



**SMLOUVA O NÁKUPU REKLAMNÍHO ČASU NOVA GROUP
DLE ZÁVAZNÉ OBJEDNÁVKY Č. 001 I. – MULTIKANÁLOVÁ
UZAVŘENÁ PRO KALENDÁŘNÍ ROK 2013**

Poskytovatel:
CET 21 spol. s r.o.
IČ: 458 00 456
Praha 5, Kříženeckého nám. 1078/5, PSČ 152 52
zapsaná v obchodním rejstříku vedeném
Městským soudem v Praze, oddíl C., vložka 10581

Zadavatel:
Česká republika-Ministerstvo financí
IČ: 00006947, DIČ: CZ00006947
se sídlem Letenská 15, Praha 1
PSČ 118 10
jejímž jménem jedná Roman Jiránek

(společně dále jako „Smluvní strany“)

ZADAVATEL / KLIENT	ČESKÁ REPUBLIKA-MINISTERSTVO FINANCÍ		
RELEVANTNÍ OBDOBÍ	KALENDÁŘNÍ ROK 2013		
DÍLČÍ OBJEM OBJEDNÁVKY, T.J. ČÁST OBJEMU OBJEDNÁVKY NAKOUPENÁ ZADAVATELEM PROSTŘEDNICTVÍM TÉTO ZÁVAZNÉ OBJEDNÁVKY	5 186 551,5 KČ	PŘEDPOKLÁDANÉ PODÍLY UMÍSTĚNÍ DÍLČÍHO OBJEMU OBJEDNÁVKY NAKOUPENÉHO ZADAVATELEM PROSTŘEDNICTVÍM TÉTO ZÁVAZNÉ OBJEDNÁVKY NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH S MĚŘENOU SLEDOVANOSTÍ	40 % SUPER PRIME TIME 40% PRIME TIME 20 % OFF PRIME TIME
REFERENČNÍ CPP UPRAVENÉ O (A) OBJEMOVOU SLEUVU, [(B) SLEUVU ZA VČASNÉ UZAVŘENÍ ZÁVAZNÉ OBJEDNÁVKY] A [(C) SLEUVU ZA INVESTICE DO OSTATNÍCH MEDIÁLNÍCH KANÁLŮ]	18 000 KČ	PODÍLY UMÍSTĚNÍ DÍLČÍHO OBJEMU OBJEDNÁVKY NAKOUPEHO ZADAVATELEM PROSTŘEDNICTVÍM TÉTO ZÁVAZNÉ OBJEDNÁVKY NA OSTATNÍCH MEDIÁLNÍCH KANÁLECH (ZÁVAZNÉ ROZLOŽENÍ)	NA OSTATNÍCH MEDIÁLNÍCH KANÁLECH CELKEM 2% DÍLČÍHO OBJEMU OBJEDNÁVKY, Z TOHO: 2 % MTV NEBO TV NOVA SPORT % INTERNETOVÁ INZERCE % SPONZOROVÁNÍ

- Není-li stanoveno jinak, mají výrazy používané v této Smlouvě o nákupu reklamního času význam uvedený ve (i) Všeobecných podmínkách propagace na Televizních kanálech NOVA, (ii) Všeobecných podmínkách internetové inzerce, (iii) Všeobecných podmínkách propagace na MTV (dokumenty uvedené pod body (i) až (iii) společně dále jen „Všeobecné podmínky“) a (iv) Cenových podmínkách propagace na Televizních kanálech s měřenou sledovaností, které tvoří Přílohu č. 1 až č. 4 této Závazné objednávky.
- Poskytovatel zajistí na Zadavatelem zvolených Mediálních kanálech v závislosti na jejich kapacitě prostor pro uveřejnění Inzerce v Dílčím objemu objednávky nakoupeném touto Smlouvou o nákupu reklamního času a Zadavatel je povinen za uveřejnění takové Inzerce zaplatit Poskytovateli úplatu určenou v souladu s (i) Všeobecnými podmínkami, (ii) Cenovými podmínkami propagace na Televizních kanálech s měřenou sledovaností, (iii) Cenovými podmínkami internetové inzerce, (iv) Cenovými podmínkami propagace na TV NOVA SPORT, (v) Cenovými podmínkami propagace na MTV, (vi) příslušným Ceníkem pro vysílání reklamních spotů, (vii) příslušným Ceníkem pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT, (viii) příslušným Ceníkem internetové inzerce a (ix) příslušným Ceníkem pro vysílání reklamních spotů MTV, které tvoří Přílohu č. 1 až č. 11 této Smlouvy o nákupu reklamního času, případně v souladu s (x) jinou písemně uzavřenou smluvní dokumentací závaznou pro Smluvní strany v souvislosti se zajištěním uveřejnění Inzerce na Mediálních kanálech, včetně aktuálních ceníků sponzorování (dokumenty uvedené pod body (i) až (x) společně dále jen „Závazná dokumentace“).
- Smluvní strany sjednávají, že vztahy z této Smlouvy o nákupu reklamního času, vyplývající či s ní související se řídí ustanoveními Závazné dokumentace. Zadavatel svým podpisem níže potvrzuje, že byl před podpisem této Smlouvy o nákupu reklamního času se Závaznou dokumentací seznámen.
- Zadavatel bere na vědomí, že je povinen umístit Inzerci v Objemu objednávky, jehož je Dílčí objem objednávky nakoupený Zadavatelem prostřednictvím této Smlouvy o nákupu reklamního času součástí, v průběhu Relevantního období v souladu se Závaznou dokumentací. V případě, že Zadavatel Objem objednávky v Relevantním období neumístí, bude Poskytovatel při Rekalukaci (tj. přepočtu Ceny propagace) postupovat v souladu s příslušnými ustanoveními Závazné dokumentace.
- Veškeré ceny, ostatní finanční plnění a údaje ve finančním vyjádření uváděné v této Smlouvě o nákupu reklamního času nezahrnují příslušnou daň z přidané hodnoty. V případě jakéhokoliv plnění podléhajícího dani z přidané hodnoty bude Zadavatel k takovému plnění vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.
- Smluvní strany uzavírají tuto Smlouvu o nákupu reklamního času na základě svobodné a vážné vůle, s vědomím právních důsledků z ní plynoucích. Tato Smlouva o nákupu reklamního času představuje úplnou dohodu Smluvních stran ohledně jejího předmětu a nahrazuje veškeré předchozí smlouvy, dohody či ujednání, ať již písemně nebo ústně, týkající se předmětu této Smlouvy o nákupu reklamního času, s výjimkou jiných Smluv o nákupu reklamního času dosud uzavřených mezi Smluvními stranami v Relevantním období. Tato Smlouva o nákupu reklamního času se považuje za uzavřenou okamžikem jejího podpisu oběma Smluvními stranami.
- Obě strany souhlasí s uveřejněním obchodního dokumentu na webových stránkách Ministerstva financí ČR a Registru smluv.

Přílohy:

- Všeobecné podmínky propagace na Televizních kanálech NOVA;
- Cenové podmínky propagace na Televizních kanálech s měřenou sledovaností;
- Cenové podmínky propagace na TV NOVA SPORT;
- Ceník pro vysílání reklamních spotů;

V Praze, dne 9.5.2013

Za Poskytovatele:

jméno: Jan Vlček
funkce: Obchodní ředitel

CET 21 spol. s r.o.
Kříženeckého nám. 1078/5
162 52 Praha 5 - Derrandov
IČ: 45800456

V Praze, dne 9.5.2013

Za Zadavatele:

jméno: Roman Jiránek
funkce: ředitel odboru Hospodářská správa MF ČR

Ministerstvo financí
118 10 Praha 1 - Letenská 15
-146-

VŠEOBECNÉ PODMÍNKY PROPAGACE NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH NOVA

6. únor 2013

PREAMBULE

Tyto Všeobecné podmínky představují obecné podmínky zajištění vysílání Propagace na Televizních kanálech NOVA ze strany Poskytovatele a vztahují se na všechny Zadavatele, kteří na Televizních kanálech NOVA Propagaci nakupují.

Tyto Všeobecné podmínky nabývají účinnosti dne 6. února 2013 a nahrazují veškeré předchozí všeobecné podmínky upravující vysílání Propagace na Televizních kanálech NOVA.

OBSAH

1. **Definice**
2. **Nákup Propagace prostřednictvím Závazných objednávek**
 - A. Způsob objednání a umístění Propagace
 - B. Cena propagace a platební podmínky
 - C. Specifické podmínky pro umístění Reklamních spotů na Televizních kanálech NOVA
 - D. Specifické podmínky pro umístění Sponzorských spotů na Televizních kanálech NOVA
3. **Nákup Propagace na měsíční bázi**
4. **Společná ustanovení pro výrobu a dodání Spotů**
5. **Další podmínky Propagace**
 - A. Reklamace
 - B. Náhrada škody
 - C. Řešení sporů
 - D. Mlčenlivost
 - E. Společná a závěrečná ustanovení
6. **Přílohy**

ČÁST I DEFINICE

1.1 Následující výrazy mají pro účely těchto Všeobecných podmínek níže uvedený význam:

„**Aktuální objem objednávky**“ znamená součet Dílčích objemů objednávek, nakoupených Zadavatelem k Propagaci téhož subjektu v kalendářním roce 2013 (popř. v Relevantním období kalendářních let 2013 a 2014, stanovil-li tak Poskytovatel a Zadavatel v první Závazné objednávce uzavřené k Propagaci tohoto subjektu), a to k datu uzavření příslušné Závazné objednávky, včetně Dílčího objemu objednávky nakoupeného prostřednictvím této Závazné objednávky;

„**Cena propagace**“ znamená (i) Cenu reklamních spotů a (ii) Cenu sponzorských příspěvků;

„**Cena reklamních spotů**“ znamená cenu vysílání Reklamních spotů;

„**Cena sponzorských příspěvků**“ znamená výši poskytovaných Sponzorských příspěvků;

„**Ceník pro vysílání reklamních spotů**“ znamená ceník uvádějící zejména základní parametry pro určení Ceny reklamních spotů a případně zvláštní nabídky Poskytovatele. Aktuální znění Ceníku pro vysílání reklamních spotů je k dispozici v sídle Poskytovatele a na internetových stránkách provozovaných Poskytovatelem;

„**Ceník sponzorských příspěvků**“ znamená ceník uvádějící zejména Cenu sponzorského příspěvku určeného na financování jednotlivých programů a pořadů Poskytovatele. Ceník sponzorských příspěvků vydává Poskytovatel a jeho aktuální znění je k dispozici v sídle Poskytovatele a na internetových stránkách Poskytovatele;

„**Cenové podmínky**“ znamená cenové podmínky propagace na Televizních kanálech s měřenou sledovaností, uvádějící mimo jiné způsob stanovení ceny za vysílání Reklamních spotů a Sponzorských spotů na Televizních kanálech s měřenou sledovaností;

„**Dílčí objem objednávky**“ znamená část Objemu objednávky,

nakoupenou Zadavatelem prostřednictvím jedné Závazné objednávky;

„**Důvěrné informace**“ má význam uvedený v čl. 11.1 těchto Všeobecných podmínek;

„**INTERGRAM**“ znamená INTERGRAM – Nezávislou společností výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů, o.s.;

„**Internetová inzerce**“ má význam uvedený ve všeobecných podmínkách internetové inzerce vydaných Poskytovatelem pro kalendářní rok 2013;

„**Inzerce**“ znamená (i) Propagaci, (ii) Propagaci na MTV či (iii) Internetovou inzerci;

„**Klient**“ má význam uvedený v čl. 11.3 těchto Všeobecných podmínek;

„**Mediální kanály**“ znamená TV NOVA, TV NOVA CINEMA, TV Fanda, TV SMÍCHOV, TV Telka, TV NOVA SPORT, MTV, Servery či jiné mediální kanály, které takto Poskytovatel v budoucnu označí;

„**Měsíční nabídka**“ má význam uvedený v čl. 6.1 těchto Všeobecných podmínek;

„**MTV**“ znamená televizní vysílání programu MTV v České republice a Slovenské republice provozované Poskytovatelem;

„**Nevhodný spot**“ má význam uvedený v čl. 7.11 těchto Všeobecných podmínek;

„**Období bookingu**“ znamená období, během něhož mohou být uzavřeny Upřesňující objednávky k umístění Propagace nakoupené prostřednictvím jedné či více Závazných objednávek. Období bookingu začíná nejpozději dvanáctý den kalendářního měsíce předcházejícího měsíci, pro který je Upřesňující objednávka činěna, a končí pět (5) pracovních dnů přede dnem vysílání umístěvané Propagace. Poskytovatel oznámí počátek Období bookingu nejméně jeden (1) pracovní den předem zpřístupněním Ceníku pro vysílání reklamních spotů ve svém sídle;

„**Obchodní zákoník**“ znamená zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, v platném znění;

„**Objem objednávky**“ znamená celkový objem Inzerce vyjádřený v cenách bez daně z přidané hodnoty a po odečtení veškerých slev a bonusů (net net objem) nakoupený Zadavatelem na všech Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Závazných objednávek pro účely propagace jednoho právního subjektu, tedy jednoho Zadavatele či jeho jednotlivého Klienta, k jeho umístění v průběhu kalendářního roku 2013 (popř. v Relevantním období kalendářních let 2013 a 2014, stanovil-li tak Poskytovatel a Zadavatel v první Závazné objednávce uzavřené k Propagaci tohoto subjektu);

„**OSA**“ znamená OSA – Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním, o.s.;

„**Ostatní mediální kanály**“ znamená (i) jiné Mediální kanály než jsou Televizní kanály s měřenou sledovaností a (ii) Sponzorování na Televizních kanálech s měřenou sledovaností;

„**Poskytovatel**“ znamená společnost CET 21 spol. s r.o., IČ: 45800456, se sídlem Praha 5, Kříženeckého nám. 1078/5, PSČ 152 00, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 10581;

„**Propagace**“ znamená vysílání (i) Reklamních spotů nebo (ii) Sponzorských spotů na Televizních kanálech NOVA;

„**Propagace na MTV**“ znamená vysílání (i) Reklamních spotů nebo (ii) Sponzorských spotů na MTV;

„**Předplata**“ má význam uvedený v čl. 3.4 těchto Všeobecných podmínek;

„**Reklamní blok**“ znamená část vysílání Televizních kanálů NOVA určenou pro vysílání Reklamních spotů, oddělenou od ostatního vysílání v souladu s obecně závaznými právními předpisy, zejména Zákonem o provozování rozhlasového a televizního vysílání;

„**Reklamní spot**“ znamená audiovizuálně, případně pouze vizuálně, zpracované oznámení, předvedení či jinou prezentaci, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží,

vystavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb;

„**Relevantní období**“ znamená (i) kalendářní rok 2013 nebo (ii) kalendářní roky 2013 a 2014, stanoví-li tak Poskytovatel a Zadavatel v první Závazné objednávce uzavřené k Propagaci jednoho subjektu, či popř. (iii) jakékoli období více po sobě jdoucích kalendářních měsíců roku 2013 specifikovaných Poskytovatelem a Zadavatelem v příslušné Závazné objednávce uzavřené k Propagaci jednoho subjektu;

„**Rezervační lhůta**“ má význam uvedený v čl. 4.1 těchto Všeobecných podmínek;

„**Rozpis vysílání spotů**“ znamená evidenční list vypracovaný a podepsaný Zadavatelem, obsahující zejména označení Zadavatele, monitorovací kód, označení Spotu, jeho stopáž a termín, kdy má být Spot odvysílán;

„**Rozsáhlá úprava**“ má význam uvedený v čl. 4.4 těchto Všeobecných podmínek;

„**Servery**“ má význam uvedený ve všeobecných podmínkách internetové inzerce vydaných Poskytovatelem pro kalendářní rok 2013;

„**Sponzorování**“ znamená poskytnutí Sponzorského příspěvku;

„**Sponzorský příspěvek**“ znamená příspěvek poskytnutý k přímému či nepřímému financování jednotlivých Mediálních kanálů nebo televizních pořadů na Televizních kanálech NOVA za účelem propagace jména, obchodní firmy či služby, výrobků nebo jiných výkonů fyzické či právnické osoby, definovaný Zákonem o provozování rozhlasového a televizního vysílání;

„**Sponzorský spot**“ znamená audiovizuálně, případně pouze vizuálně zpracovaný sponzorský vzkaz, kterým Poskytovatel v souladu s § 53 Zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání upozorňuje diváka na sponzorovaný program nebo pořad;

„**Spot**“ znamená (i) Reklamní spot nebo (ii) Sponzorský spot;

„**Storno objednávky**“ má význam uvedený v čl. 5.5 těchto Všeobecných podmínek;

„**Storno poplatek**“ znamená náhradu za Poskytovatelem rezervovaný vysílací čas;

„**Technické podmínky**“ znamená Technické podmínky inzerce, stanovující, mimo jiné, základní technické požadavky pro příjemku nosičů se Spoty a odvysílání Spotů v televizním vysílání Televizních kanálů NOVA;

„**Televizní kanály NOVA**“ znamená Televizní kanály s měřenou sledovaností, TV Telka a TV NOVA SPORT;

„**Televizní kanály s měřenou sledovaností**“ znamená TV NOVA, TV NOVA CINEMA, TV Fanda, TV SMÍCHOV či jiné mediální kanály, které takto Poskytovatel v budoucnu označí;

