

I. Základní ustanovení

1. Tyto všeobecné obchodní podmínky (dále také jen „VOP“) upravují smluvní vztah mezi společností Smart Connections s.r.o. (dále jen vydavatelství) se sídlem 8. května 3253/28, 787 01 Šumperk, IČ 27854647, DIČ CZ27854647, zapsanou v obchodním rejstříku vedeném rejstříkovým soudem v Ostravě, sp. zn. C 43508 (dále jen „vydavatelství“) a zadavatelem ve věci služeb poskytovaných vydavatelstvím zadavateli.
2. Zadavatelem se rozumí objednatel služeb poskytovaných vydavatelstvím podle těchto VOP.
3. Službami se rozumí šíření reklamy a jiné inzerce (dále společně jen „reklama“):
 - v tištěném časopise Svět Průmyslu (a všech jeho přílohách a speciálních vydáních),
 - v online časopise E-Svět Průmyslu,
 - na internetovém serveru SVETPRUMYSLU.CZ,
 - na sociálních sítích.
4. Nabídka služeb je určena výlučně podnikatelům.
5. K poskytování služeb dochází na základě jednotlivých smluv o dílo nebo obdobné smlouvy (dále společně jen „smlouva o dílo“) či na základě rámcové smlouvy a dílčích objednávek.
6. Nedílnou součástí těchto všeobecných obchodních podmínek je aktuálně platný ceník dostupný na www.svetprumyslu.cz.

II. Uzavření smlouvy

1. Zadavatel objednává služby obvykle písemnou objednávkou (dopisem, faxem, e-mailovou korespondencí). Objedávka však může být učiněna také ústně.
2. Objedávka musí obsahovat všechny potřebné náležitosti, které jsou nutné pro řádné poskytnutí služeb, a to zejména název obchodní firmy zadavatele či jeho jméno a příjmení nebo název, sídlo, IČ a DIČ a jméno pracovníka odpovědného za objednávku.
3. Zadavatel není oprávněn vzít přijetí a potvrzení rezervace zpět ani ji zrušit jinak, než jak je uvedeno v těchto VOP v odstavci IV. Ostatní ustanovení.
4. Zadavatel není oprávněn provádět v objednávce před jejím potvrzením jakékoli změny (škrtání, přepisování nebo dopisování). Takové změny objednávky jsou považovány za odmítnutí návrhu smlouvy o dílo, vůči vydavateli jsou bez právních účinků a představují novou poptávku, na kterou může vydavatel reagovat v nové objednávce, na niž se použije postup uvedený v odst. II. těchto VOP.
5. Objedávka představuje nabídku zadavatele k uzavření smlouvy o dílo. Odesláním potvrzené objednávky vyjadřuje zadavatel souhlas s těmito VOP. V případě, že objednávka nebude obsahovat výše uvedené údaje či tyto údaje nebudou definovány zcela jasně, vyzve vydavatelství zadavatele k doplnění chybějících údajů či jejich zpřesnění do vydavatelství

stanoveného termínu. V opačném případě si vydavatelství vyhrazuje právo odmítnout tuto objednávku. Odmítnutí zašle vydavatelství zadavateli bez zbytečného odkladu po obdržení vadné objednávky.

6. K uzavření smlouvy dojde potvrzením objednávky vydavatelstvím. Vydavatelství potvrdí objednávku písemně (dopisem, faxem, e-mailovou korespondencí apod.). Písemná forma je zachována i v případě e-mailové korespondence bez zaručeného elektronického podpisu. V případě, že nedojde k potvrzení objednávky vydavatelstvím ústně či písemně, považuje se za uzavření smlouvy poskytnutí požadovaných služeb vydavatelstvím.
7. Objednávky externích příloh jsou pro vydavatelství závazné teprve po předložení vzorové přílohy a jejím schválení.
8. Vydavatelství si vyhrazuje právo dohodnout se zadavatelem prostřednictvím smlouvy individuální obchodní podmínky.

III. Reklama

1. Za včasné dodání podkladů reklamy je zodpovědný zadavatel. V případě, kdy dodané podklady podle věty první nebudou splňovat požadavky stanovené či obvykle vyžadované vydavatelstvím nebo 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. Vydavatelství zaručuje kvalitu tisku běžnou pro požadované tiskové médium, kvalitu vysílání či zobrazení běžnou pro požadovaná elektronická média, a to v rámci možností daných dodanými podklady.
3. 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., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, v platném znění, 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 vydavatelství, vydavateli či provozovateli příslušného média 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.

