

## Všeobecné smluvní podmínky obchodní společnosti Fairways Professional s.r.o.

IČ: 29134633, se sídlem Donatellova 2003/6, 100 00 Praha - Strašnice, zapsané v obchodním rejstříku u Městského soudu v Praze, oddíl C, vložka 202765, [www.fairways.cz](http://www.fairways.cz)

### 1. ÚVODNÍ USTANOVENÍ

- 1.1 Fairways Professional s.r.o. (dále jen „**agentura**“ nebo „**zprostředkovatel**“) je reklamní agenturou, která poskytuje především reklamní, marketingové a poradenské služby (dále též jen „**Služby**“).
- 1.2 Tyto smluvní podmínky („**VSP**“) upravují vzájemná práva a povinnosti smluvních stran vzniklé na základě každé rámcové nebo dílčí smlouvy o poskytování sjednaných Služeb (dále jen „**Smlouva**“) uzavřené mezi agenturou a jinou fyzickou či právnickou osobou v souvislosti s její podnikatelskou činností (dále jen „**klient**“ nebo „**objednatel**“), na základě které se agentura zavazuje poskytnout klientovi Služby specifikované Smlouvou a klient se zavazuje zaplatit agentuře odměnu za sjednané Služby.
- 1.3 Ustanovení těchto smluvních podmínek jsou nedílnou součástí každé rámcové nebo dílčí Smlouvy. Odchylná ujednání ve Smlouvě mají přednost před zněním smluvních podmínek. Odchylná ustanovení v dílčí Smlouvě mají přednost před zněním rámcové Smlouvy.
- 1.4 Tyto smluvní podmínky se vztahují také na využívání softwarového řešení či jiných systémů třetích stran zajištěných ze strany zprostředkovatele buď z jeho podnětu, či na žádost objednatele – např. systémů společnosti Google, Inc. (např. Google Ads, Google Marketing Platform apod.), SEZNAM.CZ, a.s. (např. Sklik) a dalších (dále též jen „**systémy třetích stran**“). Tyto smluvní podmínky se vztahují také na případy, kdy zprostředkovatel provádí svoji činnost v systémech zajištěných přímo objednatelem.

### 2. ZPŮSOB POPTÁVKY SLUŽEB, UZAVŘENÍ SMLOUVY A DOBA TRVÁNÍ SMLOUVY

- 2.1 **Poptávka Služeb.** Klienti mohou projevit svůj zájem o Služby agentury ústně nebo písemnou poptávkou, která může být učiněna i v elektronické podobě (např. email, poptávkový formulář na webových stránkách agentury).
- 2.2 **Uzavření Smlouvy.** Na základě poptávky agentura zašle klientovi návrh Služeb včetně cenových podmínek (návrh Smlouvy). Pokud klient s návrhem Smlouvy souhlasí, písemně potvrdí agentuře svůj souhlas s návrhem Smlouvy, a to elektronicky (emilem, sms, datovou schránkou apod.), poštou nebo osobně. Včasným potvrzením návrhu Smlouvy dochází k uzavření Smlouvy.
- 2.3 **Změny návrhu.** Klient není oprávněn provádět v návrhu Smlouvy před jejím potvrzením agentuře jakékoliv změny (škrtnání, přepisování, dopisování). Takové změny jsou považovány za odmítnutí návrhu Smlouvy a představují novou poptávku Služeb, na kterou může agentura reagovat postupem dle čl. 2.2 VSP.
- 2.4 **Doba trvání.** Smlouvy se uzavírají zpravidla na dobu určitou - nezbytně nutnou k poskytnutí objednaných Služeb a končí poskytnutím vzájemného, řádného a včasného smluvního plnění. Smlouvy lze dále ukončit:
  - a) dohodou;
  - b) v případě Smlouvy uzavřené na dobu neurčitou výpovědí kterékoliv smluvní strany bez udání důvodu s výpovědní dobou v délce dvou měsíců. Výpovědní doba začíná

běžet od prvního dne měsíce následujícího po měsíci, v němž byla výpověď druhé straně doručena;

- c) odstoupením od Smlouvy ze zákonných důvodů nebo z důvodů uvedených v těchto VSP. Odstoupení je účinné dnem doručení druhé smluvní straně.