„**TV Fanda**“ znamená televizní vysílání programu Fanda v České republice provozované Poskytovatelem;

„**TV NOVA**“ znamená televizní vysílání programu Nova v České republice provozované Poskytovatelem;

„**TV NOVA CINEMA**“ znamená televizní vysílání programu Nova Cinema v České republice provozované Poskytovatelem;

„**TV NOVA SPORT**“ znamená televizní vysílání programu Nova sport v České republice a Slovenské republice provozované Poskytovatelem;

„**TV Telka**“ znamená televizní vysílání programu Telka v České republice provozované Poskytovatelem ode dne udělení příslušné licence;

„**TV SMÍCHOV**“ znamená televizní vysílání programu SMÍCHOV v České republice provozované Poskytovatelem;

„**Upřesňující objednávka**“ znamená neodvolatelnou objednávku, která je ve všech podstatných ohledech shodná se vzorem, který tvoří Přílohu č. 2a nebo 2b těchto Všeobecných podmínek, nebo který Poskytovatel Zadavateli pro tyto účely předá, učiněnou v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami, jejímž prostřednictvím Zadavatel v průběhu daného Relevantního období umístí: (i) Propagaci nakoupenou prostřednictvím jedné či více Závazných objednávek (či její část) či (ii) Propagaci nakoupenou na základě Měsíční nabídky. Vzor Upřesňující objednávky podle bodu (i) výše tvoří Přílohu č. 2a těchto Všeobecných podmínek a vzor Upřesňující objednávky podle bodu (ii) výše tvoří Přílohu č. 2b těchto Všeobecných podmínek;

„**Vizualizace**“ znamená grafické znázornění Sponzorského spotu, obsahující zároveň veškeré mluvené slovo a texty užitá ve Sponzorském spotu, poskytující ucelený přehled o obsahu a zpracování Sponzorského spotu;

„**Všeobecné podmínky**“ znamená tyto Všeobecné podmínky propagace na Televizních kanálech NOVA;

„**Zadavatel**“ znamená fyzickou nebo právnickou osobu, která objednává umístění Propagace;

„**Zákon o ochraně spotřebitele**“ znamená zákon č. 634/1992 Sb., o

ochraně spotřebitele, v platném znění;

„**Zákon o provozování rozhlasového a televizního vysílání**“ znamená zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a změně dalších zákonů, v platném znění;

„**Zákon o regulaci reklamy**“ znamená zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v platném znění;

„**Závazná objednávka**“ znamená neodvolatelnou objednávku, na základě které se Zadavatel zavazuje umístit Inzerci ve stanoveném Dílčím objemu objednávky a na stanovených Mediálních kanálech v průběhu daného Relevantního období, a to prostřednictvím jedné nebo více Upřesňujících objednávek, a která je ve všech podstatných ohledech shodná se vzorem, který tvoří Přílohu č. 1 těchto Všeobecných podmínek, nebo který Poskytovatel Zadavateli pro tyto účely předá;

„**Závazná objednávka sponzorování**“ znamená neodvolatelnou objednávku Sponzorských spotů učiněnou v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami, jejímž uzavřením dojde ke stanovení základních podmínek umístění Dílčího objemu objednávky či jeho části odpovídající nakoupenému objemu Sponzorských spotů na příslušných Mediálních kanálech;

„**Závazná specifikace**“ znamená návrh umístění Reklamních spotů, který je ve všech podstatných ohledech shodný se vzorem, který tvoří Přílohu č. 3 těchto Všeobecných podmínek; a

„**Závazné rozložení**“ má význam uvedený v čl. 2.1 těchto Všeobecných podmínek.

ČÁST 2 NÁKUP PROPAGACE PROSTŘEDNICTVÍM ZÁVAZNÝCH OBJEDNÁVEK

A. Způsob objednávek a umístění Propagace

- 2.1 Nestanoví-li tyto Všeobecné podmínky jinak, nakupují Zadavatel Propagaci na příslušných Televizních kanálech NOVA prostřednictvím jednotlivých Závazných objednávek, které určují zejména Dílčí objem objednávky včetně rozložení jeho části mezi Ostatní mediální kanály (dále jen „Závazné rozložení“), Aktuální objem objednávky a Relevantní období, pro které je Závazná objednávka uzavřena. Jedna Závazná objednávka může být uzavřena k nakoupení Propagace pouze jednoho subjektu. V případě, že Poskytovatel a Zadavatel stanoví ve vztahu k příslušné Závazné objednávce Relevantní období, které je odlišné od Relevantního období stanoveného v jiných Závazných objednávkách případně uzavřených mezi Poskytovatelem a Zadavatelem k Propagaci téhož subjektu, vztahuje se na takovou Závaznou objednávku v ní takto stanovené Relevantní období bez ohledu na tyto jiné Závazné objednávky s odlišným Relevantním obdobím.
- 2.2 Závazná objednávka se považuje za uzavřenou podpisem Poskytovatele a Zadavatele a dále se považuje za uzavřenou i v případě, že Poskytovatel neodmítne uzavření Závazné objednávky během deseti (10) pracovních dnů poté, co obdržel návrh Závazné objednávky od Zadavatele.
- 2.3 Dílčí objem objednávky se umísťuje na Televizních kanálech NOVA prostřednictvím jedné nebo více Upřesňujících objednávek, popřípadě jiným způsobem stanoveným Poskytovatelem.
- 2.4 Povinnost uzavřít Závaznou objednávku se nevztahuje na Zadavatele, který v daném Relevantním období objedná výhradně (i) umístění Propagace na TV NOVA SPORT či TV Telka nebo (ii) Sponzorování na Televizních kanálech NOVA. V takových případech může Zadavatel namísto Závazné objednávky uzavřít pouze Upřesňující objednávku, resp. Závaznou objednávku sponzorování, přičemž jestliže tyto Všeobecné podmínky nebo jiná smluvní dokumentace písemně uzavřená mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti s umístěním Propagace stanoví jakákoliv práva či povinnosti ve vztahu k Závazné objednávce, pak pro zajištění odvysílání Propagace takového Zadavatele se Upřesňující objednávka, resp. Závazná objednávka sponzorování, považují za Závaznou objednávku, a to s výjimkou veškerých ustanovení příslušné dokumentace, která upravují poskytování slevy z Ceny propagace v souvislosti s vlastním uzavřením Závazné objednávky.
- 2.5 Poskytovatel je oprávněn zrušit zcela či částečně již uzavřenou Závaznou objednávku nebo Upřesňující objednávku v případě, že Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, Rada pro rozhlasové a televizní vysílání nebo jiný příslušný státní orgán zahájí nebo zahájil řízení nebo šetření po uzavření Závazné objednávky nebo Upřesňující objednávky, které (i) směřuje k zákazu činností, ke kterým je Poskytovatel dle takové Závazné objednávky či Upřesňující objednávky zavázán, nebo (ii) může dle důvodného názoru

- Poskytovatele způsobit Poskytovateli újmu, či být k neprospěchu Poskytovatele, pokud by Poskytovatel pokračoval v provádění činnosti dle příslušné Závazné objednávky či Upřesňující objednávky.
- B. Cena propagace a platební podmínky**
- 3.1 Cena propagace je určována a hrazena na základě (i) těchto Všeobecných podmínek, Cenových podmínek a příslušného Ceníku pro vysílání reklamních spotů, platných ke dni uzavření Závazné objednávky, (ii) příslušného Ceníku sponzorských příspěvků, platného ke dni uzavření Upřesňující objednávky, a (iii) případných dalších písemných smluvních ujednání mezi Poskytovatelem a Zadavatelem.
- 3.2 Závazek Zadavatele zaplatit Poskytovateli Cenu propagace vzniká v okamžiku odvysílání Propagace. Za okamžik odvysílání Propagace se považuje:
- (a) okamžik, kdy Propagace byla Poskytovatelem odvysílána na příslušném Televizním kanále NOVA, určeném Zadavatelem v Upřesňující objednávce; nebo
 - (b) okamžik, kdy Propagace měla být Poskytovatelem odvysílána na příslušném Televizním kanále NOVA, určeném Zadavatelem v Upřesňující objednávce, ale z důvodů na straně Zadavatele odvysílána nebyla.
- 3.3 Není-li dále stanoveno jinak, je Cena propagace splatná na základě daňových dokladů vystavovaných Poskytovatelem vždy měsíčně zpětně, ve kterých bude uvedena i příslušná výše daně z přidané hodnoty. Dnem uskutečnění zdanitelného plnění ve smyslu zákona č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, v platném znění, je poslední den příslušného kalendářního měsíce, za který je daňový doklad vystavován. Zadavatel se zavazuje uhradit Cenu propagace do čtyřiceti (40) dnů od vystavení daňového dokladu, přičemž uhrazením se rozumí připsání celé Ceny propagace ve prospěch bankovního účtu Poskytovatele.
- 3.4 Bez ohledu na ustanovení čl. 3.3 těchto Všeobecných podmínek je Zadavatel, který nakoupil Propagaci prostřednictvím Závazné objednávky, povinen:
- (a) uhradit Poskytovateli částku odpovídající 10% Dílčího objemu objednávky (dále jen „**Předplatba**“), a to do čtyřiceti (40) dnů ode dne uzavření příslušné Závazné objednávky, nejpozději však sedm (7) dnů před prvním odvysláním Propagace nakoupené prostřednictvím příslušné Závazné objednávky na příslušném Televizním kanále NOVA, přičemž uhrazením se rozumí připsání celé částky odpovídající Předplatbě ve prospěch bankovního účtu Poskytovatele. Částka odpovídající Předplatbě bude zohledněna Poskytovatelem v Ceně propagace uvedené v posledním daňovém dokladu vystaveném Poskytovatelem ve vztahu k Propagaci nakoupené Zadavatelem prostřednictvím příslušné Závazné objednávky. V případě, že částka odpovídající Předplatbě bude vyšší než částka odpovídající Ceně propagace uvedené v takovémto daňovém dokladu, bude rozdíl mezi oběma částkami vrácen Poskytovatelem Zadavateli do čtyřiceti (40) dnů od vystavení takového daňového dokladu; nebo
 - (b) uhradit Poskytovateli celou Cenu propagace stanovenou v příslušné Upřesňující objednávce nejpozději sedm (7) dnů před prvním odvysláním Propagace umístěvané na Televizních kanálech NOVA prostřednictvím dané Upřesňující objednávky, přičemž uhrazením se rozumí připsání celé Ceny propagace ve prospěch bankovního účtu Poskytovatele.
- 3.5 V případě, že je Zadavatel v prodlení se zaplacením Ceny propagace, či plněním jakéhokoliv jiného peněžitého závazku vůči Poskytovateli, je Poskytovatel oprávněn:
- (a) uplatnit vůči Zadavateli nárok na zaplacení smluvní pokuty ve výši 1% z dlužné částky za každý den prodlení s plněním takového peněžitého závazku; a
 - (b) nevysílat jakoukoliv Propagaci objednanou Zadavatelem až do okamžiku zaplacení veškerých dlužných částek Zadavatelem.
- 3.6 Bez ohledu na ustanovení čl. 3.3 a 3.4 těchto Všeobecných podmínek je v následujících případech Poskytovatel oprávněn požadovat po Zadavateli zaplacení 100% Ceny propagace alespoň pět (5) dnů před odvysláním Propagace:
- (a) Zadavatel doposud nikdy neinvestoval na trhu televizní reklamy v České republice nebo neinvestoval v rámci svých útrat na trhu televizní reklamy na Televizních kanálech NOVA v osmnácti (18) měsících předcházejících uzavření Závazné objednávky;
 - (b) Zadavatel je v prodlení s plněním jakéhokoliv peněžitého závazku vůči Poskytovateli.
- 3.7 Pokud Zadavatel uvedený v čl. 3.6(a) těchto Všeobecných podmínek řádně splní všechny své závazky vůči Poskytovateli vznikající v souvislosti se zajišťováním vysílání Propagace na Televizních kanálech NOVA v období tří (3) měsíců po prvním objednání Propagace, je Zadavatel oprávněn navrhnout Poskytovateli úhradu Ceny propagace na základě daňových dokladů vydaných způsobem uvedeným v čl. 3.3 těchto Všeobecných podmínek.
- 3.8 Vznikne-li v souvislosti se zajišťováním vysílání Propagace na Televizních kanálech NOVA Poskytovateli či Zadavateli nárok na jakoukoli smluvní pokutu, je příslušná strana oprávněná vystavit daňový doklad na částku odpovídající výši příslušného nároku. Takto vystavený daňový doklad je splatný do čtyřiceti (40) dnů od okamžiku, kdy byl doručen druhé straně
- 3.9 Není-li v příslušné smluvní dokumentaci stanoveno výslovně jinak, pak veškeré ceny, ostatní finanční plnění a údaje uváděné ve finančním vyjádření nezahrnují příslušnou daň z přidané hodnoty. V případě jakéhokoliv plnění podléhajícího dani z přidané hodnoty bude Zadavatel k takovému plnění vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.
- C. Specifické podmínky pro umístění Reklamních spotů na Televizních kanálech NOVA**
- 4.1 Po zahájení Období bookingu Zadavatel vyhotoví Závaznou specifikaci, kterou doručí Poskytovateli. Poskytovatel poté na základě takto doručené Závazné specifikace vystaví návrh Upřesňující objednávky a zašle jej Zadavateli. Dnem odeslání takto vystaveného návrhu Upřesňující objednávky Zadavateli počítá běh rezervační lhůty (dále jen „**Rezervační lhůta**“). Rezervační lhůta znamená lhůtu deseti (10) pracovních dní, během kterých se Poskytovatel zavazuje, že neodvolá vystavený návrh Upřesňující objednávky i přesto, že tato není potvrzena podpisem Zadavatele. Rezervační lhůta skončí i před uplynutím výše stanovené lhůty, jestliže v jejím průběhu dojde k uzavření Upřesňující objednávky.
- 4.2 Zadavatel je oprávněn v průběhu Rezervační lhůty provádět úpravy Závazné specifikace, a to v souladu s čl. 4.3 a 4.4 těchto Všeobecných podmínek. Každá taková úprava bude Poskytovatelem zohledněna v upraveném návrhu Upřesňující objednávky za níže uvedených podmínek.
- 4.3 Poskytovatel se zavazuje zohlednit úpravy Závazné specifikace v nově vystaveném návrhu Upřesňující objednávky, pokud takové úpravy:
- (a) jsou v souladu s aktuální nabídkou a volnou kapacitou Reklamních bloků;
 - (b) nepředstavují snížení Ceny reklamních spotů o více než 10% v porovnání s posledním návrhem Upřesňující objednávky vystaveným Poskytovatelem; a
 - (c) nepředstavují opakované snížení Ceny reklamních spotů v průběhu téže Rezervační lhůty.
- 4.4 V případě, že Zadavatel provede úpravu Závazné specifikace nad rámec omezení stanovených v čl. 4.3(b) a 4.3(c) těchto Všeobecných podmínek (dále jen „**Rozsáhlá úprava**“), je Zadavatel povinen uhradit Poskytovateli Storno poplatek ve výši 5% z Ceny reklamních spotů uvedených v posledním vystaveném návrhu Upřesňující objednávky před provedením Rozsáhlé úpravy.
- 4.5 Upřesňující objednávka se považuje za uzavřenou v okamžiku, kdy její návrh vystavený Poskytovatelem potvrdí Zadavatel svým podpisem. V případě, že Zadavatel nepotvrdí Upřesňující objednávku svým podpisem do konce Rezervační lhůty, je Zadavatel povinen uhradit Poskytovateli Storno poplatek ve výši 10% z Ceny reklamních spotů uvedených v posledním návrhu Upřesňující objednávky vystaveném Poskytovatelem před uplynutím Rezervační lhůty v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami.
- 4.6 V případě, že Zadavatel zruší uzavřenou Upřesňující objednávku nebo jakoukoli její část, je povinen uhradit Poskytovateli Storno poplatek ve výši Ceny propagace odpovídající zrušené Upřesňující

objednávce či její části. Zrušení Upřesňující objednávky musí mít písemnou formu a musí být prokazatelně doručeno Poskytovateli.

