Smlouva č.: 26100040

6126100040

ZÁVAZNÁ OBJEDNÁVKA VYSÍLÁNÍ REKLAMY V ČESKÉ TELEVIZI V REŽIMU GARANCÍ GRP

Dodavatel ("Česká televize"):

Česká televize	
IČO:	27383
DIČ:	CZ00027383
Sídlo:	Kavčí hory, Na Hřebenech II 1132/4, 140 70 Praha 4
zřízena na základě zákona č. 483/1991 Sb., o Česká televizi	
nezapisuje se do obchodního rejstříku	
bankovní spojení:	Česká spořitelna a.s.
číslo účtu:	1540252/0800
zastoupena	Vojtěch Chalupecký, obchodní manažer

Zadavatel:

KNOWLIMITS Group a.s.	
IČO:	24179396
DIČ:	CZ699004959
Sídlo:	Pernerova 673/47, 186 00 Praha 8, Karlín
B 17638 vedená u Městského soudu v Praze	
bankovní spojení:	UniCredit Bank
číslo účtu:	2107444583/2700
zastoupena	[redacted]

Zpracovatel reklamy:

obchodní firma: [redacted]
IČ [redacted]
sídlo [redacted]

Klient:

obchodní firma: [redacted]
IČ: [redacted]
sídlo: [redacted]

Produkt (výrobek nebo služba):

[redacted]

Poznámky ke kontraktu:

Smlouva č.: 26100040

6126100040

Seznam spotů:

Program	Datum	Orientační čas	Produkt	Stopáž	Kód breaku	Název breaku	Placená pozice
[redacted]							

Smlouva č.: 26100040

6126100040

Seznam spotů:

Program	Datum	Orientační čas	Produkt	Stopáž	Kód breaku	Název breaku	Placená pozice
[redacted]							

Smlouva č.: 26100040

6126100040

Seznam spotů:

Program	Datum	Orientační čas	Produkt	Stopáž	Kód breaku	Název breaku	Placená pozice

[redacted]

Smlouva č.: 26100040

6126100040

Seznam spotů:

Program	Datum	Orientační čas	Produkt	Stopáž	Kód breaku	Název breaku	Placená pozice

Plánovaný rozsah období vysílání: [redacted]
Stopáž: [redacted]
Objednané GRP: [redacted]
CPP (cost per point): [redacted]

Cena kampaně bez DPH (Odměna bez DPH): 433 400 Kč

Výše odměny se rozumí po započítání všech slev a přirážek.

Za předpokladu nesplnění kampaní se sjednaným počtem GRPs (tj. pokud celkové skutečně dodané množství GRPs je nižší než sjednané) budou účtovány reálně (skutečně) dodané GRPs.

V případě prodlení s úhradou Odměny je Česká televize jednak oprávněna účtovat k dlužné částce úrok z prodlení ve výši 0,03% dlužné částky za každý započatý den prodlení až do zaplacení, jednak je Česká televize oprávněna odstoupit od Smlouvy a/nebo požadovat smluvní pokutu ve výši Odměny, přičemž nárok na náhradu škody tímto není dotčen.

Odměna je splatná na základě faktury - daňového dokladu.
Faktura je splatná ve lhůtě třiceti (30) dnů ode dne vystavení.

Nedodá-li Zadavatel rozpis vysílání reklamních spotů v řádném termínu, zařadí Česká televize do vysílání poslední dodanou verzi spotu daného produktu v objednané stopáži.

Zadavatel je povinen dodat písemné prohlášení o identifikačních údajích o Zpracovateli (zpracovateli reklamy) nejméně v rozsahu název/jméno, IČ, sídlo/místo podnikání/adresa nejpozději při dodání materiálů pro vysílání. Pokud tuto povinnost poruší, je Zadavatel povinen zaplatit smluvní pokutu ve výši 50.000 Kč. Nárok na náhradu škody tímto není dotčen.

Ustanovení této Smlouvy nahrazují veškeré dřívější smlouvy nebo dohody (stejného čísla) smluvních stran o stejném předmětu plnění.

Nedílnou součástí této Objednávky (Smlouvy) jsou Všeobecné smluvní podmínky pro televizní vysílání reklamy v České televizi. Zadavatel tímto potvrzuje, že se seznámil s těmito Všeobecnými smluvními podmínkami pro televizní vysílání reklamy v České televizi, souhlasí s nimi a zavazuje se je dodržovat.

Zadavatel tímto potvrzuje, že jsou mu známy všechny výrazy (jakož i jejich význam) užité ve Všeobecných smluvních podmínkách pro televizní vysílání reklamy v České televizi a všechna ustanovení Všeobecných smluvních podmínek pro televizní vysílání reklamy v České televizi (a to zejména čl. 3; čl. 4; čl. 5; čl. 6, čl. 7; čl. 8; čl. 9; čl. 10, čl. 11) bylo možné rozumně očekávat.

Zadavatel je povinen tuto Objednávku/návrh Smlouvy potvrdit a předat České televizi do pěti pracovních dnů.

