

1. OBECNÁ USTANOVENÍ

- 1.1. Společnost **Capsa-Premier, s.r.o.** IČ: 60751878, DIČ: CZ60751878, se sídlem: Saturnova 1197/1, Praha, Uhřetěves, 104 00, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C., vložka 166869 (dále jen „**provozovatel**“), je provozovatelem služby Úschovna.cz umístěné na url adrese www.uschovna.cz.
- 1.2. Provozovatel je oprávněn poskytovat na výše uvedené službě reklamní plochy, rozesílání e-mailových zpráv a další formy inzerce (dále jen „**reklama**“).
- 1.3. Nabízí-li provozovatel reklamu i mimo www.uschovna.cz, platí pro její prodej v plné míře tyto obchodní podmínky, není-li provozovatelem stanoveno jinak.
- 1.4. Zadavatelem se rozumí osoba (fyzická či právnická) nebo jiný subjekt objedávající reklamní plochu či jinou formu inzerce na Úschovna.cz (dále jen „**zadavatel**“). Zadavatel může objednávat reklamu pro sebe nebo třetí osobu.

2. ZADÁVÁNÍ REKLAMY

2.1. Objednávka

- 2.1.1. Reklamu Úschovna.cz lze objednat na základě písemné objednávky se všemi náležitostmi.
- 2.1.2. Objednávka musí být doručena provozovateli nejméně 7 celých pracovních dnů před požadovaným spuštěním kampaně (tj. termín, kdy má být započato se zobrazováním objednávané reklamy). Jedná-li se o objednávku nestandardních reklamních formátů (viz ceník), musí být objednávka doručena provozovateli nejméně 10 pracovních dnů před požadovaným spuštěním kampaně.
- 2.1.3. Objednávka musí obsahovat následující údaje:
 - Obchodní firmu nebo název nebo jméno a příjmení;
 - Identifikační číslo;
 - Daňové identifikační číslo;
 - Fakturační a (je-li odlišná) i poštovní adresu;
 - Kontaktní osobu jednající za zadavatele;
 - Telefon a e-mail.
- 2.1.4. Dále musí objednávka obsahovat následující údaje:
 - Identifikaci inzerenta (je-li odlišný od zadavatele);
 - Označení inzerovaného produktu či služby;
 - Typ požadované reklamy;
 - Termín, ve kterém má být reklama zveřejňována;
 - Reklamní pozice;
 - Celková cena objednávané kampaně ;
 - Požadovaný objem reklamy (počet zobrazení) nebo časové období pro zveřejnění fixní reklamy (event. včetně garantovaného počtu zobrazení fixní reklamy);
 - URL adresu, na kterou bude reklama směřovat (<http://...>).

Požadovaná reklama včetně specifikací umístění, objemu a dalších náležitostí musí odpovídat platné nabídce provozovatele zveřejněné v ceníku.

- 2.1.5. Provozovatel objednávku potvrdí nebo odmítne nejpozději do 3 pracovních dnů od jejího doručení. Provozovatel může objednávku odmítnout jen z důvodů uvedených v bodu 2.5.

2.2. Podklady

- 2.2.1. Podklady se rozumí veškeré grafické či jiné prvky reklamy, které jsou nutné pro zveřejnění reklamy odpovídající objednavce zadavatele.
- 2.2.2. Grafické reklamní prvky (bannery) musí odpovídat velikostí v obrázkových bodech a datovou velikostí podmínkám stanoveným v ceníku nebo dokumentech na ceník navazujících (technické specifikace reklamy). Přípustné jsou:
- obrázky ve formátu .gif, .jpg nebo .png
 - flash (formát .swf)

Na jedné reklamní pozici se mohou střídát nejvýše 2 bannery s různými motivy. Flash a k němu příslušející alternativní obrázek jsou přitom považovány za 1 banner. Provozovatel má právo zamítnout požadavek na jiný způsob dodání podkladů či vyšší počet kreativ, přičemž může být v případě souhlasu ze strany provozovatele požadován příplatek. Více informací ke specifikaci jednotlivých formátů viz odstavec 5.

