

Evidenční č. smlouvy objednatele: S-119-170/2023

Č. j.: MD-35983/2023-170/3

Výtisk č.1

Smlouva o zajištění vysílání informačních spotůuzavřená podle ustanovení § 1746 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
(dále jen „občanský zákoník“)**Smluvní strany:****Česká republika – Ministerstvo dopravy**

se sídlem: nábreží Ludvíka Svobody 1222/12, 110 15 Praha 1

IČO: 66003008

DIČ: CZ66003008

zastoupená: Mgr. Martinem Kupkou, ministrem dopravy

bankovní spojení: [REDAKCE]

č. účtu: [REDAKCE]

(dále jen „objednatel“ na straně jedné)

a**TV Nova s.r.o.**

se sídlem: Praha 5, Kříženeckého nám. 1078/5, PSČ 15200

IČO: 458 00 456

DIČ: CZ45800456

zapsaná v obchodním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze, oddíl C, vložka č. 10581

jíž zastupují: Daniel Grunt, jednatel; Štěpán Pechl, jednatel

bankovní spojení: [REDAKCE]

č. účtu: [REDAKCE]

(dále jen „dodavatel“ na straně druhé)

Článek I.**Předmět a obsah smlouvy, doba plnění, závazky a požadavky objednatele a dodavatele**

- I.1. Předmětem této smlouvy je odvysílání informačních spotů objednatele specifikovaných v odst. I.6 tohoto článku. Objednatel prohlašuje, že informační spoty nebudou mít charakter reklamy či obchodního sdělení, tj. sdělení k přímé nebo nepřímé propagaci zboží nebo služeb osoby vykonávající hospodářskou činnost.
- I.2. Objednatel závazně objednává vysílání spotů v období od 1. 12. 2023 do 31. 5. 2024 (dále jen „**Relevantní období**“), přičemž tímto objednaním dodavateli vzniká nárok na zaplacení sjednané ceny za skutečně odvysílané spoty.
- I.3. Umístění Ratingových bodů v rámci této části kampaně podléhá výhradně možnostem dodavatele, sjednává se však, že dodavatel zajistí umístění minimálně 45 % z celkového objemu Ratingových bodů v Prime Time, případně v Super Prime Time (tj. PT a SPT společně minimálně 45 %), v garantované channel group, viz odst. I.4 tohoto článku. Dodavatel se zavazuje usilovat o takové umístění, které bude v souladu s celkovým charakterem kampaně. Při stanovení Ceny reklamních spotů se nepřihlíží k časovým posunům v odvysílání Reklamního bloku vyvolaných aktuálním průběžným časovým posunem ve vysílání Provozovatele oproti plánovanému programovému schématu a rozhodující pro určení, zda spot bude považován za odvysílaný v Super Prime Time, Prime Time či Off Prime Time, bude vždy označení spotu v Upřesňující objednávce (denním vysílacím plánu).

ELEKTRONICKY
PARAFOVÁNO

- I.4. Objednatel požaduje a dodavatel garantuje následující channel group:
Nova [redacted] a Ostatní stanice (Nova Cinema, Nova Lady, Nova Fun, Nova Gold, Nova Action a Markiza International) v celkové částce [redacted] Kč bez DPH, a to v počtu Ratingových bodů [redacted]. Uvedená cena je maximální a nebude překročena.
- I.5. Plánovaný počet odvysílaných spotů a zásah cílové skupiny (GRPs) budou obsaženy v media plánu, který dodavatel objednateli předloží do 3 pracovních dnů od podpisu této smlouvy na první měsíc a pak nejpozději 7 pracovních dnů před koncem měsíce na následující kalendářní měsíc. Konkrétní termíny a časy nasazení spotů budou uvedeny v denních vysílacích plánech dodávaných nejpozději jeden den před plánovaným nasazením. Dodavatel je oprávněn s ohledem na kapacitní a programové důvody přesunout jednotlivé spoty do jiného Časového pásma, přičemž v takovém případě se pro výpočet ceny příslušného spotu použije koeficient odpovídající Časovému pásmu, ve kterém byl příslušný spot skutečně odvysílán. Media plány a denní vysílací plány budou doručovány do e-mailové schránky kontaktní osoby Samostatného oddělení BESIP: pl [redacted]. U media plánů se sjednává, že objednatel media plán vždy e-mailem odsouhlasí nebo k němu vznese odůvodněné námitky a bude požadovat jeho úpravy do dvou pracovních dnů od jeho doručení; nevznese-li objednatel námitky ve stanovené lhůtě, platí media plán za řádně schválený. V případě oprav je dodavatel povinen zaslat media plán v novém znění opět objednateli ke schválení do dvou pracovních dnů od doručení připomínek objednatele.
- I.6. Spoty dle odst. I.1 tohoto článku budou zaměřené na problematiku bezpečnosti silničního provozu s cílem ovlivnit chování vybraných skupin účastníků silničního provozu. Do vysílání budou zařazeny preventivní spoty zaměřené na tyto okruhy:
Informování veřejnosti o nejdůležitějších změnách zákona č. 361/2000 Sb., o provozu na pozemních komunikacích a o změnách některých zákonů (zákon o silničním provozu), ve znění pozdějších předpisů, s účinností od 1. ledna 2024 (bodový systém, zvýšení sankcí za závažné přestupky, L-17, řidičský průkaz na zkoušku).
Jednotlivé spoty budou vybrány objednatelem a dodavateli písemně specifikovány při podpisu této smlouvy. Délka každého spotu činí alespoň 30 (třicet) vteřin.
- I.7. Objednatel se zavazuje předat dodavateli spoty nejdéle do 14 dnů před jejich vysláním v dohodnutém formátu.

Článek II. Cena propagace

- II.1. Smluvní strany sjednávají cenu za jeden Ratingový bod, stopáž 30 sekund, v cílové skupině all 15-69, vlastník automobilu (dále jen „Ratingový bod“) ve [redacted] Kč bez DPH, což odpovídá [redacted] Ratingových bodů, součástí je 0 % přeplnění, což je 0 Ratingových bodů celkem se tedy jedná [redacted] Ratingových bodů (v přepočtu na diváky = zaokrouhlené [redacted] diváků kumulovaně).
- II.2. Cena uvedená odst. II.1. tohoto článku je cenou maximální a nepřekročitelnou zahrnující veškeré další možné poplatky a náklady dodavatele.

Článek III. Platební podmínky

- III.1. Objednatel bude dodavateli platit cenu účtovanou v souladu s touto smlouvou, a to vždy zpětně za uplynulý kalendářní měsíc, na základě faktury dodavatele s přehledem skutečně odvysílaných spotů a Ratingových bodů, a to v předpokládané výši:
- Za měsíc prosinec 2023: [redacted] Kč bez DPH,
 - Za měsíc leden 2024: [redacted] Kč bez DPH,

- Za měsíc únor 2024: [REDACTED] Kč bez DPH,
- Za měsíc březen 2024: [REDACTED] Kč bez DPH,
- Za měsíc květen 2024: [REDACTED] Kč bez DPH,

- III.2. Cena poskytnutého plnění bude na fakturách označována jako **Výsledná cena**. Výsledná cena bude základem DPH účtovaného plnění, zdaňovaného sazbou DPH v zákonné výši.
- III.3. Faktura vystavená dodavatelem musí obsahovat evidenční číslo smlouvy objednatele, dále veškeré náležitosti daňového a účetního dokladu stanovené právními předpisy. Úhrada ceny za řádně poskytnuté plnění předmětu této smlouvy bude provedena za každý měsíc zvlášť s tím, že na každé faktuře dodavatel rozepíše všechny rozhodné údaje. Objednatel je povinen zaplatit **ve lhůtě splatnosti 30 kalendářních dnů** ode dne doručení řádně vystavené faktury objednateli. Cena bude považována za zaplacenou dnem odeslání peněžité částky z účtu objednatele na účet dodavatele uvedený na faktuře, který musí odpovídat číslu účtu dodavatele uvedenému v registru plátců DPH, je-li dodavatel plátcem DPH, jinak účtu uvedenému v úvodu této smlouvy. Případnou změnu čísla účtu je dodavatel povinen objednateli písemně oznámit a na zpětný dotaz objednatele opětovně písemně potvrdit.
- III.4. Nebude-li faktura obsahovat stanovené náležitosti nebo nebudou splněny další podmínky uvedené v odst. III.3 tohoto článku nebo uvedené údaje budou nesprávné, je objednatel oprávněn vrátit fakturu ve lhůtě splatnosti dodavateli k doplnění či opravě, aniž se tím dostane do prodlení. Nová lhůta splatnosti počíná běžet ode dne doručení bezvadné faktury objednateli.

Článek IV. Práva a povinnosti

- IV.1. Pojmy užívané v této smlouvě mají význam dle definic obsažených v přílohách této smlouvy, a to vždy dle té definice, která se užitému pojmu svým významem nejvíce blíží. Objednatel se pro účely obchodních podmínek považuje za Zadavatele a Klienta; dodavatel se rozumí Poskytovatelem; spoty dle této smlouvy se považují za Reklamní spoty; tato smlouva se považuje za Závaznou objednávku; a denním vysílacím plánem se rozumí Upřesňující objednávka.

Článek V. Úrok z prodlení, smluvní pokuty, odpovědnost za škodu

- V.1. V případě prodlení s úhradou řádně vystavené faktury podle této smlouvy je objednatel povinen zaplatit dodavateli úrok z prodlení v zákonné výši za každý započatý den prodlení.
- V.2. V případě, že dodavatel z důvodů na jeho straně nedodrží povinnost odvysílání objemů Ratingových bodů dle čl. I odst. I.3 a I.4. této smlouvy nebo nedodrží media plán dle čl. I odst. I.5 této smlouvy, je povinen zaplatit objednateli smluvní pokutu ve výši 5.000, - Kč za každé jednotlivé porušení, a to za podmínky, že dané porušení nebylo napraveno v objednatelově dodatečně stanovené lhůtě.
- V.3. Pokud dodavatel bez vážného důvodu nedodrží povinnost předložit media plán dle čl. I odst. I.5 této smlouvy, je povinen zaplatit objednateli smluvní pokutu ve výši 1.000, - Kč za každý započatý den prodlení od pátého pracovního dne prodlení.
- V.4. V případě, že nedojde k odvysílání spotů dle čl. I této smlouvy z důvodů na straně dodavatele, je dodavatel povinen zaplatit smluvní pokutu ve výši 20.000, - Kč za každý neodvysílaný spot za podmínky, že daný spot nebude odvysílán ani v objednatelově dodatečně stanovené lhůtě. Pro vyloučení pochybností smluvní strany konstatují, že v případě neodvysílání spotu nevzniká dodavateli nárok na zaplacení ceny za odvysílání příslušných spotů.
- V.5. Smluvní pokuta a úrok z prodlení jsou splatné ve lhůtě 25 kalendářních dnů ode dne doručení jejich vyúčtování druhé smluvní straně.

- V.6. V případě porušení této smlouvy ze strany objednatele je dodavatel oprávněn postupovat dle obchodních podmínek, které jsou Přílohou č. 1 a 2 této smlouvy.
- V.7. Každá ze smluvních stran odpovídá za škodu způsobenou druhé smluvní straně porušením svých povinností v souvislosti s plněním předmětu této smlouvy, a to do výše celkové částky plnění dle této smlouvy. Ustanovení čl. 6.9 druhé věty Všeobecných obchodních podmínek se nepoužije.

Článek VI. Další ujednání

- VI.1. Žádná ze smluvních stran není oprávněna postoupit práva a povinnosti z této smlouvy bez předchozího písemného souhlasu druhé smluvní strany, s výjimkou postoupení dodavatelem na společnost ve skupině dodavatele. Pohledávky vzniklé na základě této smlouvy nelze bez předchozího písemného souhlasu druhé smluvní strany postoupit žádnému subjektu.
- VI.2. Dodavatel bere na vědomí a souhlasí s tím, že objednatel tuto smlouvu včetně všech jejích příloh a dodatků uveřejní v registru smluv v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb., o zvláštních podmínkách účinnosti některých smluv, uveřejňování těchto smluv a o registru smluv (zákon o registru smluv), ve znění pozdějších předpisů. V případě, že je objednatel ze zákona povinen smlouvu takto uveřejnit, zavazuje se tak učinit nejpozději do 15 dnů po jejím podpisu. V případě, že tak objednatel neučiní, je dodavatel oprávněn provést takové zveřejnění sám.
- VI.3. Závazky dle předchozích odstavců tohoto článku a čl. VII odst. VII.3 této smlouvy zůstávají v platnosti i po ukončení účinnosti této smlouvy. Smluvní strana, která ujednání dle předchozí věty poruší, se zavazuje zaplatit druhé smluvní straně za každý případ takového porušení smlouvy smluvní pokutu ve výši 100.000, - Kč za podmínek dle čl. V odst. V.5. této smlouvy. Zaplacením smluvní pokuty není dotčeno právo na náhradu škody v plné výši.

Článek VII. Závěrečná ustanovení

- VII.1. Ujednání v těle této smlouvy mají v případě rozporu přednost před ujednáními dle jejich příloh. Obchodní, cenové a technické podmínky dodavatele jsou nedílnou součástí této smlouvy jako Příloha č. 1 až 3 ve znění uvedeném v těchto přílohách.
- VII.2. Není-li v této smlouvě ujednáno jinak, je tuto smlouvu možné měnit nebo doplňovat pouze formou písemných číslovaných dodatků této smlouvy či formou písemných smluv podepsaných oběma smluvními stranami.
- VII.3. Smluvní strany ujednaly, že nejsou oprávněny bez předchozího souhlasu druhé smluvní strany poskytnout třetím osobám jakékoliv informace o podmínkách této smlouvy a souvisejících s touto smlouvou, jejichž obsahem mohou být důvěrné informace, osobní a citlivé údaje, informace týkající se obchodního tajemství, technologie nebo know-how, s výjimkou plnění zákonných povinností a s výjimkou uveřejnění této smlouvy včetně všech jejích příloh a dodatků v registru smluv v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb.
- VII.4. Smluvní strany jsou povinny doručovat veškeré písemnosti přednostně do datových schránek, případně na adresu sídla druhé strany uvedeného v této smlouvě, popř. zapsaného v obchodním rejstříku, případně na adresu, kterou písemně oznámí jako adresu pro doručování. Pokud tak strany neučiní, má se v pochybnostech za to, že písemnost nebyla doručena.
- VII.5. Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami a účinnosti dnem jejího uveřejnění v registru smluv. Tato smlouva se uzavírá na dobu určitou s účinností pro plnění odpovídající Relevantnímu období dle této smlouvy.
- VII.6. Smluvní strany ve vzájemné shodě označily v jejich stejnopisech žlutou barvou informace, které budou znečitelněny v souladu se zákonem o registru smluv. Takto bylo označeno zejména, nikoli však výlučně, obchodní tajemství, jehož utajení smluvní strany odpovídajícím způsobem zajišťují. Na informace, které v této smlouvě nejsou označeny žlutou barvou, se po jejím uveřejnění postupem podle zákona o registru smluv nevztahuje povinnost mlčenlivosti dle této smlouvy.

VII.7. Tato smlouva se vyhotovuje ve čtyřech vyhotoveních s platností originálu, z nichž objednatel obdrží tři a dodavatel jedno vyhotovení.

VII.8. Veškeré spory vzniklé v souvislosti s touto smlouvou budou smluvními stranami řešeny nejprve smírně. Nebude-li smírného urovnání dosaženo do 1 měsíce od iniciace řešení sporu, je kterákoli ze smluvních stran oprávněna spor předložit věcně příslušnému soudu v České republice s místní příslušností dle sídla objednatele. Ustanovení čl. 6.13 Všeobecných obchodních podmínek se nepoužije.

VII.9. Nedílnou součástí této smlouvy jsou následující přílohy:

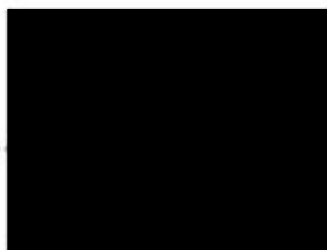
Příloha č. 1 - Všeobecné obchodní podmínky

Příloha č. 2 - Cenové podmínky

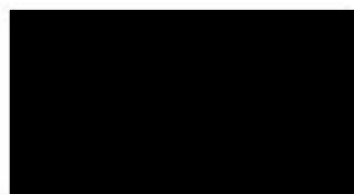
Příloha č. 3 - Technické podmínky

V Praze dne 5.12.2023

TV Nova s.r.o.



TV Nova s.r.o.



Štěpán Peichl
jednatel

V Praze dne 12-12-2023

Česká republika – Ministerstvo dopravy



Mgr. Martin Kupka
ministr dopravy

VŠEOBECNÉ PODMÍNKY PROPAGACE NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH NOVA A TELEVIZNÍCH KANÁLECH JINÝCH PROVOZOVATELŮ

3. říjen 2023

PREAMBULE

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

Tyto Všeobecné podmínky nabývají účinnosti dne 3. října 2023 a nahrazují veškeré předchozí všeobecné podmínky upravující vysílání Propagace na Televizních kanálech NOVA.

OBSAH

1. **Definice**
2. **Základní způsob nákupu Propagace na Televizních kanálech NOVA**
 - A. Nákup Propagace prostřednictvím Závazných objednávek a její umístění na Televizních kanálech NOVA
 - 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
 - E. Specifické podmínky pro nákup Propagace na TV NOVA SPORT
 - F. Specifické podmínky pro Umístění produktu do Pořadu na Televizních kanálech NOVA
 - G. Podmínky pro umístění Teleshoppingových spotů na Televizních kanálech NOVA
3. **Zvláštní způsob nákupu Propagace na Televizních kanálech s měřenou sledovaností**

Nákup Propagace na Televizních kanálech s měřenou sledovaností jako Zvláštní reklamní kampaň
4. **Společná ustanovení pro výrobu a dodání Spotů pro účely jejich odvysílání**
5. **Zvláštní ustanovení pro poskytnutí a vrácení Produktu pro účely Umístění produktu**
6. **Další podmínky Propagace**
 - A. Reklamace
 - B. Smluvní poplatek
 - C. Náhrada škody
 - D. Výpověď a odstoupení
 - E. Řešení sporů
 - F. Mlčenlivost
 - G. Dodržování omezujících opatření
7. **Podmínky pro nákup Propagace na Televizních kanálech jiných provozovatelů**
8. **Společná a závěrečná ustanovení**

ČÁST I. DEFINICE

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

„**Agentura**“ znamená fyzickou nebo právnickou osobu, která nakupuje od Poskytovatele Propagaci pro Klienta a uzavírá za tím účelem s Poskytovatelem příslušnou smluvní dokumentaci;

„**Aktuální objem objednávky**“ znamená součet Dílčích objemů objednávek

deposud nakoupených Zadavatelem prostřednictvím více Závazných objednávek uzavřených pro stejné Relevantní období a pro účely propagace jednoho Zadavatele či jeho jednotlivého Klienta. Aktuální objem objednávky se počítá vždy k datu uzavření aktuálně uzavřené Závazné objednávky, a to včetně Dílčího objemu objednávky nakoupeného prostřednictvím této Závazné objednávky;

„**Autorský zákon**“ znamená zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, v platném znění;

„**Cena propagace**“ znamená (i) Cena reklamních spotů, (ii) Cenou sponzorských příspěvků a (iii) Cenou umístění produktu;

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

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

„**Cena umístění produktu**“ znamená cenu za Umístění produktu;

„**ceník sponzorských příspěvků**“ znamená ceník uvádějící zejména Cenou sponzorského příspěvku určeného na financování jednotlivých programů a požadů 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 NOVA, uvádějící mimo jiné způsob stanovení ceny za vysílání Spotů na Televizních kanálech NOVA a Umístění produktu do Pořadu na Televizních kanálech NOVA;

„**Dílčí objem objednávky**“ znamená část Objemu objednávky, nakoupenou Zadavatelem prostřednictvím jedné Závazné objednávky;

„**Důvěrné informace**“ má význam uvedený v čl. 6.14 těchto Všeobecných podmínek;

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

„**Internetová inzerce**“ má význam uvedený ve všeobecných podmínkách internetové inzercí vydaných Poskytovatelem pro období od 3. října 2023;

„**Inzerce**“ znamená (i) Propagaci či (ii) Internetovou inzerci;

„**Klient**“ znamená fyzickou či právnickou osobu, za účelem jejíž prezentace nebo za účelem propagace jejich výrobků či služeb dochází k uzavření Závazných objednávek či Uplatňujících objednávek mezi Poskytovatelem a Zadavatelem. Závazné či Uplatňující objednávky mohou být uzavřeny i za účelem prezentace jiné osoby ze Skupiny Klienta nebo za účelem propagace výrobků či služeb takové osoby a pojem Klient pak bude zahrnovat i tuto osobu. Klient může být Zadavatelem i může být osobou odlišnou od Zadavatele. V případě, že je Klient osobou odlišnou od Zadavatele, musí Zadavatel spolu s návrhem Závazné či Uplatňující objednávky předložit Poskytovateli pověření k jejich uzavření, které je ve všech podstatných ohledech shodné se vzorem, který Poskytovatel Zadavatel pro tyto účely předá;

„**Mediální kanály**“ znamená Televizní kanály NOVA, Servery či jiné mediální kanály, které takto Poskytovatel v budoucnu označí;

„**Natáčecí den**“ má význam uvedený v čl. 5.1 těchto Všeobecných podmínek;

„**Nevhodné umístění**“ má význam uvedený v čl. 5.6 těchto Všeobecných podmínek;

„**Nevhodný spot**“ má význam uvedený v čl. 4.11 těchto Všeobecných podmínek;

„**Nova.cz TVC**“ znamená pohyblivé obrazové sekvence se zvukem nebo bez zvuku, které svým obsahem, formou a funkcí tvoří uzavřený celek, a které jsou v nelineárním, případně lineárním režimu veřejnosti zpřístupňovány Poskytovatelem prostřednictvím internetového serveru na internetové adrese

(URL): <https://nova.cz>; pokud jsou pro tyto sekvence k dispozici Oficiální data;

„**Občanský zákoník**“ znamená zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, v platném znění.

