# **Obchodní podmínky** pro vysílání reklamy ze dne 1. 1. 2025

**společnosti Radio Čas s.r.o. se sídlem Karla Svobody 130/95, Plesná, 725 27 Ostrava, IČ: 25817183 v programech Radio Čas, Radio Čas Rock**

Společnost **Radio Čas s.r.o.**, se sídlem Karla Svobody 130/95, Plesná, 725 27 Ostrava, IČ: 25817183, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Ostravě, pod. sp. zn. C 18963 (dále jen „**Poskytovatel**“) tímto stanovuje **obchodní podmínky**, kterými se řídí smluvní vztahy mezi Poskytovatelem a klienty při poskytování reklamního prostoru pro vysílání obchodních sdělení (při prodeji komerčního vysílacího času) v programech Radio Čas a Radio Čas Rock.

Poskytovatel je oprávněn na základě příslušných smluv s držiteli licence a vysílateli nabízet a poskytovat reklamní prostor v programech:
**Radio Čas;** držitelem licence k vysílání a vysílatelem programu Radio Čas je společnost JUKE BOX, spol. s r.o., IČ: 25396676, se sídlem Karla Svobody 130/95, Plesná, 725 27 Ostrava (digitální vysílání) a společnost Radiospol s.r.o., IČ: 27666395, se sídlem Stavební 992/1, Poruba, 708 00 Ostrava (pozemní vysílání).
**Radio Čas Rock**; držitelem licence k vysílání a vysílatelem programu Radio Čas Rock je společnost JUKE BOX, spol. s r.o., IČ: 25396676, se sídlem Karla Svobody 130/95, Plesná, 725 27 Ostrava.

Tyto obchodní podmínky jsou **platné a účinné od 1. 1. 2025** a nahrazují všechny předchozí obchodní podmínky (všeobecné smluvní podmínky) nebo obdobná ustanovení upravující vysílání obchodních sdělení v programech Radio Čas a Radio Čas Rock jsou součástí každé Poskytovatelem přijaté objednávky nebo smlouvy, jejímž předmětem je poskytování reklamního prostoru pro vysílání obchodních sdělení (prodej komerčního vysílacího času) v programu Radio Čas, Radio Čas Rock.

## I. Definice základních pojmů

Pro účely těchto obchodních podmínek a smluvních vztahů, které si jimi řídí, se následujícími pojmy rozumí:
**Klient** – fyzická nebo právnická osoba, která má zájem o odvysílání obchodního sdělení/reklamní kampaně v Programu a vstupuje do smluvního vztahu s Poskytovatelem; klientem může být přímo inzerent, tj. osoba, jejíž zboží, služby, obchodní značka nebo veřejný obraz je předmětem přímé nebo nepřímé propagace obchodním sdělením, anebo jiná osoba, např. mediální nebo reklamní agentura, která zastupuje inzerenta;
**Křestní list** – průvodka dodaného reklamního spotu či sponzorského vzkazu obsahující všechny informace o tom, co předmětný spot či vzkaz obsahuje z hlediska autorskoprávně chráněného obsahu a práv na ochranu osobnosti (zejména údaje o autorech obsažené hudby, textů, výkonných umělcích, výrobcích zvukového záznamu, hlasech účinkujících fyzických osob ve smyslu práv na ochranu osobnosti včetně případných omezení rozsahu užití apod.);
**Mediaplán** – vysílací plán reklamní kampaně. Mediaplán obsahuje konkretizaci dohodnutého plnění;
**Obchodní sdělení** – reklamní spot nebo sponzorský vzkaz, případně jiná zvuková sekvence, 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;
**Objednávka** – návrh klienta na uzavření smlouvy o poskytnutí reklamního prostoru v programu;
**Program** – kterýkoliv z programů Radio Čas a Radio Čas Rock;
**Reklamní kampaň** – souhrn vícero obchodních sdělení odvysílaných v programu k propagaci zboží, služby, obchodní značky nebo veřejného obrazu jednoho určitého inzerenta, nebo opakované odvysílání stejného obchodního sdělení;
**Reklamní spot** – obchodní sdělení spočívající ve zvukovém oznámení či jiné prezentaci, 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 nebo propagaci ochranné známky;
**Smlouva o poskytnutí reklamního prostoru** – smlouva uzavřená mezi Poskytovatelem a klientem, kterou se Poskytovatel zavazuje odvysílat obchodní sdělení, resp. zajistit odvysílání obchodního sdělení příslušným vysílatelem, a klient se zavazuje poskytnout Poskytovateli protiplnění;
**Sponzorský vzkaz** – obchodní sdělení spočívající ve sdělení o tom, že vysílaný pořad nebo jiná část rozhlasového vysílání je sponzorovaná, včetně identifikace inzerenta-sponzora a doplňující sdělení jako například slogan inzerenta-sponzora;
**Vysílací materiály** – nosiče se záznamem obchodního sdělení nebo požadovaný text sponzorského vzkazu, určené k vysílání v programu, a křestní list reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu, je-li reklamní spot nebo sponzorský vzkaz dodáván klientem.