Reklamní prvky ve formátu flash musí být upraveny tak, aby umožňovaly registrovat reklamním systémem provozovatele kliknutí uživatele na tento prvek. Zadavatel je dále povinen sdělit provozovateli jaká verze flash pluginu je vyžadována pro správné zobrazení flashe a dodat spolu s flashem také alternativní obrázek, který se bude zobrazovat uživatelům, kteří ve svém prohlížeči příslušný flash plugin nemají.

Textové reklamní prvky (reklamní sdělení v e-mailech apod.) se dodávají ve formě prostého textu s diakritikou s oddělením částí určených pro nadpis, popis apod.

- 2.2.3. Cílová url musí odkazovat na webovou stránku zobrazitelnou v běžných prohlížečích, není-li předem dohodnuto jinak. Tuto podmínku nesplňují např. odkazy na spustitelné soubory (.exe, .vbs apod.), odkazy na jiné než HTML dokumenty (.pdf, .doc apod.) nebo na HTML dokumenty zobrazované jen za určitých podmínek (např. při přítomnosti flash pluginu), odkazy na stránku vykazující uživatelsky nestandardní chování (např. automatické otevírání dalších oken, automatické stahování spustitelných či jiných potenciálně nebezpečných typů souborů apod.).
- 2.2.4. Provozovatel může požadovat:
- dodání samotného flashe, obrázku nebo jiného reklamního prvku s potřebným nastavením, nebo
 - dodání kompletních podkladů (flash/obrázek, řídicí skript apod.), které po vložení do provozovatelem určené části webové stránky zabezpečí bezchybné zobrazení
- 2.2.5. Jakékoli jiné typy podkladů lze použít jen po předchozí dohodě s provozovatelem.
- 2.2.6. Není-li dohodnuto jinak, může každý reklamní prvek směřovat jen na 1 cílovou url.
- 2.2.7. Podklady musí být doručeny provozovateli nejméně 5 pracovních dnů přede dnem, kdy mají být zveřejněny. Provozovatel zkontroluje podklady k reklamě, která je zadavatelem již objednána, a to obvykle do 2 pracovních dnů od jejich doručení. Zjistí-li chybu v podkladech, informuje o ní neprodleně zadavatele.
- 2.2.8. Při překročení stanovené datové velikosti o každé 1%, se původní cena formátu navýší také o 1%.

2.3. Odpovědnost zadavatele

- 2.3.1. Zadavatel odpovídá za technickou i právní bezchybnost reklamy jako celku i všech použitých podkladů.
- 2.3.2. Objednáním reklamy dává zadavatel provozovateli souhlas s šířením reklamních prvků a potvrzuje, že je nositelem veškerých práv výrobce, autorů, případně dalších osob, potřebných k zveřejnění dat v dodané podobě a že neporušuje práva žádného jiného oprávněného subjektu.
- 2.3.3. Objednáním reklamy uděluje dále zadavatel provozovateli souhlas s použitím ukázek reklamy v rámci propagace služeb provozovatele.

2.3.4. Zadavatel je povinen nahradit provozovateli a dalším oprávněným subjektům škodu způsobenou technickou nebo právní závadností reklamy, zejména tím, že zveřejněním reklamy bylo porušeno právo autorské, právo k ochranné známce nebo předpisy upravující hospodářskou soutěž.