„**Období bookingu**“ znamená období, během něhož mohou být uzavřeny Uplňující objednávky k umístění Spotů nakoupených prostřednictvím jedné či více Závazných objednávek. Období bookingu začíná uveřejněním programu vysílání („Program skupiny Nova“) na následující kalendářní měsíc nejdříve třináct (13) dnů před začátkem kalendářního měsíce, pro který je Uplňující objednávka činěna, a končí pět (5) pracovních dnů přede dnem vysílání daných Spotů.

„**Objedávka umístění produktu**“ znamená neodvolatelnou objednávku, která je ve všech podstatných ohledech shodná se vzorem, který Poskytovatel Závazně pro tyto účely předá, učiněnou v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami, jejím uzavřením dojde ke stanovení podmínek konkrétního Umístění produktu;

„**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 Závazně na všech Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Závazných objednávek pro účely propagace jednoho Závazně či jeho jednotlivého Klienta, k jeho umístění v průběhu stejného Relevantního období;

„**Oficiální data**“ znamená oficiální údaje o televizní sledovanosti v České republice získané na základě neopletmetrového měření prováděného subjektem k tomu pověřeným dle příslušné smlouvy uzavřené s (i) Asociací televizních organizací či (ii) jinou obdobnou organizací zajišťující neopletmetrové měření. V případě pověření vícero subjektů dle bodů (i) a (ii) vyjde se za rozhodné považují oficiální údaje o televizní sledovanosti v České republice získané na základě neopletmetrového měření prováděného tím pověřeným subjektem, kterého určí Poskytovatel;

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

„**Ostatní mediální kanály**“ znamená (i) TV NOVA SPORT, (ii) Servery, (iii) Sponzorování na Mediálních kanálech, (iv) Umístění produktu do Pořadu na Televizních kanálech NOVA, (v) službu Voyo či (vi) jiné mediální kanály, které takto Poskytovatel v budoucnu označí;

„**Pořad**“ znamená pohyblivou obrazovou sekvenci se zvukem nebo bez zvuku, která svým obsahem, formou a funkcí tvoří uzavřený celek vysílání a představuje samostatnou položku televizního vysílání, vyrobenou či zadanou k výrobě Poskytovatelem za účelem jejího odvysílání na Televizních kanálech NOVA, obsahující mimo jiné Umístění produktu a audiovizuálně, případně pouze vizuálně zpracované označení, kterým Poskytovatel v souladu s § 53a Zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání upozorňuje diváka na Umístění produktu v takové sekvenci;

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

„**Produkt**“ znamená výrobek, služba či ochrannou známku, která se k výrobku nebo službě váže, poskytnuté Závazně za účelem jejich umístění do Pořadu, včetně případného použití příslušnými umělci v souvislosti se ztvárněním Scénáře Pořadu;

„**Propagace**“ znamená (i) vysílání Reklamních spotů, Sponzorských spotů či Teleshoppingových spotů na Televizních kanálech NOVA, (ii) Umístění produktu do Pořadu na Televizních kanálech NOVA nebo (iii) jiné formy propagace na Televizních kanálech NOVA, určené Poskytovatelem. Pro účely Části 7 těchto Všeobecných podmínek Propagace zahrnuje rovněž vysílání Reklamních spotů či jiných forem propagace na Televizních kanálech jiných provozovatelů;

„**Předmětné osoby**“ znamená (i) Závazně, (ii) člena skupiny Závazně, kterým se ve vztahu k Závazně rozím jakákoliv osoba ovládaná, ovládaná nebo společně ovládaná se Závazně na základě přímého nebo nepřímého vlastnictví více než 50% hlasovacích práv nebo podílů takové osoby nebo na základě přímé nebo nepřímé možnosti řídit nebo ovlivnit způsob řízení a strategie takové osoby na základě smlouvy či jinak, (iii) Klienta či (iv) člena Skupiny Klienta, a to včetně skutečných majitelů všech osob uvedených v (i) až (iv);

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

„**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, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb;

„**Relevantní období**“ znamená (i) kalendářní rok 2024, popř. (ii) období od

3. října 2023 do konce kalendářního roku 2025 či jakékoli období více po sobě jdoucích kalendářních měsíců v rámci období od 3. října 2023 do 31. prosince 2023 a kalendářních roků 2024 a 2025, stanoví-li tak Poskytovatel a Závazně v příslušné Závazně objednávce;

„**Rezervační lhůta**“ má význam uvedený v čl. 2.17 těchto Všeobecných podmínek;

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

„**Rozsáhlá úprava**“ má význam uvedený v čl. 2.20 těchto Všeobecných podmínek;

„**Scénář**“ znamená literární dílo určené ke ztvárnění za účelem výroby Pořadu;

„**Servery**“ má význam uvedený ve Všeobecných podmínkách internetové inzerce vydaných Poskytovatelem pro období od 3. října 2023;

„**Skupina**“ znamená ve vztahu ke Klientovi jakoukoliv osobu ovládanou, ovládanou nebo společně ovládanou s Klientem na základě přímého nebo nepřímého vlastnictví více než 50% hlasovacích práv nebo podílů takové osoby nebo na základě přímé nebo nepřímé možnosti řídit nebo ovlivnit způsob řízení a strategie takové osoby na základě smlouvy či jinak;

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

„**Sponzorský příspěvek**“ znamená příspěvek poskytnutý k přímému či nepřímému financování jednotlivých Televizních kanálů NOVA 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, (ii) Sponzorský spot, nebo (iii) Teleshoppingový spot;

„**Storno objednávky**“ má význam uvedený v čl. 2.27 těchto Všeobecných podmínek;

„**Storno objednávky ZRK**“ má význam uvedený v čl. 3.5 těchto Všeobecných podmínek;

„**Storno poplatek**“ znamená náhradu za Poskytovatelem rezervovaný vysílací čas či rezervovanou kapacitu pro Umístění produktu;

„**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;

„**Teleshoppingový spot**“ znamená audiovizuálně, případně pouze vizuálně, zpracovanou přímou nabídku zboží, a to včetně nemovitého majetku, práv a závazků, nebo služeb, zařazenou do vysílání na Televizních kanálech NOVA;

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

„**Televizní kanály s měřenou sledovaností**“ znamená TV NOVA, TV NOVA CINEMA, TV NOVA ACTION, TV NOVA FUN, TV NOVA GOLD, TV NOVA LADY, Nova.cz TVC či jiné mediální kanály, které takto Poskytovatel v budoucnu označí. Poskytovatel je oprávněn jakýkoliv Televizní kanál s měřenou sledovaností z výčtu kdykoliv v budoucnu vypustit s tím, že tato skutečnost oznámí Závazně vhodným způsobem;

„**Televizní kanály jiných provozovatelů**“ znamená TV MARKÍZA INTERNATIONAL a jiné televizní kanály provozované jinými provozovateli než Poskytovatelem, které takto Poskytovatel v budoucnu označí. Poskytovatel je oprávněn jakýkoliv z Televizních kanálů jiných provozovatelů z výčtu kdykoliv v budoucnu vypustit s tím, že tato skutečnost oznámí Závazně vhodným způsobem;

„**TV MARKÍZA INTERNATIONAL**“ znamená televizní vysílání programu TV MARKÍZA INTERNATIONAL v České republice provozované společností MARKÍZA - SLOVAKIA, spol. s r.o., se sídlem Bratislavská 1/a, Bratislava - Záhorská Bystrica 843 56, IČO: 31 444 873, zapsanou v obchodním rejstříku Okresního soudu Bratislava I, oddíl Sen, vložka číslo 12330/B;

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

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

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

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

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

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

„**TV NOVA SPORT**“ znamená TV NOVA SPORT 1 a 2 a TV NOVA SPORT 3 a 4 nebo kterýkoliv z těchto kanálů;

„TV NOVA SPORT 1 a 2“ znamená TV NOVA SPORT 1 a TV NOVA SPORT 2 nebo kterýkoliv z těchto kanálů;

„TV NOVA SPORT 3 a 4“ znamená TV NOVA SPORT 3 a TV NOVA SPORT 4 nebo kterýkoliv z těchto kanálů;

„TV NOVA SPORT 1“ znamená televizi vysílání programu Nova sport 1 v České republice a Slovenské republice provozované Poskytovatelem;

„TV NOVA SPORT 2“ znamená televizi vysílání programu Nova sport 2 v České republice a Slovenské republice provozované Poskytovatelem;

„TV NOVA SPORT 3“ znamená televizi vysílání programu Nova sport 3 v České republice a Slovenské republice provozované Poskytovatelem;

„TV NOVA SPORT 4“ znamená televizi vysílání programu Nova sport 4 v České republice a Slovenské republice provozované Poskytovatelem;

„Účel“ má význam uvedený v čl. 5.2 těchto Všeobecných podmínek;

„Umístění produktu“ znamená jakoukoli podobu začlenění Produktu nebo zmínky o Produktu do Pořadu za úplatu nebo obdobnou protihodnotu v souladu s § 2 a § 53a Zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání;

„Upřesňující objednávka“ znamená neodvolatelnou objednávku, která je ve všech podstatných ohledech shodná se vzorem, který Poskytovatel Zadavateli pro tyto účely předá, učiněnou v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami, jejímž prostřednictvím Zadavatel v průběhu daného Relevantního období umísťuje Propagaci nákupem prostřednictvím jedné či více Závažných objednávek na Televizní kanály NOVA;

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

„Voyu“ znamená službu provozovanou videoportálu, resp. archivu pořadů pro registrované uživatele, na URL <https://voyu.nova.cz> a jeho subdoménách;

„Všeobecné podmínky“ znamená tyto Všeobecné podmínky propagace na Televizních kanálech NOVA a Televizních kanálech jiných provozovatelů;

„Zadavatel“ znamená fyzickou nebo právnickou osobu, která nakupuje od Poskytovatele Propagaci a uzavírá za tím účelem s Poskytovatelem příslušnou smluvní dokumentaci;

„Zákon o obchodních korporacích“ znamená zákon č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (zákon o obchodních korporacích), v platném znění;

„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;

„Závažná objednávka“ znamená neodvolatelnou objednávku, na základě které Zadavatel nakupuje a zavazuje se umístit Inzerce ve stanoveném Dílčím objemu objednávkou a na stanovených Mediálních kanálech v průběhu daného Relevantního období, a to prostřednictvím jedné nebo více Upřesňujících objednávek či Objednávek umístění produktu, a která je ve všech podstatných ohledech shodná se vzorem, který Poskytovatel Zadavateli pro tyto účely předá;

„Závažná objednávka TV NOVA SPORT“ znamená neodvolatelnou objednávku, na základě které Zadavatel nakupuje a zavazuje se umístit v průběhu daného Relevantního období Propagaci výlučně na TV NOVA SPORT, a to prostřednictvím jedné nebo více Upřesňujících objednávek či Objednávek umístění produktu, a která je ve všech podstatných ohledech shodná se vzorem, který Poskytovatel Zadavateli pro tyto účely předá;

„Závažná objednávka sponzorování“ znamená neodvolatelnou objednávku Sponzorských spotů učiněnou v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami, jejímž uzavřením dojde ke stanovení základních podmínek umístění Dílčího objemu objednávkou či jeho části odpovídající nákupem objemu Sponzorských spotů na příslušných Televizních kanálech NOVA;

„Závažná specifikace“ znamená návrh umístění Reklamních spotů, který je ve všech podstatných ohledech shodný se vzorem, který Poskytovatel Zadavateli pro tyto účely předá;

„Závažné rozložení“ má význam uvedený v čl. 2.1 těchto Všeobecných podmínek;

„Způsob umístění produktu“ má význam uvedený v čl. 2.3 těchto Všeobecných podmínek; a

„Zvláštní reklamní kampaň“ má význam uvedený v čl. 3.1 těchto Všeobecných podmínek.

ČÁST 2.

ZÁKLADNÍ ZPŮSOB NÁKUPU PROPAGACE NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH NOVA

A. Nákup Propagace prostřednictvím Závažných objednávek a její umístění na Televizních kanálech NOVA

2.1 Nestanoví-li tyto Všeobecné podmínky jinak, nakupují Zadavatelé Propagaci na příslušných Televizních kanálech NOVA prostřednictvím

jednotlivých Závažných objednávek, které určují zejména Dílčí objem objednávkou včetně rozložení jeho částí mezi Ostatní mediální kanály (dále jen „Závažné rozložení“). Aktuální objem objednávky a Relevantní období, pro které je Závažná objednávka uzavřena. Jedna Závažná objednávka může být uzavřena k nákupu Propagace pouze donutit Zadavatele či Klienta. V případě, že Poskytovatel a Zadavatel stanoví v příslušné Závažné objednávce Relevantní období, které je odlišné od Relevantního období stanoveného v jiných Závažných objednávkách případně uzavřených mezi Poskytovatelem a Zadavatelem k Propagaci těchto Zadavatele či Klienta, vztahuje se na takovou Závažnou objednávku v ní takto stanovené Relevantní období bez ohledu na tyto jiné Závažné objednávky s odlišným Relevantním obdobím.

2.2 Závažná objednávka se považuje za uzavřenou podpisem Poskytovatele a Zadavatele a dále se za uzavřenou považuje i v případě, že Zadavatel e-mailem potvrdí Poskytovateli akceptaci návrhu Závažné objednávky obdrženo od Poskytovatele. Zadavatel je povinen v takovém případě donutit Poskytovatele řádně podepsanou Závažnou objednávku bez zbytečného odkladu, přičemž za řádně podepsanou Závažnou objednávku se považuje listinné vyhotovení Závažné objednávky opatřené vlastnoručními podpisy oprávněných osob.

2.3 Dílčí objem objednávkou se umísťuje na Televizních kanálech NOVA prostřednictvím jedné nebo více Upřesňujících objednávek, přičemž platí, že objem Reklamních spotů vyjádřený v cenách bez daně z přidané hodnoty a po odečtení veškerých slev a bonusů (net net objem) umístěných na Nova.cz TVC nepřesáhne 2% Objemu objednávkou. V případě, že Zadavatel nakoupí prostřednictvím Závažné objednávkou Propagaci jako Umístění produktu, umísťuje se Dílčí objem objednávkou či jeho částí odpovídající Umístění produktu prostřednictvím jedné či více Objednávek umístění produktu, které specifikují zejména Produkt, Cenu umístění produktu, formu a způsob prezentace Produktu, předpokládaný počet dílčích Pořadů s Umístěním produktu, včetně období, ve kterém má být Pořad odvysílán (dále jen „Způsob umístění produktu“), přičemž každou takovou Objednávkou umístění produktu bude Zadavatel s Poskytovatelem sjednávat v návaznosti na konkrétní potřebu použití Produktu v Pořadu v souvislosti se ztvárněním Scénáře Pořadu.

2.4 Povinnost uzavřít Závažnou objednávku se nevztahuje na Zadavatele, který v daném Relevantním období nakoupí výhradně (i) umístění Propagace na TV NOVA SPORT, (ii) Sponzorování na Televizních kanálech NOVA, (iii) Propagaci ve formě zvláštní reklamní kampaň nebo (iv) Umístění produktu do Pořadu na Televizních kanálech NOVA. V takových případech může Zadavatel namísto Závažné objednávkou uzavřít pouze Závažnou objednávku TV NOVA SPORT, Závažnou objednávku pro zvláštní reklamní kampaň nebo Upřesňující objednávku (v případě uvedeném v bodě (i) výše), Závažnou objednávku sponzorování (v případě uvedeném v bodě (ii) výše), nebo Objednávkou umístění produktu (v případě uvedeném v bodě (iv) výše), přičemž jestliže tyto Všeobecné podmínky nebo jiná smluvní dokumentace písemně uzavřená mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajištěním vysílání Propagace stanoví jakákoliv práva či povinnosti ve vztahu k Závažné objednávce, pak se pro zajištění vysílání Propagace takového Zadavatele takováto Závažná objednávka TV NOVA SPORT, Upřesňující objednávka, Závažná objednávka sponzorování, Závažná objednávka pro zvláštní reklamní kampaň či Objednávkou umístění produktu považuje za Závažnou objednávku, a to však s výjimkou veškerých ustanovení příslušné dokumentace, která upravují poskytování slev z Ceny propagace v souvislosti s vlastním uzavřením Závažné objednávkou.

2.5 Poskytovatel je oprávněn zrušit zcela či částečně již uzavřenou Závažnou objednávku, Upřesňující objednávku, Závažnou objednávku TV NOVA SPORT, Závažnou objednávku sponzorování nebo Objednávkou umístění produktu v případě, že Úřad pro ochranu hospodářské soutěže, Rada pro rozhlasové a televizní vysílání nebo jiný příslušný státní orgán zahájí nebo zahájí řízení nebo šetření po uzavření příslušné Závažné objednávkou, Upřesňující objednávkou, Závažné objednávkou TV NOVA SPORT, Závažné objednávkou sponzorování nebo Objednávkou umístění produktu, které (i) směřuje k závažné činnosti, ke kterým je Poskytovatel dle takové Závažné objednávkou, Upřesňující objednávkou, Závažné objednávkou TV NOVA SPORT, Závažné objednávkou sponzorování nebo Objednávkou umístění produktu zavázán, nebo (ii) jestliže může dle důvodného názoru Poskytovatele způsobit Poskytovateli újmu, či být k neprospěchu Poskytovatele, pokud by Poskytovatel pokračoval v provádění činnosti dle příslušné Závažné objednávkou, Upřesňující objednávkou, Závažné objednávkou TV NOVA SPORT, Závažné objednávkou sponzorování nebo Objednávkou umístění produktu.

- 2.6 Povinnost uzavřít Závaznou objednávku se nevztahuje na Zadavatele, který nakupuje umístění Propagace na dobu nepřesahující tři (3) kalendářní měsíce a za předpokladu, že Zadavatel a Poskytovatel se na tomto dohodnou z důvodu efektivit. V takových případech může Zadavatel, namísto Závazné objednávky, podepsat jen příslušnou Uplňující objednávku; v případě, že tyto Všeobecné obchodní podmínky či jakákoliv jiná smluvní dokumentace uzavřená písemně mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajištěním vysílání Propagace stanoví práva či povinnosti ve vztahu k Závazné objednávce, pak se taková Uplňující objednávka pro účely zajištění vysílání takové Propagace Zadavatele považuje za Závaznou objednávku, a to však s výjimkou veškerých ustanovení příslušné dokumentace, která upravují poskytování slevy z Ceny propagace v souvislosti s vlastním uzavřením Závazné objednávky.