D. Specifické podmínky pro umístění Sponzorských spotů na Televizních kanálech NOVA

- 5.1 V případě, že Zadavatel nakoupí prostřednictvím Závazné objednávky část Dílčího objemu objednávky jako Sponzorování, mohou Poskyvatel a Zadavatel uzavřít Závaznou objednávku sponzorování, kterou upřesní podmínky pro umístění takto nakoupeného Sponzorování prostřednictvím Sponzorských spotů.
- 5.2 Pro vyloučení pochybností Poskyvatel a Zadavatel shodně konstatují, že Závazná objednávka sponzorování dle čl. 5.1 těchto Všeobecných podmínek se uzavírá pro účely stanovení bližších podmínek pro vysílání Sponzorských spotů a nenavyšuje celkový Objem objednávky nakoupený příslušným Zadavatelem.
- 5.3 Uzavřením Závazné objednávky sponzorování není dotčena povinnost Zadavatele ve vztahu k uzavření jedné či více Upřesňujících objednávek ohledně umístění Objemu objednávky, který je předmětem Závazné objednávky sponzorování.
- 5.4 Zadavatel je povinen předat Poskytovateli Vizualizaci nejpozději čtrnáct (14) dnů přede dnem uvedeným v čl. 7.5 těchto Všeobecných podmínek, aby Poskyvatel mohl posoudit soulad návrhu Sponzorského spotu, kterého se Vizualizace týká, s těmito Všeobecnými podmínkami. Poskyvatel sdělí Zadavateli případné výhrady k Vizualizaci a vyzve jej, aby návrh Sponzorského spotu opravil v souladu s takovouto výzvou. V případě, že se Poskyvatel k Vizualizaci nevyjádří do sedmi (7) dnů ode dne jejího předání Poskytovateli dle tohoto čl. 5.4, má se za to, že Poskyvatel nemá k Vizualizaci výhrad a postupuje se dále dle čl. 7.5 a násl. těchto Všeobecných podmínek. V případě, že Zadavatel na základě výše uvedené výzvy Poskytovatele nepřízpůsobí návrh Sponzorského spotu požadavkům těchto Všeobecných podmínek a neposkytne Poskytovateli takový Sponzorský spot ve lhůtě a za podmínek dle čl. 7.5 a 7.6 těchto Všeobecných podmínek, nebo se jedná o Nevhodný spot, je Poskyvatel oprávněn v souladu s čl. 7.7 těchto Všeobecných podmínek neodvysílat Sponzorský spot a současně mu vzniká nárok na smluvní pokutu dle čl. 7.9 těchto Všeobecných podmínek.
- 5.5 V případě, že Zadavatel s uzavřenou Závaznou objednávkou sponzorování zruší či jinak ukončí takovouto Závaznou objednávku sponzorování (dále jen „Storno objednávky“), má Poskyvatel nárok požadovat po Zadavateli uhrazení Storno poplatku v následující výši:
 - (a) 20% z celkového objemu Závazné objednávky sponzorování, je-li Storno objednávky provedeno více než šest (6) měsíců před počátkem období, které Zadavatel v Závazné objednávce sponzorování stanovil jako období umístění Dílčího objemu objednávky určeného pro Sponzorování;
 - (b) 50% z celkového objemu Závazné objednávky sponzorování, je-li Storno objednávky provedeno tři (3) až šest (6) měsíců před počátkem období, které Zadavatel v Závazné objednávce sponzorování stanovil jako období umístění Dílčího objemu objednávky určeného pro Sponzorování;
 - (c) 75% z celkového objemu Závazné objednávky sponzorování, je-li Storno objednávky provedeno více než jeden (1) a méně než tři (3) měsíce před počátkem období, které Zadavatel v Závazné objednávce sponzorování stanovil jako období umístění Dílčího objemu objednávky určeného pro Sponzorování; nebo
 - (d) 100% celkového objemu Závazné objednávky sponzorování, je-li Storno objednávky provedeno v období do jednoho měsíce před počátkem období, které Zadavatel v Závazné objednávce sponzorování stanovil jako období umístění Dílčího objemu objednávky určeného pro Sponzorování.
- 5.6 Storno poplatek ve výši dle čl. 5.5(d) těchto Všeobecných podmínek je Zadavatel povinen uhradit též v případě, že Zadavatel v rozporu s těmito Všeobecnými podmínkami nesplní svoji povinnost umístit nakoupené Sponzorské spoty prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek. Poskyvatel vždy po uplynutí období stanoveného v Závazné objednávce sponzorování jako období umístění Sponzorských spotů vyhodnotí (je-li Závazná objednávka sponzorování uzavřena), zda Zadavatel řádně splnil

svoji povinnost umístit prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek sjednaný objem Závazné objednávky sponzorování a v souladu s ustanovením čl. 5.5(d) těchto Všeobecných podmínek vyúčtuje Zadavateli případný Storno poplatek ohledně té části sjednaného objemu Závazné objednávky sponzorování, kterou Zadavatel prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek v rámci období umístění stanoveného v Závazné objednávce sponzorování řádně neumístil.

- 5.7 Zadavatel se zavazuje uhradit Storno poplatek do čtyřiceti (40) dnů od vystavení daňového dokladu ze strany Poskytovatele, přičemž uhrazením se rozumí připsání částky odpovídající Storno poplatku ve prospěch účtu Poskytovatele.

ČÁST 3 NÁKUP PROPAGACE NA MĚSÍČNÍ BÁZI

- 6.1 Vedle způsobu nákupu Propagace uvedeného v Části 2 těchto Všeobecných podmínek mohou Zadavatelé nakupovat a umístit Propagaci na Televizních kanálech s měřenou sledovaností ve vztahu ke konkrétnímu kalendářnímu měsíci (či jeho části) s ohledem na aktuální volnou kapacitu Televizních kanálů s měřenou sledovaností, a to vždy pouze na základě aktuální nabídky Poskytovatele pro příslušný kalendářní měsíc (či jeho část) (dále jen „Měsíční nabídka“).
- 6.2 V případě volné kapacity Televizních kanálů s měřenou sledovaností pro daný kalendářní měsíc Poskyvatel může zveřejnit Měsíční nabídku, a to nejpozději patnáct (15) dnů před začátkem příslušného kalendářního měsíce. Zveřejněná Měsíční nabídka a její podmínky mohou být Poskytovatelem v závislosti na aktuálním vývoji kapacity Televizních kanálů s měřenou sledovaností měněny, a to i v průběhu příslušného kalendářního měsíce. Poskyvatel v Měsíční nabídce specifikuje zejména nabízené Ratingové body (jak je tento výraz definován v Cenových podmínkách) a stanoví jejich cenu, jakož i další podmínky, za kterých mohou Zadavatelé v daném kalendářním měsíci Propagaci nakupovat.
- 6.3 Zveřejnění Měsíční nabídky dle čl. 6.2 těchto Všeobecných podmínek může předcházet oznámení Poskytovatele o nabízených Ratingových bodech (jak je tento výraz definován v Cenových podmínkách) pro následující kalendářní měsíc s výzvou, aby Zadavatelé předložili Poskytovateli svou poptávku, ve které uvedou, za jakou cenu a v jakém množství mají zájem nabízené Ratingové body (jak je tento výraz definován v Cenových podmínkách) nakoupit. Na základě Zadavatelův předložených poptávek Poskyvatel následně vyhotoví a zveřejní Měsíční nabídku způsobem uvedeným v čl. 6.2 těchto Všeobecných podmínek, přičemž takto zveřejněná Měsíční nabídka se může lišit od jednotlivých Zadavatelův předložených poptávek.
- 6.4 V případě zájmu Zadavatele o Měsíční nabídku Zadavatel neprodleně po jejím zveřejnění (i) doručí Poskytovateli svůj projev vůle, ze kterého bude patrné, že Měsíční nabídku či některou její část přijímá, a (ii) vyhotoví a doručí Poskytovateli Závaznou specifikaci. Poskyvatel následně na základě takto doručené Závazné specifikace vystaví návrh Upřesňující objednávky a zašle jej Zadavateli. Upřesňující objednávka se považuje za uzavřenou v okamžiku, kdy její návrh vystavený Poskytovatelem potvrdí Zadavatel svým podpisem.
- 6.5 Poskyvatel je oprávněn zrušit zcela či částečně již uzavřenou Upřesňující objednávku v případě, že Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, Rada pro rozhlasové a televizní vysílání nebo jiný příslušný státní orgán zahájí nebo zahájil řízení nebo šetření po uzavření Upřesňující objednávky, které (i) směřuje k zákazu činnosti, ke kterým je Poskyvatel dle takové Upřesňující objednávky zavázán, nebo (ii) může dle důvodného názoru Poskytovatele způsobit Poskytovateli újmu, či být k neprospěchu Poskytovatele, pokud by Poskyvatel pokračoval v provádění činnosti dle příslušné Upřesňující objednávky.
- 6.6 Cena propagace je určována a hrazena na základě (i) Měsíční nabídky, těchto Všeobecných podmínek a Cenových podmínek, platných ke dni uzavření Upřesňující objednávky, a (ii) případných dalších písemných smluvních ujednání mezi Poskytovatelem a Zadavatelem.
- 6.7 Závazek Zadavatele zaplatit Poskytovateli Cenu propagace vzniká v okamžiku přijetí Měsíční nabídky Zadavatelem dle čl. 6.4 těchto Všeobecných podmínek. V takovém případě Poskyvatel neprodleně vystaví daňový doklad na úhradu Ceny propagace a doručí jej Zadavateli.

- 6.8 Zadavatel se zavazuje uhradit Cenu propagace bez zbytečného odkladu od vystavení daňového dokladu ze strany Poskytovatele, nejpozději však pět (5) dnů před prvním odvysíláním Propagace na příslušném Televizním kanále s měřenou sledovaností v daném kalendářním měsíci, přičemž uhrazením se rozumí připsání celé Ceny propagace ve prospěch bankovního účtu Poskytovatele. Ustanovení předchozí věty se nepoužije pro kalendářní měsíce leden a únor, ve vztahu k nimž se Cena propagace hradí způsobem uvedeným v čl. 3.3 těchto Všeobecných podmínek.
- 6.9 V případě, že Zadavatel zruší uzavřenou Upřesňující objednávku nebo jakoukoli její část před uhrazením Ceny propagace dle čl. 6.8 těchto Všeobecných podmínek, vzniká Poskytovateli nárok na zaplacení Sorno poplatku ve výši Ceny propagace odpovídající zrušené Upřesňující objednávce či její části. V případě, že Zadavatel zruší uzavřenou Upřesňující objednávku nebo jakoukoli její část po uhrazení Ceny propagace dle čl. 6.8 těchto Všeobecných podmínek, je Poskytovatel oprávněn si ponechat jako Sorno poplatek již uhrazenou Cenu propagace odpovídající zrušené Upřesňující objednávce či její části. Zrušení Upřesňující objednávky musí mít písemnou formu a musí být prokazatelně doručeno Poskytovateli
- 6.10 Upřesňující objednávka dle této Části 3 Všeobecných podmínek se nepovažuje za Závažnou objednávku dle čl. 2.4 těchto Všeobecných podmínek.
- 6.11 Ve vztahu k nákupu Propagace dle této Části 3 Všeobecných podmínek se *mutatis mutandis* použijí ustanovení čl. 3.5, 3.8 a 3.9 těchto Všeobecných podmínek.

ČÁST 4 SPOLEČNÁ USTANOVENÍ PRO VÝROBU A DODÁNÍ SPOTŮ

- 7.1 Nedohodne-li se Zadavatel a Poskytovatel písemně jinak, je výrobu Spotu povinen zajistit Zadavatel. Zadavatel je také povinen zajistit dodání Spotu Poskytovateli, a to v souladu s Upřesňující objednávkou, těmito Všeobecnými podmínkami, Technickými podmínkami či jinou smluvní dokumentací písemně uzavřenou mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajištěním vysílání Propagace.
- 7.2 Zadavatel je plně odpovědný za obsahovou stránku Spotu a zavazuje se odškodnit Poskytovatele v souvislosti s veškerými nároky jakékoli povahy uplatňovanými třetími osobami vůči Poskytovateli ve vztahu ke Spotům či jejich odvysílání, především pak nároky uplatňovanými v souvislosti se Zákonem o provozování rozhlasového a televizního vysílání, Zákonem o regulaci reklamy, právem na ochranu osobnosti, soutěžním právem, jakož i právem nekalé soutěže, právem autorským a právy s ním souvisejícími, právy průmyslovými a právy na označení původu a jakýmkoli dalšími právy, jakož i veškerými dalšími náklady, které vzniknou Poskytovateli v souvislosti s uplatněním nároků třetích osob ve smyslu tohoto čl. 7.2.
- 7.3 Zadavatel uzavřením Upřesňující objednávky potvrzuje a zaručuje, že s nositeli autorských práv a práv souvisejících s právem autorským uzavřel licenční smlouvy, opravňující jej k zařazení příslušných předmětů autorskoprávní ochrany do Spotu, včetně oprávnění užití je při užití Spotu televizním vysíláním na Televizních kanálech NOVA, a že uhradil veškeré odměny za takové užití. Záruky dle předchozí věty se nevztahují na televizní vysílání hudebních děl (ať již s textem nebo bez textu) autorů, kteří jsou zastupováni OSA. Oprávnění k televiznímu vysílání děl autorů zastupovaných OSA získá na základě příslušné hromadné smlouvy uzavřené s OSA Poskytovatel, který také uhradí prostřednictvím OSA příslušné autorské odměny za televizní vysílání těchto děl na Televizních kanálech NOVA. Oprávnění k zařazení děl autorů zastupovaných OSA i autorů dosud chráněných děl nezastupovaných OSA do Spotu je Zadavatel povinen získat přímo od takových autorů a současně je povinen jim zaplatit autorskou odměnu za takové užití, přičemž v případě, že pro takové užití je autor zastupován OSA, učiní tak Zadavatel prostřednictvím OSA. Přímou od autorů nezastupovaných OSA je Zadavatel povinen získat také oprávnění k televiznímu vysílání příslušných děl na Televizních kanálech NOVA a zaplatit jim autorské odměny za takové užití. Pokud je ve Spotu užit jakýkoli zvukový nebo zvukově obrazový záznam, Zadavatel zaručuje, že od výrobců a výkonných umělců, jejichž umělecké výkony jsou na takovém záznamu zaznamenány, získal oprávnění k zařazení těchto

uměleckých výkonů a záznamů do Spotu a k jejich užití při televizním vysílání Spotu a zaplatil příslušné odměny za oprávnění k jejich užití při užití Spotu ve vysílání na Televizních kanálech NOVA a vypořádal oprávněné nároky takovýchto výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů a výkonných umělců za uvedené užití. Je-li ve Spotu užit zvukový záznam vydaný k obchodním účelům nebo hudební zvukově obrazový záznam, je Zadavatel povinen získat oprávnění k jeho k zařazení do Spotu přímo od výrobce takového záznamu a zaplatit mu odměnu za takové užití. Oprávnění k zařazení uměleckých výkonů zaznamenaných na zvukový záznam vydaný k obchodním účelům na hudební zvukově obrazový záznam do Spotu je Zadavatel povinen získat prostřednictvím INTERGRAM a jeho prostřednictvím je současně povinen zaplatit odměnu za takové užití. Zadavatel se zavazuje na vyžádání Poskytovatele předložit kopie příslušných smluv prokazujících vypořádání nároků příslušných nositelů práv ve shora uvedeném rozsahu a kopii hlášení pro INTERGRAM.

- 7.4 Zadavatel je povinen nejpozději ke dni předání nosiče, na němž je Spot zaznamenán, předat Poskytovateli údaje o výrobci Spotu a hudební sestavu Spotu obsahující název každé užití skladby, jméno autora hudby a textu, případně překladu textu, označení vydavatele a přesnou stopáž užití hudby. Obsahuje-li Spot rovněž zvukový záznam vydaný k obchodním účelům nebo hudební zvukově obrazový záznam, uvede Zadavatel tuto skutečnost v hudební sestavě Spotu a dodá údaje o užitím zvukovém záznamu vydaném k obchodním účelům nebo hudebním zvukově obrazovém záznamu, tj. zejména označení výrobce užitého zvukového obrazového záznamu k obchodním účelům nebo hudebního zvukově obrazového záznamu. Nebude-li v hudební sestavě Spotu výslovně uvedeno, že Spot obsahuje zvukový záznam vydaný k obchodním účelům nebo hudební zvukově obrazový záznam, je tato skutečnost pokládána za závazné prohlášení Zadavatele, že Spot žádný takový záznam neobsahuje.
- 7.5 Zadavatel je povinen předat Poskytovateli nosiče se Spoty a Rozpis vysílání spotů, který musí být v souladu s Upřesňující objednávkou, nejpozději pět (5) pracovních dnů před zahájením prvního vysílání Spotu na základě dané Upřesňující objednávky a Rozpisu vysílání spotů.
- 7.6 Zadavatel je povinen předat Spoty Poskytovateli v souladu s Technickými podmínkami a Rozpisem vysílání spotů. Podpisem Upřesňující objednávky Zadavatel potvrzuje, že předané Spoty jsou v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami, Technickými podmínkami, Rozpisem vysílání spotů či jinou smluvní dokumentací písemně uzavřenou mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajištěním vysílání Propagace.
- 7.7 Poskytovatel je oprávněn neodvysílat Spot:
- ke kterému Zadavatel včas nepředá Poskytovateli řádně vyplněnou hudební sestavu Propagace dle čl. 7.4 těchto Všeobecných podmínek a Rozpis vysílání spotů či nosiče Spotu dle čl. 7.5 těchto Všeobecných podmínek;
 - jestliže Zadavatel nedodá Spot v souladu s čl. 7.6 těchto Všeobecných podmínek; nebo
 - jestliže Zadavatel nedodrží stopáž Spotu sjednanou v Upřesňující objednávce.
- 7.8 V případě, že nastane některá ze skutečností uvedených v čl. 7.7 těchto Všeobecných podmínek, je Poskytovatel oprávněn namísto Spotu, v souvislosti s nímž došlo k porušení povinností Zadavatele, odvysílat jiný Spot Zadavatele dle vlastního uvážení. Odvysílání odlišného Spotu se nepovažuje za vadu na straně Poskytovatele a nemá vliv na povinnost Zadavatele uhradit Cenu propagace.
- 7.9 V případě, že nastane některá ze skutečností uvedených v čl. 7.7 těchto Všeobecných podmínek a Poskytovatel nevyužije své oprávnění dle čl. 7.8 těchto Všeobecných podmínek, vznikne Poskytovateli vůči Zadavateli nárok na smluvní pokutu ve výši části Ceny propagace odpovídající ceně příslušných Spotů, které Poskytovatel z důvodů uvedených v čl. 7.7 těchto Všeobecných podmínek neodvysílal, a Poskytovatel je současně oprávněn Upřesňující objednávku částečně či zcela zrušit.
- 7.10 Veškeré nosiče se Spoty předané Zadavatelem Poskytovateli zůstávají vlastnictvím Zadavatele. Poskytovatel se zavazuje tyto nosiče během účinnosti Upřesňující objednávky skladovat s péčí schovatele, za škodu na nich způsobenou však Poskytovatel odpovídá pouze do výše jejich prokazatelné pořizovací hodnoty. Zadavatel se zavazuje převzít

nosiče se Spoty po ukončení vysílání Spotů dle Upřesňující objednávky. V případě, že si Zadavatel nosiče se Spoty nepřevezme ani po uplynutí šesti (6) měsíců po odvysílání posledního Spotu dle Upřesňující objednávky, je Poskytovatel oprávněn takové nosiče se Spoty zničit.