2.4. Právo provozovatele odmítnout reklamu

2.4.1. Provozovatel má právo odmítnout rezervaci nebo objednávku reklamy:

- Jejíž obsah je v rozporu s platnými právními předpisy, dobrými mravy či etickým kodexem reklamy nebo ohrožuje veřejný pořádek; v případě rozporu mezi zadavatelem a provozovatelem o tom, zda reklama splňuje některou z uvedených podmínek, rozhoduje názor provozovatele;
- Propagující konkurenta provozovatele nebo některého jeho partnera (soutěžitele v hospodářské soutěži) nebo směřující po prokliku na stránky takového subjektu;
- Která je svým obsahem, kvalitou nebo formou neslučitelná se zájmy provozovatele;
- Která neodpovídá aktuální nabídce provozovatele nebo předchází dohodě provozovatele se zadavatelem (včetně rezervace či objednávky nereálného objemu reklamy);
- Jde-li o rezervaci nebo objednávku reklamy na vzdálenější období (obvykle více než 6 měsíců), u které provozovatel vzhledem k možným změnám mediálního portfolia, jednotlivých formátů, návštěvnosti, cen, technických či jiných podmínek, nemůže garantovat poskytnutí požadované reklamy za podmínek platných v okamžiku doručení takové rezervace nebo objednávky;
- Jde-li o rezervaci nebo objednávku formátu reklamy na službě/stránce, u které provozovatel garantuje exkluzivitu jinému inzerentovi vůči jeho konkurentům a rezervace či objednávka je pro takového konkurenta;
- U níž má důvodné pochybnosti, zda zadavatel disponuje všemi potřebnými právy (zejména autorskými či k ochranné známce) nutnými k jejímu zveřejnění, a to do doby než zadavatel tato svá práva provozovateli hodnověrně prokáže;
- Jejíž hodnota je nižší než minimální výše objednávky stanovená provozovatelem;
- Jestliže má vůči zadavateli nebo inzerentovi pohledávky po lhůtě splatnosti.

2.4.2. Provozovatel má dále právo nezveřejňovat reklamu, jestliže podklady k reklamě nesplňují stanovené technické podmínky (nesprávné rozměry reklamního prvku, překročení datové velikosti, generování chyb ve stránce, odkazování na nepovolenou URL apod.).

2.4.3. Podle bodů 2.5.1. až 2.5.3. se postupuje i v případě, kdy některá ze skutečností v nich uvedených vyjde najevo až v průběhu kampaně.

2.4.4. Provozovatel je povinen zadavatele neprodleně informovat o tom, že odmítá zveřejnit jeho reklamu nebo že již běžící reklamu přestal zveřejňovat.

2.5. Změny reklamy

2.5.1. Změnou reklamy se rozumí výměna podkladů nebo URL adresy, na kterou reklamní prvek směřuje. Jiné změny reklamy jsou možné jen po dohodě s provozovatelem.

2.5.2. Zadavatel má právo požadovat bezplatnou změnu podkladů či cílové URL nejvýše 1x měsíčně pokud není dohodnuto jinak.

2.5.3. Při změně podkladů se postupuje stejně jako při jejich prvním dodání.

3. FINANČNÍ PODMÍNKY

3.1. Cena

Cena v objednávce musí odpovídat ceně uvedené v platném ceníku provozovatele pro příslušný reklamní formát nebo předchozí dohodě provozovatele se zadavatelem.

3.1.1. Veškeré ceny jsou uvedeny bez daně z přidané hodnoty, která bude účtována ve výši stanovené příslušnými právními předpisy.

3.2. Fakturace a platební podmínky

3.2.1. Provozovatel požaduje platbu předem, není-li dohodnuto jinak. V případě reklamní kampaně probíhající v nejméně 2 kalendářních měsících provozovatel fakturuje poměrné části kampaně po jednotlivých měsících. Provozovatel není povinen kampaň spustit dříve než 1 pracovní den po připsání příslušné částky na účet provozovatele.

3.2.2. Splatnost faktur je 15 dnů po vystavení, nedohodne-li se provozovatel se zadavatelem jinak.

3.2.3. V případě prodlení s úhradou faktur je provozovatel oprávněn účtovat zadavateli úrok z prodlení ve výši 0,1% (slovy: jedné desetiny procenta) z dlužné částky za každý den prodlení.

3.3. Storno podmínky

3.3.1. Přeje-li si zadavatel zrušit již potvrzenou objednávku musí tak učinit písemně před požadovaným spuštěním kampaně, není-li v potvrzení smlouvy uvedeno jinak.