V Praze dne: 29. 9. 2026

Česká televize

[redacted]

Vojtěch Chalupecký,
obchodní manažer

[redacted]

V Praze dne 29.9.2026

KNOWLIMITS Group a.s.

[redacted]

Česká televize

Všeobecné smluvní podmínky pro televizní vysílání reklamy v České televizi

1. Působnost

Tyto Všeobecné podmínky pro vysílání reklamy v České televizi upravují základní pravidla pro zařazení reklamy do televizního vysílání programů České televize.

2. Základní pojmy a podmínky

Reklamní spoty dodané k televiznímu vysílání v programech České televize musí být v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami pro vysílání reklamy v České televizi (dále jen „Všeobecné podmínky"), v souladu s právními předpisy, zejm. zák. č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, zák. č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů, zák. č. 634/1992 Sb., na ochranu spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, dále v souladu Kodexem České televize a Kodexem Rady pro reklamu.

Nestanoví-li zák. č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů jinak, postupuje se při regulaci reklamy podle zák. č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů.

Česká televize
Česká televize je právnická osoba zřízená zák. č. 483/1991 Sb., která je provozovatelem televizního vysílání ze zákona.
Česká televize vysílá programy svobodně a nezávisle. Nepřipustí, aby zadavatel reklamy nebo klient mohli ovlivnit obsah pořadů či skladbu programů. Skutečnost, že určitá osoba byla, je či má se teprve stát zadavatelem reklamy nebo klientem České televize nemůže zakládat jakékoli zvýhodnění nebo jiné zacházení ve vztahu k obsahu pořadů, vyjma reklamy, jejíž vysílání si objednala.

Zadavatel
Zadavatelem reklamy se rozumí právnická nebo fyzická osoba, která objednala u jiné právnické osoby nebo fyzické osoby reklamu.

Zpracovatel
Zpracovatelem reklamy se rozumí právnická nebo fyzická osoba, která pro sebe nebo pro jinou právnickou nebo fyzickou osobu zpracovala reklamu.

Objednávka
Objednávkou se rozumí návrh Zadavatele na uzavření smlouvy, učiněný na vzorovém formuláři objednávky České televize.

Pojem reklamy
Reklamou se rozumí jakékoliv veřejné oznámení vysílané za úplatu nebo obdobnou protihodnotu s cílem propagovat dodání zboží nebo poskytnutí služeb za úplatu, včetně nemovitého majetku, práv a závazků.

Reklamní spot
Reklamním spotem se rozumí celistvé a ohraničené obchodní sdělení, jehož obsahem je reklama, určené k televiznímu vysílání.
Obsah reklamního spotu nesmí svým obsahem vyvolávat dojem, že se jedná o pořad České televize nebo jej napodobovat.

Program
Programem se rozumí program ČT1, program ČT2, program ČT24, program ČT sport.

Prime time
Prime time se rozumí doba od 19.00 hodin do 22.00 hodin příslušného dne. Čas vyhrazený reklamě nesmí v prime time přesáhnout 6 minut v průběhu jedné vysílací hodiny.

Časový rozsah reklamy na ČT2 a ČT sport
Čas vyhrazený reklamě na programech ČT2 a ČT sport nesmí přesáhnout 0,5% denního vysílacího času na každém z těchto programů, přičemž v prime time nesmí překročit 6 minut v průběhu jedné vysílací hodiny na žádném z těchto programů.

Časový rozsah reklamy na ČT 1 a ČT 24
Na programu ČT1 a ČT24 reklamu zařazovat nelze, s výjimkou reklamy zařazované do vysílání programu v přímém spojení s vysíláním kulturní či sportovní události, je-li vysílání takové reklamy nezbytnou podmínkou k získání práv k televiznímu vysílání sportovní či kulturní události. Čas vyhrazený takové reklamě nesmí přesáhnout 0,5% denního vysílacího času, přičemž v prime time nesmí překročit 6 minut v průběhu jedné vysílací hodiny.
Přímým spojením s vysíláním kulturní nebo sportovní události se rozumí reklama zařazená v reklamním bloku bezprostředně předcházejícím vysílání pořadu, jehož obsahem je vysílání kulturní nebo sportovní události, bezprostředně po vysílání takového pořadu a v případě přirozených přestávek i uvnitř takového pořadu.

Pořad
Pořadem se v televizním vysílání rozumí pohyblivá obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která svým obsahem, formou a funkcí tvoří uzavřený celek vysílání a představuje samostatnou položku v programu.

Programové schéma
Programovým schématem se pro účely těchto Všeobecných podmínek rozumí časové řazení pořadů a ostatních částí vysílání příslušného programu v příslušném období, v němž má být zařazen reklamní spot do vysílání.

Reklamní kampaň
Reklamní kampaní se rozumí nákup reklamy za určité období na programech České televize.

