

Všeobecné obchodní podmínky

obchodní společnosti Taste, a.s.

I.

Smysl a účel všeobecných obchodních podmínek

- 1) Smyslem a účelem těchto obchodních podmínek je specifikovat vzájemné obchodní a jiné vztahy, vznikající při obchodní činnosti společnosti, které nejsou upraveny smluvně.

II.

Vymezení pojmů používaných ve všeobecných obchodních podmínkách

- 1) Společnost Taste, a.s., sídlem Hybernská 1271/32, 110 00 Praha 1 - Nové Město, IČ 06585914 (dále jen „Agentura“), je oprávněna zprostředkovávat prodej reklamního a inzertního prostoru v reklamních sítích a PPC systémech a na webových stránkách subjektů, se kterými má navázány obchodní vztahy.
- 2) Dále je Agentura oprávněna poskytovat služby, jako je optimalizace webových stránek pro vyhledávače, správa stránek na sociálních sítích, poradenství v oboru webové analytiky, poradenství v oblasti budování značky, realizaci výzkumů, příprava kreativních řešení, odborné poradenství v oblasti digitálního marketingu, školení a vývoj webových aplikací.
- 3) Dílčí služby Agentury, uvedené v čl. II odst. 2, může Agentura zajišťovat i prostřednictvím partnerských obchodních společností Agentury, mezi které patří:
 - Sun Marketing, s.r.o., IČO 27454568, Hybernská 1271/32, Praha 1 – Nové Město, PSČ 110 00
 - Medio Interactive, s.r.o., IČO 24675920, Jihlavská 823/78, Praha 4 - Michle, PSČ 140 00
 - Taste Lovebrand, s.r.o., IČO 24814504, Hybernská 1271/32, Praha 1 – Nové Město, PSČ 110 00
 - Taste Digistory, s.r.o., IČO 08259259, Hybernská 1271/32, Praha 1 – Nové Město, PSČ 110 00
 - Taste Academy, s.r.o., IČO 08259356, Hybernská 1271/32, Praha 1 – Nové Město, PSČ 110 00
- 4) Objednavatelem služeb Agentury (dále jen „Klient“) je fyzická či právnická osoba, přímý zákazník nebo reklamní či mediální agentura, objedávající některou ze služeb dle článku II. odstavce 1 a/nebo 2 těchto podmínek od Agentury nebo prostřednictvím Agentury.
- 5) Provozovatel je vlastník webové stránky, reklamní sítě nebo PPC systému, na kterém je poskytován reklamní prostor, jehož správa či prodej je zprostředkováván Agenturou.

- 6) Inzercí, reklamou či reklamní kampaní se rozumí zadané veřejné oznámení, propagace, či jiná prezentace zveřejněná za úplatu na webových stránkách prostřednictvím reklamních sítí, PPC systémů či sociálních sítí, jejichž Provozovatele před Klientem zastupuje Agentura, a to za účelem propagačního účinku sledovaného Klientem.
- 7) Pracovními dny se rozumí všechny dny v týdnu mimo sobot, nedělí a státem uznaných svátků.
- 8) Erotickou reklamou se rozumí jakákoliv komunikace erotických služeb a produktů, poskytovaných prostřednictvím Internetu i mimo něj.
- 9) Agresivní reklamní formáty jsou takové formáty, které technicky zabraňují čtenáři v obvyklém využití inzertního média, např. čtení článků.
- 10) Klamavou reklamou se rozumí taková reklama, která souvisí s podnikáním nebo povoláním, sleduje podpořit odbyt movitých nebo nemovitých věcí nebo poskytování služeb, včetně práv a povinností, klame nebo je způsobilá klamat podáním nebo jakýmkoli jiným způsobem osoby, jimž je určena nebo k nimž dospěje, a tím i zřejmě způsobilá ovlivnit hospodářské chování takových osob., v dalších podrobnostech se použije zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v účinném znění.

III.