3.3.2. Není-li v potvrzení smlouvy uvedeno provozovatelem jinak, platí při zrušení objednávky následující storno podmínky:

- Při zrušení smlouvy v době kratší než 5 dnů od požadovaného spuštění kampaně nebo později 10% z ceny uvedené ve smlouvě.
- navíc u již započatých kampaní částka odpovídající poměrné části již proběhlé kampaně.

3.3.3. Provozovatel může v potvrzení objednávky uvést odlišné storno podmínky než jsou stanoveny v bodu 3.3.2. těchto obchodních podmínek.

4. STATISTIKY, REKLAMACE A NÁHRADA ŠKODY

4.1. Statistiky

4.1.1. Ke každé kampani je v případě zájmu k dispozici statistika, která je zdarma přístupná zadavateli.

4.1.2. Předmětem reklamace mohou být jen údaje o počtu impresí, nedohodne-li se provozovatel se zadavatelem jinak.

4.2. Reklamac

4.2.1. V případě pochybení na straně provozovatele nebo nesplnění objednaného objemu inzerce z důvodů uvedených v bodu 4.2.4. je zadavatel oprávněn požadovat přiměřenou náhradu nebo slevu z ceny. To se nevztahuje na případy, kdy provozovatel potvrdí omylem objednávku s výrazně vyšším počtem impresí (garance impresí) než je u příslušného formátu, resp. služby provozovatele za danou cenu obvyklé, popř. na výrazně delší fixní období než je u příslušného formátu, resp. služby provozovatele za danou cenu obvyklé, přičemž pro posouzení obvyklosti se vychází z údajů uvedených v platném ceníku provozovatele, eventuálně z předchozí komunikace provozovatele se zadavatelem v rámci téhož nebo i dřívějších obchodních případů.

4.2.2. Lhůta pro uplatnění reklamace je 14 dnů ode dne, kdy zadavatel zjistil nebo při náležitě péči mohl zjistit pochybení, nejdéle však 30 dnů od skončení kampaně. Reklamac musí být uplatněna písemně a musí z ní být zřejmé, v čem přesně pochybení provozovatele spočívá, jaké objednávky zadavatele se týká (vč. označení konkrétního reklamního formátu v rámci objednávky) a v jakém čase mělo k pochybení dojít.

4.2.3. Za pochybení na straně provozovatele se považuje zejména:

- U reklamních formátů prodávaných fixně na časové období nefunkčnost příslušné služby provozovatele či nezobrazování reklamy zadavatele delší než 6 hodin za den nebo 24 hodin za týden;
- Nesplnění objednaného nebo garantovaného počtu impresí nebo nedodržení exkluzivity u formátu reklamy prodávaného fixně na časové období;
- Nefunkčnost prokliku reklamního formátu zapříčiněná zaviněním provozovatele;
- Zobrazování reklamy zadavatele ve výrazně odlišné části stránky než bylo potvrzeno v objednávce.

4.2.4. Za pochybení na straně provozovatele se ani při splnění podmínek uvedených v bodě 4.2.3 nepovažuje:

- Pokles v návštěvnosti serveru nebo jeho části, kde je umístěna reklama zadavatele, vyšší než 10% ve srovnání s návštěvností daného serveru nebo jeho části za období posledních 2 kalendářních měsíců;
- Nefunkčnost služeb provozovatele zapříčiněná okolnostmi, které provozovatel nemohl ovlivnit (výpadek konektivity u poskytovatele připojení provozovatele, zásah vyšší moci apod.);
- Přerušení zveřejňování reklamy zadavatele v případě zcela mimořádných událostí, ať už z důvodů technických (např. mnohonásobně zvýšená návštěvnost stránek přetěžující servery provozovatele) nebo etických.

4.2.5. Při oprávněné reklamaci se poskytuje náhrada přednostně formou náhradního plnění provozovatele, a to buď plněním přesně odpovídajícím původně objednané reklamě, nebo jiným cenově odpovídajícím plněním dle dohody provozovatele se zadavatelem, a to v nejbližším možném nebo oběma stranám vyhovujícím termínu.