Ceník
1) Reklamní spoty jsou účtovány v souladu s platným ceníkem. Ceny v ceníku jsou stanoveny bez DPH.
2) Cena jednotlivého reklamního spotu je stanovena dle výrobku, služby či jména klienta s dominantní prezentací (převažující prezentace ve velikosti či době zobrazení) v reklamním spotu a může být zvýšena o přirážky či snížena o slevy. Česká televize si vyhrazuje právo určit k mimořádnému pořadu cenu, která se může odlišovat od ceny uvedené v ceníku a zohledňuje mimořádnost pořadu.
3) Základem pro výpočet ceny za vysílání reklamy jsou sezónní koeficienty a stopážové koeficienty obsažené v platném ceníku, není-li uvedeno jinak. Při překročení stopáže spotu uvedené v ceníku se jako základ pro výpočet ceny používá nejbližší delší stopáž spotu.
4) Česká televize si vyhrazuje právo na změnu ceníku.

GRP
GRP (Gross Rating Point) neboli kumulovaná sledovanost se rozumí 1% z počtu lidí v cílové skupině Dospělí 15+ (D 15+). Cílovou skupinou D 15+ se rozumí lidé ve věku nad 15 let žijící na území České republiky.
Jedná se o ukazatel vyjadřující počet zhlédnutí reklamního sdělení, přičemž uvádí počet kontaktů na 1% z cílové skupiny, výpočet vychází ze součtu ratingů všech reklamních sdělení dané kampaně. Jednotlivci mohou být započítáni vícekrát, proto může být hodnota vyšší než 100%. Ratingem se rozumí počet lidí v cílové skupině D15+, kteří v daném čase sledovali dané reklamní sdělení.

Materiály pro vysílání
Materiály pro vysílání se rozumějí
1) záznam reklamního spotu ve zvukově-obrazové podobě ve formátu dle Technických podmínek pro vysílání reklamy v programech České televize,
2) hudební sestava reklamního spotu musí obsahovat minimálně název užité hudební skladby, jména všech autorů (včetně textaře), označení výrobce (nakladatele), přesnou stopáž hudby použité ve spotu, způsob užití, jména a příjmení výkonných umělců, originální číslo nosiče a v případě užití obchodních snímků též název

snímku, název výrobce, jména a příjmení výkonných umělců, originální číslo nosiče, rok výroby a užitou stopáž obchodního snímku,
3) návrh na rozpis rozmístění reklamních spotů ve vysílání příslušného programu.

3. Postup při uzavírání smlouvy

3.1. Reklamu odvysílá Česká televize na základě smlouvy o vysílání reklamy (dále jen „Smlouva“) uzavřené mezi Českou televizí a Zadavatelem, kterou se za podmínek v ní sjednaných Česká televize zavazuje odvysílat pro Zadavatele reklamu a Zadavatel se zavazuje zaplatit za to České televizi odměnu (dále též jen „Odměna“).

3.2. Smlouva se uzavírá písemně. Smlouva je uzavřena podpisem smluvních stran (smluvní strany výslovně akceptují jako podpis i jeho naskenovaný obraz). Při uzavírání Smlouvy se využije vzorový formulář objednávky. Objednávka musí obsahovat název obchodní firmy, sídlo/adresu a IČO Zadavatele. Je-li Zadavatelem agentura, je Česká televize oprávněna požadovat jako podmínku pro uzavření Smlouvy dodání písemného výhradního pověření klientem s uvedením výrobků nebo služeb, na které se vztahuje.

3.3. Součástí Smlouvy jsou v souladu s ustanovením § 1751 odst. 1 zák. č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku, ve znění pozdějších předpisů („občanský zákoník“) tyto Všeobecné podmínky. Odchylná ujednání ve Smlouvě mají přednost před zněním těchto Všeobecných podmínek. Smlouva a právní vztah jí založený se řídí občanským zákoníkem.

3.4. Návrh Smlouvy, tj. písemnou objednávku, předkládá Zadavatel.

3.5. Česká televize zašle Zadavateli podklady a podmínky, za jakých akceptuje první návrh Smlouvy ze strany Zadavatele nejpozději do pěti pracovních dnů od vyrozumění Zadavatele o záměru uzavřít Smlouvu. V případě, že Zadavatel má zájem o rezervaci vysílacího času, je Zadavatel povinen předložit první návrh takovéto Smlouvy ve lhůtě 5 dnů od doručení podkladů dle věty první, nejpozději však do tří pracovních dnů před zahájením kampaně. Zadavatel je oprávněn v průběhu této lhůty provádět závazné úpravy návrhu Smlouvy a Česká televize se zavazuje akceptovat upravený návrh Smlouvy Zadavatele pouze za následujících podmínek:
a) pokud jsou úpravy v souladu s aktuálně disponibilní nabídkou reklamních bloků;
b) pokud rozdíl ceny reklamy prvního návrhu Smlouvy a upraveného návrhu Smlouvy neklesne po všech změnách učiněných v době lhůty rezervace o více jak 10 %.

3.6. Zadavatel je oprávněn zrušit již závazně potvrzené reklamní vysílání, a to pouze na základě písemného vyrozumění, které musí být České televizi doručeno nejpozději do 2 týdnů před prvním dnem vysílání reklamního spotu stanoveným uzavřenou Smlouvou. Po uplynutí lhůty stanovené větou první je Zadavatel povinen zaplatit odstupné ve výši 100% z Odměny dle Smlouvy ve smyslu ustanovení § 1992 občanského zákoníku.