Pro ukončení Smlouvy musí být ve všech případech dodržena písemná forma. Ukončením Smlouvy zůstávají nedotčena práva a povinnosti vzniklá před ukončením, včetně nároku agentury na zaplacení poskytnutých Služeb.

**2.5 Storno podmínky.** Objednatel je oprávněn zrušit (stornovat) objednané Služby před sjednaným termínem zahájení Služeb (reklamní akce) bez uvedení důvodu a současně je v takovém případě povinen zaplatit agentuře stornovací poplatek (**odstupné**), a to ve výši:

- a) 35 % ceny plnění dle Smlouvy, pokud oznámí agentuře zrušení objednaných Služeb v termínu do 70. dne před sjednaným termínem zahájení plnění.
- b) 50 % ceny plnění dle Smlouvy, pokud oznámí agentuře zrušení objednaných Služeb v termínu od 69. do 55. dne před sjednaným termínem zahájení plnění.
- c) 80 % ceny plnění dle Smlouvy, pokud oznámí agentuře zrušení objednaných Služeb v termínu od 54. do 31. dne před sjednaným termínem zahájení plnění.
- d) 100 % ceny plnění dle Smlouvy, pokud oznámí agentuře zrušení objednaných Služeb v termínu od 30. dne před sjednaným termínem zahájení plnění do dne předcházejícího sjednanému termínu zahájení plnění.

Stornovací poplatek (odstupné) je objednatel povinen uhradit agentuře bez další výzvy do 5 dnů ode dne doručení písemného oznámení o odstoupení od Smlouvy. Právo zrušit objednané Služby objednatel nemá, pokud již nastal sjednaný termín zahájení plnění.

### **3. CENA, PLATEBNÍ PODMÍNKY, FAKTURACE**

**3.1 Cena.** Objednatel je povinen zaplatit za Služby sjednanou cenu. Cena je ve Smlouvě stanovena bez DPH a DPH k ní bude připočtena v souladu s platnými daňovými předpisy. Cenové podmínky Služeb a realizace a provozování reklamy se řídí dle aktuální nabídky zprostředkovatele a jsou dohodnuty individuálně v konkrétní Smlouvě včetně nároku agentury na uhrazení zálohy.

**3.2 Záloha.** Agentura má nárok na uhrazení zálohy až do výše dohodnuté ceny, kterou je klient povinen uhradit na základě zálohové faktury vystavené agenturou po uzavření Smlouvy. Do doby uhrazení zálohy nemá agentura povinnost zahájit poskytování sjednaných Služeb.

**3.3 Splatnost.** Cena za poskytnuté Služby je splatná nejpozději do 14. dne měsíce následujícího po měsíci, ve kterém byly Služby poskytnuty.

**3.4 Fakturace.** Cenu za realizaci poskytnutých Služeb hradí objednatel na základě faktur vystavených zprostředkovatelem bezhotovostním převodem na účet uvedený ve faktuře. Zprostředkovatel je oprávněn doručit daňový doklad (fakturu) objednateli v elektronické podobě, zejména emailem nebo jiným vhodným komunikačním prostředkem, který strany při komunikaci obvykle v obchodním styku mezi sebou používají.

**3.5 Výhrady k fakturaci.** Pokud objednatel do týdne po doručení faktury zprostředkovatele, neuplatní proti takové fakturaci písemné výhrady, platí, že souhlasí s vyúčtováním takových reklamních a marketingových Služeb v rozsahu a za podmínek ve fakturaci stanovených. K později uplatněným námitkám týkajících se fakturace se nepřihlíží.

- 3.6 **Den úhrady.** Za den úhrady jakékoli platby objednatele na základě Smlouvy se považuje den připsání příslušných peněžních prostředků na účet agentury nebo den jejich složení v hotovosti do pokladny agentury.

#### 4. DŮSLEDKY PRODLENÍ NA STRANĚ OBJEDNATELE

- 4.1 **Úrok z prodlení.** V případě, že je objednatel v prodlení s úhradou jakékoliv platby dle Smlouvy nebo VSP (dále jen „**dlužná částka**“), je povinen uhradit zprostředkovateli úrok z prodlení ve výši 0,1% denně z dlužné částky za každý den prodlení.