## II. Smlouva o poskytnutí reklamního prostoru

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

a) dlouhodobé rámcové smlouvy v písemné formě mezi Poskytovatelem a klientem bez specifikace konkrétní reklamní kampaně, přičemž taková smlouva je následně specifikována dílčími prováděcími smlouvami nebo Poskytovatelem přijatými objednávkami,
b) písemné smlouvy mezi Poskytovatelem a klientem pro konkrétní reklamní kampaň,
c) objednávky klienta na konkrétní reklamní kampaň akceptované Poskytovatelem, nebo
d) mediaplánu odsouhlaseného a podepsaného oběma smluvními stranami.

Dále v těchto obchodních podmínkách pojem „smlouva“ nebo „smlouva o poskytnutí reklamního prostoru“ zahrnuje všechny výše uvedené formy smlouvy, ledaže je v konkrétním případě uvedeno jinak.

## III. Uzavírání smlouvy o poskytnutí reklamního prostoru

1. Klient, který je mediální či reklamní agenturou, před uzavřením smlouvy na výzvu Poskytovatele předloží písemný dokument, který prokazuje, že byl konkrétním inzerentem pověřen k nákupu reklamního prostoru v programu, a pro jaké zboží nebo služby.
2. Smluvní vztah (tedy smlouva) mezi Poskytovatelem a klientem vzniká podpisem písemné smlouvy oběma smluvními stranami nebo akceptací klientovy objednávky Poskytovatelem, nebo odsouhlasením a podpisem mediaplánu reklamní kampaně oběma smluvními stranami.
3. Klient je povinen objednávku podepsat a doručit Poskytovateli. Objednávka se považuje za platně doručenou, pokud je zaslána prostřednictvím emailu, ledaže Poskytovatel trvá na doručení podepsané objednávky v listinné podobě. Poskytovatel není povinen objednávku klienta akceptovat.
4. Objednávka obsahuje především následující parametry:
   a) označení klienta (zejm. obchodní firma, adresa sídla, IČ);
   b) označení inzerenta a zboží či služby, kterých se obchodní sdělení týká;
   c) identifikaci programu;
   d) délku trvání reklamní kampaně;
   e) délku, resp. další klíčové charakteristiky obchodního sdělení;
   f) počet objednávaných obchodních sdělení k odvysílání;
   g) specifikaci pořadu nebo pořadů, ke kterým se váže sponzorský vzkaz;
   h) specifikaci reklamního bloku nebo časového pásma, ve kterém má být odvysílán reklamní spot;
   i) kalkulaci ceny reklamní kampaně; pokud objednávka kalkulaci ceny neobsahuje, platí cena vyplývající z aktuálního ceníku Poskytovatele.
5. Přílohou smlouvy nebo objednávky reklamní kampaně je mediaplán reklamní kampaně, který specifikuje umístění jednotlivých obchodních sdělení ve vysílání programu.

## IV. Realizace smlouvy o poskytnutí reklamního prostoru

1. Poskytovatel řádně splní svou povinnost ze smlouvy odvysíláním reklamní kampaně, resp. obchodních sdělení v příslušném programu, ve sjednaném počtu a v časech odpovídajících smlouvě a schválenému mediaplánu. Pouze na výslovnou žádost klienta, doručenou Poskytovateli nejpozději do 30 (třiceti) dnů ode dne ukončení vysílání reklamní kampaně, vystaví Poskytovatel klientovi potvrzení o průběhu reklamní kampaně.
2. Poskytovatel se zavazuje provádět optimalizaci zařazení reklamních spotů do reklamních bloků v rámci jednotlivých časových pásem vysílání (konkurenční produkty, obsazenost reklamních bloků atp.).
3. Poskytovatel, resp. vysílatel, jsou oprávněni nerealizovat potvrzené vysílání obchodního sdělení v případech, že vysílání brání vyšší moc, provozní tísňové situace, technické závady nebo z důvodů mimořádné programové aktuálnosti. V těchto případech bude vysílání obchodního sdělení uskutečněno na základě dohody smluvních stran v náhradním termínu

nebo částka ceny za neodvysílané obchodní sdělení nebude klientovi účtována. Klient v takových případech nemá nárok na náhradu případné škody vzniklé v důsledku neodvysílání obchodního sdělení.