Vzájemná práva a povinnosti při realizaci služeb

- 1) Smlouva o poskytování služeb mezi Agenturou a Klientem vzniká na základě řádné písemné objednávky Klienta a akceptací ze strany Agentury. Na základě požadavků zjištěných od Klienta připraví Agentura návrh objednávky (tj. nabídku), který zašle Klientovi ke schválení. Smlouvu o poskytování služeb mezi Agenturou a Klientem lze také uzavřít elektronickým potvrzením této Smlouvy ze strany Klienta v rámci informačního systému Solaris. Smlouva je uzavřena okamžikem jejího přijetí elektronickým potvrzením ze strany Klienta a nabývá platnost a účinnost.
- 2) Objednávka služeb musí být učiněna na formuláři Agentury, který Agentura poskytne na žádost Klienta, a musí obsahovat všechny formulářem vyžadované náležitosti, není-li sjednáno jinak, zejména přesnou specifikaci objednávané služby, tj. vymezení předmětu včetně případného návrhu či představy Klienta o službě, celkový objem investice, jakož i všechny potřebné identifikační údaje Klienta a Agentury. Na základě předchozí dohody může být pro vytvoření objednávky využit formulář Klienta, pokud to Klient požaduje. Objednávka služeb může být též učiněna online v systému Solaris ve formě závazného objednání služeb kliknutím na tlačítko Závazně objednat.
- 3) Klient objednávku schválí tak, že ji beze změn doručí podepsanou zpět na adresu Agentury v listinné formě prostřednictvím držitele poštovní licence, případně v elektronické podobě prostřednictvím emailu či datové schránky. Nebude-li takový postup vyvolávat pochybnosti o pravosti objednávky, lze doručit i sken podepsané objednávky. Objednávka musí být doručena Agentuře nejpozději 5 pracovních dní před objednaným zahájením poskytování služby. Agentura přijetí objednávky písemně potvrdí, v případě, že o to Klient požádá.

- 4) Pouhým potvrzením o přijetí objednávky není uzavřena smlouva. Smlouva vzniká až doručením akceptace objednávky Klientovi. Agentura není povinna objednávku akceptovat. Má se za to, že není-li objednávka akceptována do 10 pracovních dní od jejího odeslání, smlouva uzavřena není.
- 5) Objednávka může být ze strany Agentury odmítnuta zejména tehdy, bude-li v rozporu s jeho zájmy či s právní nebo etickou regulací reklamy, zejména v případě rozporu s restriktivními opatřeními na reklamu se vztahujícími, či s právními předpisy. Případná změna objednávky před její akceptací může být učiněna pouze písemnou formou a musí být Agentuře doručena před akceptací objednávky.
- 6) V návrhu objednávky Agentura může navrhnout dle její úvahy Klientovi jeden z následujících modelů spolupráce (dále jen „Model spolupráce“):
 - a. Pevná cena – Agentura předem určuje Klientovi cenu za požadovanou službu. Klient hradí úplatu za požadovaný výsledek nebo úkony, které se zdají být způsobilé vést k výsledku. Agentura ručí za dosažení výsledku, vyjma situací, kdy jeho dosažení zmaří nezávisle na vůli Agentury (zejména, nikoliv však výlučně, vyšší moc). Tento Model spolupráce je vhodný pro Klienta, který požaduje služby jako jsou například analýzy, úvodní nastavení apod.
 - b. Dle hodin – Agentura předem definuje Klientovi hodinovou sazbu. Hodinovou sazbou se rozumí cena, kterou musí Klient zaplatit Agentuře za každou odpracovanou hodinu. V tomto Modelu spolupráce je možné nastavit tyto dva parametry:
 - i. Garance hodin – Pokud je tato hodnota s Klientem dohodnuta, Agentura garantuje Klientovi odpracování vyplněného počtu hodin. Agentura rezervuje dohodnutou kapacitu a Klient se zavazuje ji využít a zaplatit. Pokud Klient tuto rezervovanou kapacitu nevyužije, je přesto povinen za ni zaplatit. Nevyužité hodiny se nepřevádí do dalšího období. Pokud není tato hodnota vyplněna, Agentura nerezervuje žádnou kapacitu a pracuje dle hodinové sazby bez garance odpracování určitého počtu hodin.
 - ii. Max hodin – Pokud je tato hodnota s Klientem dohodnuta, Agentura garantuje Klientovi, že počet odpracovaných hodin nepřekročí vyplněný počet hodin. Pokud je tato hodnota vyplněna, Agentura fakturuje Klientovi maximálně takový počet hodin, který se rovná vyplněnému počtu hodin. Pokud není tato hodnota Klientem vyplněna, Agentura nemá žádný limit ve smyslu počtu odpracovaných hodin. Pokud není tato hodnota vyplněna, Agentura fakturuje Klientovi takový počet hodin, jaký skutečně odpracovala.
- 7) Smlouva o poskytování služeb je uzavřena okamžikem jejího podpisu oběma stranami.
- 8) Klient odpovídá za pravdivost jím poskytnutých informací uvedených v objednávce či ve smlouvě a nese veškeré právní následky spojené s porušením zákonných povinností v důsledku jím činěných nepravdivých tvrzení v objednávce či ve smlouvě.
- 9) Mají-li být při poskytování služeb použity podklady předložené Klientem, které jsou dílem či jsou chráněny právní úpravou duševního vlastnictví, vyžaduje se, aby Klient byl oprávněn s těmito podklady nakládat, zejména ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, a ve smyslu jiných právních norem, a aby je předal ve formátu vyžadovaném Agenturou.