- 4.2 **Zastavení Služeb.** V případě, že záloha či cena (její část) není objednatelem zaplacená řádně a včas, je zprostředkovatel dále oprávněn

- a) nezahájit, popřípadě přerušit nebo zastavit realizaci dohodnutých Služeb dle kterékoliv Smlouvy uzavřené mezi smluvními stranami, aniž by byl povinen to objednateli oznámit s tím, že takový krok nemá vliv na sjednaný termín ukončení reklamní akce. Poskytování Služeb se považuje v takovém případě za zmařené z důvodů na straně objednatele a bude postupováno dle odstavce 4.3 VSP.
- b) odstoupit od Smlouvy s účinky ode dne doručení odstoupení, tj. od nesplněné části sjednaného plnění.

Objednatel ani jiná osoba nemá v těchto případech nárok na náhradu škody či jiné újmy, která by vznikla v důsledku takového postupu zprostředkovatele.

- 4.3 **Zmaření Služeb z důvodů na straně objednatele.** V případě, že objednatel poruší své povinnosti dle VSP nebo dle Smlouvy, a zmaří tak možnost řádného poskytnutí sjednaných Služeb agenturou z důvodů, za které odpovídá (např. neuhradí platbu, nedodá reklamní podklady v dohodnuté době a kvalitě, neposkytne potřebnou součinnost, nedodrží podmínky provozovatele reklamního nosiče apod.), náleží agentuře sjednaná cena Služeb v plné výši. Cenové podmínky dohodnuté mezi zprostředkovatelem a objednatelem zůstávají v takovém případě pro obě strany závazné a neměnné, i když poskytování Služeb nebo reklamní kampaň z důvodu na straně objednatele:

- a) nebude zahájena včas,
- b) bude její realizace přerušena,
- c) bude ukončena dříve nebo
- d) pokud k poskytnutí Služeb nebo realizaci kampaně vůbec nedojde

a objednatel je v takovém případě povinen dohodnutou cenu zaplatit agentuře v plné výši. Plnění objednatele zprostředkovateli dle tohoto odstavce je odměnou zprostředkovatele za umožnění příležitosti k poskytnutí Služby nebo za umožnění příležitosti k vedení reklamní kampaně. Objednatel nemá v takovém případě nárok na náhradu jakékoli škody vzniklé v důsledku zmaření Služeb.

- 4.4 **Náhrada škody.** Úhradou úroku z prodlení není dotčen nárok zprostředkovatele na náhradu škody.

#### 5. PODMÍNKY POSKYTOVÁNÍ SLUŽEB

- 5.1 **Povinnosti objednatele.** Objednatel je povinen:

- a) poskytnout agentuře včas a v odpovídající kvalitě reklamu případně materiály a podklady k výrobě reklamy a je plně odpovědný za obsah a kvalitu dodaných podkladů, které musí být v souladu s těmito smluvními podmínkami.

- b) poskytnout zprostředkovateli veškerou součinnost potřebnou ke splnění povinností zprostředkovatele vyplývajících ze Smlouvy. V případě, že objednatel potřebnou součinnost neposkytne, neodpovídá zprostředkovatel za splnění těch svých povinností vyplývajících ze Smlouvy, které bez poskytnutí součinnosti objednatele nemohly být uskutečněny.