7.11 V případě, že Zadavatel nedodá Spoty v souladu s čl. 7.6 těchto Všeobecných podmínek, nebo byl dle uvážení Poskytovatele mohlo odvysílání Spotu dojít:

- (a) k porušení obecně závazných právních předpisů, zejména (i) Zákona o regulaci reklamy, (ii) Zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání či (iii) Zákona o ochraně spotřebitele;
- (b) k porušení povinností stanovených Radou pro rozhlasové a televizní vysílání v jakékoli licenci k provozování Televizních kanálů NOVA;
- (c) k možnému postihu Poskytovatele ze strany třetích osob (např. vzhledem k autorskoprávním či nekalosoutěžním sporům, sporům o ochranu osobnosti apod.); nebo
- (d) k ohrožení oprávněných zájmů Poskytovatele;

(dále jen „Nevhodný spot“), Poskytovatel, v případě, že do plánovaného odvysílání příslušného Spotu zbývá alespoň pět (5) pracovních dnů, písemně upozorní Zadavatele na Nevhodný spot a vyzve jej ke zjednání nápravy zajištěním upraveného nebo náhradního Spotu, který bude v souladu se Všeobecnými podmínkami a Technickými podmínkami. V případě, že (i) do plánovaného odvysílání spotu zbývá méně než pět (5) pracovních dnů, nebo (ii) Zadavatel nedoručí Poskytovateli náhradní či opravený Spot v dostatečném časovém předstihu před plánovaným vysláním Spotu, nejpozději však ve lhůtě dle čl. 7.5 těchto Všeobecných podmínek, není Poskytovatel povinen odvyšlat Nevhodný spot a současně v takovém okamžiku vznikne Poskytovateli vůči Zadavateli nárok na smluvní pokutu ve výši části Ceny propagace odpovídající ceně za vysílání Spotu či Spotů určených v Upřesňující objednávce, které Poskytovatel z důvodů uvedených v tomto článku neodvyšlal, a Poskytovatel je současně oprávněn částečně či zcela zrušit Upřesňující objednávku.

ČÁST 5

DALŠÍ PODMÍNKY PROPAGACE

A. Reklamacce

- 8.1 V případě, že Poskytovatel poskytne Zadavateli vadné plnění, vznikne Zadavateli za podmínek dle čl. 8.4 těchto Všeobecných podmínek nárok na slevu z Ceny propagace dle čl. 8.5 těchto Všeobecných podmínek.
- 8.2 Za vadné plnění na straně Poskytovatele se považuje zejména:
 - (a) odvysílání Spotu v jiné než požadované kvalitě; a
 - (b) odvysílání jiného Spotu než požadovaného Zadavatelem, s výjimkou situace uvedené v čl. 7.8 těchto Všeobecných podmínek.
- 8.3 Za vadné plnění na straně Poskytovatele se ani při splnění podmínek uvedených v čl. 8.2 těchto Všeobecných podmínek nepovažuje:
 - (a) závada na vysílání příslušného Televizního kanálu NOVA zapříčiněná okolnostmi, které nastaly nezávisle na vůli Poskytovatele. Za takové okolnosti se považují např. občanské nepokoje, vojenské operace, nouzový stav nebo stav pohotovosti, zásahy státu nebo jiné příslušné autority, počasí, poruchy spojových služeb, technické závady, nedostatek elektřiny, dodržování zákonných předpisů Poskytovatelem, včetně dodržování zákonných povinností jakými je poskytování informací veřejnosti, spory mezi zaměstnanci a zaměstnavateli nebo další události; a
 - (b) přerušování vysílání Propagace v případě plnění povinností Poskytovatele vyplývajících z obecně závazných právních předpisů.
- 8.4 Zadavatel je povinen uplatnit reklamaci vadného plnění u Poskytovatele písemně ve lhůtě jednoho (1) měsíce ode dne, kdy byl příslušný Spot, který je předmětem reklamace, odvysílán na příslušném Televizním kanále NOVA. Z reklamace musí být patrné (i) jaké konkrétní plnění Poskytovatele je reklamováno a (ii) v čem Zadavatel spatřuje vadu plnění na straně Poskytovatele.

8.5 Poskytovatel je oprávněn posoudit oprávněnost reklamace. V případě, že Poskytovatel uzná reklamaci za oprávněnou, vzniká Zadavateli nárok na slevu z Ceny propagace určené Poskytovatelem ve výši, která odpovídá charakteru a rozsahu vady reklamovaného plnění.

8.6 Pokud byl daňový doklad za Cenu propagace, ohledně níž byla uplatněna oprávněná reklamace, již Poskytovatelem vystaven, uplatňuje se sleva z Ceny propagace formou dobropisu. V ostatních případech Poskytovatel sníží o příslušnou slevu Cenu propagace účtovanou za vadné plnění Poskytovatele.

B. Náhrada škody

9.1 Pokud Zadavatel nebo Poskytovatel poruší jakoukoli svou povinnost vyplývající z těchto Všeobecných podmínek, Závazné objednávky, Upřesňující objednávky či jiné smluvní dokumentace písemně uzavřené mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajištěním Propagace, je povinen nahradit škodu tím způsobenou druhé straně. Poskytovatel odpovídá za případnou škodu pouze do výše částek, které Zadavatel již prokazatelně uhradil za zajištění odvysílání Propagace Poskytovateli v průběhu daného Relevantního období. Odpovědnost za škodu a náhrada škody se řídí příslušnými ustanoveními Obchodního zákoníku. Nárok na náhradu škody vzniklé v důsledku porušení povinností, za které přísluší smluvní pokuta, není zaplacením smluvní pokuty dotčen.

9.2 Poskytovatel neodpovídá za nedodržení nebo opožděné plnění jeho závazků způsobené událostmi mimo jeho kontrolu. Událostmi mimo kontrolu Poskytovatele se rozumí vyšší moc, jako např. občanské nepokoje, vojenské operace, nouzový stav nebo stav pohotovosti, zásahy státu nebo jiné příslušné autority, počasí, poruchy spojových služeb, technické závady vysílání, nedostatek elektřiny, dodržování zákonných předpisů nebo licenčních podmínek Poskytovatelem, včetně dodržování zákonných povinností jakými je poskytování informací veřejnosti, spory mezi zaměstnanci a zaměstnavateli nebo další obdobné události.

C. Řešení sporů

10.1 Veškeré spory mezi Poskytovatelem a Zadavatelem vyplývající nebo související s těmito Všeobecnými podmínkami, Závaznou objednávkou, Upřesňující objednávkou či jinou smluvní dokumentací písemně uzavřenou mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajištěním Propagace, budou řešeny nejprve smírně. Nebude-li smírně urovnání dosaženo nejpozději do jednoho (1) měsíce od iniciace řešení sporu, budou tyto spory rozhodovány s konečnou platností v *ad hoc* rozhodčím řízení v souladu s rozhodčími pravidly UNCITRAL, ve znění účinném ke dni uzavření příslušné Závazné objednávky, a to třemi rozhodci. Po jednom rozhodci jmenují Poskytovatel a Zadavatel a třetí rozhodce, který bude předsedat rozhodčímu soudu, bude jmenován na základě vzájemné dohody dvou takto jmenovaných rozhodců. V případě, že se takto jmenování rozhodce do třiceti (30) dnů ode dne jmenování druhého z nich nedohodnou na jméno předsedajícího rozhodce, bude třetí rozhodce jmenován v souladu s právními předpisy České republiky příslušným soudem České republiky. Místem rozhodčího řízení bude Praha a jedacím jazykem rozhodčího řízení bude čeština.

D. Mlčenlivost

11.1 Poskytovatel i Zadavatel se zavazují, že nevyužijí pro sebe či jiného ani nepřístupní žádné třetí osobě důvěrné informace, které se dozví nebo jim budou zpřístupněny v souvislosti se zajišťováním vysílání Propagace. Důvěrnými informacemi se pro účely těchto Všeobecných podmínek rozumí zejména jakákoli Závazná objednávka, Upřesňující objednávka či jakákoli další smluvní dokumentace písemně uzavřená mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajišťováním vysílání Propagace a dále obchodní, organizační, finanční, majetkové, marketingové a další související údaje týkající se Poskytovatele nebo Zadavatele, jejich obchodních partnerů či s nimi personálně či majetkově propojených osob, které nejsou veřejně dostupné, a to bez ohledu na to, zda jejich zveřejnění je způsobil subjekt, jehož se informace týkají, poškodit (dále jen „Důvěrné informace“). Jakákoli Důvěrná informace týkající se či vztahující se k Poskytovateli, zejména jakákoli Závazná objednávka, Upřesňující objednávka či jakákoli další smluvní dokumentace písemně uzavřená mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajišťováním vysílání Propagace, představuje obchodní tajemství Poskytovatele.

11.2 Povinnost mlčenlivosti dle čl. 11.1 těchto Všeobecných podmínek se nevztahuje na zpřístupnění Důvěrných informací:

- (a) společností, které tvoří společně s Poskytovatelem nebo Zadavatelem koncern (holding) ve smyslu příslušných ustanovení Obchodního zákoníku;
 - (b) zaměstnancům Poskytovatele nebo Zadavatele a osobám činným v jejich prospěch (např. advokátům, auditorům, znalcům apod.), pokud je znalost takové Důvěrné informace potřebná pro plnění úkolů takové osoby v rámci realizace těchto Všeobecných podmínek;
 - (c) pokud Poskytovatel nebo Zadavatel ke zpřístupnění Důvěrné informace dali předem písemný souhlas; nebo
 - (d) v případě zákonem uložené povinnosti přezkazit nebo oznámit spáchání trestného činu anebo jiné zákonem stanovené informační povinnosti. Poskytovatel či Zadavatel je v takovém případě povinen označit poskytnuté informace jako obchodní tajemství a bez zbytečného odkladu vyrozumět o jejich poskytnutí druhou stranu.
- 11.3 Bez ohledu na čl. 11.1 těchto Všeobecných podmínek je Poskytovatel či Zadavatel oprávněn poskytnout příslušnou Závaznou objednávku nebo Upřesňující objednávku či informace v nich uvedené fyzické či právnické osobě, k jejíž prezentaci nebo k propagaci jejíž výrobků či služeb (dále jen „Klient“) byla tato Závazná objednávka nebo Upřesňující objednávka uzavřena mezi Poskytovatelem a Zadavatelem. Zadavatel je v takovém případě povinen označit poskytnuté informace jako obchodní tajemství Poskytovatele a písemně zavázat Klienta povinností nezpřístupnit poskytnuté informace žádné třetí osobě.

E. Společná a závěrečná ustanovení

- 12.1 Vztahy vyplývající z těchto Všeobecných podmínek, včetně vztahů vyplývajících ze Závazných objednávek a Upřesňujících objednávek, se řídí právem České republiky.
- 12.2 Tyto Všeobecné podmínky jsou vydány v českém a anglickém jazyce. V případě rozporu mezi českou a anglickou verzí je rozhodující česká verze.

ČÁST 6 PŘÍLOHY

- Příloha č. 1** Vzor Závazné objednávky;
Příloha č. 2 Vzory Upřesňující objednávky; a
Příloha č. 3 Vzor Závazné specifikace.

CENOVÉ PODMÍNKY PROPAGACE NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH S MĚŘENOU SLEDOVANOSTÍ

6. únor 2013

PREAMBULE

Tyto Cenové podmínky představují obecné podmínky pro určování ceny za odvysílání Spotů na Televizních kanálech s měřenou sledovaností a vztahují se na všechny Zadavatele, kteří na Televizních kanálech s měřenou sledovaností Propagaci nakupují.

V případě, že by ustanovení Všeobecných podmínek byla v rozporu s těmito Cenovými podmínkami, mají ujednání v těchto Cenových podmínkách přednost před ustanoveními Všeobecných podmínek.

Tyto Cenové podmínky nabývají účinnosti dne 6. února 2013 a nahrazují veškeré předchozí cenové podmínky vysílání Propagace na Televizních kanálech s měřenou sledovaností.

OBSAH

1. **Definice**
2. **Cenové podmínky pro umístování Reklamních spotů na Televizních kanálech s měřenou sledovaností**
 - A. Obecná úprava určení Ceny reklamních spotů nakoupených prostřednictvím Závazných objednávek
 - B. Slevy a koeficienty aplikovatelné ve vztahu k Ceně reklamních spotů nakoupených prostřednictvím Závazných objednávek
 - C. Délka Reklamních spotů a kombinované Reklamní spoty nakoupené prostřednictvím Závazných objednávek
 - D. Cena reklamních spotů nakoupených na základě Měsíční nabídky
 - E. Rekalkulace
3. **Cenové podmínky pro umístování Sponzorských spotů na Televizních kanálech s měřenou sledovaností**
 - A. Obecná úprava určení Ceny sponzorských příspěvků
 - B. Zvláštní úprava určení Ceny sponzorských příspěvků na TV NOVA CINEMA a TV Panda

ČÁST I DEFINICE

1.1 Následující výrazy mají pro účely těchto Cenových podmínek níže uvedený význam:

- „**Cenové podmínky**“ znamená tyto Cenové podmínky propagace na Televizních kanálech s měřenou sledovaností;
- „**Cílová skupina: Dospělí 15-54**“ znamená fyzické osoby ve věku od 15 do 54 let v rámci populace České republiky;
- „**Časové pásmo**“ znamená Super Prime Time, Prime Time či Off Prime Time;
- „**Injektáž**“ má význam uvedený v čl. 3.4 těchto Cenových podmínek;
- „**Jiný poměr rozložení**“ má význam uvedený v čl. 2.8 těchto Cenových podmínek;
- „**Jiný subjekt**“ znamená jiný subjekt či subjekty než je subjekt, na jehož propagaci nebo k propagaci jehož výrobků nebo služeb je Reklamní spot či Sponzorský spot určen;
- „**Měsíční objem**“ má význam uvedený v čl. 2.14 těchto Cenových podmínek;
- „**MPP**“ znamená společnost Media Pro Pictures s.r.o., IČ: 27862950, se sídlem Praha 5, Křiženeckého nám. 1078/5A, PSČ 152 00, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 122487;
- „**Objemová sleva**“ má význam uvedený v čl. 2.12 těchto Cenových podmínek;
- „**Off Prime Time**“ znamená (i) ve vztahu k TV NOVA zbývající část každého dne kalendářního týdne mimo Prime Time a Super Prime Time a (ii) ve vztahu ke všem jiným Televizním kanálům s měřenou sledovaností než TV NOVA zbývající část každého dne kalendářního týdne mimo Prime Time;
- „**Oficiální data**“ znamená oficiální údaje o televizní sledovanosti v České republice získané na základě peoplemetrového měření prováděného subjektem k tomu pověřeným dle příslušné smlouvy uzavřené s (i)

Asociací televizních organizací či (ii) jinou obdobnou organizací, jejímž členem je Poskytovatel (např. Sdružení pro měření sledovanosti). V případě pověření vícero subjektů dle bodů (i) a (ii) výše se za rozhodné považují oficiální údaje o televizní sledovanosti v České republice získané na základě peoplemetrového měření prováděného tím pověřeným subjektem, kterého určí Poskytovatel;

„**Označené dílčí objemy objednávek**“ má význam uvedený v čl. 2.42 těchto Cenových podmínek;

„**Oznámení**“ má význam uvedený v čl. 2.42 těchto Cenových podmínek;

„**Plánování**“ má význam uvedený v čl. 2.9 těchto Cenových podmínek;

„**Poměr rozložení**“ znamená předpokládané rozložení Ratingových bodů, které mají být doručeny prostřednictvím Reklamních spotů nakoupených Zadavatelem prostřednictvím příslušné Závazné objednávky na Televizních kanálech s měřenou sledovaností v následujícím poměru: (i) TV NOVA 84% Ratingových bodů, (ii) TV NOVA CINEMA 14% Ratingových bodů a (iii) TV Panda společně s TV SMÍCHOV a případnými Poskytovatelem nově provozovanými mediálními kanály, které Poskytovatel v budoucnu označí jako Televizní kanály s měřenou sledovaností, 2% Ratingových bodů;

„**Poslední relevantní období**“ má význam uvedený v čl. 2.41 těchto Cenových podmínek;

„**Prime Time**“ znamená část každého dne kalendářního týdne mezi (i) 18:00 – 19:29 hod. a 21:31 – 23:00 hod. ve vztahu k TV NOVA a (ii) část každého dne kalendářního týdne mezi 18:00 – 23:00 hod. ve vztahu ke všem jiným Televizním kanálům s měřenou sledovaností než TV NOVA;

„**Předplacený objem**“ má význam uvedený v čl. 2.23 těchto Cenových podmínek;

„**Ratingový bod**“ znamená jedno vystavení Reklamního spotu jednomu procentu Cílové skupiny: Dospělí 15-54;

„**Referenční CPP**“ znamená cenu Ratingového bodu v Prime Time při délce Reklamního spotu 30 sekund, jak je uvedena v Ceníku reklamních spotů;

„**Rekalkulace**“ má význam uvedený v čl. 2.42 těchto Cenových podmínek;

„**Rekalkulace I**“ má význam uvedený v čl. 2.41 těchto Cenových podmínek;

„**Rekalkulace II**“ má význam uvedený v čl. 2.42 těchto Cenových podmínek;

„**Reklamní kampaň**“ znamená vysílání Reklamních spotů v objemu uvedeném v Upřesňující objednávce;

„**Super Prime Time**“ znamená část každého dne kalendářního týdne mezi 19:30 – 21:30 hod. ve vztahu k TV NOVA;

„**Tandemový spot**“ znamená Reklamní spot rozdělený na dvě části odvysílané odděleně v jednom Reklamním bloku;

„**Umístění produktu**“ znamená jakoukoli podobu začlenění produktu (tj. výrobku, služby či ochranné známky, která se k výrobku nebo službě váže) nebo zmínky o produktu do pořadu za úplatu nebo obdobnou protihodnotu v souladu s § 2 a § 53a Zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání;

„**Všeobecné podmínky**“ znamená Všeobecné podmínky propagace na Televizních kanálech NOVA, upravující obecné podmínky zajištění vysílání Propagace na Televizních kanálech NOVA; a

„**Vyžádaná pozice**“ znamená jakoukoliv Zadavatelem vyžádanou pozici Reklamního spotu v rámci Reklamního bloku.