4. Zvláštní ustanovení týkající se podmínek pro přijímání objednávek realizovaných v režimu garancí GRP (kumulované sledovanosti reklamních spotů), a související cenové podmínky

4.1. Smlouva musí obsahovat, kromě náležitostí stanovených v čl. 3 odst. 3.2., požadovaný počet GRP (Gross Rating Point) pro každou stopáž, cenu kampaně (Odměnu), specifikaci stopáže a časování kampaně.

4.2. Zadavatel naplánuje svoji kampaň v součinnosti s odpovědným oddělením České televize do libovolných disponibilních časů. Česká televize si vyhrazuje právo odmítnout garanci GRP v případě umístění kampaně do reklamního bloku, který je určen pro specifickou cílovou skupinu (sportovní pořady, dětské pořady apod.) nebo které se prodávají za speciální cenu.

4.3. V průběhu kampaně má Česká televize právo přidávat, ubírat či měnit plánované nasazení reklamních spotů ve spolupráci se Zadavatelem tak, aby kampaň dosáhla požadovaného množství GRPs. Zadavatel má

právo při plánování kampaně po dohodě s Českou televizí označit 20% reklamních spotů jako klíčové a tyto reklamní spoty nebudou v průběhu kampaně odebrány ani přesunuty do jiných reklamních bloků.

4.4. V případě, že Zadavatel trvá na garanci množství GRPs, které je o více jak 5% nižší než množství GRPs odhadované Českou televizí, je Zadavatel v případě přeplnění kampaně povinen uhradit skutečně dodané množství GRPs.

4.5. Minimální trvání garantované kampaně je jeden měsíc a požadované celkové množství GRPs bude dodáno v průběhu předmětného měsíce trvání kampaně. V případě požadavku Zadavatele na trvání kampaně po kratší dobu má Česká televize právo odmítnout garanci GRPs.

4.6. Za předpokladu nesplnění kampaní se sjednaným počtem GRPs (tj. pokud celkové skutečně dodané množství GRPs je nižší než sjednané ve Smlouvě) budou účtovány reálně (skutečně) dodané GRPs, přičemž v takovém případě dojde automaticky ke změně Smlouvy ve vztahu k Odměně, . V takovém případě počet reálně dodaných GRPs (jakož i výše Odměny) vyplývá z vystavené faktury.

5. Dodání Materiálů pro vysílání a odvysílání reklamního spotu

5.1. Zadavatel se zavazuje zajistit, že k vysílání reklamního spotu byla získána veškerá potřebná práva a že veškeré nároky všech
a) nositelů práv autorských či práv souvisejících s právem autorským, jejichž díla, umělecké výkony či záznamy jsou použity a zařazeny do reklamního spotu, a to zejména autorů, výkonných umělců, výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů;
b) nositelů ostatních práv duševního vlastnictví (např. ochranných známek, užitných a průmyslových vzorů);
c) nositelů práv osobnostních;
d) nositelů práv na ochranu proti nekalé soutěži a nositelů ostatních práv,
e) jakož i všech dalších fyzických a právnických osob zúčastněných na výrobě reklamního spotu
budou vypořádány s výjimkou odměn za televizní vysílání hudebních děl autorů zastupovaných ve výkonu jejich majetkových autorských práv kolektivním správcem OSA - Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním, o.s. a odměn za televizní vysílání zvukových záznamů vydaných k obchodním účelům ve smyslu § 72 odst. 2 zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů. Zadavatel se zavazuje na vyžádání České televizi prokázat vypořádání nároků ve shora uvedeném rozsahu. V případě, že Zadavatel poruší své závazky uvedené v tomto odstavci nebo se některé jeho prohlášení ukáže jako nepravdivé, je povinen nahradit České televizi veškerou škodu tím vzniklou, jakož i veškeré nároky uplatněné vůči České televizi.

5.2. Zadavatel je povinen na své náklady dodat České televizi reklamní spot, jehož obsah je v souladu s právními předpisy České republiky, zejména zák. č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, zák. č. 40/1995 Sb. o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů, zák. č. 634/1992 Sb., na ochranu spotřebitele, ve znění pozdějších předpisů, dále v souladu s Kodexem Rady pro reklamu a těmito Všeobecnými podmínkami a Technickými podmínkami pro vysílání reklamy. Obsah reklamního spotu nesmí svým obsahem vyvolávat dojem, že se jedná o pořad České televize nebo jej napodobovat. Zadavatel se zavazuje nést právní a finanční důsledky případných porušení shora uvedeného závazku a nahradit České televizi škodu, která ji v příčinné souvislosti s tím vznikla.

5.3. Jestliže Zadavatel nedodá reklamní spot v souladu s právními předpisy, těmito Všeobecnými podmínkami a Technickými podmínkami pro vysílání reklamy nebo by podle uvážení České televize mohlo dojít k porušení právních předpisů, etických kodexů nebo k postihu ze strany třetích osob, případně k ohrožení oprávněných zájmů České televize anebo obsah reklamního spotu by svým obsahem vyvolával dojem, že se jedná o pořad České televize, je Česká televize oprávněna od Smlouvy **odstoupit**.