#### 5.2 **Požadavky na podklady.** Objednatel se dále zavazuje, že

- a) reklama a materiály předané k šíření nebudou v rozporu s právními předpisy, zejména zákonem č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy, č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, č. 121/2000 Sb., autorský zákon, č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, v platném znění, vyhláška hl. m. Prahy č. 11/2005, kterou se stanoví zákaz nabízení erotických vystoupení nebo erotických služeb, nařízení hl. m. Prahy č. 26/2005, kterým se zakazuje reklama šířená na veřejně přístupných místech mimo provozovnu, a dále pak dobrými mravy, principy poctivého jednání a zásadami poctivého obchodního styku, etickými, morálními a profesními normami respektovanými zprostředkovatelem, zejména Etickým kodexem reklamy vydaným Radou pro reklamu.
- b) reklama a materiály předané k šíření nebudou neoprávněně zasahovat do práv a oprávněných zájmů třetích osob (zejména, nikoliv však výlučně, právo na ochranu osobnosti fyzických osob, právo na ochranu dobré pověsti právnických osob, autorských práv, práv související s právem autorským a práva k ochranné známce).
- c) všechny finanční nároky vyplývající z užití autorských děl, popřípadě podobizen fyzických osob užitých v rámci reklamy a z práv souvisejících s právem autorským byly (budou) ke dni předání podkladů pro reklamu objednatelem uspokojeny.
- d) na výzvu zprostředkovatele doloží pravdivost, správnost a nezavádějící charakter jakéhokoliv svého tvrzení obsaženého v reklamě, či v podkladech dodaných k výrobě reklamy.
- e) kvalita materiálu či vyrobených reklam bude v souladu s provozními a technickými podmínkami příslušného typu reklamy a reklamního nosiče dle parametrů, které mu budou sděleny agenturou.
- f) na výzvu agentury poskytne bez zbytečného odkladu veškerou součinnost nezbytnou k řádnému poskytnutí Služeb ze strany agentury.

#### 5.3 **Termíny dodání podkladů.** Objednatel je povinen dodat zprostředkovateli reklamu, příp. materiály nebo podklady k výrobě reklamy na adresu, k rukám odpovědné osoby a v termínu dohodnutém ve Smlouvě. Není-li dohodnuto jinak platí pro objednatele tyto termíny:

- a) do 5 pracovních dnů před zahájením reklamní akce, dodává-li objednatel vyrobenou reklamu,
- b) do 10 pracovních dnů před zahájením reklamní akce, dodává-li objednatel materiály pro výrobu reklamy,
- c) do 15 pracovních dnů před zahájením reklamní akce, dodává-li objednatel podklady k přípravě materiálů pro výrobu reklamy.

#### 5.4 **Množství podkladů.** Objednatel je povinen v případě off-line reklamních akcí předat zprostředkovateli reklamu (letáky, plakáty apod.) v množství, které přesahuje množství reklamních nosičů uvedených v poptávce o 15%. V případě včasného nepředání požadovaného množství reklamy dle předchozí věty, zprostředkovatel není povinen zajistit opravu reklamních nosičů dle čl. 6.4 VSP z důvodů absence náhradních materiálů.