1.2 Veškeré ostatní výrazy s počátečním velkým písmenem použité v těchto Cenových podmínkách a nedefinované v čl. 1.1 těchto Cenových podmínek mají význam uvedený ve Všeobecných podmínkách.

ČÁST 2 CENOVÉ PODMÍNKY PRO UMÍSTOVÁNÍ REKLAMNÍCH SPOTŮ NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH S MĚŘENOU SLEDOVANOSTÍ

- A. **Obecná úprava určení Ceny reklamních spotů nakoupených prostřednictvím Závazných objednávek**

- Cena reklamních spotů nakoupených Zadavatelem prostřednictvím jedné či více Závazných objednávek se určuje jako násobek skutečně doručeného počtu Ratingových bodů a Referenčního CPP dle Ceníku pro vysílání reklamních spotů upraveného dle těchto Cenových podmínek tak, aby byly zohledněny veškeré rozhodné parametry příslušného Reklamního spotu a jeho umístění na Televizních kanálech s měřenou sledovaností, není-li těmito Cenovými podmínkami či Ceníkem pro vysílání reklamních spotů výslovně stanoveno jinak.
- 2.2 Referenční CPP se určí a upraví dle příslušného Ceníku pro vysílání reklamních spotů a Cenových podmínek, platných ke dni uzavření příslušné Závazné objednávky. V případě, že je Závazná objednávka uzavřena před začátkem Relevantního období, pro které je uzavírána, řídí se příslušná hodnota Referenčního CPP a způsob její úpravy příslušným Ceníkem pro vysílání reklamních spotů a Cenovými podmínkami, které jsou platné k prvnímu dni Relevantního období. Pokud si Zadavatel přeje umístit Propagaci v objemu přesahujícím dosavadní Aktuální objem objednávky, je povinen tak učinit na základě nové Závazné objednávky, přičemž Cena reklamních spotů aplikovatelná na (i) Dílčí objem objednávky nakoupený na základě takové nové Závazné objednávky a (ii) zbývající část Aktuálního objemu objednávky, kterou Zadavatel prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek umístí do období od prvního dne kalendářního měsíce následujícího po měsíci, ve kterém došlo k uzavření takové nové Závazné objednávky, do konce Relevantního období vztahujícího se k takové nové Závazné objednávce, bude stanovena na základě příslušného Ceníku pro vysílání reklamních spotů a Cenových podmínek platných ke dni uzavření takové nové Závazné objednávky na základě Aktuálního objemu objednávky.
- 2.3 V případě, že Referenční CPP dle příslušného Ceníku pro vysílání reklamních spotů aplikovatelné ve vztahu k Zadavateli, který nakoupil Reklamní spoty prostřednictvím příslušné Závazné objednávky, bude vyšší, než Referenční CPP stanovené v Měsíční nabídce pro daný kalendářní měsíc, použije se ve vztahu k tomuto Zadavateli pro účely stanovení Ceny reklamních spotů umístěných v tomto kalendářním měsíci Referenční CPP a další podmínky stanovené v Měsíční nabídce.
- 2.4 Zadavatel je oprávněn v Upřesňující objednávce uvést minimální počet Ratingových bodů, které mají být umístěny v (i) Super Prime Time, (ii) Prime Time a (iii) Off Prime Time. Při stanovení Ceny reklamních spotů se nepřihlíží k časovému posunutí v odvysílání Reklamního bloku vyvolaných aktuálním průběžným časovým posunem ve vysílání Provozovatele oproti plánovanému programovému schématu a rozhodující pro určení, zda Reklamní spot bude považován za odvysílání v Super Prime Time, Prime Time či Off Prime Time, bude vždy označení Reklamního spotu v Upřesňující objednávce. Poskytovatel je oprávněn přesunout Reklamní spot do jiného než Zadavatelem požadovaného Časového pásma tak, aby došlo k doručení Zadavatelem požadovaného počtu Ratingových bodů, přičemž v takovém případě se pro výpočet ceny příslušného Reklamního spotu použije koeficient odpovídající Časovému pásmu, ve kterém byl příslušný Reklamní spot skutečně odvysílán.
- 2.5 Počet Ratingových bodů skutečně doručený prostřednictvím Reklamního spotu se stanovuje na základě průměrné sledovanosti Reklamního bloku obsahujícího Reklamní spot v Cílové skupině: Dospělí 15-54 dle Oficiálních dat.
- 2.6 V případě, že Oficiální data pro část nebo celé období trvání Reklamní kampaně nejsou z jakéhokoli důvodu dostupná, je pro stanovení Ceny reklamních spotů rozhodující odhad počtu Ratingových bodů doručených v jednotlivých Reklamních blocích, který vyhotoví v písemné formě Poskytovatel a který je k dispozici v sídle Poskytovatele.
- 2.7 Poskytovatel doručí Zadavatelem požadovaný počet Ratingových bodů v Poměru rozložení. Poskytovatel je oprávněn změnit Poměr rozložení v závislosti na změně poměru sledovanosti jednotlivých Televizních kanálů s měřenou sledovaností. Poskytovatel je povinen písemně informovat Zadavatele o případné změně Poměru rozložení.
- 2.8 V případě, že si Zadavatel přeje doručit příslušný počet Ratingových bodů v jiném poměru, než je Poměr rozložení (dále jen „**Jiný poměr rozložení**“), pak se Cena reklamních spotů určuje bez ohledu na ustanovení čl. 2.1 těchto Cenových podmínek v závislosti na Zadavatelem zvoleném způsobu umístění Reklamních spotů následujícím způsobem:
- (a) Pokud Zadavatel v Upřesňující objednávce určil minimální počet požadovaných Ratingových bodů a rozhodl o umístění Reklamních spotů, u kterých počet skutečně doručených Ratingových bodů nedosáhl minimálního počtu takto

požadovaných Ratingových bodů, a alespoň tento minimální počet Ratingových bodů byl doručen v důsledku umístění Reklamních spotů provedeného Poskytovatelem, je v takovém případě výsledná Cena reklamních spotů stanovena vynásobením požadovaného počtu Ratingových bodů příslušným Referenčním CPP určeným a upraveným dle těchto Cenových podmínek; nebo

- (b) Pokud Zadavatel určil minimální počet požadovaných Ratingových bodů a tento počet nebyl doručen, potom je výsledná Cena reklamních spotů stanovena vynásobením skutečně doručeného počtu Ratingových bodů příslušným Referenčním CPP určeným a upraveným dle těchto Cenových podmínek; nebo
- (c) Pokud Zadavatel určil minimální počet požadovaných Ratingových bodů a rozhodl o umístění Reklamních spotů, u kterých bude počet skutečně doručených Ratingových bodů vyšší než minimální počet požadovaných Ratingových bodů, je v takovém případě výsledná Cena reklamních spotů stanovena vynásobením skutečně doručeného počtu Ratingových bodů, dosažených na základě Reklamních spotů umístěných Zadavatelem, příslušným Referenčním CPP určeným a upraveným dle těchto Cenových podmínek.
- 2.9 Zadavatel je oprávněn prostřednictvím Upřesňující objednávky rozhodnout o umístění Reklamních spotů (dále jen „**Plánování**“) v rozsahu odpovídajícím až 80% Ratingových bodů, které mají být doručeny prostřednictvím Reklamních spotů umístěných touto Upřesňující objednávkou, přičemž rozhodnutí o umístění zbývajících částí Reklamních spotů náleží Poskytovateli. Ustanovením tohoto čl. 2.9 není dotčeno oprávnění Poskytovatele dle čl. 2.4 věty třetí těchto Cenových podmínek.

- 2.10 V případě, že bude Zadavateli ze strany Poskytovatele přiznána jakákoliv sleva a Zadavatel nesplní podmínky stanovené pro její poskytnutí, bude částka odpovídající slevě, na kterou Zadavatel nevnikl nárok, Poskytovatelem vyúčtována Zadavateli k úhradě v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení období, ve kterém bylo plnění podmínek pro přiznání slevy ze strany Zadavatele Poskytovatelem hodnoceno.
- 2.11 Společně s Cenou propagace bude Zadavateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.

B. Slevy a koeficienty aplikovatelné ve vztahu k Ceně reklamních spotů nakoupených prostřednictvím Závazných objednávek

Objemová sleva

- 2.12 V závislosti na výši Aktuálního objemu objednávky se snižuje Referenční CPP aplikované na Dílčí objem objednávky nakoupený prostřednictvím příslušné Závazné objednávky dle následující tabulky (dále jen „**Objemová sleva**“):

Aktuální objem objednávky (Kč)	Referenční CPP (Kč)
méně než 5 000 000	18 600
5 000 000 – 9 999 999	18 000
10 000 000 – 19 999 999	17 600
20 000 000 – 29 999 999	17 100
30 000 000 – 39 999 999	16 700
40 000 000 – 49 999 999	16 300
50 000 000 – 59 999 999	16 000
60 000 000 – 69 999 999	15 600
70 000 000 – 79 999 999	15 200
80 000 000 – 89 999 999	14 900
90 000 000 – 99 999 999	14 500

- 2.13 V případě, že výše Aktuálního objemu objednávky dosáhne alespoň částky 100 000 000 Kč, náleží Zadavateli Objemová sleva ve výši určené Poskytovatelem v závislosti na konkrétní dosažené výši Aktuálního objemu objednávky a dalších objektivních kritériích, určených Poskytovatelem a sdělených Zadavateli.

Měsíční, denní a jiné koeficienty

- 2.14 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů se Referenční CPP dále vynásobí příslušným koeficientem v závislosti na (i) kalendářním měsíci (či jeho části), který je uveden ve vztahu k umístěvanému Reklamnímu spotu v příslušné Upřesňující objednávce, a (ii) části Objemu objednávky umístěného v příslušném kalendářním měsíci (či jeho části) (dále jen „**Měsíční objem**“):

Kalen- dářní měsíc	Koeficient při Měsíčním objemu méně než 3 000 000 Kč	Koeficient při Měsíčním objemu 3 000 000 Kč – 5 999 999 Kč	Koeficient při Měsíčním objemu 6 000 000 Kč – 7 999 999 Kč	Koeficient při Měsíčním objemu 8 000 000 Kč a více
Leden	0,65	0,61	0,58	0,55
Únor	0,68	0,64	0,61	0,58
Březen	1,03	1,04	1,05	1,06
Duben	1,17	1,20	1,23	1,25
Květen	1,19	1,22	1,25	1,27
Červen	1,05	1,06	1,07	1,08
Červenec	0,7	0,66	0,63	0,6
Srpen	0,72	0,68	0,65	0,62
Září	1,07	1,08	1,09	1,1
Říjen	1,21	1,24	1,27	1,29
Listopad	1,2	1,23	1,26	1,28
Prosinec (1. – 23.)	1,02	1,03	1,04	1,05
Prosinec (24. – 31.)	0,65	0,61	0,58	0,55

- 2.15 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů v Off Prime Time se Referenční CPP vynásobí koeficientem 0,8.
- 2.16 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů v Super Prime Time se Referenční CPP vynásobí koeficientem 1,35.
- 2.17 V případě, že si Zadavatel přeje doručit příslušný počet Ratingových bodů v jiném poměru rozložení, vynásobí se Referenční CPP pro účely stanovení Ceny reklamních spotů koeficientem 1,15.

Sleva za investice do Ostatních mediálních kanálů

- 2.18 V případě, že Zadavatel umístí prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek alespoň 5% celkového Objemu objednávky do Ostatních mediálních kanálů, pak se Referenční CPP aplikovatelné na Reklamní spoty umístěvané Zadavatelem na Televizních kanálech s měřenou sledovaností vynásobí koeficientem 0,98.
- 2.19 V případě, že Zadavatel (i) umístí prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek alespoň 5% celkového Objemu objednávky do Ostatních mediálních kanálů a zároveň (ii) dodrží Závazné rozložení, pak se Referenční CPP aplikovatelné na Reklamní spoty umístěvané Zadavatelem na Televizních kanálech s měřenou sledovaností vynásobí koeficientem 0,96.

Sleva na první Reklamní kampaň

- 2.20 V případě, že Zadavatel nakoupí Závaznou objednávkou a umístí prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Propagaci propagující Zadavatele nebo jednoho jeho Klienta, který neinzeroval v kalendářních letech 2011 a 2012 na Mediálních kanálech, pak se Referenční CPP, aplikovatelné na Reklamní spoty nakoupené příslušnou Závaznou objednávkou a umístěné prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Zadavatelem na Televizních kanálech s měřenou sledovaností, vynásobí koeficientem 0,9.
- V případě, že Zadavatel nakoupí Závaznou objednávkou a umístí prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Propagaci propagující Zadavatele nebo jednoho jeho Klienta, který neinzeroval v kalendářních letech 2011 a 2012 na trhu televizní reklamy v České republice, pak se Referenční CPP, aplikovatelné na Reklamní spoty nakoupené příslušnou Závaznou objednávkou a umístěné prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Zadavatelem na Televizních kanálech s měřenou sledovaností, vynásobí koeficientem 0,8.

Slevy za včasné uzavření Závazné objednávky a za předplatu

- 2.21 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku nejpozději 10. prosince 2012 a zároveň (ii) řádně umístí na příslušných Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Dílčí objem objednávky nakoupený touto Závaznou objednávkou, použije se pro stanovení Ceny reklamních spotů nakoupených prostřednictvím takové Závazné objednávky Referenční CPP vynásobené koeficientem 0,9.
- 2.22 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku mezi 11. prosincem 2012 a 10. lednem 2013 včetně a zároveň (ii) řádně umístí na příslušných Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Dílčí objem objednávky nakoupený touto Závaznou objednávkou, použije se pro

stanovení Ceny reklamních spotů nakoupených prostřednictvím takové Závazné objednávky Referenční CPP vynásobené koeficientem 0,95.