B. Cena propagace a platební podmínky

- 2.7 Cena propagace je určována a hrazena na základě (i) těchto Všeobecných podmínek a Cenových podmínek platných ke dni uzavření Závazné objednávky; (ii) příslušného Ceníku sponzorských příspěvků, platného ke dni uzavření Uplňující objednávky; a (iii) případných dalších písemných smluvních ujednání mezi Poskytovatelem a Zadavatelem.
- 2.8 Závazek Zadavatele zaplatit Poskytovateli Cenu propagace vzniká v okamžiku odvyšlení Propagace. Za okamžik odvyšlení Propagace se považuje:
- okamžik, kdy Propagace byla Poskytovatelem odvyšlena na příslušném Televizním kanále NOVA; nebo
 - okamžik, kdy Propagace měla být Poskytovatelem odvyšlena na příslušném Televizním kanále NOVA, ale z důvodů na straně Zadavatele odvyšlení nebylo.
- 2.9 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. V případě, že si Zadavatel a Poskytovatel písemně sjednají v Uplňující objednávce či jiném dokumentu prodlouženou splatnost Ceny Propagace v délce šedesát (60) dnů od vystavení daňového dokladu, bude Cena propagace Poskytovatelem navýšena o 1%.
- 2.10 V případě, že je Zadavatel v prodlení se zaplacením Ceny propagace, či plněním jakéhokoliv jiného peněžního závazku vůči Poskytovateli, je Poskytovatel oprávněn:
- uplatnit vůči Zadavateli nárok na zaplacení smluvní pokuty ve výši 0,1% z dlužné částky za každý den prodlení s plněním takového peněžního závazku; a
 - nevysílat jakoukoliv Propagaci nakoupenou Zadavatelem až do okamžiku zaplacení veškerých dlužných částek Zadavatelem.
- 2.11 Bez ohledu na ustanovení čl. 2.9 těchto Všeobecných podmínek je v následujících případech Poskytovatel oprávněn požadovat po Zadavateli zaplacení 100% Ceny propagace alespoň pět (5) dnů před odvyšlením Propagace:
- 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 osmi (8) měsících předcházejících uzavření Závazné objednávky;
 - Zadavatel je v prodlení s plněním jakéhokoliv peněžního závazku vůči Poskytovateli;
 - pokud Zadavatel sám na sebe podal nebo třetí osoba na něj podala insolvenční návrh; nebo
 - pokud byly Zadavatelem a/nebo třetí osobou učiněny kroky směřující k pozastavení jeho plateb, vyhlášení moratoria, zrušení nebo zániku Zadavatele a/nebo jmenování likvidátora Zadavatele.
- 2.12 Pokud Zadavatel uvedený v čl. 2.11(a) těchto Všeobecných podmínek řádně splní všechny své závazky vůči Poskytovateli vznikající v souvislosti se zajištěním vysílání Propagace na základě tří (3) Uplňujících objednávek uzavřených pro období tří (3) různých kalendářních měsíců, je Zadavatel oprávněn navrhnout Poskytovateli úhradu budoucí Ceny propagace na základě daňových dokladů vydaných způsobem uvedeným v čl. 2.9 těchto Všeobecných

podmínek. V odůvodněných případech je Poskytovatel oprávněn navrhnout Zadavateli uvedenému v čl. 2.11(a) těchto Všeobecných podmínek úhradu budoucí Ceny propagace nebo její části na základě daňových dokladů vydaných způsobem uvedeným v čl. 2.9 těchto Všeobecných podmínek i tehdy, pokud Zadavatel zatím nespůl podmínku dle předchozí věty tohoto čl. 2.12.

- 2.13 Vznikne-li v souvislosti se zajištěním vysílání Propagace Poskyvateli nárok na jakoukoliv smluvní pokutu, je taková smluvní pokuta splatná v termínu stanoveném ve výzvě Poskytovatele a není-li uveden pak do čtyřiceti (40) dnů od okamžiku odeslání výzvy.
- 2.14 Není-li v příslušné smluvní dokumentaci stanoveno výslovně jinak, pak veškeré ceny, ostatní finanční plnění a údaje uváděné ve finančním vyjádření nezahrnují příslušný daň z přidané hodnoty. V případě jakéhokoliv plnění podléhajícího dani z přidané hodnoty bude Zadavateli k takovému plnění vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.
- 2.15 V případě, že se Agentura zúčastní výběrového řízení ohledně zastupování potenciálního Klienta, zašle Poskytovatel Agentuře na její žádost cenovou kalkulaci týkající se ceny za zajištění vysílání propagace daného Klienta, a to ve lhůtě pěti (5) pracovních dnů od obdržení žádosti Agentury a příslušných dokladů o její účasti ve výběrovém řízení, pokud si je Poskytovatel vyžádá. Pokud Agentura následně uspěje v příslušném výběrovém řízení, bude příslušná Závazná objednávka či Uplňující objednávka ve vztahu k takovému Klientovi uzavřena mezi Poskytovatelem a Agenturou za podmínek, které se nebudou v podstatných ohledech lišit od podmínek uvedených v příslušné cenové kalkulaci, pokud se parametry nakoupené Propagace neliší od parametrů stanovených ve výběrovém řízení. Pokud uspěje v příslušném výběrovém řízení ohledně zastupování potenciálního Klienta Agentura, která nepožádala Poskytovatele o zaslání cenové kalkulace ve vztahu k danému Klientovi, bude příslušná Závazná objednávka či Uplňující objednávka ve vztahu k takovému Klientovi uzavřena mezi Poskytovatelem a Agenturou za podmínek, které se podstatně neliší od podmínek uvedených v jakékoli relevantní cenové kalkulaci vytvořené ze strany Poskytovatele a zasláné jakékoli jiné Agenturou v souvislosti s výběrovým řízením ohledně zastupování daného Klienta, pokud se parametry nakoupené Propagace neliší od parametrů stanovených ve výběrovém řízení.
- 2.16 Cenovou kalkulaci dle čl. 2.15 těchto Všeobecných podmínek Poskytovatel vytvoří vždy tak, aby odpovídala a byla v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami, Cenovými podmínkami, příslušným Ceníkem sponzorských příspěvků či jinými příslušnými ceníky, platnými ke dni vytvoření příslušné cenové kalkulace. Povinnost Poskytovatele zaslat Agentuře kalkulaci bude splněna zasláním jedné (1), nebo pokud to Poskytovatel uzná za vhodné, tak více obecných cenových referenčních hladin (benchmarků) pro dané výběrové řízení s tím, že formát a úroveň detailů zpracování kalkulace jsou plně na uvážení Poskytovatele. Cenovou kalkulaci dle čl. 2.15 těchto Všeobecných podmínek Poskytovatel zašle všem Agenturám, které se dle informací Poskytovatele řádně účastní příslušného výběrového řízení vyhlášeného ze strany daného Klienta a jsou v této souvislosti pověřeny tímto Klientem požadovat od Poskytovatele zaslání cenových kalkulací. Pro vyloučení pochybností se uvádí, že pokud Agentura Poskyvateli nepokáže, že se řádně účastní výběrového řízení ohledně zastupování potenciálního Klienta, není Poskytovatel povinen takové Agentuře cenovou kalkulaci poskytnout. Poskytovatel je oprávněn rozhodnout, že cenové kalkulace dle čl. 2.15 těchto Všeobecných podmínek již nebudou Agenturám poskytovány z důvodu plánované změny obchodní politiky pro budoucí období, s tím, že tato skutečnost Poskytovatel Agenturám vhodným způsobem oznámí.

C. Specifické podmínky pro umístění Reklamních spotů na Televizních kanálech NOVA

- 2.17 Po zahájení Období bookingu Zadavatel vytvoří Závaznou specifikaci, kterou doručí Poskytovateli. Poskytovatel poté na základě takto doručené Závazné specifikace vystaví návrh Uplňující objednávky a zašle jej Zadavateli. V případě, že Zadavatel doručí Poskytovateli více než jednu Závaznou specifikaci pro vysílání stejného Spota, potom Poskytovatel bude oprávněn zahrnout všechny Závazné specifikace do jednoho návrhu Uplňující objednávky. Dnem odeslání takto vystaveného návrhu Uplňující objednávky Zadavateli počíná běh rezervační lhůty (dále jen „Rezervační lhůta“). Rezervační lhůta znamená lhůtu deseti (10) pracovních dní, během kterých se Poskytovatel zavazuje, že neodvolá vystavený návrh Uplňující objednávky i přesto, že tato není potvrzena podpisem Zadavatele či potvrzena e-mailem. Rezervační lhůta skončí i před uplynutím výše

stanovené lhůty, jestliže v jejím průběhu dojde k uzavření Upravení objednávky. Dojde-li k doručení Záväzné specifikace ze strany Zadavatele ve smyslu tohoto čl. 2.17 ve lhůtě překračující deset (10) pracovních dní po zahájení Období bookingu, účtuje Poskytovatel Zadavateli přírůžku ve výši 10% Ceny propagace.

2.18 Zadavatel je oprávněn v průběhu Rezervační lhůty provádět úpravy Záväzné specifikace, a to v souladu s čl. 2.19 a 2.20 těchto Všeobecných podmínek. Každá taková úprava bude Poskytovatelem zohledněna v upraveném návrhu Upravení objednávky za níže uvedených podmínek.

2.19 Poskytovatel se zavazuje zohlednit úpravy Záväzné specifikace v nově vystaveném návrhu Upravení objednávky, pokud takové úpravy:

- jsou v souladu s aktuální nabídkou a volnou kapacitou Reklamních bloků;
- nepředstavují snížení Ceny reklamních spotů o více než 5% v porovnání s posledním návrhem Upravení objednávky vystaveným Poskytovatelem, a
- nepředstavují opakované snížení Ceny reklamních spotů v průběhu téže Rezervační lhůty.

2.20 V případě, že Zadavatel provede úpravu Záväzné specifikace nad rámec omezení stanovených v čl. 2.19(b) a 2.19(c) těchto Všeobecných podmínek (dále jen „Rozsáhlá úprava“), zavazuje se Poskytovatelé zohlednit Rozsáhlou úpravu Záväzné specifikace v nově vystaveném návrhu Upravení objednávky za podmínky, že Zadavatel uhradí Poskytovateli Storno poplatek ve výši 40% z rozdílu těchto částek: (i) 95% Ceny reklamních spotů uvedených v posledním vystaveném návrhu Upravení objednávky před provedením Rozsáhlé úpravy a (ii) 100% Ceny reklamních spotů po provedení Rozsáhlé úpravy.

2.21 Upravení objednávky se považuje za uzavřenou v okamžiku, kdy její návrh vystavený Poskytovatelem potvrdí Zadavatel svým podpisem vyhotoveným prostřednictvím systému Signi, neurčí-li Poskytovatel v jednotlivém případě jinak, a dále se za uzavřenou považuje i v případě, že Zadavatel e-mailem potvrdí Poskyvateli akceptaci návrhu Upravení objednávky obdržeho od Poskytovatele. Zadavatel je povinen v takovém případě doručit Poskytovateli řádně podepsanou Upravení objednávku bez zbytečného odkladu, přičemž za řádně podepsanou Upravení objednávku se v takovém případě považuje listinné vyhotovení opatřené vlastnoručními podpisy oprávněných osob či vyhotovení prostřednictvím systému Signi, neurčí-li Poskytovatel v jednotlivém případě jinak. V případě, že Zadavatel nepotvrdí Upravení objednávky svým podpisem ani e-mailem do konce Rezervační lhůty a k uzavření Upravení objednávky tedy nedojde, je Zadavatel povinen uhradit Poskytovateli Storno poplatek ve výši Ceny Propagace uvedené v posledním návrhu Upravení objednávky vystaveném Poskytovatelem před uplynutím Rezervační lhůty v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami.

2.22 V případě, že Zadavatel zruší či jinak ukončí již uzavřenou Upravení objednávku nebo jakoukoli její část, je povinen uhradit Poskytovateli Storno poplatek ve výši Ceny propagace odpovídající zrušené Upravení objednávce či její části.

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

2.23 V případě, že Zadavatel nakoupí prostřednictvím Záväzné objednávky část Dílčího objemu objednávky jako Sponzorování, mohou Poskytovatel a Zadavatel uzavřít Záväznou objednávku sponzorování, kterou upřesní podmínky pro umístění takto nakoupeného Sponzorování prostřednictvím Sponzorských spotů.

2.24 Pro vyložení pochybností Poskytovatel a Zadavatel shodně konstatují, že Záväzná objednávka sponzorování dle čl. 2.23 těchto Všeobecných podmínek se uzavírá pro účely stanovení bližších podmínek pro vysílání Sponzorských spotů a nenavýšuje celkový Objem objednávky nakoupený příslušným Zadavatelem.

2.25 Uzavřením Záväzné objednávky sponzorování není dotčena povinnost Zadavatele ve vztahu k uzavření jedné či více Upravení objednávek ohledně umístění Sponzorování v objemu uvedeném v dané Záväzné objednávce sponzorování.

2.26 Zadavatel je povinen předat Poskytovateli Vizualizaci nejpozději čtrnáct (14) dní přede dnem uvedeným v čl. 4.5 těchto Všeobecných podmínek, aby Poskytovatel mohl posoudit soulad návrhu Sponzorského spotu, kterého se Vizualizace týká, s těmito Všeobecnými podmínkami. Poskytovatel sdělí Zadavateli případně výhrady k Vizualizaci a vyzve jej, aby návrh Sponzorského spotu opravil v souladu s takovouto výzvou. V případě, že se Poskytovatel k Vizualizaci nevyjádří do sedmi (7) dnů ode dne jejího předání

Poskyvateli dle tohoto čl. 2.26, má se za to, že Poskytovatel nemá k Vizualizaci výhrad a postupuje se dále dle čl. 4.5 a následně těchto Všeobecných podmínek. V případě, že Zadavatel na základě výše uvedené výzvy Poskytovatele nepřizpůsobí návrh Sponzorského spotu požadavkům stanoveným v této výzvě a neposkytne Poskytovateli takový Sponzorský spot ve lhůtě a za podmínek dle čl. 4.5 a 4.6 těchto Všeobecných podmínek, nebo se jedná o Nevhodný spot, je Poskytovatel oprávněn v souladu s čl. 4.7 těchto Všeobecných podmínek neodysílat Sponzorský spot a současně mu vzniká nárok na smluvní pokutu dle čl. 4.9 těchto Všeobecných podmínek.

2.27 V případě, že Zadavatel s uzavřenou Záväznou objednávkou sponzorování zruší či jinak ukončí takovouto Záväznou objednávkou sponzorování (dále jen „Storno objednávky“), má Poskytovatel nárok požadovat po Zadavateli uhrazení Storno poplatku v následující výši:

- 20% z celkového objemu Záväzné objednávky sponzorování, je-li Storno objednávky provedeno více než šest (6) měsíců před počátkem období, které Zadavatel v Záväzné objednávce sponzorování stanovil jako období umístění Dílčího objemu objednávky určeného pro Sponzorování;
- 50% z celkového objemu Záväzné objednávky sponzorování, je-li Storno objednávky provedeno tři (3) až šest (6) měsíců před počátkem období, které Zadavatel v Záväzné objednávce sponzorování stanovil jako období umístění Dílčího objemu objednávky určeného pro Sponzorování;
- 75% z celkového objemu Záväzné objednávky sponzorování, je-li Storno objednávky provedeno více než jeden (1) a méně než tři (3) měsíce před počátkem období, které Zadavatel v Záväzné objednávce sponzorování stanovil jako období umístění Dílčího objemu objednávky určeného pro Sponzorování; nebo
- 100% celkového objemu Záväzné objednávky sponzorování, je-li Storno objednávky provedeno v období do jednoho měsíce před počátkem období, které Zadavatel v Záväzné objednávce sponzorování stanovil jako období umístění Dílčího objemu objednávky určeného pro Sponzorování.

2.28 Storno poplatek ve výši dle čl. 2.27(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 Upravení objednávek. Poskytovatel vždy po uplynutí období stanoveného v Záväzné objednávce sponzorování jako období umístění Sponzorských spotů vyhodnotí (je-li Záväzná objednávka sponzorování uzavřena), zda Zadavatel řádně splnil svoji povinnost umístit prostřednictvím jedné či více Upravení objednávek sjednaný objem Záväzné objednávky sponzorování a v souladu s ustanovením čl. 2.27(d) těchto Všeobecných podmínek vyúčtuje Zadavateli případný Storno poplatek ohledně té části sjednaného objemu Záväzné objednávky sponzorování, kterou Zadavatel prostřednictvím jedné či více Upravení objednávek v rámci období umístění stanoveného v Záväzné objednávce sponzorování řádně neumístil.

E. Specifické podmínky pro nákup Propagace na TV NOVA SPORT

2.29 V případě uzavření Záväzné objednávky TV NOVA SPORT se uplatní *mutatis mutandis* ustanovení čl. 6.7 a 6.8 Všeobecných podmínek.

F. Specifické podmínky pro Umístění produktu do Pořadu na Televizních kanálech NOVA

2.30 Zadavatel bere na vědomí a souhlasí, že konečné rozhodnutí o Způsobu umístění produktu do Pořadu je plně v kompetenci Poskytovatele, a to i s ohledem na podmínky uložené v souvislosti s Umístěním produktu v Zákoně o provozování rozhlasového a televizního vysílání, a zavazuje se takové rozhodnutí Poskytovatele respektovat. Poskytovatel se zavazuje, že vynaloží veškeré potřebné úsilí, které po něm lze v tomto ohledu spravedlivě požadovat, aby se konečné rozhodnutí o Způsobu umístění produktu do Pořadu v podstatných ohledech neodlišovalo od specifikace Způsobu umístění produktu v Objednávce umístění produktu. Zadavatel bere na vědomí, že do Pořadu mohou být umístěny i další Produkty jiných Zadavatelů.

2.31 Zadavatel bere na vědomí a souhlasí, že v případě, kdy se na straně Poskytovatele vyskytnou technické či provozní důvody hodné zřetele, je Poskytovatel oprávněn období vysílání Pořadu sjednané v Objednávce umístění produktu posunout, a to nejvýše o 24 kalendářních měsíců.

G. Podmínky pro umístění Teleshoppingových spotů na Televizních kanálech NOVA

2.32 Zadavatelé nakupují Propagaci ve formě Teleshoppingových spotů za podmínek určených Poskytovatelem a sdělených Zadavatelé a na základě smluvní dokumentace písemně uzavřené mezi Zadavatelem a Poskytovatelem. Nestanoví-li tato písemně uzavřená dokumentace jinak, uplatní se ve vztahu k nákupu Propagace ve formě Teleshoppingových spotů mutatis mutandis ustanovení Části 4, Části 6 (A), (C), (D), (E), (F) a Části 7 těchto Všeobecných podmínek.

ČÁST 3.

ZVLÁŠTNÍ ZPŮSOB NÁKUPU PROPAGACE NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH S MĚŘENOU SLEDOVANOSTÍ

Nákup Propagace na Televizních kanálech s měřenou sledovaností jako Zvláštní reklamní kampaň

3.1 Vedle způsobu nákupu Propagace uvedeného v Části 2 těchto Všeobecných podmínek mohou Zadavatelé nakupovat a umísťovat Propagaci na Televizních kanálech s měřenou sledovaností prostřednictvím Uplěšňujících objednávek jako zvláštní Reklamní kampaň připravenou ze strany Poskytovatele tak, aby splňovala zvláštní požadavky příslušného Zadavatele, jakými jsou např.:

- (a) specifikace cílové skupiny diváků ve vztahu k dané Reklamní kampani;
- (b) požadovaný počet ratingových bodů, které mají být doručeny v rámci této Reklamní kampaně ve vztahu k dané cílové skupině diváků (kdy ratingovým bodem se rozumí jedno vystavení Reklamního spotu jednomu procentu dané cílové skupiny diváků), či požadovaná sledovanost Reklamní kampaně (vyjádřená v procentech) v rámci dané cílové skupiny diváků (tj. požadovaný zázeh dané cílové skupiny diváků příslušnou Reklamní kampaní); či

(c) období, ve kterém má být tato Reklamní kampaň odvysílána (dále jen „Zvláštní reklamní kampaň“).

3.2 V případě, že má Zadavatel zájem o odvysílání Zvláštní reklamní kampaně, sdělí tuto skutečnost Poskytovateli, včetně konkrétních parametrů, za kterých si přeje takovou Zvláštní reklamní kampaň odvysílat. Poskytovatel následně vystaví návrh Uplěšňující objednávky, který zohlední tyto parametry v závislosti na možnostech Poskytovatele (zejména s ohledem na aktuální volnou kapacitu Televizních kanálů s měřenou sledovaností) a bude obsahovat Cenu propagace ve vztahu k požadované Zvláštní reklamní kampani (a to buď jako celkovou cenu za Zvláštní reklamní kampaň, či cenu za příslušný ratingový bod). Uplěšňující objednávka se považuje za uzavřenou v okamžiku, kdy její návrh vystavený Poskytovatelem potvrdí Zadavatel svým podpisem a dále se za uzavřenou považuje i v případě, že Zadavatel e-mailem potvrdí Poskytovateli akceptaci návrhu Uplěšňující objednávky obdržené od Poskytovatele. Zadavatel je povinen v takovém případě doručit Poskytovateli řádně podepsanou Uplěšňující objednávku bez zbytečného odkladu.

3.3 Zvláštní reklamní kampaň odvysílá Poskytovatel způsobem dle vlastního uvážení tak, aby byly splněny všechny rozhodné parametry Zvláštní reklamní kampaně uvedené v příslušné Uplěšňující objednávce, zejména aby došlo (i) k doručení Zadavatelem požadovaného počtu ratingových bodů ve vztahu k dané cílové skupině diváků či (ii) k dosažení Zadavatelem požadované sledovanosti Reklamní kampaně (vyjádřené v procentech) v rámci dané cílové skupiny diváků.