## V. Storno podmínky

1. Klient je oprávněn žádat změnu smlouvy, například dočasné přerušení reklamní kampaně nebo jinou změnu mediaplánu nebo obměnu obsahu obchodního sdělení. Poskytovatel návrh změny přijme, pokud to umožňuje provoz a objektivní okolnosti. O přerušení reklamní kampaně nebo jinou změnu v časovém rozvrhu mediaplánu klient požádá Poskytovatele v předstihu nejméně 8 (osm) dní před prvním dnem vysílání reklamní kampaně, jinak je povinen zaplatit Poskytovateli storno poplatek ve výši 50 % (padesáti procent) ceny reklamní kampaně, které se změna týká.
2. Klient je oprávněn stornovat:
   - písemnou smlouvu pro konkrétní reklamní kampaň (ve smyslu čl. II. písm. b) těchto podmínek)
   - objednávku na konkrétní reklamní kampaň akceptovanou Poskytovatelem (ve smyslu čl. II. písm. c) těchto podmínek)
   - mediaplán odsouhlasený a podepsaný smluvními stranami (ve smyslu čl. II. písm. d) těchto podmínek)

   tedy odstoupit od smlouvy, a to písemným oznámením prokazatelně doručeným Poskytovateli. Pokud dojde k doručení odstoupení od smlouvy nejméně 8 (osm) dní a více před prvním dnem vysílání reklamní kampaně je klient povinen zaplatit Poskytovateli storno poplatek ve výši 50 % ceny reklamní kampaně, které se storno týká. Pokud dojde k doručení odstoupení od smlouvy méně než 8 (osm) dní před prvním dnem vysílání reklamní kampaně je klient povinen zaplatit Poskytovateli storno poplatek ve výši 80 % ceny reklamní kampaně, které se storno týká. Klient není oprávněn odstoupit od smlouvy, pokud Poskytovatel již započal s vysíláním reklamní kampaně.
3. Od dlouhodobé smlouvy ve smyslu čl. II, písm. a) těchto obchodních podmínek je klient oprávněn odstoupit co do dosud nesplněného ani neobjednaného plnění, pokud zaplatí Poskytovateli odstupné ve výši klientovi poskytnuté objemové slevy, specifikované ve smlouvě, ve vztahu k již dodanému plnění.

## VI. Cena a cenové podmínky

1. Právo Poskytovatele na zaplacení sjednané ceny za poskytnutí reklamního prostoru ve vysílání programu, resp. její poměrné části, vzniká odvysíláním každého jednotlivého obchodního sdělení.
2. Nárok Poskytovatele na zaplacení sjednané ceny za poskytnutí reklamního prostoru vzniká také tehdy, pokud obchodní sdělení nebylo odvysíláno z důvodů překážky na straně klienta, například pokud klient neposkytne potřebnou součinnost dle článku VII. odst. 1 těchto obchodních podmínek;.
3. Cenu za poskytnutí reklamního prostoru ve vysílání programu si klient a Poskytovatel ujednají ve smlouvě. Pokud si cenu neujednají, platí cena daná aktuálně platným ceníkem Poskytovatele. Pokud ani tak nelze cenu určit, určí se cena na základě předchozích ujednání o ceně, případně zavedené praxe mezi Poskytovatelem a klientem obdobně.
4. Poskytovatel je oprávněn požadovat od klienta zaplacení zálohy na sjednanou cenu před zahájením vysílání reklamní kampaně, a to až do plné výše sjednané ceny za poskytnutí reklamního prostoru pro vysílání reklamní kampaně; pokud klient v takovém případě zálohu nezaplatí, není Poskytovatel povinen zahájit vysílání reklamní kampaně, případně je oprávněn vysílání reklamní kampaně přerušit. Klient platí zálohy na základě zálohových faktur vystavených Poskytovatelem. Po zaplacení zálohové faktury vydá Poskytovatel klientovi daňový doklad potvrzující přijetí platby.
5. Poskytovatel je oprávněn vyúčtovávat poskytnuté plnění s měsíční frekvencí dle skutečně poskytnutého plnění v daném měsíci, a to k poslednímu dni daného měsíce. Pokud nebude prováděno vyúčtování s měsíční frekvencí, poskytne Poskytovatel konečné vyúčtování klientovi nejpozději do 14 (čtrnácti) dnů po ukončení reklamní kampaně.
6. Splatnost faktur Poskytovatele je 14 (čtrnáct) kalendářních dní od doručení faktury klientovi. Poskytovatel je oprávněn doručovat faktury elektronickou poštou.
7. V případě prodlení klienta s placením zálohy na cenu nebo ceny nebo její části je klient povinen zaplatit Poskytovateli úrok z prodlení, který činí 0,05 % denně z dlužné částky za každý i započatý den prodlení. Dále je v případě prodlení klienta s placením ceny nebo její části Poskytovatel oprávněn nezahájit vysíláni a/nebo přerušit vysílání již zahájené reklamní kampaně.