- 2.23 V případě, že Zadavatel uhradí Poskytovateli v souladu s čl. 3.4 Všeobecných podmínek část Dílčího objemu objednávky (dále jen „Předplacený objem“), pak Zadavatelí náleží sleva z Referenčního CPP ve výši určené v závislosti na výši podílu Předplaceného objemu na daném Dílčím objemu objednávky dle následující tabulky:

Podíl Předplaceného objemu na Dílčím objemu objednávky	Sleva z Referenčního CPP
20% – 29%	0,7%
30% – 39%	1,4%
40% – 49%	2,1%
50% – 59%	2,8%
60% – 69%	3,5%
70% – 79%	4,2%
80% – 89%	5%
90% – 99%	6%
100%	7%

Sleva za omezené Plánování

- 2.24 V případě, že Zadavatel nevyužije v plném rozsahu svého oprávnění dle čl. 2.9 těchto Cenových podmínek, pak se Referenční CPP aplikovatelné na Reklamní spoty umístěvané Zadavatelem na Televizních kanálech s měřenou sledovaností prostřednictvím příslušné Upřesňující objednávky vynásobí koeficientem stanoveným v závislosti na konkrétním rozsahu Plánování ze strany Zadavatele dle následující tabulky:

Rozsah Plánování (v % z celkového počtu Ratingových bodů doručovaných prostřednictvím Reklamních spotů umístěvaných příslušnou Upřesňující objednávkou)	Koeficient
75 – 71	0,97
70 – 66	0,95
65 – 61	0,92
60 – 56	0,9
55 – 51	0,88
50 – 46	0,85
45 – 40	0,82
39 – 38	0,75
37 – 36	0,7
35 – 34	0,65
33 – 32	0,6

C. Délka Reklamních spotů a kombinované Reklamní spoty nakoupené prostřednictvím Závazných objednávek

- 2.25 V případě Reklamního spotu, který má jinou délku než třicet (30) sekund, se Cena reklamního spotu nakoupeného Závaznou objednávkou vynásobí příslušným koeficientem v závislosti na délce Reklamního spotu, a to dle následující tabulky:

Délka Reklamního spotu (v sekundách)	Koeficient
10 a méně	0,5
15	0,75
20	0,9
25	0,95
30	1
35	1,25
40	1,45
45	1,6
50	1,75
55	1,9
60	2

- 2.26 Pokud má Reklamní spot jinou délku, než která je uvedena v tabulce v čl. 2.25 těchto Cenových podmínek, použije se koeficient vztahující se k nejbližší vyšší délce Reklamního spotu. V případě Reklamních spotů delších než šedesát (60) sekund bude jejich cena sdělena Poskytovatelem Zadavateli na základě žádosti Zadavatele.
- 2.27 V případě, že Reklamní spot obsahuje propagaci obchodní značky (brandu) také Jiného subjektu, účtuje Poskyvatel Zadavateli

přirážku ve výši 15% z ceny takového Reklamního spotu za každou takovou obchodní značku (brand). Za propagaci obchodní značky (brandu) Jiného subjektu je považována i situace, kdy je logo, zboží či služby Jiného subjektu obsaženo v Reklamním spotu, který propaguje spotřebitelskou soutěž. Délka zobrazení či jakýkoli jiný způsob prezentace obchodní značky (brandu) Jiného subjektu v rámci příslušného Reklamního spotu nesmí činit více než 30% délky takového Reklamního spotu.

2.28 V případě, že Reklamní spot obsahuje zobrazení loga Jiného subjektu a tento Jiný subjekt není v Reklamní spotu žádným jiným způsobem prezentován a délka zobrazení daného loga nepřesáhne pět (5) sekund, potom Poskytovatel nebude Zadavateli přirážku dle čl. 2.27 těchto Cenových podmínek účtovat. Poskytovatel nebude Zadavateli přirážku dle čl. 2.27 těchto Cenových podmínek účtovat rovněž v případě, že se v Reklamním spotu objeví produkt Jiného subjektu, aniž by byla současně zobrazena nebo verbálně zmíněna jeho obchodní značka (brand) či logo.

2.29 V případě Tandemového spotu se jeho cena stanoví jako násobek Ceny reklamního spotu a příslušného koeficientu určeného na základě celkové délky obou částí Tandemového spotu dle následující tabulky:

Délka obou částí Tandemového spotu (v sekundách)	Koeficient
15	0,85
20	0,9
25	1,1
30	1,25
35	1,35
40	1,5
45	1,6
50	1,7
55	1,8
60	2

2.30 V případě, že celková délka obou částí Tandemového spotu má délku odlišnou od délek uvedených v tabulce v čl. 2.29 těchto Cenových podmínek, stanoví se cena Tandemového spotu na základě pravidel a tabulky uvedených v čl. 2.25 těchto Cenových podmínek jako pro dva oddělené Reklamní spoty.

2.31 Tandemový spot smí obsahovat propagaci pouze jedné obchodní značky (brandu). V opačném případě bude Poskytovatel účtovat Zadavateli cenu jako za dva samostatné Reklamní spoty.

2.32 V případě umístění Reklamního spotu na Vyžádané pozici účtuje Poskytovatel Zadavateli přirážku ve výši 10% z Ceny reklamního spotu.

D. Určení Ceny reklamních spotů nakoupených na základě Měsíční nabídky

2.33 Cena reklamních spotů nakoupených Zadavatelem na základě Měsíční nabídky se určuje jako násobek Zadavatelem požadovaného počtu Ratingových bodů a Referenčního CPP stanoveného v Měsíční nabídce platné ke dni uzavření příslušné Upřesňující objednávky.

2.34 Poskytovatel doručí Zadavatelem požadovaný počet Ratingových bodů v poměru rozložení mezi jednotlivé Televizní kanály s měřenou sledovaností dle vlastní volby tak, aby počet Ratingových bodů skutečně doručených Poskytovatelem dosáhl Zadavatelem požadovaného počtu Ratingových bodů.

2.35 V případě, že počet Ratingových bodů skutečně doručených Poskytovatelem nedosáhne Zadavatelem požadovaného počtu Ratingových bodů, pak se Cena reklamních spotů určená dle čl. 2.33 těchto Cenových podmínek přepočítá tak, aby výsledná Cena reklamních spotů odpovídala součinu skutečně doručeného počtu Ratingových bodů a Referenčního CPP stanoveného v Měsíční nabídce platné ke dni uzavření příslušné Upřesňující objednávky.

2.36 V případě, že nastane skutečnost uvedená v čl. 2.35 těchto Cenových podmínek a Cena reklamních spotů (nakoupených Zadavatelem na základě Měsíční nabídky) vypočtená dle čl. 2.35 těchto Cenových podmínek bude nižší než Cena reklamních spotů (nakoupených Zadavatelem na základě téže Měsíční nabídky) určená dle čl. 2.33 těchto Cenových podmínek a uhrazená dle čl. 6.8 Všeobecných podmínek, pak bude rozdíl mezi oběma částkami vrácen Poskytovatelem Zadavateli do čtyřiceti (40) dnů od konce kalendářního měsíce, ve vztahu ke kterému Zadavatel nakoupil příslušné Reklamní spoty na základě Měsíční nabídky.

2.37 Počet skutečně doručených Ratingových bodů se určuje v souladu s čl. 2.5 a 2.6 těchto Cenových podmínek.

2.38 V případě umístění Reklamního spotu na Vyžádané pozici účtuje Poskytovatel Zadavateli přirážku ve výši 20% z Ceny reklamního spotu.

2.39 Ve vztahu k dalšímu určení Ceny reklamních spotů dle této Části 2(D) Cenových podmínek se *mutatis mutandis* použijí ustanovení čl. 2.10, 2.11, 2.20 a 2.25 až 2.31 těchto Cenových podmínek.

2.40 Případné další podmínky pro určení Ceny reklamních spotů nakoupených Zadavatelem na základě Měsíční nabídky mohou být stanoveny v příslušné Měsíční nabídce.

E. Rekalkulace

2.41 Pokud Zadavatel řádně neumístí v průběhu Relevantního období končícího nejpozdějším datem (dále jen „Poslední relevantní období“) prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Aktuální objem objednávky vyplývající z poslední Závazné objednávky uzavřené mezi Poskytovatelem a Zadavatelem k Propagaci jednoho subjektu, provede Poskytovatel ke konci Posledního relevantního období přepočet Ceny reklamních spotů umístěných do konce Posledního relevantního období (dále jen „Rekalkulace I“). V rámci Rekalkulace I bude Cena reklamních spotů Poskytovatelem přepočítána ve vztahu k jednotlivým Závazným objednávkám, a to tak, že Referenční CPP původně stanovené v příslušné Závazné objednávce pro výpočet Ceny reklamních spotů se upraví tak, aby odpovídalo skutečně řádně umístěné části Aktuálního objemu objednávky. Na základě Referenčního CPP upraveného dle předchozí věty se nově vypočte Cena reklamních spotů ve vztahu k příslušné Závazné objednávce. Poskytovatel vystaví daňový doklad na rozdíl mezi původně účtovanou Cenou reklamních spotů a nově vypočtenou Cenou reklamních spotů v důsledku Rekalkulace I do patnácti (15) kalendářních dnů po uplynutí Posledního relevantního období.

2.42 V případě, že Zadavatel písemně oznámí Poskytovateli, že nakoupený Aktuální objem objednávky nebude Zadavatelem řádně umístěn (dále jen „Oznámení“), a toto Oznámení bude rovněž obsahovat informaci o tom, jakých Závazných objednávek a jakého rozsahu jejich jednotlivých Dílčích objemů objednávky se tato skutečnost týká (dále jen „Označené dílčí objemy objednávek“), pak Poskytovatel provede přepočet Ceny reklamních spotů umístěných před doručením Oznámení (dále jen „Rekalkulace II“; Rekalkulace I a Rekalkulace II společně také jako „Rekalkulace“). V rámci Rekalkulace II bude Cena reklamních spotů Poskytovatelem přepočítána ve vztahu k jednotlivým Závazným objednávkám, a to tak, že Referenční CPP původně stanovené v příslušné Závazné objednávce pro výpočet Ceny reklamních spotů se upraví tak, aby odpovídalo skutečně řádně umístěné části Aktuálního objemu objednávky. Na základě Referenčního CPP upraveného dle předchozí věty se nově vypočte Cena reklamních spotů ve vztahu k příslušné Závazné objednávce. Od okamžiku provedení Rekalkulace II se do Aktuálního objemu objednávky nezapočítávají Označené dílčí objemy objednávek. Poskytovatel vystaví daňový doklad na rozdíl mezi původně účtovanou Cenou reklamních spotů a nově vypočtenou Cenou reklamních spotů v důsledku Rekalkulace II do patnácti (15) kalendářních dnů poté, co mu bude doručeno Oznámení.

2.43 Do skutečně řádně umístěné části Aktuálního objemu objednávky se pro účely Rekalkulace započítá rovněž (i) Propagace nakoupená na základě Měsíční nabídky a řádně umístěná Zadavatelem prostřednictvím příslušné Upřesňující objednávky v příslušném kalendářním měsíci a (ii) inzerce nakoupená a řádně umístěná Zadavatelem jako Umístění produktu na Televizních kanálech NOVA či MTV v souladu s příslušnou smluvní dokumentací písemně uzavřenou mezi Zadavatelem a MPP pro kalendářní rok 2013.

2.44 Provedení Rekalkulace II nebrání provedení Rekalkulace I. V rámci Rekalkulace nebude ve vztahu k jednotlivým Závazným objednávkám aplikováno nižší Referenční CPP než Referenční CPP stanovené v příslušné Závazné objednávce.

2.45 Zadavatel je povinen zaplatit Poskytovateli rozdíl Ceny reklamních spotů stanovený v důsledku Rekalkulace do padesáti (50) kalendářních dnů ode dne vystavení příslušného daňového dokladu Poskytovatelem.

ČÁST 3
CENOVÉ PODMÍNKY PRO UMÍSTOVÁNÍ SPONZORSKÝCH
SPOTŮ NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH
S MĚŘENOU SLEDOVANOSTÍ

A. Obecná úprava určení Ceny sponzorských příspěvků

- 3.1 Není-li v této Části 3(A) Cenových podmínek dále stanoveno jinak, určí se Cena sponzorských příspěvků na základě příslušného Ceníku sponzorských příspěvků platného ke dni uzavření Upřesňující objednávky, prostřednictvím které Zadavatel příslušně Sponzorské spoty na Televizních kanálech s měřenou sledovaností umístí.
- 3.2 Cena sponzorských příspěvků uvedená v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků se vztahuje na Sponzorské spoty o délce deseti (10) sekund umístěné v kalendářním měsíci březnu, červnu či prosinci.
- 3.3 Zveřejněný příslušný Ceník sponzorských příspěvků obsahuje Cenu sponzorských příspěvků ve vztahu k programu nebo tradičním pořadům Poskytovatele. Cenu sponzorských příspěvků ohledně pořadů nezveřejněných v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků zašle Poskytovatel Zadavateli na jeho žádost.
- 3.4 Sponzorský spot k pořadu může být odvysílán v podobě samostatného audiovizuálního vzkazu či věleňný do obsahu vysílání sponzorovaného pořadu tak, že svým pojetím nenarušuje formu a obsah takového pořadu (dále jen „Injektáž“). Cena sponzorských příspěvků za umístění Injektáže ve vztahu k tradičním pořadům Poskytovatele je uvedena v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků. Cenu sponzorských příspěvků za umístění Injektáže ve vztahu k pořadům nezveřejněným v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků zašle Poskytovatel Zadavateli na jeho žádost.
- 3.5 Případné další podmínky a formy Sponzorování mohou být stanoveny v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků.
- 3.6 Poskytovatel je oprávněn v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků stanovit, že některé formy Sponzorování uvedené v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků a označené ze strany Poskytovatele se nezapočítávají do celkového Objemu objednávky Zadavatele.
- 3.7 V případě, že:
- (a) Zadavatel má zájem stát se výhradním sponzorem konkrétního televizního pořadu na příslušném Televizním kanále s měřenou sledovaností; nebo
- (b) Zadavatel má zájem o Sponzorování pořadu, který není uveden v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků;
- bude Cena sponzorských příspěvků k pořadu Zadavateli sdělena na jeho žádost Poskytovatelem.
- Základní úprava určení Ceny sponzorských příspěvků**
- 3.8 V případě, že Zadavatel nakoupí prostřednictvím Závazné objednávky část Dílčího objemu objednávky jako Sponzorování, vzniká Zadavateli ve vztahu k této části Dílčího objemu objednávky nakoupené jako Sponzorování nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků ve výši 5%.
- 3.9 V závislosti na umístění Sponzorských spotů do příslušného kalendářního měsíce prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek se určí Cena sponzorských příspěvků ve vztahu k takovým Sponzorským spotům jako součín ceny odpovídající takto umístěným Sponzorským spotům dle příslušného Ceníku sponzorských příspěvků a koeficientu dle následující tabulky:

Kalendářní měsíc	Koeficient
Leden	0,7
Únor	0,7
Březen	1
Duben	1,2
Květen	1,2
Červen	1
Červenec	0,7
Srpen	0,7
Září	1,1
Říjen	1,25
Listopad	1,25
Prosinec	1

- 3.10 Zadavatel má nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků za podmínek uvedených v následující tabulce:

Aktuální objem objednávky odpovídající Sponzorování (Kč)	Sleva z Ceny sponzorských příspěvků
500 000 – 1 499 999	5%
1 500 000 – 2 999 999	7%
3 000 000 – 3 999 999	9%
4 000 000 – 5 499 000	12%
5 500 000 a více	15%

- 3.11 V případě, že Sponzorský spot obsahuje informaci o obchodní značce (brandu) Jiného subjektu, účtuje Poskytovatel Zadavateli ve vztahu k takovému Sponzorskému spotu přírůžku ve výši 15% z Ceny sponzorského příspěvků za každou takovou obchodní značku (brand).

Další úprava určení Ceny sponzorských příspěvků

- 3.12 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku, prostřednictvím které nakoupí část Dílčího objemu objednávky jako Sponzorování, nejpozději 10. prosince 2012, a zároveň (ii) tuto část Dílčího objemu objednávky řádně umístí jako Sponzorování prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek, vzniká Zadavateli ve vztahu k této části Dílčího objemu objednávky nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků upravené dle čl. 3.8 až 3.10 těchto Cenových podmínek ve výši 10%.
- 3.13 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku, prostřednictvím které nakoupí část Dílčího objemu objednávky jako Sponzorování, mezi 11. prosincem 2012 a 10. lednem 2013 včetně, a zároveň (ii) tuto část Dílčího objemu objednávky řádně umístí jako Sponzorování prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek, vzniká Zadavateli ve vztahu k této části Dílčího objemu objednávky nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků upravené dle čl. 3.8 až 3.10 těchto Cenových podmínek ve výši 5%.
- 3.14 V případě, že Zadavatel nakoupí Závaznou objednávkou a umístí prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Sponzorování propagující Zadavatele nebo jednoho jeho Klienta, který v předchozích 12 měsících před uzavřením příslušné Závazné objednávky neumístil Sponzorské spoty na Mediálních kanálech, pak vzniká Zadavateli ve vztahu k části Dílčího objemu objednávky příslušné Závazné objednávky odpovídající Sponzorování nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků upravené dle čl. 3.8 až 3.10 těchto Cenových podmínek ve výši 15%.
- 3.15 Pokud Zadavatel neumístí v průběhu daného Relevantního období prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek příslušnou část Aktuálního objemu objednávky odpovídající Sponzorování vyplývající z poslední uzavřené Závazné objednávky, pak se Cena sponzorských příspěvků upraví tak, aby zejména poskytnuté slevy odpovídaly skutečně prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek řádně umístěné části Aktuálního objemu objednávky odpovídajícímu Sponzorování, a pro přebytek Ceny sponzorských příspěvků se *mutatis mutandis* použijí ustanovení čl. 2.41 až 2.45 těchto Cenových podmínek.
- B. Zvláštní úprava určení Ceny sponzorských příspěvků na TV NOVA CINEMA a TV Fanda**
- 3.16 Cena Sponzorských příspěvků na TV NOVA CINEMA a TV Fanda se stanoví dle příslušného Ceníku sponzorských příspěvků, který určuje cenu jednotně v závislosti na umístění Sponzorských spotů v (i) Prime Time či (ii) Off Prime Time.

CET 21 spol. s r.o.

CENOVÉ PODMÍNKY PROPAGACE NA TV NOVA SPORT

1. leden 2013

PREAMBULE

Tyto Cenové podmínky TV NOVA SPORT představují obecné podmínky pro určování ceny za odvysílání Spotů na TV NOVA SPORT a vztahují se na všechny Zadavatele, kteří Propagaci na TV NOVA SPORT nakupují.

