle slev předpokládaných v těchto VOP mohou být s jednotlivými zadavateli písemně sjednány také zvláštní individuální slevy. Zadavatel je povinen o těchto zvláštních slevách zachovávat mlčenlivost.

6. Realizace objednávky

6.1 Vydavatelství si vyhrazuje právo odmítnout realizaci objednávky v případě, že:

- a) zadaná inzerce nebude odpovídat uzavřené objednávce či celoroční objednávce, anebo těmto VOP či jiným podmínkám, jež se dle dohody stran použijí,
- b) budou porušeny etické zásady vydavatelství,
- c) z důvodu právně závadného obsahu inzerce, 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,
- d) vydavatelství bude mít důvodné pochybnosti o tom, zda u inzertní reklamy není dán důvod pro její odmítnutí podle písm. a) až c),
- e) obsahují inzerci či obchodní sdělení třetích osob, s výjimkou případu, kdy zadavatelem bude reklamní či mediální agentura a reklama bude obsahovat inzerci či obchodní sdělení jejího zákazníka,
- g) inzerce bude zasahovat do práv a oprávněných zájmů vydavatelství či bude poškozovat nebo by mohla poškodit dobré jméno vydavatelství a jeho zaměstnanců,
- h) se bude jednat o reklamu konkurenta vydavatelství, nebo vydavatele či provozovatele některého z médií, včetně zakázek prostřednictvím mediální agentury,

6.2 Vydavatelství v takovém případě sdělí své rozhodnutí o odmítnutí inzerce zadavateli 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 objednávky či celoroční objednávky odstoupit.

6.3 Pokud si zadavatel objedná inzerci v podobě, která neodpovídá rozměrům a/nebo formátu reklamní plochy, či technickým možnostem média, vydavatelství o této skutečnosti informuje zadavatele, případně, pokud je to v jeho možnostech, upraví inzerci běžným způsobem, aniž by bylo povinno zadavatele informovat.

6.4 Pokud si zadavatel objedná v tištěném či internetovém médiu graficky nezpracovanou inzerci, zpracuje vydavatelství tuto reklamu běžným způsobem. Vydavatelství si však vyhrazuje právo provedení tohoto zpracování odmítnout.

7. Cena inzerce, platební podmínky, fakturace a její splatnost

7.1 Výše ceny za inzerci je určena uzavřenou objednávkou či celoroční objednávkou a není-li v ní výslovně dohodnuta jinak, je určena těmito VOP a platným ceníkem vydavatelství.

7.2 Splatnost ceny za inzerci je určena uzavřenou objednávkou a je splatná do 14 dnů ode dne vystavení faktury (daňového dokladu) vydavatelství, nejpozději však do 30 dnů ode dne šíření inzertní reklamy.

7.3 Zadavatel uhradí společně s inzercí také DPH v aktuální výši.

7.4 Společně s fakturou za inzerci v tištěném médiu zašle vydavatelství zadavateli dokladový výtisk, v případě reklamní či mediální agentury dva výtisky.

7.5 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.

7.6 Vydavatelství má právo v případě prodlení v placení odmítnout realizaci dalších objednávek daného zadavatele, včetně objednávek z celoroční objednávky, nebo může jejich realizaci učinit závislou na přiměřených a včasných platbách předem.

7.7 Vydavatelství může poskytnout slevu ve výši 15 % ze základní ceny reklamy (bez DPH) reklamním agenturám (osobám, které objednají reklamu vlastním jménem, ale jednají přitom pro svého klienta, přičemž takováto činnost je předmětem jejich podnikatelské činnosti). Předpokladem je, aby objednávku předkládala přímo reklamní agentura, která současně odpovídá za korektní dodání podkladů, úhradu ceny a je zadavatelem inzerce.

7.8 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 či rozsahu jejich agenturní činnosti. Pro internetovou reklamu není tato sleva poskytována.

7.9 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 zaniká, a to i zpětně. Právo na slevu zaniká okamžikem vystavení příslušného vrubopisu vystaveného vydavatelstvím.

7.10 Vydavatelství může se zadavatelem uzavřít samostatnou dohodu o elektronickém obchodním styku, která specifikuje, že pro vzájemnou spolupráci (tj. vystavování a zasílání daňových dokladů vydavatelství TECH MEDIA PUBLISHING s.r.o., korespondenci obou smluvních stran a dokládání uveřejnění inzerce v tištěném médiu) bude komunikace zajišťována elektronickými prostředky.

7.11 Faktury pro zahraniční zadavatele mohou být vystaveny v eurech. Pro přepočítání se v takovém případě používá kurz uvedený v objednávce. Vydavatelství je oprávněno požadovat u nového nebo zahraničního zadavatele plnou či částečnou úhradu předem.

8. Reklamace

8.1 Zadavatel má v případě zcela nebo částečně nečitelného, nesprávného či nekompletního otisku inzertní reklamy v tištěném médiu nárok na přiměřenou slevu z ceny nebo na opakování bezchybné náhradní inzertní reklamy, ale pouze v rozsahu, ve kterém byl prokazatelně poškozen účel inzertní reklamy. Zadavatel je povinen toto právo uplatnit u vydavatelství písemně do 14 dnů od data šíření inzertní 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, má zadavatel právo na slevu z ceny.