3.4 Pro účely Zvláštní reklamní kampaně se Cenou propagace rozumí vždy Cena propagace uvedená v příslušné Uplěšňující objednávce. V případě, že Zadavatel v Uplěšňující objednávce určil (i) minimální počet požadovaných ratingových bodů a tento počet nebyl doručen, či určil (ii) minimální požadovaný podíl sledovanosti Reklamní kampaně (vyjádřený v procentech) v rámci dané cílové skupiny diváků a tento podíl nebyl dosažen, bude Cena propagace přepočítána Poskytovatelem poměrným způsobem v závislosti na skutečně dosažených výsledcích Zvláštní reklamní kampaně. V případě, že Zadavatel v Uplěšňující objednávce určil (i) minimální počet požadovaných ratingových bodů a tento počet byl překročen, či určil (ii) minimální požadovaný podíl sledovanosti Reklamní kampaně (vyjádřený v procentech) v rámci dané cílové skupiny diváků a tento podíl byl překročen, nebude Cena propagace Poskytovatelem dále přepočítána.

3.5 V případě, že Zadavatel zruší či jinak ukončí Závaznou objednávku pro zvláštní reklamní kampaň (dále jen „Storno objednávky ZRK“), má Poskytovatel nárok požadovat po Zadavateli uhrazení Storno poplatku v následující výši:

(a) 5% z celkového objemu Závazné objednávky pro zvláštní reklamní kampaň, je-li Storno objednávky ZRK provedeno více než šest (6) měsíců před počátkem období, které Zadavatel v této Závazné objednávce pro zvláštní reklamní kampaň stanovil jako období umístění Dílčího objemu objednávky určeného pro Zvláštní reklamní kampaň;

(b) 10% z celkového objemu Závazné objednávky pro zvláštní reklamní kampaň, je-li Storno objednávky ZRK provedeno tři (3) až šest (6) měsíců před počátkem období, které Zadavatel v této Závazné objednávce pro zvláštní reklamní kampaň stanovil jako období umístění Dílčího objemu objednávky určeného pro Zvláštní reklamní kampaň;

(c) 15% z celkového objemu Závazné objednávky pro zvláštní reklamní kampaň, je-li Storno objednávky ZRK provedeno více než jeden (1) a méně než tři (3) měsíce před počátkem období, které Zadavatel v této Závazné objednávce pro zvláštní reklamní kampaň stanovil jako období umístění Dílčího objemu objednávky určeného pro Zvláštní reklamní kampaň; nebo

(d) 20% celkového objemu Závazné objednávky pro zvláštní reklamní kampaň, je-li Storno objednávky ZRK provedeno v období do jednoho měsíce před počátkem období, které Zadavatel v této Závazné objednávce pro zvláštní reklamní kampaň stanovil jako období umístění Dílčího objemu objednávky určeného pro Zvláštní reklamní kampaň.

3.6 Storno poplatek ve výši 20% celkového objemu Závazné objednávky pro zvláštní reklamní kampaň je Zadavatel povinen uhradit též v případě, že Zadavatel v rozporu s Všeobecnými podmínkami nesplní svoji povinnost umístit Zvláštní reklamní kampaň prostřednictvím jedné či více Uplěšňujících objednávek. Poskytovatel vždy po uplynutí období stanoveného v této Závazné objednávce pro zvláštní reklamní kampaň jako období umístění Zvláštní reklamní kampaně vyhodnotí, zda Zadavatel řádně splnil svoji povinnost umístit prostřednictvím jedné či více Uplěšňujících objednávek sjednaný objem Závazné objednávky pro zvláštní reklamní kampaň a v souladu s Všeobecnými podmínkami vyúčtuje Zadavateli případný Storno poplatek ohledně té části sjednaného objemu Závazné objednávky pro zvláštní reklamní kampaň, kterou Zadavatel prostřednictvím jedné či více Uplěšňujících objednávek v rámci období umístění stanoveného v Závazné objednávce pro zvláštní reklamní kampaň řádně neumístil.

3.7 Zadavatel se zavazuje uhradit Storno poplatek do čtyřiceti (40) dnů ode dne odeslání výzvy ze strany Poskytovatele, přičemž uhrazením se rozumí připsání částky odpovídající Storno poplatku ve prospěch účtu Poskytovatele.

3.8 V případě, že Zadavatel zruší uzavřenou Uplěšňující objednávku nebo jakoukoli její část před uhrazením Ceny propagace, vzniká Poskytovateli nárok na zaplacení Storno poplatku ve výši Ceny propagace uvedené ve zrušené Uplěšňující objednávce či její části.

3.9 Uplěšňující objednávka dle této Části 3 Všeobecných podmínek se nepovažuje za Závaznou objednávku dle čl. 2.4 těchto Všeobecných podmínek.

3.10 Poskytovatel je oprávněn zrušit již uzavřenou Závaznou objednávku pro zvláštní reklamní kampaň nebo Uplěšňující objednávku jako celek či její část 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 příslušné Závazné objednávky pro zvláštní reklamní kampaň nebo Uplěšňující objednávky, které (i) směřuje k zákazu činnosti, ke kterým je Poskytovatel dle takové Závazné objednávky pro zvláštní reklamní kampaň nebo Uplěšňující objednávky zavázán, nebo (ii) jestliže může dle důvodného názoru Poskytovatele způsobit Poskytovateli újmu, či být k neprospěchu Poskytovatele, pokud by Poskytovatel pokračoval v provádění činnosti dle příslušné Závazné objednávky pro zvláštní reklamní kampaň nebo Uplěšňující objednávky.

3.11 Ve vztahu k nákupu Propagace dle této Části 3 Všeobecných podmínek se mutatis mutandis použijí ustanovení čl. 2.8 až 2.14 těchto Všeobecných podmínek.

ČÁST 4.

SPOLEČNÁ USTANOVENÍ PRO VÝROBU A DODÁNÍ SPOTŮ PRO ÚČELY JEJICH ODVYSÍLÁNÍ

4.1 Nedohodně-li se Zadavatel a Poskytovatel písemně jinak, je výroba Spotu povinen zajistit Zadavatel. Zadavatel je také povinen zajistit dodání Spotu Poskytovateli, a to v souladu s Uplěšňující objednávkou, těmito Všeobecnými podmínkami, Technickými podmínkami či jinou

smluvní dokumentaci písemně uzavřenou mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajištěním vysílání Propagace.

- 4.2 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. 4.2. Na žádost Poskytovatele je Zadavatel povinen ve lhůtě pěti (5) pracovních dnů sdělit Poskytovateli, kdo je zpracovatelem Spotu ve smyslu Záкона o regulaci reklamy.
- 4.3 Zadavatel uzavřením Uprávnějí 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 výrobce 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 nebo 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.
- 4.4 Zadavatel je povinen nejpozději ke dni předání nosiče, na němž je Spot zaznamenan, 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 zvukově záznamu vydaném k obchodním účelům nebo hudebním zvukově obrazovém záznamu, tj. zejména označení výrobce užitého zvukového záznamu vydaného 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.
- 4.5 Zadavatel je povinen předat Poskytovateli nosiče se Spoty a Rozpis vysílání spotů, který musí být v souladu s Uprávnějí objednávkou, nejpozději pět (5) pracovních dnů před zahájením prvního vysílání Spotu na základě dané Uprávnějí objednávky a Rozpisu vysílání spotů.
- 4.6 Zadavatel je povinen předat Spoty Poskytovateli v souladu s Technickými podmínkami a Rozpisem vysílání spotů Podpisem

Uprávnějí objednávky, resp. jejím potvrzením e-mailem Zadavatel potvrzuje, že předané Spoty jsou v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami, Technickými podmínkami, Rozpisem vysílání spotů či jinou smluvní dokumentaci písemně uzavřenou mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajištěním vysílání Propagace.

- 4.7 Poskytovatel je oprávněn neodvysílat Spot:
- (a) ke kterému Zadavatel včas nepředá Poskytovateli řádně vyplněnou hudební sestavu Propagace dle čl. 4.4 těchto Všeobecných podmínek a Rozpisu vysílání spotů či nosiče Spotu dle čl. 4.5 těchto Všeobecných podmínek,
 - (b) jestliže Zadavatel nedodá Spot v souladu s čl. 4.6 těchto Všeobecných podmínek, nebo
 - (c) jestliže Zadavatel nedodrží stopáž Spotu sjednanou v Uprávnějí objednávce.
- 4.8 V případě, že nastane některá ze skutečností uvedených v čl. 4.7 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 plnění na straně Poskytovatele a nemá vliv na povinnost Zadavatele uhradit Cenu propagace.
- 4.9 V případě, že nastane některá ze skutečností uvedených v čl. 4.7 těchto Všeobecných podmínek a Poskytovatel nevyužije své oprávnění dle čl. 4.8 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. 4.7 těchto Všeobecných podmínek neodvysílá, a Poskytovatel je současně oprávněn Uprávnějí objednávku částečně či zcela zrušit.
- 4.10 Veškeré nosiče se Spoty předané Zadavatelem Poskytovateli zůstávají vlastnictvím Zadavatele. Poskytovatel se zavazuje tyto nosiče během účinnosti Uprávnějí objednávky skladovat s poči 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 Uprávnějí objednávky. V případě, že si Zadavatel nosiče se Spoty nepřevzme ani po uplynutí šesti (6) měsíců po odvysílání posledního Spotu dle Uprávnějí objednávky, je Poskytovatel oprávněn takové nosiče se Spoty zničit.
- 4.11 V případě, že Zadavatel nedodá Spoty v souladu s čl. 4.6 těchto Všeobecných podmínek, nebo by dle uvážení Poskytovatele mohlo odvysílání Spotu dojít:
- (a) k porušení obecně závazných právních předpisů, zejména (i) Zákonu o regulaci reklamy, (ii) Zákonu o provozování rozhlasového a televizního vysílání či (iii) Zákonu o ochraně spotřebitele;
 - (b) k porušení povinností stanovených Radou pro rozhlasové a televizní vysílání v jakémkoliv 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 (i) dodání Nevhodného spotu ve lhůtě méně než pět (5) pracovních dnů před jeho plánovaným odvysíláním nebo (ii) v případě, že Zadavatel nedodá Poskytovateli náhradní či opravený Spot v dostatečném časovém předstihu před plánovaným odvysíláním Spotu, nejpozději však ve lhůtě dle čl. 4.5 těchto Všeobecných podmínek, není Poskytovatel povinen odvysílat 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 Uprávnějí objednávce, které Poskytovatel z důvodů uvedených v tomto článku neodvysílá, a Poskytovatel je současně oprávněn částečně či zcela zrušit Uprávnějí objednávku.

ČÁST 5.

ZVLÁŠTNÍ USTANOVENÍ PRO POSKYTNUTÍ A VRÁCENÍ PRODUKTU PRO ÚČELY UMÍSTĚNÍ PRODUKTU

- 5.1 Pro účely Umístění produktu je Zadavatel povinen poskytnout Poskytovateli příslušný Produkt v souladu s Objednávkou umístění produktu, těmito Všeobecnými podmínkami či jinou smluvní dokumentací písemně uzavřenou mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajištěním umístění Produktu, a to nejpozději pět (5) pracovních dnů před dnem zahájení natáčení příslušného záběru v Pořadu dle Scénáře, který obsahuje příslušné Umístění produktu (dále jen „**Natáčecí den**“), nebude-li v Objedávce umístění produktu uveden jiný termín.
- 5.2 Zadavatel bere na vědomí a souhlasí, že Produkt v případě jeho užití k Umístění produktu použije Poskyvatel, popřípadě herci, režiséři, jiní výkonní umělci či další osoby zaměstnané Poskytovatelem, nebo které jsou v jakémkoli jiném smluvním vztahu k Poskytovateli, které účinkují či se jinak účastní na výrobě Pořadu, a to zejména za účelem (i) uměleckého ztvárnění Scénáře a v rozsahu nezbytném pro ztvárnění příslušného kontextu jednotlivých scén Scénáře, (ii) natočení a zaznamenání takového ztvárnění na hmotný nosič, (iii) vysílání Pořadu na příslušných Televizních kanálech NOVA či jakýchkoli jiných kanálech, včetně internetu, dle rozhodnutí Poskytovatele, (iv) jiného sdělování Pořadu veřejnosti ve smyslu příslušných ustanovení Autorského zákona, (v) zpracování Pořadu včetně jeho překlada a užití zpracovaného Pořadu ve stejném rozsahu a stejným způsobem, jak je uvedeno v tomto čl. 5.2, a (vi) rozmožování Pořadu za účelem jeho zpřístupňování prostřednictvím těchto rozmožnění a rozšiřování, pronájmu a půjčování originálu nebo rozmožnění Pořadu jakýmkoli způsobem (dále jen „**Účel**“).
- 5.3 Zadavatel se uzavřením Objednávky umístění produktu zavazuje poskytnout nejpozději ke dni uzavření příslušné Objednávky umístění produktu Poskytovateli veškerá práva potřebná k naplnění Účelu a bere na vědomí a souhlasí, že je Poskyvatel oprávněn tato práva poskytnout či postoupit na třetí osobu, a Zadavatel dále prohlašuje, že nejpozději k tomuto dni získal veškerá k tomuto potřebná práva a uhradil veškeré s tím související odměny. Budou-li vůči Poskytovateli v důsledku porušení této povinnosti Zadavatele uplatněny ze strany třetích osob nároky jakéhokoli povahy, zavazuje se Zadavatel tyto nároky zcela vypořádat a uhradit Poskytovateli veškeré náklady, které Poskyvateli v důsledku uplatnění takových nároků vznikly.
- 5.4 Pro vyloučení pochybností se Účelem Umístění produktu v podobě reklamy či skryté reklamy a Pořad nebude prostřednictvím Umístění produktu přímo nabízet k nákupu či pronájmu Produktu, zejména zvláštním zmíněním tohoto Produktu za účelem jeho propagace, nebo umístění Produktu nepatřičně zdůrazňovat.
- 5.5 Poskyvatel je oprávněn neumístit Produkt do Pořadu, pokud Zadavatel poruší své povinnosti vyplývající z čl. 5.1 nebo čl. 5.3 těchto Všeobecných podmínek nebo se prohlášení Zadavatele uvedené v čl. 5.3 těchto Všeobecných podmínek ukáže jako nepravdivé. V takovýchto případech je Poskyvatel oprávněn, dle vlastní volby, buď (i) namísto Produktu, v souvislosti s nímž došlo k porušení povinnosti Zadavatele, umístit do Pořadu jiný produkt Zadavatele dle vlastního uvážení, má-li Poskyvatel takový jiný produkt k dispozici, přičemž umístění tohoto jiného produktu Zadavatele do Pořadu se nepovažuje za vadu na straně Poskytovatele a nemá vliv na povinnost Zadavatele uhradit Cenu umístění produktu ve sjednané výši, nebo (ii) je Poskyvatel oprávněn Umístění produktu vůbec nerealizovat a požadovat po Zadavateli zaplacení smluvní pokuty ve výši 50% Ceny umístění produktu za nerealizované Umístění produktu. V případě, že Poskyvatel využije svého oprávnění dle bodu (ii) předchozí věty, je Poskyvatel současně oprávněn zcela či částečně zrušit Objednávku umístění produktu.
- 5.6 V případě, že by dle uvážení Poskytovatele mohlo Umístěním produktu specifikovaným v příslušné Objedávce umístění produktu dojít:
- 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,
 - k porušení povinností stanovených Radou pro rozhlasové a televizní vysílání v jakémkoli licenci k provozování Televizních kanálů NOVA,
 - k možnému postihu Poskytovatele ze strany třetích osob (např. vzhledem k nekalosoutěžním sporům, sporům o ochranu osobnosti apod.); nebo
 - k ohrožení oprávněných zájmů Poskytovatele;
- (dále jen „**Nevhodné umístění**“). Poskyvatel, v případě, že do plánovaného Natáčecího dne, zbývá alespoň pět (5) pracovních dnů, písemně upozorní Zadavatele na Nevhodné umístění a vyzve jej ke zjednáání nápravy, která bude v souladu s Objednávkou umístění produktu, těmito Všeobecnými podmínkami či jinou smluvní dokumentací písemně uzavřenou mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajištěním Umístění produktu. V případě, že (i) Objedávka umístění produktu obsahuje Nevhodné umístění a do plánovaného Natáčecího dne zbývá méně než pět (5) pracovních dnů nebo (ii) Zadavatel nezjedná nápravu v dostatečném časovém předstihu před plánovaným Natáčecím dnem, nejpozději však ve lhůtě dle čl. 5.1 těchto Všeobecných podmínek, není Poskyvatel povinen zajistit Nevhodné umístění a současně v takovém okamžiku vznikne Poskytovateli vůči Zadavateli nárok na smluvní pokutu ve výši 50% Ceny umístění produktu za nerealizované Umístění produktu, a Poskyvatel je současně oprávněn Objednávku umístění produktu zcela či částečně zrušit.
- 5.7 Zadavatel a Poskyvatel v Objedávce umístění produktu mimo jiné sjednají, zda se v případě Produktu jedná o Produkt, který se Zadavatelí vrací či Produkt, který se Zadavatelí nevrací. Produkt, který se Zadavatelí vrací, zůstává ve vlastnictví Zadavatele, a Poskyvatel se zavazuje takový Produkt během účinnosti Objednávky umístění produktu skladovat s péčí sčevatelce, přičemž za škodu na něm způsobenou Poskyvatel odpovídá pouze do výše jeho prokazatelné pořizovací hodnoty. Za škodu na Produktu se nepovažuje běžné opotřebení v důsledku řádného užití Produktu při natáčení v souladu se Scénářem Pořadu. Poskyvatel se zavazuje vrátit takový Produkt Zadavateli a Zadavatel se zavazuje převzít tento Produkt od Poskytovatele bez zbytečného odkladu, nejpozději však do pěti (5) pracovních dnů ode dne, kdy došlo k ukončení natáčení posledního příslušného záběru v Pořadu dle Scénáře obsahujícího Umístění produktu, není-li v Objedávce umístění produktu uveden jiný termín. Uskládání Poskyvatel tento Produkt na náklady Zadavatele nebo jej na náklady Zadavatele doručí na adresu Zadavatele, a to dle uvážení Poskytovatele. Zadavatel dále bere na vědomí a souhlasí, že za Produkt, který se Zadavatelí nevrací, se považuje Produkt, jehož pořizovací hodnota je nižší než 10 000 Kč, či který se s ohledem na způsob svého použití spotřebuje.
- 5.8 Zadavatel prohlašuje a zaručuje, že veškeré informace, které poskytne Poskyvateli v souvislosti s Umístěním produktu, budou úplné, přesné, aktuální a v souladu s právními předpisy České republiky, včetně právních předpisů EU přímo aplikovatelných v České republice. Zadavatel dále prohlašuje a zaručuje, že v důsledku Umístění produktu do Pořadu a jeho následného odvysílání Poskytovatelem nedojde k porušení platných předpisů České republiky, včetně právních předpisů EU přímo aplikovatelných v České republice, zejména pak Zákona o regulaci reklamy a Zákona o provozování rozhlasového a televizního vysílání, a rovněž nebudou jakkoli dotčena práva třetích osob. Budou-li vůči poskytovateli v důsledku nepravdivosti prohlášení dle tohoto čl. 5.8 uplatněny jakékoliv oprávněné nároky ze strany třetích osob, zavazuje se Zadavatel tyto nároky vypořádat a uhradit Poskyvateli veškeré náklady, které mu v důsledku uplatnění takových nároků vznikly.
- 5.9 V případě, že Zadavatel zruší či jinak ukončí již uzavřenou Objednávku umístění produktu nebo jakoukoli její část, je povinen uhradit Poskytovateli Smluvní poplatek ve výši Ceny propagace odpovídající zrušené Úplňující objednávce či její části.

ČÁST 6.

DALŠÍ PODMÍNKY PROPAGACE

A. Reklamace

- 6.1 V případě, že Poskyvatel poskytne Zadavateli vadné plnění, vznikne Zadavateli za podmínek dle čl. 6.4 těchto Všeobecných podmínek nárok na slevu z Ceny propagace dle čl. 6.5 těchto Všeobecných podmínek.
- 6.2 Za vadné plnění na straně Poskytovatele se považuje zejména:
- odvysílání Spotu v jiné než požadované kvalitě,
 - odvysílání jiného Spotu než požadovaného Zadavatelem, s výjimkou situace uvedené v čl. 4.8 těchto Všeobecných podmínek; a

- (c) umístění jiného Produktu než požadovaného Zadavatelem v příslušné Objednávce umístění produktu, s výjimkou situace uvedené v čl. 5.5 těchto Všeobecných podmínek,

přičemž vadné plnění dle písm. (a) až (c) výše se nepovažuje za podstatné porušení smlouvy.

- 6.3 Za vadné plnění na straně Poskytovatele se ani při splnění podmínek uvedených v čl. 6.2 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) přerušení vysílání Propagace, v případě plnění povinnosti Poskytovatele vyplývající z obecně závazných právních předpisů.

- 6.4 Zadavatel je povinen uplatnit reklamaci vadného plnění u Poskytovatele písemně ve lhůtě jednoho (1) měsíce ode dne, kdy byl příslušný Spot či Pořad obsahující Umístění produktu, 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.