V případě, že by ustanovení Všeobecných podmínek byla v rozporu s těmito Cenovými podmínkami TV NOVA SPORT, mají ujednání v těchto Cenových podmínkách TV NOVA SPORT přednost před ustanoveními Všeobecných podmínek.

Tyto Cenové podmínky TV NOVA SPORT nabývají účinnosti dne 1. ledna 2013 a nahrazují veškeré předchozí cenové podmínky vysílání Propagace na TV NOVA SPORT.

OBSAH

1. Definice
2. Cenové podmínky pro umístění Propagace na TV NOVA SPORT
 - A. Reklamní spoty
 - B. Sponzorské spoty
 - C. Sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT
3. Přílohy

ČÁST I DEFINICE

1.1 Následující výrazy mají pro účely těchto Cenových podmínek TV NOVA SPORT níže uvedený význam:

„Cena propagace na TV NOVA SPORT“ znamená (i) Cenu reklamních spotů TV NOVA SPORT a (ii) Cenu sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT;

„Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT“ znamená cenu vysílání Reklamních spotů na TV NOVA SPORT;

„Cena sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT“ znamená výši poskytovaných Sponzorských příspěvků k financování programu TV NOVA SPORT či pořadů vysílaných na TV NOVA SPORT;

„Ceník pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT“ znamená ceník uvádějící zejména základní parametry pro určení Ceny reklamních spotů TV NOVA SPORT a případné zvláštní nabídky Poskytovatele. Ceník pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT vydává Poskytovatel a jeho znění pro kalendářní rok 2013 tvoří Přílohu č. 1 těchto Cenových podmínek TV NOVA SPORT;

„Ceník sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT“ znamená ceník uvádějící zejména Cenu sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT. Ceník sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT vydává Poskytovatel a jeho znění pro kalendářní rok 2013 tvoří Přílohu č. 2 těchto Cenových podmínek TV NOVA SPORT;

„Cenové podmínky TV NOVA SPORT“ znamená tyto Cenové podmínky propagace na TV NOVA SPORT, jejichž součástí je Ceník pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT pro kalendářní rok 2013 jako Příloha č. 1 a Ceník sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT pro kalendářní rok 2013 jako Příloha č. 2. Cenové podmínky TV NOVA SPORT vydává Poskytovatel a jejich aktuální znění je k dispozici v sídle Poskytovatele a na internetových stránkách provozovaných Poskytovatelem;

„Injektáž“ má význam uvedený v čl. 2.15 těchto Cenových podmínek TV NOVA SPORT;

„Jiný subjekt“ má význam uvedený v čl. 2.9 těchto Cenových podmínek TV NOVA SPORT;

„Low Season“ znamená kalendářní měsíce leden, únor, červenec a srpen;

„Propagace na TV NOVA SPORT“ znamená vysílání (i) Reklamních spotů nebo (ii) Sponzorských spotů na TV NOVA SPORT;

„Tandemový spot“ znamená Reklamní spot rozdělený na dvě části odvysílané odděleně v jednom Reklamním bloku;

„Všeobecné podmínky“ znamená Všeobecné podmínky propagace na Televizních kanálech NOVA, upravující obecné podmínky zajištění

vysílání Propagace na Televizních kanálech NOVA, včetně TV NOVA SPORT; a

„Vyžádaná pozice“ znamená jakoukoliv Zadavatelem vyžádanou pozici Reklamního spotu v rámci Reklamního bloku.

1.2 Veškeré ostatní výrazy s počátečním velkým písmenem použité v těchto Cenových podmínkách TV NOVA SPORT a nedefinované v čl. 1.1 výše mají význam uvedený ve Všeobecných podmínkách.

ČÁST 2 CENOVÉ PODMÍNKY PRO UMÍSTOVÁNÍ PROPAGACE NA TV NOVA SPORT

A. Reklamní spoty

2.1 Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT se určuje na základě těchto Cenových podmínek TV NOVA SPORT a příslušného Ceníku pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT, platných ke dni uzavření Závazné objednávky, prostřednictvím které Zadavatel Reklamní spoty na TV NOVA SPORT nakoupí.

2.2 Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT je stanovena na základě příslušného Ceníku pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT, který uvádí cenu Reklamního spotu umístěného na TV NOVA SPORT v délce třicet (30) sekund v jakémkoli kalendářním měsíci mimo období Low Season. Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT se stanovuje odlišně v závislosti na umístění Reklamních spotů na TV NOVA SPORT do dvou časových pásem, jak jsou uvedena v příslušném Ceníku pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT.

2.3 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů TV NOVA SPORT v Low Season se Cena reklamního spotu TV NOVA SPORT určená dle čl. 2.2 výše vynásobí koeficientem 0,8.

2.4 V případě Reklamního spotu umístěného na TV NOVA SPORT, který má jinou délku než třicet (30) sekund, se Cena reklamního spotu TV NOVA SPORT vynásobí příslušným koeficientem v závislosti na délce takového Reklamního spotu dle následující tabulky:

Délka Reklamního spotu (v sekundách)	Koeficient
10	0,5
15	0,75
20	0,9
25	0,95
30	1
35	1,25
40	1,45
45	1,6
50	1,75
55	1,9
60	2

2.5 Pokud má Reklamní spot umístěný na TV NOVA SPORT jinou délku, než která je uvedena v tabulce v čl. 2.4 výše, použije se koeficient vztahující se k nejbližší vyšší délce Reklamního spotu. V případě Reklamních spotů umístěných na TV NOVA SPORT delších než šedesát (60) sekund bude jejich cena sdělena Poskytovatelem Zadavatelé na základě žádosti Zadavatele.

2.6 [V případě Tandemového spotu se jeho cena stanoví jako násobek Ceny reklamního spotu TV NOVA SPORT a příslušného koeficientu určeného na základě celkové délky obou částí Tandemového spotu dle následující tabulky:]

Délka obou částí Tandemového spotu (v sekundách)	Koeficient
15	0,85
20	0,9
25	1,1
30	1,25
35	1,35
40	1,5
45	1,6
50	1,7
55	1,8
60	2

- 2.7 [V případě, že celková délka obou částí Tandemového spotu má délku odlišnou od délek uvedených v tabulce v čl. 2.6 výše, stanoví se cena Tandemového spotu na základě pravidel a tabulky uvedených v čl. 2.4 výše jako pro dva oddělené Reklamní spoty umístěné na TV NOVA SPORT.]
- 2.8 [Tandemový spot smí obsahovat propagaci pouze jedné obchodní značky (brandu). V opačném případě bude Poskytovatel účtovat Zadavateli cenu jako za dva samostatné Reklamní spoty umístěné na TV NOVA SPORT.]
- 2.9 [V případě, že Reklamní spot umístěný na TV NOVA SPORT obsahuje propagaci obchodní značky (brandu) také jiného subjektu či subjektů než je subjekt, na jehož propagaci nebo k propagaci jehož výrobků nebo služeb je takový Reklamní spot určen (dále jen „Jiný subjekt“), účtuje Poskytovatel Zadavateli přírážku ve výši 15% z ceny takového Reklamního spotu za každou takovou obchodní značku (brand). Za propagaci obchodní značky (brandu) Jiného subjektu je považována i situace, kdy je logo, zboží či služby Jiného subjektu obsaženo ve Spotu, který propaguje spotřebitelskou soutěž. Délka zobrazení či jakýkoli jiný způsob prezentace obchodní značky (brandu) Jiného subjektu v rámci příslušného Reklamního spotu nesmí činit více než 30% délky takového Reklamního spotu.]
- 2.10 [V případě, že Reklamní spot umístěný na TV NOVA SPORT obsahuje zobrazení loga Jiného subjektu a tento Jiný subjekt není v takovém Reklamním spotu žádným jiným způsobem prezentován a délka zobrazení daného loga nepřesáhne pět (5) sekund, potom Poskytovatel nebude Zadavateli přírážku dle čl. 2.9 výše účtovat. Poskytovatel nebude Zadavateli přírážku dle čl. 2.9 výše účtovat rovněž v případě, že se v Reklamním spotu umístěném na TV NOVA SPORT objeví produkt Jiného subjektu, aniž by byla současně zobrazena nebo verbálně zmíněna jeho obchodní značka (brand) či logo.]
- 2.11 [V případě umístění Reklamního spotu na Vyžádané pozici účtuje Poskytovatel Zadavateli přírážku ve výši [10%] z Ceny reklamního spotu TV NOVA SPORT.]
- [Pozn. KBA: Vzhledem k tomu, že prezentace obchodní politiky 2013 neobsahuje ve vztahu k TV NOVA SPORT samostatnou úpravu Tandemových spotů, Jiného subjektu („multibranding“) a Vyžádané pozice, která je obsažena v čl. 2.6 až 2.11 výše, prosíme o informaci, zda se tyto články použijí v roce 2013 stejně jako v roce letošním (2012), a pokud ano, jaké mají být příslušné koeficienty, pokud se liší od letošního roku (2012).]**
- 2.12 Společně s Cenou propagace na TV NOVA SPORT bude Zadavateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.
- B. Sponzorské spoty**
- 2.13 Cena sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT se stanoví na základě příslušného Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT, platného ke dni uzavření Upřesňující objednávky, prostřednictvím které Zadavatel příslušné Sponzorské spoty na TV NOVA SPORT umístí. Případný minimální rozsah Sponzorování programu nebo příslušného pořadu může být uveden v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT.
- 2.14 Zveřejněný příslušný Ceník sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT obsahuje Cenu sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT ve vztahu k programu nebo tradičním pořadům TV NOVA SPORT. Cenu sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT ohledně pořadů nezveřejněných v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT zašle Poskytovatel Zadavateli na jeho žádost.
- 2.15 Sponzorský spot k pořadu může být odvysílán v podobě samostatného audiovizuálního vzhledu či včleněný do obsahu vysílání

sponzorovaného pořadu tak, že svým pojetím narušuje formu a obsah takového pořadu (dále jen „Injektáž“). Cena za umístění Injektáže ve vztahu k tradičním pořadům Poskytovatele je uvedena v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT. Cenu za Injektáž ve vztahu k pořadům nezveřejněným v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT zašle Poskytovatel Zadavateli na jeho žádost.

- 2.16 Případné další podmínky a formy Sponzorování mohou být stanoveny v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT.

[Obecná pozn. KBA: Prosíme o kontrolu čl. 2.13 až 2.16 výše týkajících se Sponzorování ve světle úprav ve Sponzorování prováděných v „hlavních“ Cenových podmínkách (pro ratingové televize) pro rok 2013.]

C. Sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT

- 2.17 [Zadavateli náleží sleva ve výši [5%] z Ceny propagace na TV NOVA SPORT hrazené Zadavatelem za Propagaci na TV NOVA SPORT nakoupenou prostřednictvím Závazné objednávky, [a to za podmínky, že Zadavatel dodrží Závazné rozložení].]

[Pozn. KBA: Podle navrhované úpravy čl. 2.17 výše náleží Zadavateli sleva až v okamžiku, kdy skutečně umístí „commitovaný“ objem do všech Ostatních mediálních kanálů tak, jak specifikoval v Závazné objednávce – tj. dodrží Závazné rozložení (tedy nejen na TV NOVA SPORT, ale i např. na MTV či internetu, pokud tak specifikoval). Prosíme o informaci, zda takto navrhované znění tohoto článku odpovídá potřebám CET 21 či zda má být mechanismus pro přiznání slevy jiný (např. takový, že by sleva náležela Zadavateli „automaticky“ již při uzavření Závazné objednávky bez ohledu na to, zda následně Zadavatel umístí „commitovaný“ objem do všech Ostatních mediálních kanálů).]

- 2.18 [V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku nejpozději 10. prosince 2012 a zároveň (ii) řádně umístí na příslušných Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Dílčí objem objednávky nakoupený touto Závaznou objednávkou, náleží Zadavateli sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT ve výši [10%].]

- 2.19 [V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku mezi 11. prosincem 2012 a 10. lednem 2013 včetně a zároveň (ii) řádně umístí na příslušných Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Dílčí objem objednávky nakoupený touto Závaznou objednávkou, náleží Zadavateli sleva Ceny propagace na TV NOVA SPORT ve výši [5%].]

[Pozn. KBA: Vzhledem k tomu, že prezentace obchodní politiky 2013 neobsahuje ve vztahu k TV NOVA SPORT samostatnou úpravu „slevové“ politiky, prosíme o informaci, zda se použít v roce 2013 výše označené čl. 2.16 až 2.18, které vycházely z jejich letošního znění za použití parametrů (dat a čísel) aplikovaných na hlavní „ratingové“ televize.]

- 2.20 V případě, že bude Zadavateli ze strany Poskytovatele přiznána jakákoliv sleva a Zadavatel nesplní podmínky stanovené pro její poskytnutí, bude částka odpovídající slevě, na kterou Zadavatel nevznikl nárok, Poskytovatelem vyúčtována Zadavateli k úhradě v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení období, ve kterém bylo plnění podmínek pro přiznání slevy ze strany Zadavatele Poskytovatelem hodnoceno.

**ČÁST 3
PŘÍLOHY**

Příloha č. 1 Ceník pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT pro kalendářní rok 2013

ČASOVÁ PÁSMÁ – FLOATINGOVÁ	Cena za 30" Reklamní spot
Pásmo floatingové I Umístování Reklamních spotů v časovém pásmu po – pá 9:00 – 16:59 a so – ne 9:00 – 11:59	2 000 Kč
Pásmo floatingové II Umístování Reklamních spotů v časovém pásmu po – pá 17:00 – 24:00 a so – ne 12:00 – 24:00	4 000 Kč

VÝBĚR PROGRAMOVÝCH FORMÁTŮ	Cena za 30" Reklamní spot
Umístování Reklamních spotů pouze u vybraných sportovních pořadů	6 000 Kč

Příloha č. 2 Ceník sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT
pro kalendářní rok 2013

SPONZOROVÁNÍ VYBRANÝCH PŘENOSŮ (SAMOSTATNÉ AUDIOVIZUÁLNÍ VZKAZY)	CENA ZA 1 UMÍSTĚNÍ (délka Sponzorského spotu 10")	MAX. POČET UMÍSTĚNÍ V RÁMCI PŘENOSU
FA CUP, Ligue 1	2 500 Kč	4
Ruská premier liga, Portugalská liga	2 000 Kč	4
Tenis - ATP Masters 1000, 250	3 000 Kč	cca 8
NBA	2 000 Kč	4
NHL	2 000 Kč	6
KHL	2 500 Kč	6
F1 – tréninky a kvalifikace	3 500 Kč	2
Moto GP – kvalifikace	3 500 Kč	2
Moto GP – závody	5 000 Kč	2
Euro PGA	2 000 Kč	cca 40
Házená Bundesliga	2 000 Kč	4

SPONZOROVÁNÍ MAGAZÍNŮ A PROGRAMU (SAMOSTATNÉ AUDIOVIZUÁLNÍ VZKAZY)	CENA ZA 1 UMÍSTĚNÍ (délka Sponzorského spotu 10")
Sportovní magazíny	2 000 Kč
Sponzor programu (časomíry)	2 000 Kč

SPONZOROVÁNÍ VYBRANÝCH PŘENOSŮ (INJEKTÁŽE)	CENA ZA 1 UMÍSTĚNÍ (délka Injektáže 5")	MAX. POČET UMÍSTĚNÍ V RÁMCI PŘENOSU (cca)
FA CUP, Ligue 1	1500 Kč	8
Ruská premier liga, Portugalská liga	1500 Kč	8
Tenis - ATP Masters 1000, 250	1500 Kč	16
NBA	1500 Kč	8
NHL	1000 Kč	9
KHL	1500 Kč	9
Euro PGA	1000 Kč	80
Házená Bundesliga	1000 Kč	8

SPONZOROVÁNÍ MAGAZÍNŮ (INJEKTÁŽE)	CENA ZA 1 UMÍSTĚNÍ (délka Injektáže 5")
Statické Injektáže	1 000 Kč
Animované Injektáže	1 000 Kč

**CENA REKLAMNÍCH SPOTŮ NAKOUPENÝCH PROSTŘEDNICTVÍM ZÁVAZNÝCH
OBJEDNÁVEK V RÁMCI DLOUHODOBÉHO OBCHODOVÁNÍ**

ze dne 8. dubna 2013

V závislosti na výši Aktuálního objemu objednávky se uplatňuje Referenční CPP aplikované na Dílčí objem objednávky nakoupený prostřednictvím příslušné Závazné objednávky dle následující tabulky

Aktuální objem objednávky (Kč)	Referenční CPP (Kč)
méně než 5 000 000	18 600
5 000 000 - 9 999 999	18 000
10 000 000 - 19 999 999	17 600
20 000 000 - 29 999 999	17 100
30 000 000 - 39 999 999	16 700
40 000 000 - 49 999 999	16 300
50 000 000 - 59 999 999	16 000
60 000 000 - 69 999 999	15 600
70 000 000 - 79 999 999	15 200
80 000 000 - 89 999 999	14 900
90 000 000 - 99 999 999	14 500

Výrazy použité v tomto Ceníku pro vysílání reklamních spotů mají význam uvedený ve Všeobecných podmínkách propagace na Televizních kanálech NOVA a Cenových podmínkách propagace na televizních kanálech s měřenou sledovaností, které jsou zveřejněny na Internetových stránkách Poskytovatele a jsou k dispozici v sídle Poskytovatele

* Cena je uvedena bez DPH

2. Poměr rozložení

V souladu s čl. 2.7 Cenových podmínek propagace na televizních kanálech činí poměr rozložení komerčních GRP v rámci prodeje „Nova Group“ pro Cílovou skupinu: Dospělí 15-54*: (i) TV NOVA 83% Ratingových bodů a (ii) TV NOVA CINEMA 14% Ratingových bodů (iii) Fanda, Smíchov, Telka 3% Ratingových bodů

3. Platnost a účinnost

Slevová tabulka CENY REKLAMNÍCH SPOTŮ je platná a účinná ode dne 8. dubna 2013 a je určena pro nákup Propagace na NOVA group kanálech v měsíci květen roku 2013.