- 5.5 **Vady podkladů.** V případě, že se při realizaci či provozování reklamy dodávané objednatelem na této reklamě vyskytnou vady, které brání provozování reklamy, zavazuje se objednatel neprodleně poté, co k tomu bude zprostředkovatelem vyzván, dodat zprostředkovateli náhradní reklamu (příp. materiál a podklady k výrobě reklamy), nedohodne-li se se zprostředkovatelem jinak.
- 5.6 **Odpovědnost za reklamu.** Zprostředkovatel neodpovídá za obsah údajů obsažených v reklamě, či v podkladech předaných objednatelem k výrobě reklamy, za porušení práv třetích osob či obecně závazných právních předpisů v důsledku reklamy a za újmu takto způsobenou. Objednatel se vždy považuje za zpracovatele reklamy, a to i v případě, kdy reklamu vyrobí nebo její výrobu zajistí dle dohody s objednatelem zprostředkovatel. Objednatel je povinen nahradit zprostředkovateli či šiřiteli reklamy, popř. vlastníkovi či provozovateli příslušného reklamního nosiče, veškerou újmu, která by mu vznikla v souvislosti s reklamou, či materiály a podklady předanými k výrobě reklamy objednatelem, které nebudou v souladu s VSP, příslušnými právními předpisy, v případě nepravdivých tvrzení, údajů či jiných skutečností uvedených v reklamě či předaných podkladech, či neschopnosti objednatele v reklamě či v podkladech k ní uváděné skutečnosti doložit. Újmou se rozumí i náklady soudního či rozhodčího řízení, včetně nákladů na právní zastoupení v těchto věcech.
- 5.7 **Odmítnutí reklamy.** Zprostředkovatel může odmítnout realizaci reklamy a poskytnutí Služeb, pokud dodané materiály nebo podklady nespĺňují požadavky podle čl. V. VSP nebo Smlouvy, a to doby nápravy ze strany objednatele.
- 5.8 **Prodlení objednatele.** Nedodá-li objednatel včas reklamu, příp. materiály nebo podklady k výrobě reklamy v souladu s VSP a Smlouvou a dodaná reklama neodpovídá VSP nebo sděleným technickým parametrům, jde toto porušení k tíži objednatele a objednatel nemá nárok na žádnou kompenzaci způsobenou jeho prodlením, ani na žádnou změnu původních smluvních (zejména cenových) podmínek a bude postupováno dle čl. 4.3 VSP.
- 5.9 **Vyšší moc.** Zprostředkovatel si vyhrazuje právo odstoupit od Smlouvy v případě vyšší moci, provozní tísne nebo jiné mimořádné situace. Pro účely Smlouvy se zásahem vyšší moci, provozní tísňovou situací nebo jinou mimořádnou situací rozumí jakákoliv událost, za kterou žádná ze smluvních stran neodpovídá, a která podstatným způsobem omezuje nebo ohrožuje splnění předmětu Smlouvy, a které nebylo možno ani při vynaložení veškerého úsilí zabránit. Za takovou událost jsou považovány zejména živelní pohromy a přírodní katastrofy, občanské nepokoje, omezení podnikání v ČR, pracovní výluky, výbuchy, stávky, požáry, sabotáže, války, povstání, zásahy vojenských nebo policejních orgánů či zprostředkovatelem neovlivnitelné a nepředvídatelné změny provozních a technických podmínek u reklamních nosičů a ploch a případné další události (např. zablokování vyhledávání na internetovém vyhledávači, např. Google, Seznam aj., pomocí klíčového slova nebo zablokování příslušného účtu Facebookového účtu či účtu na jiné sociální síti jeho provozovatelem), které jsou mimo moc a kontrolu smluvních stran a způsobí nemožnost plnění povinností pro ně ze Smlouvy vyplývajících. Objednatel v těchto případech není oprávněn od Smlouvy odstoupit a postupuje se obdobně dle ustanovení odstavce 6.5 VSP, přičemž náklady nové realizace a provozování reklamy nese objednatel.
- 5.10 **Mlčenlivost.** Zprostředkovatel a objednatel jsou povinni zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, jež se jim stanou známými v souvislosti s plněním Smlouvy nebo s média plánem. Povinnost mlčenlivosti trvá i po ukončení smlouvy a vztahuje se na veškeré skutečnosti, které se smluvní strany dozvěděly během trvání smluvního vztahu. Všechna ustanovení Smlouvy, či obsah média plánu, jsou předmětem obchodního tajemství a musí zůstat utajena před třetími osobami. V případě porušení tohoto ustanovení je

poškozená smluvní strana oprávněna vymáhat náhradu škody, která porušením mlčenlivosti vznikla.