- 6.5 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.

- 6.6 Pokud byl daňový doklad za Cenu propagace, ohledně níž byla uplatněna oprávněná reklamacie, již Poskytovatelem vystaven, uplatňuje se sleva z Ceny propagace formou opravného daňového dokladu. V ostatních případech Poskytovatel sníží o příslušnou slevu Cenu propagace účtovanou za vadné plnění Poskytovatele.

B. Smluvní poplatky

- 6.7 V případě uzavření Závazné objednávky vzniká Poskytovateli nárok na smluvní poplatek na úhradu nákladů spojených s uzavřením Závazné objednávky a krytí obchodního rizika na straně Poskytovatele vzniklého v důsledku nezávazného rezervování příslušné kapacity pro umístění Inzerce ve prospěch Zadavatele, a to v závislosti na výši Aktuálního objemu objednávky dle následující tabulky:

Aktuální objem objednávky (v Kč)	Smluvní poplatek (v Kč)
0 – 19 999 000	5 000 000
20 000 000 – 39 999 000	10 000 000
40 000 000 – 79 999 000	20 000 000
80 000 000 a více	30 000 000

V případě, že Zadavatel s uzavřenou Závaznou objednávkou umístí na příslušných TV kanálech s měřenou sledovaností v průběhu daného Relevantního období prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek pro umístění Reklamních spotů na TV kanálech s měřenou sledovaností Inzerce ve formě Reklamních spotů, pak bude smluvní poplatek snížen o částku Ceny reklamních spotů odpovídající objemu umístění Inzerce, nejvýše však o takovou částku, aby smluvní poplatek činil 0 Kč. Smluvní poplatek je splatný na základě odeslání výzvy Poskytovatele (a) poté, kdy mu Zadavatel oznámí, jakou část Aktuálního objemu objednávky v průběhu daného Relevantního období neumístí, nebo v případě, že k takovému oznámení nedojde (b) do patnácti (15) kalendářních dnů po uplynutí Relevantního období.

Výše smluvního poplatku vypočteného podle tabulky výše však nepřekročí: (i) 30 % Aktuálního objemu objednávky, pokud Zadavatel během prvního nebo druhého kalendářního čtvrtletí Relevantního období, resp. první poloviny Relevantního období, pokud je Relevantní období určeno jinak než jako jeden kalendářní rok, oznámí Poskytovateli, že v průběhu Relevantního období neumístí Inzerce v plném rozsahu Aktuálního objemu objednávky; nebo (ii) 35 % Aktuálního objemu objednávky, pokud Zadavatel během třetího kalendářního čtvrtletí Relevantního období, resp. třetí čtvrtiny Relevantního období, pokud je Relevantní období určeno jinak než jako jeden kalendářní rok, oznámí Poskytovateli, že v průběhu Relevantního období neumístí Inzerce v plném rozsahu Aktuálního objemu objednávky; nebo (iii) 40 % Aktuálního objemu objednávky, pokud

Zadavatel během čtvrtého kalendářního čtvrtletí Relevantního období, resp. čtvrté čtvrtiny Relevantního období, pokud je Relevantní období určeno jinak než jako jeden kalendářní rok, oznámí Poskytovateli, že v průběhu Relevantního období neumístí Inzerce v plném rozsahu Aktuálního objemu objednávky nebo pokud Zadavatel takové oznámení vůči Poskytovateli neučiní vůbec.

- 6.8 Ustanovení čl. 6.7 těchto Všeobecných podmínek nemá vliv na provedení Rekalifikace (jak je tento výraz definován v Cenových podmínkách) dle příslušných ustanovení Cenových podmínek ani na povinnost Zadavatele vrátit veškeré Poskytovatelem poskytnuté slevy v případě, že Zadavatel nesplní podmínky pro jejich poskytnutí dle příslušných ustanovení Cenových podmínek.

C. Náhrada škody

- 6.9 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 vysílání 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 vysílání Propagace Poskytovateli v průběhu daného Relevantního období. Odpovědnost za škodu a náhradu škody se řídí příslušnými ustanoveními Občanského zákoníku. Nárok na náhradu škody vzniklé v důsledku porušení povinnosti, za které přísluší smluvní pokuta či úroky z prodlení, není zaplacením smluvní pokuty či úroků z prodlení dotčen.

- 6.10 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.

D. Výpověď a odstoupení

- 6.11 Poskytovatel je oprávněn písemně vypovědět kteroukoliv Závaznou objednávku, Upřesňující objednávku či jinou smluvní dokumentaci uzavřenou mezi Zadavatelem a Poskytovatelem v souvislosti se zajištěním uveřejnění Inzerce na Mediálních kanálech z důvodů stanovených právními předpisy a dále z následujících důvodů:

- (a) Zadavatel porušil jakoukoli svou platební povinnost dle smluvní dokumentace uzavřené mezi Zadavatelem a Poskytovatelem v souvislosti se zajištěním uveřejnění Inzerce na Mediálních kanálech, za předpokladu, že toto porušení trvalo bez nápravy po dobu sedmi (7) dnů ode dne výzvy Poskytovatele k jeho odstranění;
- (b) pokud Zadavatel sám na sebe podal nebo třetí osoba na něj podala insolvenční návrh, nebo
- (c) pokud byly Zadavatelem a/nebo třetí osobou učiněny kroky směřující k pozastavení jeho platby, vyhlášení moratoria, zrušení nebo zániku Zadavatele a/nebo jmenování likvidátora Zadavatele;

výpověď je účinná okamžikem, kdy byla doručena Zadavateli, pokud v ní není stanoven pozdější okamžik účinnosti.

- 6.12 V případě porušení smluvní povinnosti Zadavatele (bez ohledu na to, zda se jedná o porušení podstatným způsobem či nikoli) je Poskytovatel oprávněn odstoupit od kterékoliv Závazné objednávky, Upřesňující objednávky či jiné smluvní dokumentace uzavřené mezi Zadavatelem a Poskytovatelem v souvislosti se zajištěním uveřejnění Inzerce na Mediálních kanálech kdykoli během trvání porušení a ve lhůtě dvaceti (20) pracovních dnů poté, kdy Zadavatel již svou povinnost splnil. Právo Poskytovatele odstoupit v případě porušení smluvní povinnosti Zadavatele je zachováno i tehdy, pokud Poskytovatel poskytne Zadavateli dodatečnou lhůtu ke splnění jeho povinnosti.

E. Řešení sporů

- 6.13 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 vysílání Propagace, budou řešeny nepsaně. Nebude-li smírného 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 či Úpřesňující objednávky, a to třetí rozhodčí. Po jednom rozhodčí 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 rozhodčí 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 jednacím jazykem rozhodčího řízení bude čeština.

F. Mlčenlivost

6.14 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 zajištěním vysílání Propagace. Důvěrnými informacemi se pro účely těchto Všeobecných podmínek rozumí zejména jakákoli Závazná objednávka, Úpřesňující objednávka či jakákoli další smluvní dokumentace písemně uzavřená mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajištěním 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 způsobilé subjekt, jehož se informace týkají, poškodit (dále jen „Důvěrné informace“). Jakákoli Důvěrná informace týkající se či vztahující se k Poskytovateli, zejména jakákoli Závazná objednávka, Úpřesňující objednávka či jakákoli další smluvní dokumentace písemně uzavřená mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v souvislosti se zajištěním vysílání Propagace, představuje obchodní tajemství Poskytovatele.

6.15 Povinnost mlčenlivosti dle čl. 6.14 těchto Všeobecných podmínek se nevztahuje na zpřístupnění Důvěrných informací

- společnostem, které tvoří společně s Poskytovatelem nebo Zadavatelem koncern ve smyslu příslušných ustanovení Zákona o obchodních korporacích;
- 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;
- pokud Poskytovatel nebo Zadavatel ke zpřístupnění Důvěrné informace dále předem písemný souhlas; nebo
- v případě zákonem uložené povinnosti přezkázat nebo oznámit správní trestného činu, jiné zákonem stanovené povinnosti anebo pokud zpřístupnění Důvěrných informací vyžaduje příslušný orgán veřejné moci Poskytovatel či Zadavatel je v takovém případě povinen označit poskytnuté informace jako obchodní tajemství a Zadavatel je povinen bez zbytečného odkladu vyrozumět o jejich poskytnutí Poskytovatele.

6.16 Bez ohledu na čl. 6.14 těchto Všeobecných podmínek je Poskytovatel či Zadavatel oprávněn poskytnout příslušnou Závaznou objednávku nebo Úpřesňující objednávku či informace v nich uvedené a/nebo s nimi související, jakož i návrh Závazné objednávky nebo Úpřesňující objednávky či cenové kalkulace, které jsou podkladem takového návrhu, příslušnému Klientovi, k jehož prezentaci nebo k propagaci jehož výrobků či služeb tato Závazná objednávka nebo Úpřesňující objednávka byla či bude uzavřena mezi Poskytovatelem a Zadavatelem. Zadavatel je v takovém případě povinen označit poskytnuté informace jako obchodní tajemství Poskytovatele a písemně zavázat Klienta povinností nepřístupnit poskytnuté informace žádné třetí osobě. Poskytovatel je dále oprávněn, Důvěrné informace použít a v nezbytném rozsahu zpřístupnit třetím stranám v případě, že je to nezbytné za účelem ochrany jeho práv a oprávněných zájmů, včetně vymáhání či postoupení dlužných pohledávek.

G. Dodržování omezujících opatření

6.17 Zadavatel je plně odpovědný vůči Poskytovateli za to, že se na Předmětné osoby během celého Relevantního období žádnými způsoby nevztahují omezující opatření (hospodářské sankce) uvalené na základě přímo použitelných předpisů Evropské unie nebo právních předpisů České republiky, tedy zejména že žádná z Předmětných osob:

- není vládou Ruské federace či právníkou osobou, subjektem nebo orgánem usazeným v Ruské federaci a nejedná ve prospěch těchto osob (s výjimkou právníckých osob, subjektů či orgánů usazených v Rusku, které vlastní nebo ovládá právnícká osoba,

subjekt nebo orgán založený nebo zřízený podle práva některého členského státu EU či EHP, Švýcarska, USA, Japonska, Spojeného království, Jižní Koreje, Austrálie, Kanady, Nového Zélandu nebo Norska);

- není osobou, jejíž finanční prostředky a hospodářské zdroje jsou zmrazeny či v jejíž prospěch nesmí být zpřístupněny finanční prostředky nebo hospodářské zdroje podle přímo použitelných předpisů Evropské unie nebo právních předpisů České republiky;
- nepodílí se na činnostech, jejichž cílem nebo následkem je obcházení omezujících opatření uvalených na základě přímo použitelných předpisů Evropské unie nebo právních předpisů České republiky.

6.18 Zadavatel se zavazuje neumisťovat inzerce týkající se obsahu, výrobků nebo služeb prováděných, vytvořených nebo vysílaných právníckými osobami, subjekty nebo orgány uvedenými v příloze XV nařízení Rady (EU) č. 833/2014, o omezujících opatřeních vzhledem k činnosti Ruska destabilizující situaci na Ukrajině, ve znění pozdějších předpisů.

6.19 Zadavatel se zavazuje, že k prokázání skutečnosti dle čl. 6.17 výše bez zbytečného odkladu, nejpozději však do pěti (5) pracovních dnů od vyžádání Poskytovatele, poskytne doklady k prokázání vlastnické struktury Zadavatele a Klienta, včetně jejich skutečných majitelů, ve formě a rozsahu přijatelných pro Poskytovatele. Zadavatel se zavazuje informovat Poskytovatele o každé změně, v jejím důsledku některá z Předmětných osob přestane v průběhu Relevantního období splňovat podmínky čl. 6.17 výše, a to neprodleně poté, co taková změna nastane. Zadavatel se rovněž zavazuje informovat Poskytovatele, hrozí-li, že některá z Předmětných osob přestane v průběhu Relevantního období splňovat podmínky čl. 6.17 výše, a to neprodleně poté, co se o tom dozví.

6.20 V případě, že (i) některá z Předmětných osob nespĺňuje požadavky uvedené v čl. 6.17 výše, a/nebo (ii) Zadavatel poruší povinnost dle čl. 6.18 nebo čl. 6.19 výše, a/nebo (iii) dle důvodného názoru Poskytovatele nastala některá ze situací dle bodu (i) nebo bodu (ii) výše, je Poskytovatel oprávněn:

- neuvěřitelně inzerce s následky dle těchto Všeobecných podmínek;
- písemně zrušit, vypovědět či odstoupit od předmětné Závazné objednávky, Úpřesňující objednávky či jakékoliv jiné smluvní dokumentace uzavřené mezi Zadavatelem a Poskytovatelem.

ČÁST 7.

PODMÍNKY PRO NÁKUP PROPAGACE NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH JINÝCH PROVOZOVATELŮ

7.1 V případě, že Poskytovatel nemůže z kapacitních či programových důvodů uspokojit poptávku po umístění Propagace na Televizních kanálech NOVA, může Zadavatel nabídnout, pokud má tuto možnost, umístění Propagace na Televizních kanálech jiných provozovatelů. Zadavatel nakupuje Propagaci na Televizních kanálech jiných provozovatelů za podmínek určených Poskytovatelem a sdělených Zadavatelem a na základě smluvní dokumentace písemně uzavřené mezi Zadavatelem a Poskytovatelem, přičemž cena Ratingového bodu v Prime Time při dělec Reklamního spotu 30 sekund vysílaného na Televizních kanálech jiných provozovatelů nebude nižší než Referenční CPP uvedené v Závazné objednávce uzavřené Zadavatelem pro příslušného Klienta a příslušné Relevantní období. Pro vyloučení pochybností se uvádí, že (i) ostatní části těchto Všeobecných podmínek se na nákup Propagace na Televizních kanálech jiných provozovatelů neuplatní a (ii) nákup Propagace na Televizních kanálech jiných provozovatelů nemavyluje celkový Objem objednávky nakoupený příslušným Zadavatelem.

7.2 Poskytovatel může Zadavatel nabídnout, pokud má tuto možnost, umístění Propagace na Televizních kanálech jiných provozovatelů ze skupiny Provozovatele. Zadavatel nakupuje Propagaci na Televizních kanálech jiných provozovatelů ze skupiny Provozovatele za podmínek určených Poskytovatelem a sdělených Zadavatelem a na základě smluvní dokumentace písemně uzavřené mezi Zadavatelem a Poskytovatelem. Pro vyloučení pochybností se uvádí, že (i) ostatní části těchto Všeobecných podmínek se na nákup Propagace na Televizních kanálech jiných provozovatelů ze skupiny Poskytovatele neuplatní s výjimkou nákupu Propagace na TV MARKIZA INTERNATIONAL (TV MARKIZA INTERNATIONAL se za tímto účelem považuje za Televizní kanál s měřenou sledovaností, pokud Provozovatel nestanoví pro konkrétní případ či případy jinak) a (ii) nákup Propagace na Televizních kanálech jiných provozovatelů ze skupiny Poskytovatele

nenavýšuje celkový Objem objednávky nakoupený příslušným Zadavatelem.

ČÁST 8. SPOLEČNÁ A ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

- 8.1 Dojde-li k uzavření Závazné objednávky či Uplňující objednávky mezi Poskytovatelem a Zadavatelem, představuje příslušná Závazná objednávka či Uplňující objednávka úplnou dohodu mezi Poskytovatelem a Zadavatelem ohledně jejího předmětu a nahrazuje veškeré předchozí smlouvy, dohody či ujednání, ať již písemné nebo ústní, týkající se předmětu příslušné Závazné objednávky či Uplňující objednávky, s výjimkou jiných Závazných objednávek či Uplňujících objednávek dosud uzavřených mezi Poskytovatelem a Zadavatelem v daném Relevantním období.
- 8.2 Obsah Závazné objednávky či Uplňující objednávky uzavřené mezi Poskytovatelem a Zadavatelem může být měněn pouze na základě písemné dohody mezi Poskytovatelem a Zadavatelem, podepsané Poskytovatelem a Zadavatelem.
- 8.3 K platnému uzavření Závazné objednávky či Uplňující objednávky mezi Poskytovatelem a Zadavatelem může dojít pouze tehdy, pokud příslušná smluvní strana přijme návrh na uzavření Závazné objednávky či Uplňující objednávky bez jakýchkoli dodatků či odchylek.
- 8.4 Poskytovatel je oprávněn jednostranně měnit tyto Všeobecné podmínky, Cenové podmínky a příslušné ceníky uvádějící základní parametry pro určení Ceny propagace, přičemž takovouto případnou změnou nejsou dotčeny vztahy vyplývající z již uzavřených Závazných objednávek či Uplňujících objednávek.
- 8.5 Vztahy vyplývající z těchto Všeobecných podmínek, včetně vztahů vyplývajících z Cenových podmínek, Závazných objednávek či Uplňujících objednávek se řídí právem České republiky. Strany výslovně vylučují použití ustanovení § 1765 a 1798 až 1800 Občanského zákoníku.
- 8.6 Tyto Všeobecné podmínky, jakož i Cenové podmínky, jsou vydány v českém a anglickém jazyce. V případě rozporu mezi českou a anglickou verzí je rozhodující česká verze.

CENOVÉ PODMÍNKY PROPAGACE NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH NOVA

3. říjen 2023

PREAMBULE

Tyto Cenové podmínky představují obecné podmínky pro určení ceny za (i) odvysílání Spotů na Televizních kanálech NOVA a (ii) Umístění produktu do Pořadů odvysílání na Televizních kanálech NOVA a vztahují se na všechny Zadavatele, kteří na Televizních kanálech NOVA 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 3. října 2023 a nahrazují veškeré předchozí cenové podmínky vysílání Propagace na Televizních kanálech NOVA.

OBSAH

1. Definice
2. Cenové podmínky pro umístění 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. Rekalkulace
3. Cenové podmínky pro umístění 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, TV NOVA ACTION, TV NOVA FUN, TV NOVA GOLD a TV NOVA LADY
4. Cenové podmínky pro umístění Spotů na TV NOVA SPORT
 - A. Reklamní spoty
 - B. Sponzorské spoty
 - C. Sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT
5. Cenové podmínky pro Umístění produktu do Pořadů na Televizních kanálech NOVA
 - A. Obecná úprava určení Ceny umístění produktu
 - B. Sleva z Ceny umístění produktu
6. Cenové podmínky dalších forem Propagace na Televizních kanálech NOVA

ČÁST I DEFINICE

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

„Cena propagace na TV NOVA SPORT“ znamená (i) Cenu reklamních spotů TV NOVA SPORT, (ii) Cenu sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT, (iii) cenu dalších forem Propagace na TV NOVA SPORT a (iv) cenu balíčků Propagace na 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 vysílání na TV NOVA SPORT;

„Ceník balíčků propagace na TV NOVA SPORT“ znamená ceník uvádějící ceny balíčků Propagace na TV NOVA SPORT a případně zvláštní nabídky Poskytovatele. Ceník balíčků propagace na TV NOVA SPORT vydává Poskytovatel a jeho aktuální znění je k dispozici v sídle Poskytovatele a na internetových stránkách Poskytovatele;

„Ceník reklamních spotů TV NOVA SPORT“ znamená ceník uvádějící zejména základní parametry pro určení Ceny reklamních spotů TV NOVA SPORT a případně zvláštní nabídky Poskytovatele. Ceník reklamních spotů TV NOVA SPORT vydává Poskytovatel a jeho aktuální znění je k dispozici v sídle Poskytovatele a na internetových stránkách Poskytovatele;

„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 aktuální znění je k dispozici v sídle Poskytovatele a na internetových stránkách Poskytovatele;

„Ceník umístění produktu“ znamená ceník uvádějící zejména Cenu umístění produktu. Ceník umístění produktu vydává Poskytovatel a jeho aktuální znění je k dispozici v sídle Poskytovatele a na internetových stránkách Poskytovatele;

„Cenové podmínky“ znamená tyto Cenové podmínky propagace na Televizních kanálech NOVA;

„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. 3.5 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;

„Koeficient frekvence“ je roven číslu 0,97. Poskytovatel je oprávněn změnit hodnotu Koeficientu frekvence v závislosti na významné změně ve struktuře diváků příslušných Kanálů s měřenou sledovaností, takovou změnu je Poskytovatel oprávněn přijmout nejvýše jednou za kalendářní čtvrtletí. Poskytovatel je povinen o takové změně Koeficientu frekvence informovat písemně Zadavatele;

„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 televizi 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 zajišťující peoplemetrové měření. V případě pověření více subjektů dle bodů (i) a (ii) výše se za rozhodné považují oficiální údaje o televizi sledovanosti v České republice získané na základě peoplemetrového měření prováděného tím pověřeným subjektem, kterého určí Poskytovatel;