5.4. Zadavatel bere na vědomí a souhlasí, že reklamní spot vysílaný na programu České televize může být vysílán také na Internetu, pokud program České televize nebo jeho část bude tímto způsobem přenášen.

5.5. Zadavatel se zavazuje na své náklady dodat materiál pro vysílání nejpozději do 3 pracovních dnů před prvním plánovaným vysíláním na místo určené Českou televizí.

5.6. V případě, že Zadavatel nepředá České televizi řádně a včas kompletní materiál pro vysílání, je Česká televize oprávněna nezařadit reklamní spot do vysílání. V takovém případě je Zadavatel povinen zaplatit **smluvní pokutu** ve výši Odměny dle Smlouvy. Tímto není dotčen nárok České televize na náhradu škody v plné výši.

5.7. Za každý započatý den prodlení s dodáním řádně zpracovávaného materiálu pro vysílání dle odstavce 5.5. je Česká televize, a to za předpokladu, že bude reklamní spot zařazen do vysílání, oprávněna po Zadavateli požadovat **smluvní pokutu** ve výši 1.000,- Kč. Tímto není dotčen nárok České televize na náhradu škody v plné výši.

5.8. Česká televize je **oprávněna odmítnout** odvysílání reklamy v případě, že by odvysíláním mohlo dojít k poškození jejího dobrého jména nebo by odvysílání bylo v rozporu s jinými závazky České televize, s právními předpisy či dobrými mravy nebo s jejími odůvodněnými zájmy.

6. Odstoupení od Smlouvy

6.1. Česká televize si vyhrazuje právo odstoupit od Smlouvy s účinky ex nunc, a to z následujících důvodů:

a) v případech stanovených Všeobecnými podmínkami (čl. 5 odst. 5.3.; čl. 9 odst. 9.8.; 9.13.);

b) pokud není možné zajistit vysílání reklamy z důvodu programových změn,

c) pokud je Zadavatel v prodlení s úhradou Odměny a/nebo jiného splatného závazku vůči České televizi.

6.2. Zadavatel i Česká televize jsou dále oprávněni odstoupit od Smlouvy v případech stanovených zákonem, a to vždy s účinky ex nunc.

6.3. Účinky odstoupení od Smlouvy nastávají doručením druhé straně; po této době nelze účinky odstoupení od Smlouvy odvolat nebo měnit bez souhlasu druhé strany.

7. Odpovědnost za vady

7.1. Odvysílá-li Česká televize reklamní spot s vadami, zejména s nesprávným obsahem, nefunkční, v nesprávném technickém provedení či nesprávným způsobem, je Zadavatel oprávněn požadovat

přiměřenou slevu z Odměny (respektive z alikvotní části Odměny odpovídající ceně za vysílání reklamního spotu), přičemž přiměřená sleva by odpovídala povaze a rozsahu vady.

7.2. Nárok z odpovědnosti za vady České televize za vady podle odst. 7.1. je Zadavatel povinen uplatnit u České televize písemně do 1 měsíce poté, co mohla být vada poprvé zjištěna, nejpozději do 1 měsíce od ukončení vysílání reklamy, jinak nárok zaniká. Vedle uplatňovaného nároku je Zadavatel povinen přesně specifikovat vadu, která nárok odůvodňuje. Uplatněný nárok nemůže Zadavatel měnit bez souhlasu České televize.

7.3. Nároky Zadavatele z odpovědnosti České televize za vady podle odstavce 7.2. nevzniknou, bylo-li vysílání reklamního spotu s vadami způsobeno okolnostmi vylučujícími odpovědnost. Za takové okolnosti se považují zejména občanské nepokoje, vojenské operace, krizové stavy, zásahy soudů či veřejné správy, výpadky dodávek elektrické energie, technické závady u třetích osob nebo technické závady způsobené třetími osobami, stávky či výluky, nebo další události mimo vliv České televize.

8. Přirážky

8.1. Za vyžádanou první či poslední pozici reklamního spotu v bloku se účtuje přirážka 30 % z ceníkové ceny, za ostatní vyžádané pozice 20%.

8.2. Za nedominantní prezentaci výrobku, služby či jména dalšího klienta v reklamním spotu se účtuje přirážka 15% za každý z nich.

9. Platební a cenové podmínky

9.1. Za vysílání reklamy je Zadavatel povinen zaplatit České televizi Odměnu sjednanou ve Smlouvě.

9.2. Není-li ve Smlouvě stanoveno výslovně jinak, bude k veškerým částkám uvedeným ve Smlouvě připočtena DPH podle platných právních předpisů.

9.3. Odměna dle Smlouvy je účtována v souladu s platným ceníkem v době uzavření Smlouvy.

9.4. Reklamní spoty jsou vysílány v souladu s programovým schématem. Potvrzené termíny a časy vysílání budou dodržovány v maximálně možné míře. Česká televize si však vyhrazuje právo z důvodů programových, technických nebo za okolností vylučujících odpovědnost odvysílat reklamní spot podle možnosti v jiném čase, na jiném programu, případně ve spojení s jiným pořadem. Zadavatel platí v tomto případě pouze cenu za vysílání, které bylo skutečně realizováno, ne však vyšší než kontrahovanou. Jakékoliv požadavky na kompenzaci reklamního vysílání se v tomto případě výslovně vylučují.