4. Vydavatelství dostane k volné dispozici všechny potřebné podklady pro šíření reklamy a není povinno tyto podklady uchovávat, případně zadavateli vrátet.

IV. 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 video nebudou odpovídat uzavřené smlouvě o dílo, rámcové smlouvě či jiné dohodě anebo těmto VOP 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 videa, tzn., pokud obsah či šíření reklamy nebo videa 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 videa 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 příslušného média nebo sdělení vydavatelství či 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, jeho zaměstnanců anebo osob tvořících s vydavatelstvím holding,
 - g. v případě, kdy se bude jednat o reklamu konkurenta vydavatelství, vydavatele nebo subdodavatele,
 - h. v případě, kdy zadavatel odmítne podepsat zvláštní slib odškodnění, jehož podpis bude v odůvodněných případech vydavatelstvím požadován.
2. Pokud není výslovně dohodnut termín šíření reklamy, potom závisí její uveřejnění na možnostech vydavatelství.
3. Pokud není výslovně dohodnuto určité umístění nebo určitá jednotka vykrytí, 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 nebo v určité jednotce vykrytí, musí být sdělena vydavatelství včas tak, aby mohla být zadavateli potvrzena. Aby vydavatelství mohlo zajistit ideální umístění reklamy v tištěných médiích, vyhrazuje si právo posunu termínu reklamy v těchto médiích, a to o jedno vydání dopředu nebo zpět.
5. Inzeráty jsou podle možnosti uveřejňovány v odpovídající rubrice bez nutnosti výslovné dohody.

6. Vydavatelství si vyhrazuje právo na označení reklamy.
7. 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.
8. Pokud si zadavatel objedná v tištěných médiích graficky nezpracovanou reklamu, zpracuje vydavatelství tuto reklamu běžným způsobem.
9. Vydavatelství není povinno kontrolovat vhodnost umístění reklamy vzhledem k redakčnímu textu nebo jinému redakčnímu obsahu.

V. 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, platební podmínky a fakturace:
 - a. Cena za poskytnutí inzertní plochy je splatná do (7) dnů ode dne vystavení daňového dokladu (faktury) vydavatele, pokud se smluvní strany nedohodnou předem jinak.
 - b. Cena je splatná vždy bezhotovostním převodem nebo vkladem na bankovní účet vydavatelství, který je uvedený v daňovém dokladu (faktuře). Daňový doklad vystaví vydavatelství vždy s potvrzením smlouvy o dílo. Dnem uskutečnění zdanitelného plnění je den vystavení daňového dokladu nebo den šíření inzerce, a to ten den, který nastane dříve.
 - c. Vydavatelství odešle fakturu (daňový doklad) zadavateli elektronicky na emailovou adresu kontaktní osoby zadavatele, pokud není dohodnuto jinak.
 - d. Vydavatelství bude požadovat okamžitou platbu, zejména od zadavatele, který nikdy v minulosti smlouvu o dílo o poskytnutí inzertní plochy neuzavřel nebo který neplnil své závazky z uzavřených smluv o dílo řádně a včas. Vydavatel vystaví a zašle zálohovou fakturu za cenu inzertní plochy, která je splatná do 7 kalendářních dnů ode dne podpisu smlouvy o dílo, nejpozději do dne příslušné inzertní uzávěrky uvedené ve smlouvě o dílo. Daňový doklad se zaúčtováním zálohy, vystaví vydavatel vždy do patnácti dnů ode dne uskutečnění zdanitelného plnění.
3. K ceně díla bude připočtena DPH v aktuální výši.
4. Vydavatel poskytuje reklamním a mediálním agenturám oprávněným objednávat inzerci ve prospěch svých klientů agenturní provizi (slevu) ve výši 15 % z ceny za poskytnutí inzertní plochy. Na agenturní provizi má Zadavatel nárok jen tehdy, je-li to uvedeno ve smlouvě o dílo. Domnívá-li se Zadavatel, že by měl mít nárok na agenturní provizi, a ve smlouvě o dílo právo na agenturní provizi přiznáno není, musí zadavatel vydavatele na tento rozpor upozornit bez zbytečného odkladu poté, co mu je smlouva o dílo doručena. Bude-li nárok Zadavatele na agenturní provizi vydavatelem uznán, vystaví vydavatel novou objednávku, v níž bude nárok zadavatele na agenturní provizi výslovně uveden a vyčíslen. Pokud zadavatel v objednávce neobsahuje vyčíslení nároku na agenturní provizi potvrdí, žádný nárok na

agenturní provizi Zadavateli nevzniká a je povinen zaplatit cenu za poskytnutí inzertní plochy v plné výši.