„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 64% Ratingových bodů, (ii) TV NOVA CINEMA 14% Ratingových bodů a (iii) TV NOVA ACTION společně s TV NOVA FUN, TV NOVA GOLD, TV NOVA LADY, TV MARKÍZA INTERNATIONAL, Nova.cz TVC a dalšími Televizními kanály s měřenou sledovaností, které Poskytovatel v budoucnu určí, 22% Ratingových bodů nebo v jiném poměru, který bude v důsledku změny poměru sledovanosti jednotlivých Televizních kanálů s měřenou sledovaností a/nebo v důsledku změny ve výtu nabízených Televizních kanálů s měřenou sledovaností sdělen Poskytovatelem Zadavatel před uzavřením Uprášující objednávky a uveden v této Uprášující objednávce. Poskytovatel je oprávněn jakkoliv z Televizních kanálů s měřenou

sledovanosti z Poměru rozložení kdykoliv v budoucnu vypustit s tím, že tato skutečnost oznámí Zadavateli vhodným způsobem;

„**Poměr rozložení s frekvencí**“ 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 nejvýše 50% Ratingových bodů, (ii) TV NOVA CINEMA nejvýše 20% Ratingových bodů a (iii) TV NOVA ACTION společně s TV NOVA FUN, TV NOVA GOLD, TV NOVA LADY, TV MARKÉZA INTERNATIONAL, Nova.cz TVC a dalšími Televizními kanály s měřenou sledovaností, které Poskytovatel v budoucnu určí, nejméně 30% Ratingových bodů nebo v jiném poměru, který bude v důsledku změny poměru sledovanosti jednotlivých Televizních kanálů s měřenou sledovaností a/nebo v důsledku změny ve výtu nabízených Televizních kanálů s měřenou sledovaností sdělen Poskytovatelem Zadavateli před uzavřením Úpřesňující objednávky a uveden v této Úpřesňující objednávce. Poskytovatel je oprávněn jakýkoliv z Televizních kanálů s měřenou sledovaností z Poměru rozložení s frekvencí kdykoliv v budoucnu vypustit s tím, že tuto skutečnost oznámí Zadavateli vhodným způsobem;

„**Poslední relevantní období**“ má význam uvedený v čl. 2.36 těchto Cenových podmínek;

„**Premiový reklamní blok**“ znamená Reklamní blok označený Poskytovatelem za premiový v okamžiku uveřejnění programu vysílání („Program skupiny Nova“) na následující kalendářní měsíc;

„**Prime Time**“ znamená část každého dne kalendářního týdne mezi (i) 17:30 – 19:14 hod. a 21:16 – 23:30 hod. ve vztahu k TV NOVA a (ii) část každého dne kalendářního týdne mezi 17:30 – 23:30 hod. ve vztahu ke všem jiným Televizním kanálům s měřenou sledovaností než TV NOVA;

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

„**Referenční CPP**“ znamená cenu Ratingového bodu při délce Reklamního spotu 30 sekund, jak je uvedena čl. 2.12 těchto Cenových podmínek;

„**Rekalkulace**“ má význam uvedený v čl. 2.36 těchto Cenových podmínek;

„**Super Prime Time**“ znamená část každého dne kalendářního týdne mezi 19:15 – 21:15 hod. ve vztahu k TV NOVA;

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

„**Všeobecné podmínky**“ znamená Všeobecné podmínky propagace na Televizních kanálech NOVA, upravující obecné podmínky zajištění vysílání Spotů na Televizních kanálech NOVA a Umístění produktu do Pořadu 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

2.1 Tato Část 2 Cenových podmínek stanoví obecné podmínky pro určování a případnou další úpravu ceny za odvysílání Reklamních spotů na Televizních kanálech s měřenou sledovaností.

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

2.2 Cena reklamních spotů nakoupených Zadavatelem prostřednictvím jedné či více Závazných objednávek se určuje jako násobek počtu Ratingových bodů objednaných dle příslušné Úpřesňující objednávky a Referenčního CPP dle čl. 2.12 těchto Cenových podmínek, a dále 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 výslovně stanoveno jinak.

2.3 Bez ohledu na ustanovení čl. 2.2 těchto Cenových podmínek se v následujících případech Cena reklamních spotů určuje jako násobek skutečně doručeného počtu Ratingových bodů a Referenčního CPP dle čl. 2.12 těchto Cenových podmínek, a dále upraveného dle těchto Cenových podmínek tak, aby byly zohledněny veškeré rozhodné parametry příslušného Reklamního spotu a jeho umístění na Televizních kanálech s měřenou sledovaností:

(a) pokud nebyl doručen plný počet Ratingových bodů, které Zadavatel objednal Úpřesňující objednávkou; nebo

(b) pokud Zadavatel rozhodl o umístění Reklamních spotů, u kterých bude počet skutečně doručených Ratingových bodů vyšší než

počet Ratingových bodů, které Zadavatel objednal Úpřesňující objednávkou; nebo

(c) pokud Zadavatel na základě Úpřesňující objednávky objedná Reklamní kampaň, jejíž trvání nepřesáhne čtyři (4) dny (včetně), přičemž v takovém případě je Zadavatel bez ohledu na ustanovení čl. 2.9 těchto Cenových podmínek povinen rozhodnout o umístění všech Reklamních spotů dle této Úpřesňující objednávky a není, bez ohledu na ustanovení čl. 2.5 těchto Cenových podmínek, oprávněn určit minimální počet požadovaných Ratingových bodů. Avšak v případě, kdy je Reklamní kampaň zahájena na konci jednoho kalendářního měsíce a bezprostředně pokračuje od prvního dne následujícího kalendářního měsíce a její celkové trvání je alespoň sedm (7) dnů (včetně) se Cena reklamních spotů určuje dle čl. 2.2 těchto Cenových podmínek.

2.4 Referenční CPP se určí a upraví dle Cenových podmínek, platných ke dni uzavření příslušné Závazné objednávky (ustanovení čl. 2.15 Všeobecných podmínek není tímto dotčeno). 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 Dílčí objem objednávky nakoupený na základě takové nové Závazné objednávky bude stanovena na základě Cenových podmínek platných ke dni uzavření takové nové Závazné objednávky na základě Aktuálního objemu objednávky.

2.5 Zadavatel je oprávněn v Úpřesňující objednávce uvést minimální počet Ratingových bodů, které mají být umístěny v (i) Super Prime Time, (ii) Prime Time a (iii) Off Prime Time; to neplatí v případě, že mají být Ratingové body umístěny na Nova.cz TVC. Při stanovení Ceny reklamních spotů se nepřihlíží k časovým posunům 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 Úpřesňující objednávce. Poskytovatel je oprávněn s ohledem na kapacitní a programové důvody přesunout Reklamní spot do jiného než Zadavatelem požadovaného Časového pásma, přičemž v takovém případě se pro výpočet ceny příslušného Reklamního spotu použije koeficient odpovídající Časovému pásmu, ve kterém byl příslušný Reklamní spot skutečně odvysílán. Přesunem Reklamního spotu do jiného než Zadavatelem požadovaného Časového pásma může dojít ke změně celkového počtu Ratingových bodů objednaných příslušnou Úpřesňující objednávkou, aniž by však došlo k navýšení části Objemu objednávky umístěné takovou Úpřesňující objednávkou.

2.6 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

2.7 V případě, že Oficiální data pro část nebo celé období trvání Reklamní kampaně nejsou z jakéhokoliv 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.

2.8 Poskytovatel doručí Zadavatelem požadovaný počet Ratingových bodů v poměru rozložení dohodnutém v Úpřesňující objednávce, a to v Poměru rozložení nebo v Poměru rozložení s frekvencí. Poskytovatel je oprávněn změnit poměry rozložení v závislosti na změně poměru sledovanosti jednotlivých Televizních kanálů s měřenou sledovaností. Poskytovatel je povinen písemně informovat Zadavatele o případné změně poměru rozložení. Poskytovatel je dále oprávněn kdykoliv v budoucnu zařadit do nabídky jiné definované poměry rozložení nebo jakékoliv definované poměry rozložení z nabídky odebrat s tím, že tuto skutečnost oznámí Zadavateli vhodným způsobem.

2.9 Zadavatel je oprávněn prostřednictvím Úpřesňující 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 Úpřesňující objednávkou, přičemž rozhodnutí o umístění zbyvajících částí Reklamních spotů náleží Poskytovateli. Ustanovením tohoto čl. 2.9 není dotčeno oprávnění Poskytovatele dle čl. 2.5 věty třetí těchto Cenových podmínek.

2.10 V případě, že bude Zadavateli ze strany Poskytovatele přiznána jakákoliv sleva či budou aplikovány určité koeficienty a Zadavatel následně nesplní podmínky stanovené pro poskytnutí takové slevy, resp. pro aplikaci takových koeficientů, je Poskytovatel oprávněn

částku odpovídající slevě, resp. aplikaci takových koeficientů, na kterou Zadavatelé nevmkli nárok, vypočítat Zadavatelé k úhradě v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení období, ve kterém bylo plnění podmínek pro přiznání slevy ze strany Zadavatelé Poskytovatelem hodnoceno, nebo kdykoliv později, nejpozději však v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení Relevantního období.

2.11 Společně s Cenou reklamních spotů bude Zadavatelé vypočítána 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 tak, že snížené Referenční CPP se rovná výši Aktuálního objemu objednávky vydělené celkovým počtem pro ni příslušných Ratingových bodů (dále jen „Objemová sleva“). Celkový počet příslušných Ratingových bodů se určí jako součet Ratingových bodů určených podle následující tabulky zvlášť pro každý interval Aktuálního objemu objednávky, a to vždy jako podíl částky Aktuálního objemu objednávky dosažené v rámci daného intervalu v levém sloupci tabulky a pomocné veličiny pro identifikaci počtu Ratingových bodů v daném intervalu Aktuálního objemu objednávky uvedené v pravém sloupci tabulky. Finální snížené Referenční CPP pro danou výši Aktuálního objemu objednávky, které bude vypočteno výše uvedeným způsobem, je pro jednotlivé objemové intervaly Aktuálního objemu objednávky uvedeno v prostředním sloupci následující tabulky.

Interval Aktuálního objemu objednávky (v Kč)	Finální Referenční CPP na začátku a konci intervalu Aktuálního objemu objednávky (v Kč)	Pomocná veličina pro identifikaci počtu Ratingových bodů v daném intervalu Aktuálního objemu objednávky (v Kč)
méně než 1 999 999	34 521	34 521
2 000 000 – 4 999 999	34 521 – 33 458	32 785
5 000 000 – 9 999 999	33 458 – 32 749	32 070
10 000 000 – 19 999 999	32 749 – 31 865	31 028
20 000 000 – 29 999 999	31 865 – 30 980	29 350
30 000 000 – 39 999 999	30 980 – 30 273	28 331
40 000 000 – 49 999 999	30 273 – 29 741	27 789
50 000 000 – 59 999 999	29 741 – 29 033	25 945
60 000 000 – 69 999 999	29 033 – 28 325	24 710
70 000 000 – 79 999 999	28 325 – 27 617	23 502
80 000 000 – 89 999 999	27 617 – 26 908	22 328
90 000 000 – 109 999 999	26 908 – 25 669	21 261

2.13 V případě, že výše Aktuálního objemu objednávky dosáhne alespoň částky 110 000 000 Kč, náleží Zadavatelé Objemová sleva ve výši určené Poskytovatelem v závislosti na konkrétní dosažené výši Aktuálního objemu objednávky a popř. dalších objektivních kritériích, určených Poskytovatelem a sdělených Zadavatelé před uzavřením příslušné Závazné objednávky.

Měsíční, denní a jiné koeficienty

2.14 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů se Referenční CPP dále vynásobí příslušným koeficientem v závislosti na kalendářním měsíci (či jeho části), který je uveden ve vztahu k umístřovanému Reklamnímu spotu v příslušné Úpřesňující objednávce:

Kalendářní měsíc	Koeficient
Leden	0,70
Únor	1,00
Březen	1,30
Duben	1,40
Květen	1,45
Červen	1,45

Kalendářní měsíc	Koeficient
Červenec	0,85
Srpen	1,00
Září	1,50
Říjen	1,50
Listopad	1,45
Prosinec A (1. – 22.)	1,45
Prosinec B (23. – 31.)	1,00

2.15 V případě, že Zadavatelé umístří prostřednictvím jedné či více Úpřesňujících objednávek určitou část Objemu objednávky, jejíž minimální či maximální výše bude určena a sdělena Poskytovatelem Zadavatelé, do období jakéhokoli kalendářního měsíce(-ů) nebo jeho části uvedené v tabulce v čl. 2.14 těchto Cenových podmínek, přičemž výši takto Zadavatelem umístřované části Objemu objednávky sdělí Zadavatelé Poskytovatelé před uzavřením příslušné Závazné objednávky, pak se Referenční CPP ve vztahu k takovéto části Objemu objednávky vynásobí v závislosti na její výši koeficientem odlišným od koeficientu uvedeného v tabulce v čl. 2.14 těchto Cenových podmínek, jehož příslušná výše bude sdělena Zadavatelé Poskytovatelem při uzavření Závazné objednávky.

2.16 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů v Prime Time se Referenční CPP vynásobí koeficientem 1,10.

2.17 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů v Off Prime Time se Referenční CPP vynásobí koeficientem 1,00.

2.18 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů v Super Prime Time se Referenční CPP vynásobí koeficientem 1,20.

2.19 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů na Nova.cz TVC se Referenční CPP vynásobí koeficientem 3,00, koeficient pro Prime Time, Super Prime Time a Off Prime Time se neuplatní.

2.20 V případě, že si Zadavatelé přeje doručit příslušný počet Ratingových bodů v Poměru rozložení s frekvencí, vynásobí se Referenční CPP Koeficientem frekvence.

2.21 V případě, že si Zadavatelé přeje doručit příslušný počet Ratingových bodů v jiném poměru rozložení, než je Poměr rozložení nebo Poměr rozložení s frekvencí, při kterém bude podíl Ratingových bodů ve vztahu k TV NOVA vyšší než u Poměru rozložení, resp. Poměru rozložení s frekvencí, vynásobí se Referenční CPP pro účely stanovení Ceny reklamních spotů koeficientem 1,15. V případě splnění určitých objektivních kritériích stanovených Poskytovatelem a předem sdělených Zadavatelé může být koeficient uvedený v předchozí větě určen Poskytovatelem v odlišné výši, přičemž tato odlišná výše bude Zadavatelé sdělena před uzavřením příslušné Závazné objednávky.

2.22 V případě, že Zadavatelé umístří prostřednictvím jedné či více Úpřesňujících objednávek značně vysokou část Objemu objednávky, jejíž minimální výše bude určena a sdělena Poskytovatelem Zadavatelé, výlučně na Ostatní mediální kanály v požadované struktuře, přičemž výši takto Zadavatelem umístřované části Objemu objednávky a požadovanou strukturu jejího umístření sdělí Zadavatelé Poskytovatelé před uzavřením příslušné Závazné objednávky, pak se Referenční CPP ve vztahu k takovéto části Objemu objednávky vynásobí koeficientem, jehož příslušná výše bude sdělena Zadavatelé Poskytovatelem při uzavření Závazné objednávky.

Sleva na první Reklamní kampaň

2.23 V případě, že Zadavatelé nakoupí Závaznou objednávkou a umístří prostřednictvím jedné či více Úpřesňujících objednávek Propagaci propagující Zadavatelé nebo jednoho jeho Klienta, který neumístřil na Televizních kanálech s měřenou sledovaností Propagaci ve formě Reklamních spotů v předchozích 24 měsících před podpisem příslušné Závazné objednávky, pak se Referenční CPP, aplikovatelné na Reklamní spoty nakoupené příslušnou Závaznou objednávkou a umístřené prostřednictvím jedné či více Úpřesňujících objednávek Zadavatelem na Televizních kanálech s měřenou sledovaností, vynásobí koeficientem 0,9.

Sleva za včasné uzavření Závazné objednávky

2.24 V případě, že Zadavatelé (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávkou v souladu s čl. 2.2 Všeobecných podmínek nejpozději 1. prosince 2023 a zároveň (ii) řádně umístří na příslušných Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Úpřesňujících 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.

2.25 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Záväznou objednávku v souladu s čl. 2.2 Všeobecných podmínek mezi 2. prosincem 2023 a 12. lednem 2024 včetně a zároveň (ii) řádně umístí na příslušných Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Uplatňujících objednávek Dílčí objem objednávky nakoupený touto Záväznou objednávkou, použije se pro stanovení Ceny reklamních spotů nakoupených prostřednictvím takové Záväzné objednávky Referenční CPP vynásobené koeficientem 0,95.

Další slevy

2.26 Další slevy mohou být sjednány v Záväzné objednávce tak, aby zohlednily případné závazky Zadavatele, a to (i) závazek Zadavatele nevyužít, ve stanoveném rozsahu, svého oprávnění rozhodnout o umístění Reklamních spotů podle čl. 2.9 těchto Cenových podmínek, nebo (ii) závazek uhradit za stanovených podmínek část Dílčího objemu objednávky před prvním odvysíláním Propagace nakoupené příslušnou Záväznou objednávkou.

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

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

Délka Reklamního spotu (v sekundách)	Koeficient
10	0,50
15	0,85
20	0,90
25	0,95
30	1,00
35	1,20
40	1,35
45	1,50
50	1,65
55	1,85
60	2,00

2.28 V případě, že Zadavatel umístí značně vysokou část Objemu objednávky, jejíž minimální výše bude určena a sdělena Poskytovatelem Zadavateli před uzavřením příslušné Záväzné objednávky, prostřednictvím Reklamních spotů s určitou jednotnou délkou, pak se Referenční CPP ve vztahu k těmto Reklamním spotům vynásobí koeficientem odlišným od koeficientu uvedeného v tabulce v čl. 2.27 těchto Cenových podmínek, jehož příslušná výše bude sdělena Zadavateli Poskytovatelem při uzavření Záväzné objednávky. Pokud má Reklamní spot jinou délku, než která je uvedena v tabulce v čl. 2.27 těchto Cenových podmínek, a nebude uplatněn postup dle předchozí věty, použije se koeficient vztahující se k nejbližší vyšší délce Reklamního spotu. V případě Reklamních spotů delších než šedesát (60) sekund anebo kratších než deset (10) sekund bude jejich cena sdělena Poskytovatelem Zadavateli na základě žádosti Zadavatele.

2.29 V případě, že Reklamní spot obsahuje propagaci obchodní značky (brandu) také jiného subjektu, účtuje Poskytovatel Zadavateli příhrádku ve výši 15% z ceny takového Reklamního spotu za každou takovou obchodní značku (brand). V případě splnění určitých objektivních kritérií stanovených Poskytovatelem a předem sdělených Zadavateli může být příhrádka uvedena v předchozí větě určena Poskytovatelem v odlišné výši, přičemž tato odlišná výše bude Zadavateli sdělena před uzavřením příslušné Záväzné objednávky. 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.

2.30 V případě, že Reklamní spot obsahuje zobrazení loga jiného subjektu a tento jiný subjekt není v Reklamním spotu žádným jiným způsobem prezentován a délka zobrazení daného loga nepřesáhne pět (5) sekund, potom Poskytovatel nebude Zadavateli příhrádku dle čl. 2.29 těchto Cenových podmínek účtovat. Poskytovatel nebude Zadavateli příhrádku dle čl. 2.29 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.

2.31 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:

Celková délka obou částí Tandemového spotu (v sekundách)	Koeficient
15	0,95
20	1,00
25	1,10
30	1,25
35	1,35
40	1,50
45	1,60
50	1,70
55	1,85
60	2,00

2.32 V případě, že celková délka obou částí Tandemového spotu má délku odlišnou od délek uvedených v tabulce v čl. 2.31 těchto Cenových podmínek, vypočítá se cena Tandemového spotu vynásobením Ceny Reklamního spotu koeficientem použitelným pro nejbližší vyšší délku Reklamního spotu. V případě, že Zadavatel umístí prostřednictvím jedné či více Uplatňujících objednávek značně vysokou část Objemu objednávky, jejíž minimální výše bude určena a sdělena Poskytovatelem Zadavateli při uzavření příslušné Záväzné objednávky, prostřednictvím Tandemových spotů s určitou jednotnou délkou obou částí takových spotů, pak se Referenční CPP ve vztahu k těmto Tandemovým spotům vynásobí koeficientem odlišným od koeficientu uvedeného v tabulce v čl. 2.31 těchto Cenových podmínek, jehož příslušná výše bude sdělena Zadavateli Poskytovatelem při uzavření Záväzné objednávky.

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

2.34 Za umístění Reklamního spotu do Prémiového reklamního bloku účtuje Poskytovatel Zadavateli Cenu reklamního spotu zvýšenou o příhrádku 10%, ledaže Poskytovatel předem oznámí, že v určitém kalendářním měsíci nebude tuto příhrádku uplatňovat.