## **6. PRÁVA A POVINNOSTI AGENTURY**

- 6.1 **Povinnosti agentury.** Agentura se zavazuje zajistit realizaci a provozování reklamy nebo poskytnout jiné ve Smlouvě dohodnuté Služby.
- 6.2 **Změny plnění v rámci sjednaných Služeb.** Zprostředkovatel je oprávněn v rámci sjednaných Služeb a dohodnuté ceny (bez navýšení ceny) měnit vybrané platformy (jednotlivá média) pro realizaci kampaně tak, aby bylo dosaženo optimálních výsledků reklamní kampaně pro objednatele. Pokud po uzavření dílčí Smlouvy s ohledem na průběh reklamní kampaně vznikne potřeba upravit nastavení reklamní kampaně (např. změna media plánu, změna dohodnutých médií, navýšení/snížení kampaně) s dopadem na sjednanou cenu, je možné dílčí Smlouvu měnit jen na základě dohody stran potvrzené vždy písemně, a to i ve formě emailu.
- 6.3 **Know-how agentury při využití systémů třetích stran.** Pokud zprostředkovatel za účelem realizace reklamní kampaně pro objednatele vypracuje plán online kampaně (zahrnující např. nastavení reklamy v rámci jednotlivých online platforem apod.), objedná systémy třetích stran a současně za tím účelem zřídí účty v rámci jednotlivých platforem třetích stran, představuje takový marketingový plán vyhotovený zprostředkovatelem, včetně přístupových údajů k účtům online platforem třetích stran, majetek a know-how zprostředkovatele, na které nevzniká objednateli po skončení reklamní kampaně žádný nárok, pokud se nedohodne se zprostředkovatelem jinak.
- 6.4 **Poškození reklamního nosiče.** V případě poškození, zničení nebo odcizení venkovních reklamních nosičů je agentura povinna zabezpečit na své vlastní náklady po dobu platnosti Smlouvy jejich opravu, s výjimkou případů zásahu tzv. vyšší moci a s výjimkou vad dodané reklamy, materiálů či podkladů. Dojde-li k neprovozování reklamy z důvodu poškození nebo odcizení reklamního nosiče, zprostředkovatel zajistí prodloužení doby trvání provozování reklamy. Není-li to možné (např. z důvodu neopravitelnosti), navrhne objednateli snížení ceny o alikvotní část za dobu neprovozování reklamy.
- 6.5 **Doba provozování venkovní reklamy.** Reklama na nosičích typu prostředky MHD DP Praha je považována za splněnou, pokud byla provozována alespoň 75 % pracovních dnů z celkové sjednané doby provozování. Ve smyslu tohoto ustanovení je zprostředkovatel oprávněn
- a) dokončit instalaci reklam ve lhůtě tří pracovních dnů od zahájení reklamních akcí.
  - b) zahájit odstranění reklam končících reklamních akcí či reklamních akcí, u kterých dochází ke změně reklamních motivů, tři pracovní dny před termínem ukončení reklamní akce či změny reklamního motivu. Termín dokončení instalace či odstranění reklam nemá vliv na trvání povinnosti zprostředkovatele uvedené v první větě tohoto odstavce.
- 6.6 **Fotodokumentace.** Zprostředkovatel zašle o průběhu venkovní reklamní kampaně objednateli tzv. fotodokumentaci reklamní kampaně v podobě, která je v reklamním odvětví obvyklá.
- 6.7 **Report.** Po skončení reklamní kampaně formou internetové reklamy (online kampaň) zprostředkovatel vyrozumí objednatele o průběhu této reklamní kampaně zprávou, tzv. reportem reklamní kampaně. Pokud objednatel do týdne po doručení reportu

dle předchozí věty neuplatní proti reportu námitky u zprostředkovatele, platí, že souhlasí s provedením takové reklamní kampaně v rozsahu a za podmínek v reportu uvedených. K později uplatněným námitkám týkajících se rozsahu a podmínek reklamní kampaně se nepřihlíží.

- 6.8 **Vyloučení odpovědnosti za výsledek.** Zprostředkovatel objednateli neodpovídá za výsledek, který je vázán na právní skutečnost nezávislou na aktivitě zprostředkovatele. Zprostředkovatel tedy zejména neodpovídá za prodejnost, konverze či jiné zvýhodnění nebo zlepšení pro obchodní výsledek objednatele, ať už v souvislosti s reklamní kampaní či mimo ni (např. zvýšení prodejnosti produktu, výhru ve volbách apod.).
- 6.9 **Vyloučení odpovědnosti za systémy třetích stran.** V případě, že poskytování Služeb je dle požadavku objednatele spojeno s využitím systémů třetích stran, objednatel bere na vědomí, že softwarová řešení a další systémy třetích stran jsou produkty subjektů odlišných od zprostředkovatele a jejich užívání se řídí pravidly, technickou a provozní dokumentací stanovenými danou třetí stranou, a to vždy v aktuální verzi. Omezení a výpadky takových systémů třetích stran, popř. omezení přístupu do těchto systémů způsobené třetí stranou či jejími dodavateli nemohou jít k tíži zprostředkovatele, zprostředkovatel za ně neodpovídá a v těchto případech bude postupováno dle čl. 6.2 VSP. Právo zprostředkovatele na úhradu sjednané ceny tím není dotčeno a objednatel je povinen v případě nastalé situace sjednanou cenu uhradit.
- 6.10 **Vyloučení odpovědnosti za reklamní nosiče třetích osob.** V případě, že se poskytování Služeb odvíjí od nájmu nebo jiného užívacího titulu k reklamním nosičům třetích osob a pokud tyto třetí osoby neposkytnou zprostředkovateli dostatečnou součinnost pro účel sjednaný mezi stranami ve Smlouvě, je zprostředkovatel povinen o této skutečnosti objednatele informovat. Zprostředkovatel při nastalé situaci dle tohoto odstavce není odpovědný za škodu ani jinou újmu vůči objednateli či třetím osobám. Strany se v případě nastalé situace dle tohoto odstavce bezodkladně dohodnou na jiném způsobu realizace Služeb.
- 6.11 **Reference.** Zprostředkovatel má právo užívat reklamy jako reference ve svých obchodních prezentacích, to se týká i užití log, grafických návrhů a podkladů objednatele použitých v reklamní kampani.