5. Při prodlení v placení je zadavatel povinen zaplatit smluvní pokutu za prodlení ve výši 0,2% 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. Pokud neuvede zadavatel přesnou velikost, formu, délku či jiný rozsah reklamy určené k šíření v příslušném médiu a přenechá toto rozhodnutí na vydavatelství, potom je základem pro vyúčtování skutečně uveřejněný rozsah reklamy.
7. Slevy uvedené v aktuálním ceníku jsou poskytovány pouze na reklamu jednoho inzerenta uveřejněnou ve lhůtě jednoho roku. Tato lhůta začíná běžet dnem uveřejnění první reklamy.
8. Vydavatelství může poskytnout slevu ve výši 15% 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.
9. Vydavatelství si vyhrazuje právo stanovit pro zvláštní vydání / zvláštní služby jiné ceny, než jsou uvedeny v aktuálním ceníku.
10. Eventuální změnu těchto všeobecných obchodních podmínek nebo aktuálního ceníku sdělí vydavatelství zadavateli, který má s vydavatelstvím uzavřenou rámcovou smlouvu. Takováto změna vstupuje v platnost uplynutím vydavatelstvím stanovené lhůty, která činí zpravidla dva (2) měsíce; nejméně však činí tato lhůta třicet (30) dní od okamžiku vyhotovení takového sdělení. V případě, že zadavatel nebude se změnou souhlasit a nebude se jednat o změnu ceníku, a toto své rozhodnutí sdělí vydavatelství nejpozději před vstupem nových VOP v platnost, platí pro vztah upravený příslušnou rámcovou smlouvou i nadále VOP v původním znění. V případě změny ceníku má zadavatel právo do 30 dnů ode dne oznámení změny od rámcové smlouvy odstoupit. Právo na odstoupení však zadavateli vzniká pouze v případě, kdy by se v důsledku změny ceníku celková částka, kterou by zadavatel byl povinen hradit na základě sjednané rámcové smlouvy o dílo bez DPH (po započítání ceny již realizované reklamy), zvýšila o více jak 10%.

11. Vydavatelství je oprávněno požadovat plnou či částečnou úhradu předem (zejm. nový nebo zahraniční klient).

VI. Reklamace

1. Zadavatel má v případě zcela nebo částečně nečitelného, nesprávného či nekompletního otisku reklamy v tištěných médiích, nebo zcela nebo částečně nesprávného zobrazení či odvysílání reklamy v jiných médiích 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 neuzná 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 zpracování, tisku, vkládání či jiném 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 válečného stavu, teroristické útoky, povstání, působení přírodních sil, požár apod.). Ostatní zde sjednaná omezení odpovědnosti tím nejsou dotčena.
5. Text reklamy je zadavateli zasílán 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.

VII. 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 a že má právo při porušení zákona se obrátit na Úřad pro ochranu osobních údajů s žádostí o zajištění nápravy. Vydavatelství dále informuje zadavatele, že zjistí-li nebo domnívá-li se, že vydavatel provádí zpracování jeho osobních údajů, které je v rozporu s ochranou soukromého a osobního života subjektu údajů nebo v rozporu se zákonem, zejména jsou-li osobní údaje nepřesné s ohledem na účel jejich zpracování, může a) požádat vydavatele o vysvětlení, a b) požadovat, aby vydavatel odstranil takto vzniklý stav. Zejména se může jednat o blokování, provedení opravy, doplnění nebo likvidaci osobních údajů.
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 direct mailem 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 neznamena odvolání souhlasů udělených z jeho strany vydavatelství jinak.
5. Jakékoliv odvolání souhlasu podle tohoto článku nemá vliv na oprávnění vydavatelství na zpracování informací a údajů, které vyplývá 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.

VIII. 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.

IX. 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. 75% z ceny v případě doručení zrušení objednávky 30-22 kalendářních dnů před uzávěrkou pro tisk.
 - b. 100% z ceny v případě doručení zrušení objednávky v termínu kratším než 21 kalendářních dnů před uzávěrkou pro tisk.
3. 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.
4. 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.
5. 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.
6. Vydavatelství si vyhrazuje právo dohodnout s klientem prostřednictvím smlouvy individuální obchodní podmínky.

X. Platnost

Tyto VOP vstupují v platnost dne 1. ledna 2021.