2.35 V případě umístění Reklamního spotu na Vyžádané pozici účtuje Poskytovatel Zadavateli příhrádku ve výši 10% z Ceny reklamního spotu. V případě splnění určitých objektivních kritérií stanovených Poskytovatelem a předem sdělených Zadavateli může být příhrádka uvedená v předchozí větě určena Poskytovatelem v odlišné výši, přičemž tato odlišná výše bude Zadavateli sdělena před uzavřením příslušné Záväzné objednávky.

D. Rekalkulace

2.36 Pokud Zadavatel řádně neumístí v průběhu Relevantního období končícího neopozdějším dnem (dále jen „**Poslední relevantní období**“) prostřednictvím jedné či více Uplatňujících objednávek Aktuální objem objednávek vyplývající z poslední Záväzné objednávky uzavřené mezi Poskytovatelem a Zadavatелеm k Propagaci jednoho Zadavatele či Klienta, provede Poskytovatel ke konci Posledního relevantního období přepočítání Ceny reklamních spotů umístěných do konce Posledního relevantního období (dále jen „**Rekalkulace**“). V rámci Rekalkulace bude Cena reklamních spotů Poskytovatelem přepočítána ve vztahu k jednotlivým Záväzným objednávkám, a to tak, že Referenční CPP původně stanovené v příslušné Záväzné objednávce pro výpočet Ceny reklamních spotů se upraví tak, aby odpovídalo skutečně řádně umístěné části Aktuálního objemu objednávek. Na základě Referenčního CPP upraveného dle předchozí věty se nově vypočte Cena reklamních spotů ve vztahu k příslušné Záväzné objednávce. Poskytovatel oznámí Zadavateli rozdíl mezi původně účtovanou Cenou reklamních spotů a nově vypočtenou Cenou reklamních spotů v důsledku Rekalkulace do pondělí (15) kalendářních dnů po uplynutí Posledního relevantního období.

2.37 Do skutečně řádně umístěné části Aktuálního objemu objednávek se pro účely Rekalkulace započítá rovněž Propagace nakoupená za účelem odvysílání Zvláštní reklamní kampaně a řádně umístěná Zadavatelem prostřednictvím příslušné Uplatňující objednávky.

2.38 V rámci Rekalkulace nebude ve vztahu k jednotlivým Záväzným objednávkám aplikováno nižší Referenční CPP než Referenční CPP stanovené v příslušné Záväzné objednávce.

- 2.39 Zadavatel je povinen zaplatit Poskytovateli rozdíl Ceny reklamních spotů stanovený v důsledku Rekalibrace do čtyřiceti (40) kalendářních dnů ode dne odeslání výzvy Poskytovatelem.

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

- 3.1 Tato Část 3 Cenových podmínek stanoví obecné podmínky pro určení a případnou další úpravu ceny za odvysílání Sponzorských spotů na Televizních kanálech s měřenou sledovaností.
- A. Obecná úprava určení Ceny sponzorských příspěvků**
- 3.2 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 příslušné Úpřesňující objednávky, prostřednictvím které mají být Sponzorské spoty na Televizních kanálech s měřenou sledovaností umístěny.
- 3.3 Cena sponzorských příspěvků uvedená v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků se vztahuje na Sponzorské spoty o délce deseti (10) sekund umístěné v kalendářním měsíci březnu.
- 3.4 Zveřejněný příslušný Ceník sponzorských příspěvků obsahuje Cenu sponzorských příspěvků ve vztahu k programu nebo tradičním pořadům Poskytovatele Cenu sponzorských příspěvků obledné pořadí nezveřejněných v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků zašle Poskytovatel Zadavateli na jeho žádost.
- 3.5 Sponzorský spot k pořadu může být odvysílán v podobě samostatného audiovizuálního vzázu či včleněný 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.
- 3.6 Případné další podmínky a formy Sponzorování mohou být stanoveny v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků.
- 3.7 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.
- 3.8 V případě, že:
- (a) Zadavatel má zájem stát se výhradním sponzorem konkrétního televizního pořadu na příslušném Televizním kanálu 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
- 3.9 V případě, že bude Zadavateli ze strany Poskytovatele přiznána jakákoliv sleva či budou aplikovány určité koeficienty a Zadavatel následně nesplní podmínky stanovené pro poskytnutí takové slevy, resp. pro aplikaci takových koeficientů, je Poskytovatel oprávněn částku odpovídající slevě, resp. aplikaci takových koeficientů, na kterou Zadavatel nevznikl nárok, vyúčtovat Zadavateli k úhradě v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení období, ve kterém bylo plnění podmínek pro přiznání slevy ze strany Zadavatele Poskytovatelem hodnoceno, nebo kdykoliv později, nejpozději však v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení Relevantního období.
- 3.10 Společně s Cenou sponzorských příspěvků bude Zadavateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.
- Základní úprava určení Ceny sponzorských příspěvků**
- 3.11 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 10%.
- 3.12 V závislosti na umístění Sponzorských spotů do příslušného kalendářního měsíce prostřednictvím jedné či více Úpřesňujících objednávek se určí Cena sponzorských příspěvků ve vztahu k takovým Sponzorským spotům jako součin ceny odpovídající takto umístěným

Sponzorským spotům dle příslušného Ceníku sponzorských příspěvků a koeficientu dle následující tabulky:

Kalendářní měsíc	Koeficient
Leden	1,00
Únor	1,10
Březen	1,10
Duben	1,30
Květen	1,30
Červen	1,30
Červenec	0,90
Srpen	1,10
Září	1,30
Říjen	1,45
Listopad	1,45
Prosinec	1,45

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

Aktuální objem objednávky odpovídající Sponzorování (v Kč)	Sleva z Ceny sponzorských příspěvků
0 – 499 999	5%
500 000 – 999 999	8%
1 000 000 – 1 999 999	10%
2 000 000 – 2 999 999	12%
3 000 000 – 3 999 999	14%
4 000 000 – 4 999 999	17%
5 000 000 – 5 999 999	20%
6 000 000 – 6 999 999	23%
7 000 000 – 8 999 999	25%
9 000 000 a více	30%

- 3.14 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 příspěvku za každou takovou obchodní značku (brand).
- Další úprava určení Ceny sponzorských příspěvků**
- 3.15 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku, prostřednictvím které nakoupí část Dílčího objemu objednávky jako Sponzorování, nejpozději 1. prosince 2023, a zároveň (ii) tuto část Dílčího objemu objednávky řádně umístí jako Sponzorování prostřednictvím jedné či více Úpřesňujících objednávek, vzniká Zadavateli ve vztahu k této části Dílčího objemu objednávky nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků upravené dle čl. 3.11 až 3.13 těchto Cenových podmínek ve výši 10%.
- 3.16 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku, prostřednictvím které nakoupí část Dílčího objemu objednávky jako Sponzorování, mezi 2. prosincem 2023 a 12. lednem 2024 včetně, a zároveň (ii) tuto část Dílčího objemu objednávky řádně umístí jako Sponzorování prostřednictvím jedné či více Úpřesňujících objednávek, vzniká Zadavateli ve vztahu k této části Dílčího objemu objednávky nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků upravené dle čl. 3.11 až 3.13 těchto Cenových podmínek ve výši 5%.
- 3.17 V případě, že Zadavatel nakoupí Závaznou objednávkou a umístí prostřednictvím jedné či více Úpřesňujících 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. 3.11 až 3.13 těchto Cenových podmínek ve výši 15%. V případě, že Dílčí objem objednávky nebo jeho část bude umístěna jako Sponzorování v pořadu Snídaně, uplatní se sleva dle předchozí věty pouze tehdy, pokud tento Dílčí objem objednávky nebo jeho část umístěna jako Sponzorování v pořadu Snídaně bude činit alespoň 100 000 Kč.
- 3.18 V případě, že Zadavatel nakoupí Závaznou objednávkou a umístí prostřednictvím jedné či více Úpřesňujících objednávek Sponzorování v rozsahu alespoň 25% Dílčího objemu objednávky na následujících kanálech: Nova Fun, Nova Action, Nova Lady nebo Nova Gold, 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. 3.11 až 3.13 těchto Cenových podmínek ve výši 5%.

3.19 V případě, že Zadávatel nakoupí Závaznou objednávkou a umístí prostřednictvím jedné či více Uplatňujících objednávek Sponzorování v rozsahu alespoň 50% Důležitého objemu objednávky na následujících kanálech: Nova Fun, Nova Action, Nova Lady nebo Nova Gold, pak vzniká Zadávateli ve vztahu k části Důležitého objemu objednávky příslušné Závazné objednávky odpovídající Sponzorování nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků upravené dle čl. 3.11 až 3.13 těchto Cenových podmínek ve výši 10%.

3.20 Pokud Zadávatel neumístí v průběhu daného Relevantního období prostřednictvím jedné či více Uplatňujících 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 Uplatňujících objednávek řádně umístěné části Aktuálního objemu objednávky odpovídající Sponzorování, a pro přepočty Ceny sponzorských příspěvků se *mutatis mutandis* použijí ustanovení čl. 2.36 až 2.38 těchto Cenových podmínek.

B. Zvláštní úprava určení Ceny sponzorských příspěvků na TV NOVA CINEMA, TV NOVA ACTION, TV NOVA FUN, TV NOVA GOLD a TV NOVA LADY

3.21 Cena Sponzorských příspěvků na TV NOVA CINEMA, TV NOVA ACTION, TV NOVA FUN, TV NOVA GOLD a TV NOVA LADY se stanoví dle příslušného Ceníku sponzorských příspěvků platného ke dni uzavření příslušné Uplatňující objednávky.

ČÁST 4 CENOVÉ PODMÍNKY PRO UMÍSTOVÁNÍ SPOTŮ NA TV NOVA SPORT

4.1 Tato Část 4 Cenových podmínek stanoví obecné podmínky pro určení a případnou další úpravu ceny za odvysílání Spotů na TV NOVA SPORT.

4.2 Pokud Zadávatel neumístí v průběhu daného Relevantního období prostřednictvím jedné či více Uplatňujících objednávek Propagaci nakoupenou na základě Závazné objednávky TV NOVA SPORT, pak se Cena propagace na TV NOVA SPORT upraví tak, aby zejména poskytnuté slevy odpovídaly skutečně prostřednictvím jedné či více Uplatňujících objednávek řádně umístěné Propagaci a pro přepočty Ceny propagace na TV NOVA SPORT se *mutatis mutandis* použijí ustanovení čl. 2.36 až 2.38 těchto Cenových podmínek.

4.3 V případě balíčků Propagace specifikovaných v Ceníku balíčků propagace na TV NOVA SPORT se Cena propagace na TV NOVA SPORT určuje výlučně na základě tohoto ceníku, platného ke dni uzavření příslušné Závazné objednávky či Závazné objednávky TV NOVA SPORT a Části 4(A), 4(B) a 4(C) Cenových podmínek se neuplatní. Společně s Cenou propagace na TV NOVA SPORT bude v případě balíčků Propagace specifikovaných v Ceníku balíčků propagace na TV NOVA SPORT Zadávateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.

4.4 Na umístění Propagace na kanály TV NOVA SPORT 3 a 4 a do následujících pořadů na TV NOVA SPORT se Části 4(A), 4(B) a 4(C) Cenových podmínek neuplatní: Ligue 1 a další pořady určené v příslušném ceníku.

A. Reklamní spoty

4.5 Pro účely TV NOVA SPORT 1 a 2 se Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT určuje na základě této Části 4(A) Cenových podmínek a příslušného Ceníku reklamních spotů TV NOVA SPORT, platných ke dni uzavření příslušné Závazné objednávky či Závazné objednávky TV NOVA SPORT, prostřednictvím které Zadávatel Reklamní spoty na TV NOVA SPORT 1 a 2 nakoupí, a v případě, že není žádná z nich uzavřena, tak ke dni uzavření příslušné Uplatňující objednávky, prostřednictvím které Zadávatel Reklamní spoty na TV NOVA SPORT 1 a 2 umístí.

4.6 Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT je stanovena na základě příslušného Ceníku reklamních spotů TV NOVA SPORT, který uvádí cenu Reklamního spotu umístěného na TV NOVA SPORT 1 a 2 v délce třicet (30) sekund. Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT se stanovuje odlišně v závislosti na umístění Reklamních spotů na TV NOVA SPORT 1 a 2 do dvou časových (floatingových) pásem, jak jsou uvedena v příslušném Ceníku reklamních spotů TV NOVA SPORT nebo v závislosti na umístění do vybraného pořada.

4.7 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů TV NOVA SPORT se Cena reklamního spotu TV NOVA SPORT určena dle čl. 4.5 těchto

Cenových podmínek vynásobí příslušným koeficientem v závislosti na kalendářním měsíci, který je uveden ve vztahu k umístěnému Reklamnímu spotu v příslušné Uplatňující objednávce:

Kalendářní měsíc	Koeficient
Leden	1,00
Únor	1,00
Březen	1,00
Duben	1,20
Květen	1,20
Červen	1,10
Červenec	0,90
Srpen	0,90
Září	1,10
Ríjen	1,20
Listopad	1,20
Prosinec	1,10

4.8 V případě Reklamního spotu umístěného na TV NOVA SPORT 1 a 2, 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 a méně	0,50
15	0,85
20	0,90
25	0,95
30	1,00
35	1,20
40	1,35
45	1,50
50	1,65
55	1,85
60	2,00

4.9 Pokud má Reklamní spot umístěný na TV NOVA SPORT 1 a 2 jinou délku, než která je uvedena v tabulce v čl. 4.8 těchto Cenových podmínek, použije se koeficient vztahující se k nejbližší vyšší délce Reklamního spotu. V případě Reklamních spotů umístěných na TV NOVA SPORT 1 a 2 delších než šedesát (60) sekund bude jejich cena sdělena Poskytovatelem Zadávateli na základě žádosti Zadávatele.

4.10 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:

Celková délka obou částí Tandemového spotu (v sekundách)	Koeficient
15	0,95
20	1,00
25	1,10
30	1,25
35	1,35
40	1,50
45	1,60
50	1,70
55	1,85
60	2,00

4.11 V případě, že celková délka obou částí Tandemového spotu má délku odlišnou od délek uvedených v tabulce v čl. 4.10 těchto Cenových podmínek, vypočítá se cena Tandemového spotu vynásobením Ceny Reklamního spotu koeficientem použitelným pro nejbližší vyšší délku Reklamního spotu.

4.12 Tandemový spot smí obsahovat propagaci pouze jedné obchodní značky (brandu). V opačném případě bude Poskytovatel účtovat Zadávateli cenu jako za dva samostatné Reklamní spoty umístěné na TV NOVA SPORT 1 a 2.

4.13 V případě, že Reklamní spot umístěný na TV NOVA SPORT 1 a 2 obsahuje propagaci obchodní značky (brandu) také Jiného subjektu, účtuje Poskytovatel Zadávateli 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.

- 4.14 V případě, že Reklamní spot umístěný na TV NOVA SPORT 1 a 2 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 přirážku dle čl. 4.13 těchto Cenových podmínek účtovat. Poskytovatel nebude Zadavateli přirážku dle čl. 4.13 těchto Cenových podmínek účtovat rovněž v případě, že se v Reklamním spotu umístěném na TV NOVA SPORT 1 a 2 objeví produkt Jiného subjektu, aniž by byla současně zobrazena nebo verbálně zmíněna jeho obchodní značka (brand) či logo.
- 4.15 V případě umístění Reklamního spotu, nakoupeného Zadavatelem prostřednictvím Záväzné objednávky, na Vyžádané pozici na TV NOVA SPORT 1 a 2 účtuje Poskytovatel Zadavateli přirážku ve výši 10% z Ceny reklamního spotu TV NOVA SPORT.
- 4.16 Společně s Cenou reklamních spotů TV NOVA SPORT bude Zadavateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.

B. Sponzorské spoty

- 4.17 Pro účely TV NOVA SPORT 1 a 2 se Cena sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT určuje na základě této Části 4(B) Cenových podmínek a příslušného Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT, platných ke dni uzavření příslušné Uplňující objednávky, prostřednictvím které Zadavatel Sponzorské spoty na TV NOVA SPORT 1 a 2 umístí. Případný minimální rozsah Sponzování programu nebo příslušného pořadu může být uveden v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT.
- 4.18 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 1 a 2. Cenu sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT ohledně pořadu nezveřejněných v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT zašle Poskytovatel Zadavateli na jeho žádost.
- 4.19 Pro účely stanovení Ceny sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT se Cena sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT určena dle čl. 4.17 těchto Cenových podmínek vynásobí příslušným koeficientem v závislosti na kalendářním měsíci, který je uveden ve vztahu k umístěvanému Sponzorskému spotu v příslušné Uplňující objednávce:

Kalendářní měsíc	Koeficient
Leden	1,00
Únor	1,00
Březen	1,00
Duben	1,20
Květen	1,20
Červen	1,10
Červenec	0,90
Srpen	0,90
Září	1,10
Říjen	1,20
Listopad	1,20
Prosinec	1,10

- 4.20 Sponzorský spot k pořadu může být odvíšlán v podobě samostatného audiovizuálního vřkazu či v podobě Injektáže. Cena za umístění Injektáže ve vztahu k tradičním pořadům Poskytovatele je uvedena v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT. Cena za Injektáž ve vztahu k pořadům nezveřejněným v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT zašle Poskytovatel Zadavateli na jeho žádost.
- 4.21 Případně další podmínky a formy Sponzování mohou být stanoveny v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT.
- 4.22 Společně s Cenou sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT bude Zadavateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.

C. Sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT

- 4.23 V případě, že Zadavatel (i) nakoupí výhradně Propagaci prostřednictvím Záväzné objednávky TV NOVA SPORT v souladu s čl. 2.4 Všeobecných podmínek a (ii) tuto Propagaci v průběhu daného Relevarního období řádně umístí prostřednictvím jedné či více Uplňujících objednávek v období, které nezačne dříve než 1 měsíc po uzavření této Záväzné objednávky TV NOVA SPORT, pak Zadavatelé náleží sleva ve výši 5% z Ceny propagace na TV NOVA SPORT hrazené Zadavatelem za Propagaci na TV NOVA SPORT 1 a 2 nakoupenou prostřednictvím této Záväzné objednávky TV NOVA SPORT. Sleva dle přechodní věty se neuplatní v případě, že Zadavatelé náleží sleva dle čl. 4.24 nebo 4.25 těchto Cenových podmínek.
- 4.24 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Záväznou objednávku nepozději 1. prosince 2023 a zároveň (ii) řádně umístí na příslušných Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Uplňujících objednávek Dílčí objem objednávky nakoupený touto Záväznou objednávkou, náleží Zadavateli sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT ve výši 10%.
- 4.25 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Záväznou objednávku mezi 2. prosincem 2023 a 12. lednem 2024 včetně a zároveň (ii) řádně umístí na příslušných Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Uplňujících objednávek Dílčí objem objednávky nakoupený touto Záväznou objednávkou, náleží Zadavateli sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT ve výši 5%.
- 4.26 V případě, že Zadavatel (a) nakoupí Záväznou objednávkou a umístí na TV NOVA SPORT 1 a 2 prostřednictvím jedné či více Uplňujících objednávek nebo (b) nakoupí a umístí prostřednictvím jedné či více Uplňujících objednávek Propagaci na TV NOVA SPORT 1 a 2 v ceně alespoň 50 000 Kč bez DPH propagující Zadavatele nebo jednoho jeho Klienta, který v předchozích 12 měsících před uzavřením příslušné Záväzné objednávky, resp. první z příslušných Uplňujících objednávek, neumístil Propagaci na TV NOVA SPORT 1 a 2, pak vzniká Zadavateli ve vztahu k části Dílčího objemu objednávky příslušné Záväzné objednávky odpovídající Propagaci na TV NOVA SPORT 1 a 2, resp. ve vztahu k Propagaci na TV NOVA SPORT 1 a 2 nakoupené příslušnou Uplňující objednávkou či Uplňujícími objednávkami potvrzenými zároveň nárok na slevu z Ceny propagace na TV NOVA SPORT upravené dle čl. 4.7 až 4.15 a 4.23 až 4.25 a 4.27 těchto Cenových podmínek ve výši 15%.
- 4.27 Zadavatel má nárok na slevu z Ceny propagace na TV NOVA SPORT za podmínek uvedených v následující tabulce:

Aktuální objem objednávky odpovídající Propagaci umístěné na TV NOVA SPORT 1 a 2 (v Kč)	Sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT
20 000 – 49 999	10%
50 000 – 99 999	15%
100 000 – 199 999	20%
200 000 – 299 999	25%
300 000 – 499 999	30%
500 000 a více	35%

- 4.28 V případě, že bude Zadavateli ze strany Poskytovatele přiznána jakákoliv sleva a Zadavatel následně nesplní podmínky stanovené pro její poskytnutí, bude částka odpovídající slevě, na kterou Zadavatelé 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 5

CENOVÉ PODMÍNKY PRO UMÍSTĚNÍ PRODUKTU DO POŘADŮ NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH NOVA

- 5.1 Tato Část 5 Cenových podmínek stanoví obecné podmínky pro určování a případnou další úpravu ceny za Umístění produktu do Pořadů odvysílancých na Televizních kanálech NOVA.
- A. Obecná úprava určení Ceny umístění produktu**
- 5.2 Cena umístění produktu je určována a hrazena na základě (i) této Části 5(A) Cenových podmínek a příslušného Ceníku umístění produktu, platných ke dni uzavření Objednávky umístění produktu, prostřednictvím které Zadavatel Umístění produktu objedná, a (ii) dalších případných písemných smluvních ujednání mezi Poskytovatelem a Zadavatelem.
- 5.3 Cena umístění produktu se stanoví dle Ceníku umístění produktu, který určuje cenu jednotně pro všechny Zadavatele v závislosti na druhu a

hodnotě poskytnutého Produktu, období a termínu odvyklání Pořadu, sledovanosti Pořadu a Způsobu umístění produktu specifikovaného v Objednávce umístění produktu. V případě, kdy Poskytovatel s ohledem na specifika Pořadu zamýšlí umožnit Umístění produktu, jehož specifické vlastnosti Cenik umístění produktu nereflakuje, bude Cena umístění produktu určena Poskytovatelem, a to rovněž rovněž dle zásad aplikovaných při tvorbě Ceniku umístění produktu.