## 7. OCHRANA OSOBNÍCH ÚDAJŮ

- 7.1 V případě, že v souvislosti s plněním Smlouvy včetně jejích dodatků jsou jakoukoliv smluvní stranou poskytovány druhé smluvní straně osobní údaje fyzických osob, zavazují se smluvní strany zajistit ochranu osobních údajů, včetně citlivých údajů, se kterými přijdou do styku, v souladu s nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) 2016/679 ze dne 27. 4. 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES obecné nařízení o ochraně osobních údajů) (dále jen „nařízení GDPR“) a v souladu s další příslušnou právní úpravou upravující ochranu osobních údajů.
- 7.2 Svou informační povinnost vůči objednateli nebo fyzickým osobám jednajícím za objednatele ve smyslu čl. 13 nařízení GDPR související se zpracováním osobních údajů pro účely plnění Smlouvy, pro účely jednání o Smlouvě a pro účely plnění veřejnoprávních povinností agentury plní agentura prostřednictvím zvláštního dokumentu přístupného na webových stránkách [www.fairways.cz](http://www.fairways.cz). Objednatel se zavazuje dotčené fyzické osoby s uvedenými informacemi seznámit.

## **8. ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ**

- 8.1 Tyto VSP se vztahují a jsou platné a závazné pro všechny poptávky objednatele, návrhy zprostředkovatele, akceptace návrhů zprostředkovatele, uzavřené Smlouvy, jiné závazné návrhy a rozpisy reklamních akcí.
- 8.2 Veškeré změny VSP musí být učiněny písemnou formou, a to buď dodatkem k VSP, či jejich změnou. Platnost a účinnost dodatků a změn VSP nastává dnem jejich zveřejnění. Zveřejněním se rozumí jejich zpřístupnění zprostředkovatelem na webových stránkách [www.fairways.cz](http://www.fairways.cz). Pro právní vztah založený Smlouvou jsou rozhodující VSP platné a účinné v den uzavření Smlouvy. Pozdější změny nemají vliv na práva a povinnosti z již uzavřených smluv.
- 8.3 Vzájemná práva objednatele a zprostředkovatele a ostatní záležitosti, které nejsou VSP, případně Smlouvou výslovně upraveny, se řídí příslušnými ustanoveními právních předpisů České republiky.
- 8.4 Strany se dohodly, že ustanovení § 558 odst. 2 (v rozsahu ustanovení, které stanoví, že obchodní zvyklost má přednost před ustanovením zákona, jež nemá donucující povahu), jakož i §1740 odst. 3, §1799 a §1800 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, se na smluvní vztahy mezi zprostředkovatelem a objednatelem nepoužijí.
- 8.5 Objednatel není oprávněn postoupit či zastavit jakákoliv práva a povinnosti ze Smlouvy se zprostředkovatelem na třetí osobu.
- 8.6 Jakékoliv změny či doplňky Smlouvy mohou být učiněny pouze v téže nebo přísnější formě jako Smlouva.
- 8.7 Strany si výslovně sjednávají, že v obchodním styku budou používat i elektronickou komunikaci, zejména emailovou komunikaci při sjednávání smluv, informování se o průběhu reklamních kampaní apod.
- 8.8 Je-li některé ustanovení smluvních podmínek neplatné nebo neúčinné, nebo se takovým stane, namísto neplatných ustanovení nastoupí ustanovení, jehož smysl se neplatnému ustanovení co nejvíce přibližuje. Neplatností nebo neúčinností jednoho ustanovení není dotčena platnost ostatních ustanovení.
- 8.9 Tyto VSP nabývají platnosti a účinnosti dne 1. 10. 2024.

V Praze dne 1.10.2024

Fairways Professional s.r.o.