4.2.6. Není-li z důvodů na straně zadavatele nebo provozovatele náhradní plnění možné, poskytne provozovatel zadavateli při oprávněné reklamaci slevu z ceny. Ta se v případě, že již byla kampaň zadavatelem uhrazena, uplatní formou dobropisu, jinak slevou z částky fakturované provozovatelem zadavateli za příslušnou kampaň.

4.2.7. Výše náhradního plnění nebo slevy z ceny se vypočte takto:

- Náhrada ve výši počtu nesplněných impresí zaokrouhlených na celé tisíce nahoru vynásobená cenou za tisíc zobrazení uvedené v objednávce;
- V případě nefunkčnosti prokliku podle bodu 4.2.3. třetí odrážky náleží zadavateli náhrada ve výši ceny 50% počtu impresí s nefunkčním proklikem

4.2.8. Námitky vůči vystaveným fakturám je zadavatel povinen uplatnit u provozovatele písemně do 7 dnů od doručení faktury.

4.3. Náhrada škody

4.3.1. V případech v těchto obchodních podmínkách výslovně neřešených jinak odpovídá provozovatel pouze za škodu, která vznikla porušením právní povinnosti vyplývající z těchto obchodních podmínek, resp. dalších ujednání na tyto obchodní podmínky navazujících. Provozovatel a zadavatel se dohodli, že úhrnná předvídatelná škoda, vzniklá podle předchozí věty, může činit maximálně částku 50.000,- Kč.

5. TECHNICKÁ SPECIFIKACE

5.1 Technická specifikace formátů

| velikost banneru | velikost v pixelech | velikost v kB | doporučená verze Flashe | maximální verze Flashe |
|----------------------|---------------------|---------------|-------------------------|------------------------|
| sloupec (skyscraper) | 120x600 | 30 kB | 6 | 8 |

| | | | | |
|--------------------------------|----------|-------|---|---|
| vertical banner (rectangle) | 120x240 | 20 kB | 6 | 8 |
| extra banner 1 | 1000x90 | 60 kB | 6 | 8 |
| extra banner 2 | 1000x125 | 60 kB | 6 | 8 |

5.2 Technická specifikace kreativ

- Doporučená verze Flashe je 6 (bezproblémový proklik); maximální akceptovaná verze Flashe je 8.
- Banner musí být kompatibilní s wmode="transparent"
- Barva pozadí není definována přes document properties, ale je nutné vytvořit prvek (podle rozměru banneru), kterého barva bude barvou pozadí banneru a zobrazuje se po celou dobu trvání animace v jeho nejnižší vrstvě.
- V případě, že barva pozadí banneru splývá s pozadím stránky, musí být opatřen rámečkem min. 1px šedé nebo černé barvy.
- Řídící skript musí být napsán tak, aby vyhovoval [standardu SPIR](#) a mohl být vložen kamkoliv do stránky (v sekci body), v jednom místě, a přesto byl plně funkční.
- Není-li skript plně funkční ve všech prohlížečích, musí být upraven tak, aby v ostatních prohlížečích neregeneroval chybu skriptu, nerušil zobrazení stránky apod.
- Z tagu body nelze funkci inicializovat - inicializace tedy musí být provedena přímo z kódu skriptu vloženého ve stránce.
- Obsahuje-li reklama zvukový soubor, může být max. délka zvukového záznamu 10 sekund a může zaznít jenom 1x v odezvu na akci uživatele (např. najetí myši).
- Jde-li o reklamu omezenou pomocí cookies, je třeba, aby řídící skript nejdříve otestoval, jestli je v konkrétním případě v prohlížeči uživatele ukládání cookie povoleno.
- V případě, že tomu tak není, nesmí se reklama v takovém prohlížeči zobrazit.