5.4 Společně s Cenou umístění produktu bude Zadavatelé vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.

B. Sleva z Ceny umístění produktu

5.5 Zadavatel má nárok na slevu z Ceny umístění produktu za podmínek uvedených v následující tabulce:

Aktuální objem objednávky odpovídající Umístění produktu (v Kč)	Sleva z Ceny umístění produktu
500 000 – 1 499 999	5%
1 500 000 – 2 499 999	8%
2 500 000 – 3 499 999	11%
3 500 000 a více	14%

5.6 V případě, že Zadavatel nakoupí Záväznou objednávkou a umístí prostřednictvím jedné či více Uprávněných objednávek Umístění produktu propagující Zadavatele nebo jednoho jeho Klienta, který v předchozích 24 měsících před uzavřením příslušné Záväzně

objednávky nerealizoval Umístění produktu, pak vzniká Zadavatelé ve vztahu k části Důležitého objemu objednávky příslušné Záväzně objednávky odpovídající Umístění produktu nárok na slevu z Ceny Umístění produktu upravené dle čl. 5.1 až 5.5 těchto Cenových podmínek ve výši 15%.

5.7 V případě, že bude Zadavatelé ze strany Poskytovatele přiznána jakákoliv sleva a Zadavatelé následně nesplní podmínky stanovené pro její poskytnutí, je Poskytovatelé oprávněn částku odpovídající slevě, na kterou Zadavatelé nevznikl nárok, vyúčtovat Zadavatelé k úhradě v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení období, ve kterém bylo plnění podmínek pro přiznání slevy ze strany Zadavatele Poskytovatelem hodnoceno, nebo kdykoliv později, nejpozději však v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení Relevantního období.

ČÁST 6 CENOVÉ PODMÍNKY DALŠÍCH FOREM PROPAGACE NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH NOVA

6.1 Další formy Propagace na Televizních kanálech NOVA, popřípadě inovace stávajících forem Propagace na Televizních kanálech NOVA, které nejsou v dané formě upravené těmito Cenovými podmínkami, budou Poskytovatelem nabízeny za cenových podmínek určených Poskytovatelem a sdělených Zadavatelé nejpozději před uzavřením Uprávněných objednávek.

Technické podmínky pro přejímku televizních a nelineárních (Voyo) pořadů, s výjimkou pro zpravodajské a publicistické pořady, včetně technických podmínek pro přejímku stl souborů s titulky a titulky pro neslyšící Účinnost od 1.6.2023

Stanovují se tyto technické podmínky pro přejímku všech televizních pořadů, včetně nelineárních (Voyo), ve vysokém (HD), Ultra HD (UHD) a standardním (SD) rozlišení, s výjimkou pro zpravodajské a publicistické pořady.

- 1) Preferovaným způsobem doručování pořadů je souborový dle specifikace souborových formátů v části B. těchto podmínek.
- 2) Minimální požadované rozlišení doručovaných pořadů je HD (1920x1080). V odůvodněných případech je možné dodat SD kvalitu. Zaznamenaný videosignál SD je kontrolován v soustavě PAL 625/50, a musí vyhovovat mezinárodním doporučením CCIR.

Materiály v HD rozlišení musí být zaznamenaný ve formátu 1080i25 nebo 1080p50. Materiály v UHD rozlišení jsou povoleny pouze 2160p50. V případě, že byl zdrojový materiál již natočen v 1080p25 nebo 2160p25 je možné dodat rovněž v těchto formátech. Konverze z 25p do 50p a z 50p do 25p jsou zakázány!. Nové natáčené pořady v progresivním formátu přijímáme výhradně v 1080p50 nebo 2160p50. V případě potřeby natáčet a dodávat ve formátu 1080p25 za účelem dosažení film motion efektu musí být natáčení výlučně s palčičkou závěrkou. Tento natáčecí proces musí být odsouhlasen vysílatelem předem. Dosažení film motion efektu v postproduci konverzí materiálu 1080i25 je rovněž nepřijatelné.

- 3) V ojedinělých a odůvodněných případech je možné dodávat v kazetových formátech HDCAM, XDCAM HD 422, nebo Digital Betacam. I v těchto případech musí být materiály dodány bez vad a na nejvyšším dostupném mediu. Podrobnosti o páskovém dodávání jsou uvedeny v odstavci 10)
- 4) Uspořádání audio stop a jejich možné kombinace uvádí tabulka v části A. těchto podmínek. Pokud je zvuk dodán ve verzi MONO musí být audiosignál shodný v obou kanálech A1 aA2. Ve verzi STEREO musí být dodrženo toto pořadí:

A1 = L (levý kanál); A2 = R (pravý kanál).

Pro dvokanálový záznam platí:

A1 = hlavní zvuková modulace (česká verze);

A2 = vedlejší zvuková modulace (původní verze).

- 5) Veškeré reklamní spoty, sponzorské vzkazy, teleshopping a vlastní výroba musí splňovat podmínky doporučení EBU R128:
 - audio signál se měří v plném rozsahu, bez důrazu na konkrétní prvky, jako jsou hlasy, hudba nebo zvukové efekty
 - měření se provádí v souladu s ITU-R BS.1770 a EBU Tech Doc3341
 - "Program Loudness" se normalizuje na cílovou úroveň -23 LUFS. Přípustná odchylka od cílové úrovně nesmí překročit ± 1 LU pro programy, kde nelze prakticky dosáhnout cílové úrovně.
 - Maximální špičková úroveň signálu nesmí přesáhnout úroveň -1dBTP.
 - Doporučený "Loudness Range" (LRA - dynamický rozsah) dle R128 by neměl přesáhnout 20 LU.

Výjimku tvoří sportovní a ostatní speciální pořady, kde platí, že špičková úroveň signálu nesmí přesáhnout -9 dBFS

- 6) Pořady složené z hudby a mluveného slova musí respektovat vyrovnaný fyziologický vjem zvuku, tj. hudba i řeč musí být vnímány se stejnou hlasitostí. (viz EBU-R128)
- 7) Časový posun (offset) mezi obrazem a zvukem nesmí být subjektivně poslechnutelný a nesmí, v souladu s EBU-R37-1997, přesáhnout 40 ms v případě předěhávání zvuku a 60 ms při zpoždění zvuku za obrazem.
- 8) Přednostně jsou přijímány pořady s poměrem stran 16:9 v rozlišení HD či UHD, obr. 1a. V případě, že je pořad vyroben v UHD rozlišení, preferujeme dodání UHD verze dle specifikace uvedené v části B. této přílohy.

V rozlišení SD jsou přijímány pořady 16:9 v anamorfickém módu (Full Height Anamorphic), obr. 1b. Vkládání 16:9 letterboxu do vysílacího masteru je nepřijatelné. Vysílací master nesmí obsahovat ani v jednotlivých střížích oblasti s vložnými černými pruhy v levé a pravé části obrazu, jako důsledek konverze formátů.

Filmové širokoúhlé formáty (18:9 nebo 21:9) jsou v HD či UHD rozlišení přednostně přijímány v poměru stran 16:9. V rozlišení SD jsou přijímány v poměru stran 16:9 anamorphic. Černé pruhy v horní a dolní části obrazu jsou v těchto případech přípustné, viz obr. 2. V případě poměru stran 21:9 bude obraz upraven (pokud to bude možné) dle doporučení EBU R93-1998 na 18:9.

Doporučený poměr stran pro reklamní spoty je 16:9 (pro SD 16:9 FHA).

Jakákoliv deformace tvaru jako důsledek konverzí formátů je nepřijatelná. Při následném odbavení a distribuci programu zásadně nedochází k deformacím či odstranění části obrazu. Formát obrazu musí být nezměněn po celou dobu postprodukcí.

Titulky a grafika musí být vždy umístěny pouze v aktivní části obrazového signálu. Bezpečná oblast je specifikována v doporučení EBU R95-2000. Pro pořady ve formátu 16:9 je to 5% pod horním nebo nad spodním okrajem a 10% od levého nebo pravého okraje. Pro pořady ve formátu 4:3 je nutno zachovat bezpečnou oblast 10% od okrajů.

Obr. 1: Televizní pořad ve formátu HD 16:9 (a) a SD 16:9 anamorphic (b)



Obr. 2: Širokoúhlý film přepsaný do formátu HD 16:9 (c) a SD 16:9 FHA (d)



9) Luminanční signál Y musí ležet v rozsahu od - 1% (- 0,007 V) do 103% (0,721 V) vzhledem k úrovni černé. Rozsah barev musí ležet v oblasti platného (vašního) gamutu RGB, tj. po dekódování do RGB musí ležet všechny barevné složky v legálním rozsahu od -5% do 105%. Pro signály v HD rozlišení musí splňovat doporučení ITU-R BT.709-5

10) Páskový (nepreferovaný) způsob předání pořadů

- Všechny synchronizační impulsy, zejména H a burst i chrominanční signál, musí zůstat ve vzájemném pevném časovém i fázovém vztahu. Vybíhávání řádků nebo dokonce jejich absence a viditelné rušivé výpadky v modulaci se nepřipouštějí. Posunutí obrazu vůči synchronizačním impulsům je ve vertikálním směru možné o 2 tv řádky a v horizontálním směru o max. 400 ns vůči zatemňovacímu impulsu.
- Kazeta i obal musí být opatřeny identickými štítky. Minimální rozsah údajů na štítcích je:
 - název organizace, která program vyrobila;
 - název programu (včetně čísla dílu, postřihu);
 - začátek a konec programu v LTC;
 - zvuk: mono, stereo, dvoukanál, Dolby Surround, Dolby E;
 - formát obrazu: 16:9, 16:9 FHA (anamorphic)...

Dále je nutno dodat doprovodnou dokumentaci, která musí obsahovat navíc stopáž nastavovacích signálů a jejich úroveň (údaj v LTC).

- Časový řídicí kód musí být zaznamenán ve stopě LTC při současném užití VITC.
- Signály na záznamu musí být rozloženy takto:
 - nastavovací část
 - délka trvání 90 sec.
 - obraz - barevné pruhy PAL 100-0-75-0,
 - zvuk - referenční tón podle bodu 9f);
 - naváděcí část
 - 30 sec se signálem černé v obraze a bezzvuku;
 - programová část
 - začátek a konec programu v LTC musí souhlasit s údaji na štítcích pořadů;
 - výběhová část
 - 30 sec po ukončení pořadů se signálem černé v obraze a bezzvuku.

V úsecích černá - program - černá (b - c - d) musí být souvislý obrazový signál.

- Pro HDCAM a Digital Betacam: Referenční tón o kmitočtu 1 kHz musí být zaznamenán s úrovní -18 dBFS, ϕ . A/D a D/A převodníky musí být nastaveny tak, aby rozdíl hladin mezi přímým kódem převodníku a referenčním tónem činil 18 dB. Hodnoty modulačního signálu programu měřené analogovým špičkovým indikátorem mohou přesahovat referenční úroveň o +6 dB. Ojedinelé modulační špičky měřené analogovým špičkovým indikátorem mohou přesáhnout referenční úroveň o +9 dB. Preemfáze nesmí být použita.
- Pro XDCAM HD 422, platí stejné podmínky jako pro HDCAM, s tím že disk musí být nahrán se spojným LTC nikoli souborově.

Reklamní spoty, sponzorské vzkazy a teleshopping není dovoleno dodávat na nosič XDCAM.

11) Bezpáskový způsob předání pořadů

- Před předáním pořadů v bezpáskové formě musí být s dodavatelem individuálně předem nadefinováno rozhraní a metoda předání. Před započítím pravidelných dodávek od určitého dodavatele či pracovníků musí proběhnout testovací přenos, po němž bude odsouhlasena kompatibilita souborů s technickým vybavením TV Nova s.r.o.
- Metodika předání reklamních spotů, sponzorských vzkazů a teleshoppingu bezpáskovým způsobem je nutno domluvit individuálně na emailu traffic@nova.cz.
- Video a zvuk obsažený v souboru musí splňovat všechny výše uvedené vlastnosti zvukového a video signálu. Vzorkování videa musí být 4:2:2 nebo 4:4:4. Jedinou akceptovatelnou kompresní metodou je MPEG-2 a H.264 (pro XAVC formáty). Ve zvuku není akceptováno jiné vzorkování než 480Hz.
- Jednotlivé akceptovatelné typy formátů jsou definovány v části B. těchto podmínek. U prokládaných video formátů musí být pořadí pásmů Upper/Top Field First.
- Další akceptovatelné formáty pro zpravodajství a publicistiku
Pro účely zpravodajství nebo publicistiky jsou přípustné též vzorkování 4:2:0 nebo 4:1:1. V případě kompresní metody MPEG-2 je minimální datový tok 10 Mbit/s (long GOP). Dále jsou povoleny kompresní metody DV25, H.264 (min. dat. tok 3Mbit/s) pro SD rozlišení a pro HD rozlišení jsou dále akceptovány kompresní metody HDV, H.264 (min datový tok 7Mbit/s) a AVC-intra (karta P2).

12) Pořadí audiostop

U dodávaných materiálů je nezbytně nutné dodržet předepsané pořadí audiostop, které je zobrazeno v tabulce v části A. těchto podmínek. Ostatní kombinace audiostop nejsou povoleny.

13) Skryté titulky

Všechny titulky je nutno doručit v souborovém formátu sff v souladu se specifikací EBU TECH. 3264-E (Specification of the EBU Subtitling data exchange format)

- V souboru musí být správně uveden jazyk titulků.
Podporovaný je pouze Český jazyk - Country of Origin = "CZE"
- Jednořádkové titulky jsou členy na řádek (Vertical position) 23, dvouřádkové titulky na řádek 22.
- Maximální počet řádků je 2
- Maximální počet znaků na řádek je 36.
- Rychlost čtení by měla odpovídat 10 znakům za vteřinu.
Jednořádkový titulek by měl být obecně zobrazen cca 2 vteřiny (minimální přípustná délka zobrazení 01:19).
Dvouřádkový titulek by měl být zobrazen minimálně 4 vteřiny (maximální přípustná délka zobrazení je 8 vteřin).
- Zarovnání titulků je vždy na střed.

ČÁST A. Povolené - předepsané uspořádání audio stop

Počet použitých stop	Označení audio	Uspořádání audio stop
2 audio stopy	Mono	A1: CZ Mono, A2: CZ Mono
	Stereo	A1, A2: CZ Stereo
	Dual	A1: CZ Mono, A2: Orig Mono
4 audio stopy	Stereo CZ + mix bez hudby	A1, A2: CZ Stereo A3, A4: mix bez hudby
	Stereo CZ + Orig.	A1, A2: CZ Stereo A3, A4: Orig Stereo
	Stereo CZ + M&E	A1, A2: CZ Stereo A3, A4: M&E
	Stereo CZ + Stereo CZ	A1, A2: CZ Stereo A3, A4: CZ Stereo
	Stereo CZ + Dolby E	A1, A2: CZ Stereo A3, A4: Dolby E data
6 audio stop	Stereo CZ + M&E + Mix bez hudby	A1, A2: CZ Stereo A3, A4: M&E A5, A6: Mix bez hudby
8 audio stop	Stereo CZ + Dolby E + Orig + M&E	A1, A2: CZ Stereo A3, A4: Dolby E data A5, A6: Orig A7, A8: M&E
	Stereo CZ + Dolby E + Orig	A1, A2: CZ Stereo A3, A4: Dolby E data A5, A6: Orig A7, A8: prázdné
	Stereo CZ + Dolby E + M&E	A1, A2: CZ Stereo A3, A4: Dolby E data A5, A6: prázdné A7, A8: M&E
	Stereo CZ + Orig + M&E	A1, A2: CZ Stereo A3, A4: prázdné A5, A6: Orig A7, A8: M&E
	Stereo CZ + Audio 5.1	A1, A2: CZ Stereo A3-A8: Audio 5.1
	Stereo CZ + Orig + M&E + CZ Dialogy	A1, A2: CZ Stereo A3, A4: Orig A5, A6: M&E A7, A8: CZ Dialogy
16 audio stop	Stereo CZ + Audio 5.1 CZ + Mix bez hudby + M&E 5.1	A1, A2: CZ Stereo A3-A8: Audio 5.1 A9, A10: Mix bez hudby, A11-A16: M&E 5.1

Po dohodě je možno, pakliže by byl překročen limit šestnácti audio stop, dodat M&E 5.1 jako separátní audio wav soubor.

V rámci prostorového zvuku (Audio 5.1) je pořadí stop

audio 5.1						
pořadí	1	2	3	4	5	6
audio stopa	left	right	center	LFE	left surround	right surround

V rámci dolbyE signálu je pořadí stop

Dolby E								
pořadí	1	2	3	4	5	6	7	8
audio stopa	left	right	center	LFE	left surround	right surround	stereo left	stereo right



ČÁST B. - Akceptovatelné typy souborů při souborovém předání pořadu

Detailed Technical Specifications

accepted formats

Specification	Profile SD (Interlaced)	Profile HD (Interlaced)	Profile HD (Progressive or Interlaced)	Profile UHD (Progressive)
General				
Profile Name / description	SD IMX50	XDCAM HD 422	XAVC HD	XAVC UHD
Main viewing environment	TV	TV	TV	TV
File Container	MXF OP1a	MXF OP1a	MXF OP1a	MXF OP1a
Preferred Encoder/ Transcoder SW or HW	Telestream	Telestream	Telestream	Telestream
Audio received separately?	no	no	no	no
Video				
Video Codec	MPEG-2 (D10)	MPEG-2	H.264	H.264
Video Bitrate in Mbps	50 Mbps	50 Mbps	Long GoP 50 Mbps (1080p/25, 1080i/25) 100 Mbps (1080p/50) <i>I-Frame only</i> 100 Mbps (1080p/25, 1080i/25) 200Mbps (1080p/50)	Long GoP 200 Mbps (2160p/25) 250Mbps (2160p/50) <i>I-Frame only</i> 250 Mbps (2160p/25) 500Mbps (2160p/50)
CBR or VBR?	CBR	CBR	CBR	CBR
Keyframe	I-Frame only	GOP (M=3,N=12)	I-Frame only or GOP	I-Frame only or GOP
Open or Closed GOP	-	closed	closed	closed
Aspect Ratio	16.9FHA / 4.3	16.9 / 4.3PB ^{*1}	16.9 [†]	16.9 [†]
3840 X 2160				x
1920 X 1080		x	x	
720 X 608 (16X9)	x			
16 X 9 anamorphic flag	yes	-	-	-
Remove black bars if letterbox? results in lower vertical resolution	yes	-	-	-
Color sampling	4.2.2	4.2.2	4.2.2	4.2.2, 4.4.4
Color bit depth	8	8	10	10
Time code	EBU SOM 00:00:00:00	EBU SOM 00:00:00:00	EBU SOM 00:00:00:00	EBU SOM 00:00:00:00
Frame rate (fps)	25	25	25/50	25/50
Interlaced	yes	yes	- / yes	-
Field order (for interlaced content)	Top Field First	Top Field First	- / Top Field First	-
Overlays	no	no	no	no

Poznámky:

*1 akceptujeme rovněž formát 18.9 a 21.9 (pokud to bude možné, bude upraveno na 18.9 dle doporučení EBU R93-1998)

Specification	Profile 1	Profile 2	Profile 3	Profile 4
Audio				
Multiple Audio streams	yes	yes	yes	yes
Audio Container	AES3	AES3	AES3	AES3
Audio Codec	PCM (EBU) DolbyE	PCM (EBU) DolbyE	PCM (EBU) DolbyE	PCM (EBU) DolbyE
No. of Channels, Layout	described in section 12	described in section 12	described in section 12	described in section 12
Bit depth	16/24	16/24	16/24	16/24
Sample rate in KHz	48	48	48	48