9.5. Odměna dle Smlouvy je splatná na základě faktury - daňového dokladu. Faktura - daňový doklad je vystavována po skončení zdaňovacího období (kalendářního měsíce; přičemž DUZP je poslední den kalendářního měsíce) s tím, že Česká televize si ponechává právo fakturovat v průběhu měsíce v případě, že je vysílání reklamy ukončeno (DUZP je datum ukončení vysílání reklamy).

9.6. Faktura je splatná ve lhůtě třiceti (30) dnů ode dne vystavení. Datem zaplacení se rozumí připsání Odměny na bankovní účet České televize uvedený na faktuře.

9.7. Česká televize je oprávněna před vysíláním reklamy požadovat zaplacení zálohy až do plné výše sjednané Odměny za vysílání reklamy včetně případné DPH.

9.8. V případě prodlení s úhradou Odměny je Česká televize oprávněna účtovat k dlužné částce úrok z prodlení ve výši 0,03% dlužné částky za každý započatý den prodlení. Dále v případě, že Zadavatel je v prodlení s úhradou Odměny, je Česká televize oprávněna **odstoupit** od Smlouvy a/nebo Zadavatel je povinen zaplatit **smluvní pokutu** ve výši Odměny. Případný nárok na náhradu škody České televize není tímto ujednáním dotčen.

9.9. Česká televize si vyhrazuje právo nezahájit objednané a potvrzené vysílání reklamy a/nebo přerušit vysílání reklamy již zahájeného v případě, že Zadavatel je v prodlení s úhradou splatné Odměny dle Smlouvy a/nebo splatných finančních závazků vůči České televizi. Tímto není dotčen nárok České televize na náhradu škody (zejména náhradu ušlého zisku) v plné výši.

9.10. Přímé platby ze zahraničí jsou hrazeny v Euro nebo USD ve výši odpovídající fakturované částce v přepočtu dle oficiálního devizového kurzu vyhlašovaného ČNB v den fakturace. Bankovní poplatky vyplývající z převodu kontrahovaných částek ze zahraničí jsou hrazeny výlučně Zadavatelem. Za platbu nelze považovat vystavení šeku či směnky bez příslušného převedení na účet České televize.

9.11. Vznikne-li České televizi v souladu se Smlouvou nebo Všeobecnými podmínkami nárok na **smluvní pokutu**, vystaví Zadavateli na příslušnou částku fakturu se splatností 30 dnů.

9.12. Česká televize má nárok na úhradu nákladů spojených s vymáháním pohledávky za neuhrazené faktury ze strany Zadavatele dle Smlouvy.

9.13. Pokud dojde ke změně ceníkové ceny v době od uzavření Smlouvy do doby zveřejnění reklamního spotu a Zadavatel výslovně neakceptuje změnu této ceny, je Česká televize, pokud nesouhlasí s vysíláním za původní cenu, oprávněna **odstoupit** od Smlouvy.

10. Odpovědnost za škodu

10.1. Zadavatel odpovídá za obsah dodaného reklamního spotu. Pokud v důsledku plnění podle Smlouvy vznikne České televizi nebo jinému subjektu škoda, Zadavatel se ji zavazuje v plné výši uhradit, a to i za předpokladu, že byla způsobena okolnostmi vylučujícími odpovědnost dle ustanovení § 2913 odst. 2 občanského zákoníku. Zadavatel uhradí rovněž veškeré nároky a výdaje, pokud se na Českou televizi v souvislosti s plněním podle Smlouvy obrátí třetí osoba z důvodu porušení práv.

10.2. Výše škody, kterou je Česká televize v rámci své odpovědnosti za škodu způsobenou porušením některé z povinností vyplývajících pro Českou televizi z uzavření Smlouvy povinna Zadavateli nahradit, je omezena výší Odměny sjednané ve Smlouvě.

11. Závěrečná ujednání

11.1. Tyto Všeobecné podmínky jsou nedílnou součástí Smlouvy uzavírané mezi Zadavatelem a Českou televizí.

11.2. Po odsouhlasení kódování reklamních spotů pro účely elektronického měření sledovanosti TV stanic musí být veškerý materiál pro vysílání řádně označen. V případě porušení tohoto ustanovení si Česká televize vyhrazuje právo nechat takový materiál označit, a to na náklad Zadavatele v plném rozsahu.