8.2 Při opakovaném uveřejnění inzerce je zadavatel povinen ihned zkontrolovat po každém uveřejnění její správnost. Vydavatelství neuznává nárok na uveřejnění náhradní inzerce, jestliže se při opakování objevila tatáž chyba, aniž by byl tento nedostatek nejpozději do 3 dnů po předchozím uveřejnění oznámen vydavatelství.

8.3 V případě, že se vyskytnou v důsledku vadných podkladů nedostatky při zpracování, které nebyly zjevně rozeznatelné při přijetí objednávky, nemá zadavatel nárok na slevu nebo opakování inzerce.

8.4 Vydavatelství neodpovídá v žádném případě za škody, které nebyly vydavatelstvím zaviněny, 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.

8.5 Inzertní text je zadavateli po dohodě zasílán ke korektuře. Zadavatel zodpovídá za správnost a úplnost jím provedených korektur a je povinen zaslat vydavatelství korektury písemně e-mailem či elektronicky v pdf, jinak k nim vydavatelství není povinno přihlížet.

8.6 Vydavatelství stanoví zadavateli z hlediska možnosti přiměřenou lhůtu pro provedení korektury; nebude-li tato lhůta stanovena jinak, činí 12 hodin. Nedoručí-li zadavatel korektury do konce stanovené lhůty, je vydavatelství oprávněno šířit inzertní reklamu ve verzi zaslané ke korektuře. Zadavatel je povinen uvést v korektuře veškeré jím požadované změny. Vydavatelství 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 200,- Kč bez DPH 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.

8.7 Reklamace je možné uplatnit písemně (e-mailem) na adrese sídla vydavatelství nebo u příslušného inzertního pracovníka či poradce vydavatelství.

9. Ochrana dat

9.1 Informace, které poskytne zadavatel vydavatelství, či vydavatelství zadavateli v souvislosti s objednávkou, používá vydavatelství či zadavatel výhradně ke smluveným účelům či k ochraně svých oprávněných zájmů.

9.2 Zadavatel tímto poskytuje vydavatelství výslovný souhlas s tím, aby vydavatelství použilo jeho osobní údaje poskytnuté mu na základě či v souvislosti s uzavřenou objednávkou či celoroční objednávkou ve své marketingové databázi za účelem nabízení produktů, obchodu a služeb vydavatelství. Souhlas je poskytován na dobu 10 let ode dne jeho udělení, odvolat jej či uplatnit nesouhlas (požadavek na vyřazení z databáze) lze písemně na adrese vydavatelství.

9.3 Vydavatelství tímto informuje každého zadavatele, 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, a že má právo na odstranění závadného stavu, na jejich blokování, provedení opravy, doplnění nebo likvidaci a má právo při porušení zákona se obrátit na Úřad pro ochranu osobních údajů s žádostí o zajištění nápravy, jakož i o dalších právech vyplývajících z § 11 a 21 tohoto zákona.

10. Ostatní ustanovení

10.1 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.

10.2 Stornováním objednávky, které musí být v každém případě provedeno písemně, do data řádné uzávěrky daného vydání nepodléhá storno žádným sankčním poplatkům. V případě stornování objednávky do tří dnů po uzávěrce, přísluší vydavatelství odstupné vy výši 50 % ceny. V případě 7 pracovních dnů před vydáním inzertní reklamy zůstávají nároky vydavatelství na platbu ceny inzercie nedotčeny (vydavatelství náleží v takovém případě odstupné ve výši 100 % ceny). Stejně platí pro případ, kdy vydavatelství odmítne uveřejnit již potvrzenou objednávku z důvodu neuhrazení závazků zadavatele.

10.3 V případě nedodání podkladů či pozdního dodání podkladů objednané inzerce si vydavatelství vyhrazuje právo na storno poplatek ve výši 100 %.

10.4 Smluvní strany se dohodly, že mezi nimi uzavřené objednávka a celoroční objednávky o šíření inzertní 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.

10.5 Ukončení smlouvy mezi vydavatelstvím a zadavatelem právním úkonem musí být provedeno písemně.

10.6 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.

10.7 Odstoupení od smlouvy mezi vydavatelstvím a zadavatelem má vždy účinky ex nunc (s okamžitou platností).

10.8 Vydavatelství si vyhrazuje právo dohodnout se zadavatelem prostřednictvím objednávky či celoroční objednávky individuální obchodní podmínky.

11. Změna VOP

Vydavatelství může tyto Všeobecné obchodní podmínky včetně ceníku v přiměřeném rozsahu změnit v případě, že nastanou změny v jednotlivých médiích vydavatele, nebo budou zavedeny nové inzertní formáty.

12. Platnost

Tyto obchodní podmínky jsou účinné od 1. ledna 2014, s aktualizací 1. prosince 2021.