## VII. Vysílací materiály

1. Klient je povinen zajistit na své vlastní náklady dodání vysílacích materiálů Poskytovateli, a to e-mailem v souborech MP3 (WAV) v dostatečném předstihu, nejpozději však 24 (dvacet čtyři) hodin před posledním pracovním dnem předcházejícím prvnímu dni vysílání reklamní kampaně sjednanému ve smlouvě. Vysílací materiály musí být v souladu se smlouvou a musí splňovat veškeré náležitosti uvedené v tomto článku obchodních podmínek (právní, technické i jiné), jinak Poskytovatel není povinen reklamní kampaň odvysílat z důvodu překážky na straně klienta. V takovém případě zůstává Poskytovateli zachováno právo na zaplacení ceny podle článku VI. odst. 1 a 2 těchto obchodních podmínek.
2. Poskytovatel je oprávněn 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 právní předpisy. Poskytovatel je oprávněn vysílací materiály posoudit a nezařadit do vysílání, případně reklamní kampaň přerušit, nebo zastavit, pokud má za to, že vysílací materiály, resp. jejich odvysílání v programu může:
   a) porušovat obecně 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, zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, ve znění pozdějších předpisů, 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 práv na ochranu před nekalou soutěží;
   d) ohrozit oprávněné zájmy Poskytovatele.
4. Vysílací materiály předané klientem Poskytovateli zůstávají vlastnictvím klienta. Poskytovatel se zavazuje vysílací materiály skladovat s péčí schovatele po dobu účinnosti smlouvy, odpovídá za ně však pouze do výše jejich prokazatelné pořizovací hodnoty. Po uplynutí 6 (šesti) měsíců po odvysílání posledního obchodního sdělení dle smlouvy, případně po ukončení smlouvy je Poskytovatel oprávněn 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 právní předpisy, zejména předpisy uvedené v článku VII. 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 duševního vlastnictví a nositelů osobnostních práv oprávnění k zařazení příslušných předmětů ochrany do obchodního sdělení a oprávnění k jejich užití v rozhlasovém vysílání a zaplatit těmto subjektům odpovídající odměnu. Tím není dotčen následující odstavec 3.
3. Ohledně hudby užité v obchodním sdělení platí, že:
   a) pokud je v obchodním sdělení užito 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 rozhlasovém vysílání autorů zastupovaných OSA a vypořádání odměny zajistí prostřednictvím OSA Poskytovatel.
4. Klient se zavazuje na vyžádání Poskytovatele 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 Poskytovateli nebo vysílateli porušením své povinnosti nebo povinností ze smlouvy o poskytnutí reklamního prostoru ve vysílání, včetně těchto obchodních podmínek. Nemajetkovou újmou je zejména, ale nejenom dotčení pověsti Poskytovatele, vysílatele nebo programu v souvislosti s odvysíláním obchodního sdělení.
2. Pokud jde o škodu, je klient povinen nahradit skutečnou škodu i ušlý zisk, včetně pokut či jiných sankcí uložených Poskytovateli nebo vysílateli orgánem veřejné moci v souvislosti s odvysíláním klientem dodaného obchodního sdělení.
3. Pokud třetí osoba uplatní proti Poskytovateli nebo vysílateli v souvislosti s obsahem obchodního sdělení nebo jeho odvysíláním jakákoliv práva nebo nároky, zejména, ale nejenom z titulu ochrany osobnosti, ochrany před nekalou soutěží, práva autorského a práv s ním souvisejících, práv průmyslových a práv na označení původu, je klient povinen Poskytovatele, případně vysílatele, na výzvu plně odškodnit, včetně náhrady případných nákladů spojených s obranou proti uplatněným nárokům.
4. V případě, že bude proti Poskytovateli nebo vysílateli v souvislosti s odvysíláním obchodního sdělení uplatněno právo nebo nárok ve smyslu předchozího odstavce, nebo s Poskytovatelem nebo vysílatelem zahájeno soudní nebo správní řízení, je klient povinen na své vlastní náklady Poskytovateli a/nebo vysílateli poskytnout veškerou potřebnou součinnost a dodat jim pro účely řízení všechny požadované informace, vysvětlení, podklady a dokumenty.