11.3. Česká televize a Zadavatel se dohodli, že obsah Smlouvy se považuje za důvěrný, stejně jako veškeré informace, které vejdou ve známost smluvních stran v souvislosti s jednáním o uzavření Smlouvy, při jejím plnění a v souvislosti s ním, a žádná ze smluvních stran není bez předchozího písemného souhlasu druhé smluvní strany oprávněna dané informace sdělovat třetím osobám, a to ani po ukončení plnění Smlouvy či ukončení Smlouvy, s výjimkou informací: (i) s nimiž se smluvní strana seznámila nezávisle na druhé smluvní straně; (ii) které Česká televize sama sděluje třetím osobám v souvislosti s přípravou, výrobou, distribucí a/nebo propagací svého programového obsahu, k němuž se vztahuje tato smlouva, a/nebo v souvislosti se svou propagací (s výjimkou informací označených Zadavatelem jako jeho obchodní tajemství); (iii) které smluvní strana poskytne nebo uveřejní na základě právního předpisu nebo vykonatelného rozhodnutí soudu či správního orgánu; a (iv) které smluvní strana poskytne svým odborným poradcům a/nebo jiným spolupracovníkům vázaným zákonnou a/nebo smluvní povinností mlčenlivosti. Pro případ, že Smlouva podléhá nebo by v budoucnu podléhala (např. v důsledku přijetí dodatku) povinnosti uveřejnění dle zákona č. 340/2015 Sb., o registru smluv (dále jen „**zákon o registru smluv**“), smluvní strany ve vzájemné shodě označily v jejích stejnopisech žlutou barvou (nebo v jiném zřejmém označení, tj. ve škále šedé, pokud by smlouva byla při kontraktaci výjimečně skenována ve škále šedi), 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 ve Smlouvě nejsou označeny žlutou barvou (nebo v jiném zřejmém označení, tj. ve škále šedé), se povinnost mlčenlivosti dle tohoto odstavce nevztahuje. Tuto smlouvu je oprávněna postupem podle zákona o registru smluv uveřejnit pouze Česká televize, a to v době do 30 dnů od jejího uzavření. Nedojde-li v této době k uveřejnění této smlouvy ze strany České televize, pak je k jejímu uveřejnění postupem podle zákona o registru smluv oprávněna kterákoli smluvní strana. Za každé porušení kterékoli povinnosti dle tohoto odstavce je dotčená smluvní strana oprávněna požadovat od porušující smluvní strany zaplacení smluvní pokuty ve výši 100.000 Kč.

11.4. Zadavatel není jakkoli oprávněn zasahovat do vysílacího plánu (programu) České televize či redakční odpovědnosti a nezávislosti České televize.
Pokud Zadavatel poruší povinnost uvedenou v tomto odstavci, je Zadavatel povinen zaplatit České televizi **smluvní pokutu** ve výši sjednané Odměny dle Smlouvy. Tímto není dotčen nárok České televize na náhradu škody v plné výši.

11.5. V případě, že se kterékoli ustanovení Smlouvy stane neplatným, zdánlivým nebo nevymahatelným, bude v celém rozsahu odděleno od ostatních ustanovení a nebude mít žádný vliv na platnost a vymahatelnost ostatních ustanovení Smlouvy anebo ustanovení těchto Všeobecných podmínek. Smluvní strany se zavazují nahradit neplatné, zdánlivé či nevymahatelné ustanovení ustanovením novým, které bude platné a vymahatelné a jehož předmět bude z ekonomického hlediska co nejvíce odpovídat předmětu původního ustanovení. Smlouva může být měněna pouze písemně.

11.6. Dle § 1765 občanského zákoníku na sebe Zadavatel převzal nebezpečí změny okolností. Před uzavřením smlouvy strany zvážily plně hospodářskou, ekonomickou i faktickou situaci a jsou si plně vědomy okolností Smlouvy.

11.7. Smluvní strany se dohodly, že práva a povinnosti případně vzniklé z plnění v rámci předmětu Smlouvy, k němuž došlo před nabytím účinnosti Smlouvy, nahrazují závazkem vzniklým z této Smlouvy. Plnění v rámci předmětu Smlouvy před účinností Smlouvy se považuje za plnění podle Smlouvy a práva a povinnosti z něj vzniklé se řídí Smlouvou.

11.8. Smluvní strany výslovně vylučují aplikaci ustanovení § 2050 občanského zákoníku a dále výslovně prohlašují, že mezi nimi není jakákoli zavedená praxe stran a/nebo obchodní zvyklosti, jejichž aplikaci výslovně vylučují. Smluvní strany souhlasí, že písemnosti dle Smlouvy, respektive dle těchto Všeobecných podmínek mohou být v naskenované podobě zasílány smluvními stranami prostřednictvím e-mailové pošty.

11.9. Veškeré vztahy, které nejsou upraveny Všeobecnými podmínkami, se řídí občanským zákoníkem a ostatními platnými právními předpisy České republiky, s vyloučením kolizních norem mezinárodního práva soukromého. V případě mezinárodního prvku ve vztahu založeném Smlouvou smluvní strany sjednávají pro všechny spory vzniklé v souvislosti se Smlouvou jurisdikci soudů České republiky. Smluvní strany dále sjednávají, že v případě vztahů vyplývajících z podnikatelské činnosti smluvních stran je místně příslušným soudem v případě sporu obecný soud České televize.