CET 21 spol. s r.o.

CENOVÉ PODMÍNKY PROPAGACE NA TV NOVA SPORT

1. leden 2013

PREAMBULE

Tyto Cenové podmínky TV NOVA SPORT představují obecné podmínky pro určování ceny za odvysílání Spotů na TV NOVA SPORT a vztahují se na všechny Zadavatele, kteří Propagaci na TV NOVA SPORT nakupují.

V případě, že by ustanovení Všeobecných podmínek byla v rozporu s těmito Cenovými podmínkami TV NOVA SPORT, mají ujednání v těchto Cenových podmínkách TV NOVA SPORT přednost před ustanoveními Všeobecných podmínek.

Tyto Cenové podmínky TV NOVA SPORT nabývají účinnosti dne 1. ledna 2013 a nahrazují veškeré předchozí cenové podmínky vysílání Propagace na TV NOVA SPORT.

OBSAH

1. Definice
2. Cenové podmínky pro umístění Propagace na TV NOVA SPORT
 - A. Reklamní spoty
 - B. Sponzorské spoty
 - C. Sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT
3. Přílohy

ČÁST I DEFINICE

1.1 Následující výrazy mají pro účely těchto Cenových podmínek TV NOVA SPORT níže uvedený význam:

„Cena propagace na TV NOVA SPORT“ znamená (i) Cenu reklamních spotů TV NOVA SPORT a (ii) Cenu sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT;

„Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT“ znamená cenu vysílání Reklamních spotů na TV NOVA SPORT;

„Cena sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT“ znamená výši poskytovaných Sponzorských příspěvků k financování programu TV NOVA SPORT či pořadů vysílaných na TV NOVA SPORT;

„Ceník pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT“ znamená ceník uvádějící zejména základní parametry pro určení Ceny reklamních spotů TV NOVA SPORT a případné zvláštní nabídky Poskytovatele. Ceník pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT vydává Poskytovatel a jeho znění pro kalendářní rok 2013 tvoří Přílohu č. 1 těchto Cenových podmínek TV NOVA SPORT;

„Ceník sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT“ znamená ceník uvádějící zejména Cenu sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT. Ceník sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT vydává Poskytovatel a jeho znění pro kalendářní rok 2013 tvoří Přílohu č. 2 těchto Cenových podmínek TV NOVA SPORT;

„Cenové podmínky TV NOVA SPORT“ znamená tyto Cenové podmínky propagace na TV NOVA SPORT, jejichž součástí je Ceník pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT pro kalendářní rok 2013 jako Příloha č. 1 a Ceník sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT pro kalendářní rok 2013 jako Příloha č. 2. Cenové podmínky TV NOVA SPORT vydává Poskytovatel a jejich aktuální znění je k dispozici v sídle Poskytovatele a na internetových stránkách provozovaných Poskytovatelem;

„Injektáž“ má význam uvedený v čl. 2.15 těchto Cenových podmínek TV NOVA SPORT;

„Jiný subjekt“ má význam uvedený v čl. 2.9 těchto Cenových podmínek TV NOVA SPORT;

„Low Season“ znamená kalendářní měsíce leden, únor, červenec a srpen;

„Propagace na TV NOVA SPORT“ znamená vysílání (i) Reklamních spotů nebo (ii) Sponzorských spotů na TV NOVA SPORT;

„Tandemový spot“ znamená Reklamní spot rozdělený na dvě části odvysílané odděleně v jednom Reklamním bloku;

„Všeobecné podmínky“ znamená Všeobecné podmínky propagace na Televizních kanálech NOVA, upravující obecné podmínky zajištění

vysílání Propagace na Televizních kanálech NOVA, včetně TV NOVA SPORT; a

„Vyžádaná pozice“ znamená jakoukoliv Zadavatelem vyžádanou pozici Reklamního spotu v rámci Reklamního bloku.

1.2 Veškeré ostatní výrazy s počátečním velkým písmenem použité v těchto Cenových podmínkách TV NOVA SPORT a nedefinované v čl. 1.1 výše mají význam uvedený ve Všeobecných podmínkách.

ČÁST 2

CENOVÉ PODMÍNKY PRO UMÍSTOVÁNÍ PROPAGACE NA TV NOVA SPORT

A. Reklamní spoty

2.1 Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT se určuje na základě těchto Cenových podmínek TV NOVA SPORT a příslušného Ceníku pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT, platných ke dni uzavření Závazné objednávky, prostřednictvím které Zadavatel Reklamní spoty na TV NOVA SPORT nakoupí.

2.2 Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT je stanovena na základě příslušného Ceníku pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT, který uvádí cenu Reklamního spotu umístěného na TV NOVA SPORT v délce třicet (30) sekund v jakémkoli kalendářním měsíci mimo období Low Season. Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT se stanovuje odlišně v závislosti na umístění Reklamních spotů na TV NOVA SPORT do dvou časových pásem, jak jsou uvedena v příslušném Ceníku pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT.

2.3 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů TV NOVA SPORT v Low Season se Cena reklamního spotu TV NOVA SPORT určí dle čl. 2.2 výše vynásobí koeficientem 0,8.

2.4 V případě Reklamního spotu umístěného na TV NOVA SPORT, který má jinou délku než třicet (30) sekund, se Cena reklamního spotu TV NOVA SPORT vynásobí příslušným koeficientem v závislosti na délce takového Reklamního spotu dle následující tabulky:

Délka Reklamního spotu (v sekundách)	Koeficient
10	0,5
15	0,75
20	0,9
25	0,95
30	1
35	1,25
40	1,45
45	1,6
50	1,75
55	1,9
60	2

2.5 Pokud má Reklamní spot umístěný na TV NOVA SPORT jinou délku, než která je uvedena v tabulce v čl. 2.4 výše, použije se koeficient vztahující se k nejbližší vyšší délce Reklamního spotu. V případě Reklamních spotů umístěných na TV NOVA SPORT delších než šedesát (60) sekund bude jejich cena sdělena Poskytovatelem Zadavatelé na základě žádosti Zadavatele.

2.6 [V případě Tandemového spotu se jeho cena stanoví jako násobek Ceny reklamního spotu TV NOVA SPORT a příslušného koeficientu určeného na základě celkové délky obou částí Tandemového spotu dle následující tabulky:]

Délka obou částí Tandemového spotu (v sekundách)	Koeficient
15	0,85
20	0,9
25	1,1
30	1,25
35	1,35
40	1,5
45	1,6
50	1,7
55	1,8
60	2

- 2.7 [V případě, že celková délka obou částí Tandemového spotu má délku odlišnou od délek uvedených v tabulce v čl. 2.6 výše, stanoví se cena Tandemového spotu na základě pravidel a tabulky uvedených v čl. 2.4 výše jako pro dva oddělené Reklamní spoty umístěné na TV NOVA SPORT.]
- 2.8 [Tandemový spot smí obsahovat propagaci pouze jedné obchodní značky (brandu). V opačném případě bude Poskytovatel účtovat Zadavateli cenu jako za dva samostatné Reklamní spoty umístěné na TV NOVA SPORT.]
- 2.9 [V případě, že Reklamní spot umístěný na TV NOVA SPORT obsahuje propagaci obchodní značky (brandu) také jiného subjektu či subjektů než je subjekt, na jehož propagaci nebo k propagaci jehož výrobků nebo služeb je takový Reklamní spot určen (dále jen „jiný subjekt“), účtuje Poskytovatel Zadavateli přírůžku ve výši 15% z ceny takového Reklamního spotu za každou takovou obchodní značku (brand). Za propagaci obchodní značky (brandu) Jiného subjektu je považována i situace, kdy je logo, zboží či služby Jiného subjektu obsaženo ve Spotu, který propaguje spotřebitelskou soutěž. Délka zobrazení či jakýkoli jiný způsob prezentace obchodní značky (brandu) Jiného subjektu v rámci příslušného Reklamního spotu nesmí činit více než 30% délky takového Reklamního spotu.]
- 2.10 [V případě, že Reklamní spot umístěný na TV NOVA SPORT obsahuje zobrazení loga Jiného subjektu a tento Jiný subjekt není v takovém Reklamním spotu žádným jiným způsobem prezentován a délka zobrazení daného loga nepřesáhne pět (5) sekund, potom Poskytovatel nebude Zadavateli přírůžku dle čl. 2.9 výše účtovat. Poskytovatel nebude Zadavateli přírůžku dle čl. 2.9 výše účtovat rovněž v případě, že se v Reklamním spotu umístěném na TV NOVA SPORT objeví produkt Jiného subjektu, aniž by byla současně zobrazena nebo verbálně zmíněna jeho obchodní značka (brand) či logo.]
- 2.11 [V případě umístění Reklamního spotu na Vyžádané pozici účtuje Poskytovatel Zadavateli přírůžku ve výši [10%] z Ceny reklamního spotu TV NOVA SPORT.]

[Pozn. KBA: Vzhledem k tomu, že prezentace obchodní politiky 2013 neobsahuje ve vztahu k TV NOVA SPORT samostatnou úpravu Tandemových spotů, Jiného subjektu („multibrandingu“) a Vyžádané pozice, která je obsažena v čl. 2.6 až 2.11 výše, prosíme o informaci, zda se tyto články použijí v roce 2013 stejně jako v roce letošním (2012), a pokud ano, jaké mají být příslušné koeficienty, pokud se liší od letošního roku (2012).]

- 2.12 Společně s Cenou propagace na TV NOVA SPORT bude Zadavateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.

B. Sponzorské spoty

- 2.13 Cena sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT se stanoví na základě příslušného Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT, platného ke dni uzavření Upřesňující objednávky, prostřednictvím které Zadavatel příslušné Sponzorské spoty na TV NOVA SPORT umístí. Případný minimální rozsah Sponzorování programu nebo příslušného pořadu může být uveden v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT.
- 2.14 Zveřejněný příslušný Ceník sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT obsahuje Cenu sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT ve vztahu k programu nebo tradičním pořadům TV NOVA SPORT. Cenu sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT ohledně pořadů nezveřejněných v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT zašle Poskytovatel Zadavateli na jeho žádost.
- 2.15 Sponzorský spot k pořadu může být odvysílán v podobě samostatného audiovizuálního vzhledu či včleněný do obsahu vysílání

sponzorovaného pořadu tak, že svým pojetím nenarušuje formu a obsah takového pořadu (dále jen „Injektáž“). Cena za umístění Injektáže ve vztahu k tradičním pořadům Poskytovatele je uvedena v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT. Cenu za Injektáž ve vztahu k pořadům nezveřejněným v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT zašle Poskytovatel Zadavateli na jeho žádost.

- 2.16 Případné další podmínky a formy Sponzorování mohou být stanoveny v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT.

[Obecná pozn. KBA: Prosíme o kontrolu čl. 2.13 až 2.16 výše týkajících se Sponzorování ve světle úprav ve Sponzorování prováděných v „hlavních“ Cenových podmínkách (pro ratingové televize) pro rok 2013.]

C. Sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT

- 2.17 [Zadavateli náleží sleva ve výši [5%] z Ceny propagace na TV NOVA SPORT hrazené Zadavatelem za Propagaci na TV NOVA SPORT nakoupenou prostřednictvím Závazné objednávky, [a to za podmínky, že Zadavatel dodrží Závazné rozložení].]

[Pozn. KBA: Podle navrhované úpravy čl. 2.17 výše náleží Zadavateli sleva až v okamžiku, kdy skutečně umístí „commitovaný“ objem do všech Ostatních mediálních kanálů tak, jak specifikoval v Závazné objednávce – tj. dodrží Závazné rozložení (tedy nejen na TV NOVA SPORT, ale i např. na MTV či internetu, pokud tak specifikoval). Prosíme o informaci, zda takto navrhované znění tohoto článku odpovídá potřebám CET 21 či zda má být mechanismus pro přiznání slevy jiný (např. takový, že by sleva náležela Zadavateli „automaticky“ již při uzavření Závazné objednávky bez ohledu na to, zda následně Zadavatel umístí „commitovaný“ objem do všech Ostatních mediálních kanálů).]

- 2.18 [V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku nejpozději 10. prosince 2012 a zároveň (ii) řádně umístí na příslušných Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Dílčí objem objednávek nakoupený touto Závaznou objednávkou, náleží Zadavateli sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT ve výši [10%].]

- 2.19 [V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku mezi 11. prosincem 2012 a 10. lednem 2013 včetně a zároveň (ii) řádně umístí na příslušných Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Dílčí objem objednávek nakoupený touto Závaznou objednávkou, náleží Zadavateli sleva Ceny propagace na TV NOVA SPORT ve výši [5%].]

[Pozn. KBA: Vzhledem k tomu, že prezentace obchodní politiky 2013 neobsahuje ve vztahu k TV NOVA SPORT samostatnou úpravu „slevové“ politiky, prosíme o informaci, zda se použijí v roce 2013 výše označené čl. 2.16 až 2.18, které vycházejí z jejich letošního znění za použití parametrů (dat a čísel) aplikovaných na hlavní „ratingové“ televize.]

- 2.20 V případě, že bude Zadavateli ze strany Poskytovatele přiznána jakákoliv sleva a Zadavatel nesplní podmínky stanovené pro její poskytnutí, bude částka odpovídající slevě, na kterou Zadavatel nevznikl nárok, Poskytovatelem vyúčtována Zadavateli k úhradě v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení období, v kterém bylo plnění podmínek pro přiznání slevy ze strany Zadavatele Poskytovatelem hodnoceno.

ČÁST 3 PŘÍLOHY

Příloha č. 1 Ceník pro vysílání reklamních spotů TV NOVA SPORT pro kalendářní rok 2013

ČASOVÁ PÁSMA – FLOATINGOVÁ	Cena za 30" Reklamní spot
Pásmo floatingové I Umístování Reklamních spotů v časovém pásmu po – pá 9:00 – 16:59 a so – ne 9:00 – 11:59	2 000 Kč
Pásmo floatingové II Umístování Reklamních spotů v časovém pásmu po – pá 17:00 – 24:00 a so – ne 12:00 – 24:00	4 000 Kč

VÝBĚR PROGRAMOVÝCH FORMÁTŮ	Cena za 30" Reklamní spot
Umístování Reklamních spotů pouze u vybraných sportovních pořadů	6 000 Kč

**Příloha č. 2 Ceník sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT
pro kalendářní rok 2013**

SPONZOROVÁNÍ VYBRANÝCH PŘENOSŮ (SAMOSTATNÉ AUDIOVIZUÁLNÍ VZKAZY)	CENA ZA 1 UMÍSTĚNÍ (délka Sponzorského spotu 10")	MAX. POČET UMÍSTĚNÍ V RÁMCI PŘENOSU
FA CUP, Ligue 1	2 500 Kč	4
Ruská premier liga, Portugalská liga	2 000 Kč	4
Tenis - ATP Masters 1000, 250	3 000 Kč	cca 8
NBA	2 000 Kč	4
NHL	2 000 Kč	6
KHL	2 500 Kč	6
F1 – tréninky a kvalifikace	3 500 Kč	2
Moto GP – kvalifikace	3 500 Kč	2
Moto GP – závody	5 000 Kč	2
Euro PGA	2 000 Kč	cca 40
Házená Bundesliga	2 000 Kč	4

SPONZOROVÁNÍ MAGAZÍNŮ A PROGRAMU (SAMOSTATNÉ AUDIOVIZUÁLNÍ VZKAZY)	CENA ZA 1 UMÍSTĚNÍ (délka Sponzorského spotu 10")
Sportovní magazíny	2 000 Kč
Sponzor programu (časomíry)	2 000 Kč

SPONZOROVÁNÍ VYBRANÝCH PŘENOSŮ (INJEKTÁŽE)	CENA ZA 1 UMÍSTĚNÍ (délka Injektáže 5")	MAX. POČET UMÍSTĚNÍ V RÁMCI PŘENOSU (cca)
FA CUP, Ligue 1	1500 Kč	8
Ruská premier liga, Portugalská liga	1500 Kč	8
Tenis - ATP Masters 1000, 250	1500 Kč	16
NBA	1500 Kč	8
NHL	1000 Kč	9
KHL	1500 Kč	9
Euro PGA	1000 Kč	80
Házená Bundesliga	1000 Kč	8

SPONZOROVÁNÍ MAGAZÍNŮ (INJEKTÁŽE)	CENA ZA 1 UMÍSTĚNÍ (délka Injektáže 5")
Statické Injektáže	1 000 Kč
Animované Injektáže	1 000 Kč