

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

společnosti Pohoda Media Services s.r.o. se sídlem Stavební 992/1, Ostrava – Poruba, 708 00, IČ: 07458126,
v programu RELAX, Rebel 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 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 a LTV PLUS na základě servisních smluv uzavřených s jednotlivými vysílacími (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,
- 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,;
- 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.

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

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 RELAX, Rebel nebo LTV PLUS a jsou součástí každé objednávky nebo smlouvy, jejímž předmětem je poskytování reklamního prostoru – vysílacího času, pro vysílání obchodních sdělení v programu RELAX, Rebel, 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 kampaň 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 vzkaz, 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 úplaty nebo jinou protihodnotu;

Objednávka – návrh klienta na uzavření smlouvy o poskytnutí reklamního prostoru v programu;

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

Program - kterýkoliv z programů RELAX, Rebel 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 kampaň – souhrn více obchodních sdělení odvysílaných 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;

Smlouva o poskytnutí reklamního prostoru – smlouva uzavřená mezi PMS a klientem, kterou se PMS zavazuje odvysílat obchodní sdělení, resp. zajistit odvysílání obchodního sdělení příslušným vysílatelem, a klient se zavazuje poskytnout PMS protiplnění;

Sponzorský vzkaz - 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 ve formě:

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

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

III. Uzavírání smluv o poskytnutí reklamního prostoru

1. 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.

2. Smluvní vztah (tedy smlouva) mezi PMS a klientem vzniká podpisem písemné smlouvy oběma smluvními stranami nebo potvrzením klientovy objednávky PMS.

3. Společnost PMS připraví dle požadavků / zadání klienta návrh objednávky a předloží ji klientovi. Pokud klient s návrhem objednávky bez výhrad souhlasí, objednávku bez dodatků či odchylek podepíše a doručí ji společnosti PMS. Za platně doručenou objednávku se považuje i doručení podepsané objednávky elektronickou poštou, ledaže společnost PMS trvá na doručení podepsané objednávky v listinné podobě. 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.

4. 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 společností PMS.

5. Objednávka 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 k odvysílání;
- specifikaci lokálních odpojení, na kterých má být reklamní kampaň vysílána, pokud je to relevantní;
- specifikaci pořadu nebo pořadů, ke kterým se váže sponzorský vzkaz;
- specifikaci reklamního bloku nebo časového pásma, ve kterém má být odvysílán reklamní spot;
- kalkulaci ceny reklamní kampaně; pokud objednávka kalkulační 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 smlouvy o poskytnutí reklamního prostoru

1. Společnost PMS řádně splní svou povinnost ze smlouvy odvysíláním 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 odvysílán v jiném čase, než který je specifikován ve smlouvě, případně ve vysílacímu plánu reklamní kampaně, za podmínky, že je reklamní spot odvysílán ve stejném časovém pásmu.

2. Klient je oprávněn navrhnout změnu smlouvy, 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 smlouvu stornovat, resp. odstoupit od smlouvy, a to písemným oznámením prokazatelně doručeným společnosti 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 odvislým každého jednotlivého obchodního sdělení. Právo společnosti PMS na zaplacení sjednané ceny za poskytnutí reklamního prostoru vzniká také tehdy, pokud obchodní sdělení nebylo odvisláno 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 aktuálně platného 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 společnostmi PMS a klientem obdobně.
3. Společnost PMS je oprávněna vyúčtovat 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 povinna 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 a musí splňovat veškeré náležitosti uvedené v tomto článku VII. obchodních podmínek (právní, technické i jiné), jinak společnost PMS není povinna reklamní kampaň odvíšlat z důvodu překážky na straně klienta. V takovém případě zůstává společnosti PMS zachováno právo na zaplacení ceny podle článku VI. 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 odvíšlatí 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 a zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů;
 - b) porušit povinnosti stanovené licencí k provozování příslušného 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 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. Společnost PMS 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 odvíšlatí 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 právní předpisy, zejména předpisy uvedené v článku VII. odst. 3, a nebude neoprávněně zasazeno 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 televizním vysílání a zaplatit těmto subjektům odpovídající odměnu. Tím není dotčen následující odstavec 3.
3. Ohledně hudby použité v obchodním sdělení platí, že:
 - a) pokud je v obchodním sdělení použito 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 vyzádaní 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 vysílateli 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 odvíšlatím 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 vysílateli orgánem veřejné moci v souvislosti s odvíšlatím klientem dodaného obchodního sdělení.
3. Pokud třetí osoba uplatní proti společnosti PMS nebo vysílateli v souvislosti s obsahem obchodního sdělení nebo jeho odvíšlatím 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 společnost PMS, případně vysílatele, na vyzvu plně odškodnit, včetně náhrady případných nákladů spojených s obranou proti uplatněným nárokům.
4. V případě, že bude proti společnosti PMS nebo vysílateli v souvislosti s odvíšlatím obchodního sdělení uplatněno právo nebo nárok ve smyslu předchozího odstavce, nebo se společnost PMS nebo vysílatelem zahájeno soudní řízení nebo správní řízení, je klient povinen na své vlastní náklady společností PMS a/nebo vysílateli 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 odvíšlatí reklamní kampaně, resp. obchodního sdělení, má sjednané vlastnosti, zejména že je odvíšlatí 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 jakmile měl možnost vadu zjistit, nejpozději ve lhůtě do 1 (jednoho) měsíce od odvíšlatí obchodního sdělení. V písemné reklamaci je klient povinen popsat, v čem vada spočívá. Po uplynutí této lhůty je reklamacie opožděná se všemi z toho z právních předpisů vyplývajícími důsledky.

XI. Řešení sporů

1. Jakékoliv spory mezi společnostmi 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, ve znění pozdějších předpisů, a to rozhodcem JUDr. Wieslawem Fírlou, 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, výslovně si smluvní strany ujednávají, že v takovém případě je 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 uvedeným v těchto obchodních podmínkách. V případě marného uplynutí těchto lhůt platí, že rozhodčí doložkou nejsou smluvní strany vázány.
3. Rozhodčí řízení se koná v místě určeném rozhodcem s přihlídnutím 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 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 zřízeny. 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 odepřel písemnost 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.
10. Jestliže strana po zahájení rozhodčího řízení změnila svou doručovací adresu, aniž to oznámila rozhodci, je doručení platně provedeno odesláním písemnosti poštovní zásilkou dle předchozího odstavce.
11. Smluvní strany se dále dohodly, že rozhodčí nález nemusí být odůvodněn. Konečné stanovisko v tomto náleží rozhodci s přihlídnutím 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.
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, ve znění pozdějších předpisů.

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 o 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 (či objednávce) mají před těmito obchodními podmínkami přednost.
1. 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 jí smluvní strana zřízeny, 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 jednatelů, 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 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 zastížení. Odmítne-li příjemce zásilku převzít, považuje se dnem odmítnutí převzetí za doručenu. 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.
3. Společnost PMS je oprávněna 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 zasláním společnosti PMS 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 uvedené. Vyjádří-li klient v uvedené lhůtě svůj nesouhlas se změnou obchodních podmínek a nedejde-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.
4. V případě, že se jakékoli ustanovení těchto obchodních podmínek stane v důsledku změny obecné právní úpravy nebo i jinak neplatným, protiprávním, neúčinným nebo nevymahatelným, nemožnou 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. Společnost PMS v takovém případě bezodkladně nahradí takové neplatné nebo neúčinné ustanovení zákonnou a platnou verzí tohoto ustanovení, která umožní dosažení účelu těchto obchodních podmínek.
5. Tyto obchodní podmínky nabývají účinnosti dne 1. 1. 2025.