Tyto Všeobecné podmínky nabývají účinnosti dne 1.7.2017

Přílohy:

1. Technické podmínky pro vysílání reklamy v České televizi

TECHNICKÉ PODMÍNKY PRO VYSÍLÁNÍ REKLAM, SPONZORSKÝCH VZKAZŮ A JINÉ OBRAZOVÉ SEKVENCE SE ZVUKEM NEBO BEZ ZVUKU V ČESKÉ TELEVIZI

Pro technické parametry zde neuvedené platí v plném rozsahu „Všeobecné technické podmínky pro pořady dodávané a vyráběné v České televizi“ v platném znění.

Materiál musí být pořízen, postprodukován a dodán podle následující specifikace:

Obraz

- Rastr 1920 x 1080 pixelů s poměrem stran 16:9.
- 25 snímků (50 půlsnímků) za sekundu prokládaně (1080i/25) lichý půlsnímek první (EBU systém S2) nebo 50 snímků neprokládaně (1080p/50 – EBU systém S4).
- Vzorkování 4:2:2.
- Barevný prostor podle ITU-R BT.709.
- Rozsah hodnot videosignálu (digitálních vzorků) 16 -235 (8bitová kvantizace).

Tento formát je kompletně specifikován v ITU-R BT.709.

Zvuk

- Zvukový signál musí být digitalizován v souladu s doporučením EBU R85, tedy vzorkovací frekvencí 48 kHz, v bitové hloubce 24 bitů, v celém výrobním procesu zpracováván a do souborové podoby mapován v nekomprimované podobě.
- Programový mód STEREO. S ohledem na nutnost kompatibility s mono signálem nesmí fázový rozdíl mezi kanály v delším časovém intervalu přesáhnut 90º v celém pásmu.
- Hlasitost podle doporučení EBU R128.[1] Přípustné parametry platné a měřené v celé stopáži pořadu jsou: Hladina hlasitosti (Programme Loudness) -23.0+/-1.0 LUFS, Dynamický rozsah (Loudness Range) < 18 LU, maximálně přípustná špičková úroveň signálu (Maximum True Peak Level) < -3.0 dBTP.
- V rámci celého materiálu nesmí být časový posun mezi obrazem a zvukem subjektivně postřehnutelný a podle doporučení EBU R37 nesmí přesáhnout 40 ms v případě předbíhání zvuku a 60 ms při zpoždění zvuku za obrazem.
- Monofonní zvuk, musí být zaznamenán ve stereofonní stopě jako duální mono, aby mohl být zpracován a šířen stereofonní přenosovou cestou. Identické monofonní signály v obou stopách nesmějí vykazovat úrovňovou odchylku přesahující 1 dB a fázovou odchylku 15 stupňů / 10 kHz.

Souborový formát

Datový kontejner MXF OP1a s datovým tokem 50Mbit/s, kodek MPEG-2, 422P@ML podle specifikace SMPTE-RDD9 a s parametry uvedenými výše.

Příspěvek lze dodat těmito způsoby:

- Prostřednictvím dálkového přístupu - aplikace České televize dostupná na https://spoty.ceskatelevize.cz (přístupové údaje obdržíte na vyžádání na emailu spotyproct@czech-tv.cz).
- Na odpovídajícím nosiči dat – Hard disk, Flash disk…

Grafické příspěvky:

Statická grafika

- **Velikost grafiky** musí být Full HD 1920x1080 bodů
- **Přípustné formáty** jsou z důvodů celistvosti pokrytí plochy jednolitou barvou pouze nekomprimované bitmapové formáty *TARGA (*.tga) nebo TIFF (*.tif)*) a Windows Bitmap (BMP). *v signálovém tvaru RGBK (tj. s klíčem).*

[1] vyhl.č. 122/2013 Sb

- **Alphakanál** je vyžadován u grafiky v 32-bitové hloubce (24 bitů barvy + 8 bitů alphakanál). Barevné rozlišení – True Color

Dynamická grafika (animace)

- **Velikost animované grafiky** musí být Full HD 1920x1080 bodů.
- **Přípustné formáty** animované grafiky jsou pouze nekomprimované. Grafiku je možné dodat jako jediný soubor videosekvence nebo jako sekvenci za sebou jdoucích očíslovaných statických snímků. Formáty videosekvencí: *TARGA (*.tga) nebo TIFF (*.tif) v signálovém tvaru RGBK (tj. s klíčem).*
- **Alphakanál** je vyžadován u grafiky v 32-bitové hloubce (24 bitů barvy + 8 bitů alphakanál). Barevné rozlišení – True Color
- **Snímková frekvence** musí být 25 snímků / sekundu

U sponzorského vzkazu musí levý horní roh obrazu zůstat volný pro IDENT programu, kterým musí být ze zákona opatřeny veškeré sponzorské vzkazy. Logo musí být doplněno nápisem „SPONZOR POŘADU“ v dostatečné velikosti.

Minimální výška textu ve všech příspěvcích je 40 řádků, u příspěvků určených pro injektáž 80 řádků.

Příspěvky určené pro Injektáž musí respektovat výše uvedená pravidla a zohlednit ve svém obsahu skutečnost, že budou ve vysílání zmenšeny na 1/16 původní velikosti.