## X. Odpovědnost Poskytovatele za vady vysílání

1. Poskytovatel 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.
2. Reklamační lhůta k uplatnění vad vysílání je 1 (jeden) měsíc; klient je tak povinen vady vysílání obchodního sdělení vytknout Poskytovateli písemně 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 podle právních předpisů vyplývajícími důsledky.

## XI. Řešení sporů

1. Jakékoliv spory mezi Poskytovatelem 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 smlouvy přijmout, a to ať již z důvodů objektivních či z důvodu případné podjatosti rozhodce, bude namísto tohoto rozhodce rozhodovat Mgr. Martin Koubek, se sídlem V závětří 385/8, 170 00 Praha 7.
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 nařídit ústní jednání.
5. Předvolání k ústnímu jednání se doručuje stranám nejméně 10 (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 2 (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 nebo datovou schránkou mají-li jí smluvní strany zřízenu. 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 tohoto odstavce, a to i tehdy, jestliže adresát písemnost odepřel převzít nebo přes oznámení poštovního úřadu si ji jako poštovní zásilku nevyzvedl. V případě doručování datovou schránkou se uplatní pravidla stanovená v ust. § 18a odst. 3 zákona č. 300/2008 Sb., o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů. Jestliže strana po zahájení rozhodčího řízení změnila svou doručovací adresu, aniž to oznámila rozhodci, je doručení poštovní zásilkou platně provedeno odesláním písemnosti dle tohoto odstavce.
10. Smluvní strany se dále dohodly, že rozhodčí nález nemusí být odůvodněn. Konečné stanovisko v tomto náleží 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 nabývá 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 nebo exekuci.
11. 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.
12. Právní vztahy výslovně touto rozhodčí doložkou v tomto článku neupravené se řídí zákonem č. 216/1994 Sb. o rozhodčím řízení a výkonu rozhodčích nálezů ve znění pozdějších předpisů.

## XII. Ochrana důvěrných informací a zpracování osobních údajů

1. Smluvní strany uchovají 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 předvídá 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, zejména s nařízením EP a Rady (EU) 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů (GDPR), 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 mají před těmito obchodními podmínkami přednost.
3. Jakákoliv oznámení, zprávy atp. činěná podle smlouvy budou druhé smluvní straně doručeny vždy v písemné formě, a to (i) v otázkách týkajících se trvání, změny nebo zániku smlouvy, vždy buď prostřednictvím držitele poštovní licence podle zvláštního právního předpisu na doručovací adresu uvedenou v úvodu smlouvy (nebo na adresu následně oznámenou druhé smluvní straně), nebo prostřednictvím datové schránky, má-li ji smluvní strana zřízenu, nebo osobně proti potvrzení o převzetí či prostřednictvím osoby, která provádí přepravu zásilek (kurýrní služba), (ii) v ostatních případech je přípustné doručování písemností v elektronické podobě, tj. elektronickými nebo jinými technickými prostředky umožňujícími zachycení jeho obsahu a určení jednající osoby, zejména e-mailem. Doručuje-li se zásilka prostřednictvím poštovní přepravy a nevyzvedne-li si příjemce zásilku, která byla uložena na poště, bude zásilka považována za doručenou prvním dnem úložní doby stanovené držitelem poštovní licence. Za doručenou 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 doručenou. V případě doručování datovou schránkou se uplatní pravidla stanovená v ust. § 18a odst. 3 zákona č. 300/2008 Sb., o elektronických úkonech a autorizované konverzi dokumentů.
4. Změny obchodních podmínek: Poskytovatel je oprávněn tyto obchodní podmínky kdykoliv měnit či doplňovat. Změny či úpravy obchodních podmínek budou zaslány klientům, s nimiž je uzavřena smlouva, která v době změny obchodních podmínek nepozbyla účinnosti, a to přednostně na jejich emailovou adresu. Klient může vyjádřit svůj nesouhlas se změnou obchodních podmínek písemným sdělením zaslaným Poskytovateli do 14 (čtrnácti) dnů od oznámení 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 jakékoliv 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 1.1. 2025.