Informace zde uvedené jsou pouze orientační! Konkrétní podmínky budou proto sděleny při dojednávání kampaní.

Způsob definice prokliku vychází z oficiální [definice SPIR](#):

SKRIPT v actionscript2 na objektu 'button' pro použití v reklamních systémech:

```
on (release) {
  if (!_root.clickthru && _root.clickTag) {
    _root.clickthru = _root.clickTag;
  }
  if ( !_root.clickTarget ) {
    _root.clickTarget = "_top";
  }
  getURL(_root.clickthru, _root.clickTarget);
}
```

ACTIONSCRIPT2 - vývojová prostředí: Macromedia FLASH5-8 ACTIONSCRIPT2 - vývojová prostředí: Macromedia FLASH5-8 (MF5, MF MX, MX2004, F8), Adobe CS3, SWiSH Max2

Alternativní syntaxe pro jiné verze ACTIONSCRIPT nebo vývojová prostředí.

1. Adobe CS3 + AS3
2. Flash v4 (actionscript1)

```
on (release) {
```

```
if ((not /:clickthru) && (/:clickTag)) {  
  /:clickthru = /:clickTag;  
}  
if (not /:clickTarget) {  
  /:clickTarget = "_top";  
}  
getURL (/:clickthru, /:clickTarget);  
}
```

6. SPOLEČNÁ A ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

- 6.1. Je-li v těchto obchodních podmínkách požadována písemná forma, je tato zachována i v případě použití faxu či e-mailu (elektronické pošty); u úkonu skutečněho prostřednictvím elektronické pošty (e-mailem) však jen za předpokladu, že druhá strana potvrdila přijetí takového e-mailu (za potvrzení přijetí se přitom nepovažuje automatická odpověď poštovního serveru apod.). Provozovatel i zadavatel jsou povinni na žádost druhé strany potvrdit datum a čas přijetí e-mailu druhé strany.
- 6.2. Provozovatel i zadavatel se zavazují, že nevyužijí pro sebe a neposkytnou žádné třetí osobě důvěrné informace, které jim budou zpřístupněny v rámci vztahu založeného objednávkou reklamy podle těchto obchodních podmínek.
- 6.3. Není-li v těchto obchodních podmínkách výslovně stanoveno jinak, lze se od nich odchýlit jen na základě písemné dohody stran.
- 6.4. Zadavatel uděluje provozovateli souhlas se zpracováním svých osobních údajů v rozsahu nezbytném pro plnění závazků provozovatele a souhlas se zasíláním nabídek provozovatele (ceníku, nových formách inzerce apod.) na kteroukoli z elektronických adres, kterou uvede při komunikaci s provozovatelem.
- 6.5. Objednávkou reklamy u provozovatele zadavatel akceptuje v plném rozsahu tyto obchodní podmínky. V případě rozporu mezi obchodními podmínkami a jinou písemnou dohodou uzavřenou mezi provozovatelem a zadavatelem má přednost taková jiná písemná dohoda.
- 6.6. Tyto obchodní podmínky jsou v aktuálním znění od 1.7.2010 k dispozici na url adrese www.uschovna.cz.
- 6.7. V případě, že jedno nebo více ustanovení těchto obchodních podmínek bude považováno za nezákonné, neplatné nebo nevynutitelné, taková nezákonnost, neplatnost nebo nevynutitelnost se nebude dotýkat ostatních ustanovení těchto obchodních podmínek, která budou vykládána tak, jako kdyby tato nezákonná, neplatná nebo nevynutitelná ustanovení neexistovala. Provozovatel i zadavatel souhlasí s tím, že veškerá nezákonná, neplatná nebo nevynutitelná ustanovení budou nahrazena ustanoveními zákonnými, platnými a vynutitelnými, která se nejvíce blíží smyslu a účelu těchto obchodních podmínek.
- 6.8. Tyto „Obchodní podmínky inzerce na internetových serverech a dalších službách provozovaných společností Capsa-Premier s.r.o.“ jsou platné a účinné od 1.6.2010