- 10) Agentura si vyhrazuje právo neuskutečnit reklamu nebo neposkytnout službu v případech, kdy jí v tom brání vyšší moc, provozní tísňové situace, či z důvodu jakékoliv okolnosti, jež nastala nezávisle na vůli Agentury, nebylo možné ji rozumně předvídat a brání jí v plnění předmětné smlouvy o poskytování služeb či její části, a jestliže nelze rozumně požadovat, aby Agentura tuto překážku nebo její následky včas odstranila. V takových případech jsou Agentura a Klient bez odkladu povinni obnovit jednání o smlouvě o poskytování služeb s tím, že služba či její část může být poskytnuta v náhradním termínu, pokud se na tom smluvní strany ujednájí. Nárok na náhradu škody Klienta je vyloučen.
- 11) V případě vadného plnění na straně Agentury nebo Provozovatele je Klient v rámci reklamačního řízení oprávněn požadovat po Agentuře přiměřené náhradní plnění v mezích uzavřené smlouvy o poskytování služeb. Reklamovat službu je možné písemně do pěti pracovních dnů ode dne ukončení poskytování služby. Klient má v případě nesprávného zveřejnění inzerce ze strany Agentury, jako např. špatné zadání URL, nesplnění kampaně v dohodnutém termínu a obdobných závažných pochybeních, nárok na náhradní zveřejnění reklamy, a to v takovém rozsahu, v jakém byl účel inzerátu omezen, nebude-li sjednáno jinak.
- 12) Smluvní strany se zavazují nesdělovat údaje a informace, získané v rámci spolupráce, třetím osobám.
- 13) Speciální nebo atypické komerční projekty mimo ceníkové podmínky realizuje Agentura vždy po dohodě za smluvní cenu. I takový projekt bude poskytnut na základě řádně uzavřené smlouvy o poskytování služeb.
- 14) Agentura neodpovídá za pravdivost údajů obsažených v reklamě nebo na stránkách Klienta uveřejněné dle těchto obchodních podmínek.

IV.

Finanční podmínky, minimální výše objednávky a fakturace

- 1) Aktuální ceny služeb jsou uvedeny v ceníku, který byl Agenturou poskytnutý Klientovi současně při uzavření této smlouvy. Ceny služeb, není-li v ceníku uvedeno výslovně jinak, neobsahují daň z přidané hodnoty. S ohledem na objem realizovaných služeb, historii obchodního vztahu či jeho perspektivu může Agentura poskytnout slevu z ceníkových cen.
- 2) Agentura je oprávněna měnit ceník z důvodu změn na trhu s komoditami podstatnými pro podnikatelskou činnost Agentury, měnových/kurzových změn či jiných podstatných změn na makroekonomické či mikroekonomické úrovni. Agentura oznámí změny ceníku Klientovi doručení nového ceníku, Klient je povinen se s nimi seznámit. Ceník může být rovněž upravován každoročně podle míry inflace vyjádřené přírůstkem průměrného ročního indexu spotřebitelských cen za předchozí kalendářní rok vyhlášené Českým statistickým úřadem, taková změna ceníku je vůči Klientovi účinná měsícem následujícím po měsíci, ve které byla změna Klientovi doručena.
- 3) Klient uhradí objednanou službu na základě faktury s náležitostmi daňového dokladu vystavené Agenturou. Agentura je oprávněna vystavit fakturu poslední den v měsíci, ve kterém byla sjednaná služba poskytována. Agentura je oprávněna vystavit také zálohovou fakturu, a to kdykoliv před

započetím nebo v průběhu provádění díla. Faktura je splatná dle volby Agentury ve lhůtě 12 až 90 dní od vystavení. Nebude-li faktura uhrazena, má Agentura právo od smlouvy o poskytování služeb jednostranně odstoupit. Klient je v takovém případě povinen uhradit Agentuře dosud provedenou část díla.

- 4) Případné zpoždění se zahájením poskytování služby či reklamní kampaně zapříčiněné Klientem nemá na splatnost faktur vliv. V případě prodlení s úhradou faktur je Klient povinen uhradit Agentuře za každý započatý den prodlení smluvní úrok z prodlení ve výši 0,25 % z dlužné částky.
- 5) Agentura si vyhrazuje právo využívat elektronické fakturace, kdy klient obdrží fakturu e-mailem ve formátu PDF.

V.

Sankční a stornovací podmínky

- 1) V případě, že je Klient v prodlení s jakoukoliv úhradou vůči Agentuře, je Agentura oprávněna pozastavit či neposkytnout službu či reklamní kampaň, přičemž o dobu prodlení Klienta s takovou úhradou se prodlužuje doba k poskytnutí plnění ze strany Agentury, bylo-li takové poskytování pozastaveno či doposud neposkytnuto.
- 2) Klient má právo smlouvu o poskytování služeb vypovědět, a to nejpozději pět pracovních dní před dnem plánovaného zahájení služby sjednaném ve smlouvě o poskytování služeb, případně pět pracovních dní před plánovaným zahájením prací na dalších službách Agentury. V případě, že Klient smlouvu vypoví mezi pátým až třetím pracovním dnem před plánovaným zahájením, Agentura si vyhrazuje právo účtovat Klientovi storno poplatek ve výši 25 % z celkové ceny plnění sjednané ve smlouvě o poskytování služeb. Je-li smlouva Klientem vypovězena dva a méně pracovních dnů před plánovaným zahájením, je Klient povinen uhradit Agentuře storno poplatek ve výši 50 % z celkové ceny plnění sjednané ve smlouvě o poskytování služeb. Při výpovědi smlouvy Klientem až v průběhu poskytování reklamy nebo služby je Klient povinen uhradit Agentuře storno poplatek ve výši 75 % z celkové ceny plnění sjednané ve smlouvě o poskytování služeb, které dosud nebylo poskytnuto a 100 % z ceny toho plnění, které již poskytnuto bylo, anebo jeho plnění nelze bez nepřiměřených překážek na straně Agentury přerušit či zastavit.
- 3) Pro úhradu plateb dle předchozího odstavce platí podmínky pro úhradu faktur dle těchto obchodních podmínek.

VI.

Aberace a platnost všeobecných obchodních podmínek

- 1) Od ustanovení těchto podmínek je možné se odchýlit pouze na základě písemné dohody mezi Agenturou a Klientem. Ujednání ve smlouvě o poskytování služeb mají přednost před těmito obchodními podmínkami.

- 2) Agentura si vyhrazuje právo na změnu těchto Všeobecných obchodních podmínek zveřejněním na svých webových stránkách a to po předchozím upozornění Klienta na změnu.
- 3) Tyto podmínky se řídí českým právním řádem.
- 4) Všeobecné obchodní podmínky jsou platné od 1. 11. 2023.