

**Česká televize**  
IČO: 00027383

a

**Premier Sports CZ s.r.o.**  
IČO: 26402378

a

**Český paralympijský výbor, z.s.**  
IČO: 49629115

**SMLOUVA O VZÁJEMNÉ SPOLUPRÁCI A  
POSKYTOVÁNÍ SLUŽEB**  
č. 1087111/2234

Předmět smlouvy: zajištění propagace

Cena, případně hodnota: **1.980.000,- Kč**

Datum uzavření:

20.12.2017

**SMLOUVA O VZÁJEMNÉ SPOLUPRÁCI A POSKYTOVÁNÍ SLUŽEB**

uzavřená podle § 1746 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský  
zákoník (dále jen „občanský zákoník“), mezi:

**Česká televize**

IČO: 00027383, DIČ: CZ00027383

Kavčí hory, Na Hřebenech II 1132/4

140 70 Praha 4

zřízená zákonem č. 483/1991 Sb. o České televizi, nezapisuje se do obchodního rejstříku

zastoupena: Petrem Dvořákem, generálním ředitelem

bankovní spojení: Česká spořitelna, a.s.

číslo účtu: 1540252/0800

(dále jen „PARTNER“ nebo „ČT“)

a

**Premier Sports CZ s.r.o.**

IČO: 26402378, DIČ: CZ26402378

se sídlem Cukrovarská 2843/2, Jižní Předměstí, 301 00 Plzeň

zapsaná v OR vedeném Krajským soudem v Plzni, spis. značka C 217952

zastoupen(a): Mgr. Lubošem Koželuhem, MBA, jednatelem společnosti

bankovní spojení: ČSOB a.s. Plzeň

číslo účtu: 199212106/0300

(dále jen „PSCZ“);

výhradní zástupce oprávněný jednat jménem:

**Českého paralympijského výboru, z.s.**

IČO: 49629115, DIČ: CZ49629115

se sídlem Zátokova 2/100, 160 17 Praha 6

zapsaný ve spolkovém rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, spis. značka L 5727

zastoupen(a): Mgr. Alenou Erlebachovou, výkonnou předsedkyní a panem Ondřejem Sejkou,  
předsedou

bankovní spojení: Česká spořitelna a.s.

číslo účtu: 999222222/0800

(dále jen „ČPV“);

jako vedlejší účastník

uzavírají dnešního dne, měsíce a roku, tuto smlouvu o vzájemné spolupráci a poskytování služeb:

**1. PREAMBULE**

- 1.1 PSCZ je marketingová a PR agentura, jež na základě Rámcové smlouvy o spolupráci a poskytování služeb ze dne 23. 11. 2006 bylo uděleno výhradní oprávnění sjednávat svým jménem smlouvy s partnery Českého paralympijského týmu (dále jen ČPT).
- 1.2 ČPV je spolek zastřešující jednotlivé sportovní svazy, jež jsou členy světové mezinárodní federace příslušného druhu zdravotního postižení. ČPV je

prostřednictvím Českého svazu neslyšících sportovců členem International Deaflympic Committee (dále jen IDC) a International Paralympic Committee (dále jen IPC).

Hlavním posláním ČPV je rozvíjet myšlenky paralympismu na území České republiky (dále jen Území), podílet se na zajišťování přípravy sportovců na vrcholné soutěže a zabezpečovat důstojnou reprezentaci České republiky na Deaflympijských hrách (dále též DH) a Paralympijských hrách (dále též PH). ČPV je dle svých stanov oprávněn disponovat s Paralympijskými tituly, Značky ČPV a ČPT na Území.

1.3 ČT prohlašuje, že je subjektem disponujícím právními, technickými a organizačními předpoklady nezbytnými pro platné uzavření této Smlouvy a naplnění jejího předmětu.

## **2. DEFINICE POJMŮ**

2.1 Český paralympijský tým je tvořen skupinou handicapovaných sportovců, nominovaných dle rozhodnutí ČPV k účasti na DH či PH. Součástí ČPT je i realizační tým, určený ČPV jako doprovod sportovců na DH či PH.

2.2 Deaflympijský symbol a Paralympijský symbol je definován IDC, resp. IPC a jejich užití je podmíněno pouze výslovným souhlasem IDC, resp. IPC.

2.3 Deaflympijské hry a Paralympijské hry jsou míněny mezinárodní sportovní akce, kterých se účastní Reprezentanti, resp. Členové ČPT.

2.4 Dokumenty se pro účely této Smlouvy rozumí dokumenty předávané mezi smluvními stranami v souvislosti s plněním povinností smluvních stran, vyplývajících z této Smlouvy.

2.5 Informace znamenají pro účely této Smlouvy informace poskytované mezi smluvními stranami v souvislosti s plněním povinností smluvních stran vyplývajících z této Smlouvy.

2.6 Paralympijský titul znamená jakékoliv označení implikující vztah k Partnerům ČPT.

2.7 Práva na reprezentanty znamenají výhradní i nevýhradní práva využívat pro aktivity v oblasti Public Relations (dále jen PR) a propagační účely Reprezentanty, resp. členy ČPT za jejich souhlasu a po vzájemné dohodě s PSCZ a ČPV tak, aby nebyl narušen jejich sportovně technický režim a byla respektována jejich individuální osobnostní práva.

2.8 Práva na symbol znamenají výhradní i nevýhradní práva využívat Deaflympijské symboly a Paralympijské symboly, Znak ČPV a ČPT.

2.9 Propagační činnost se pro účely této Smlouvy rozumí činnost ze strany PSCZ pro ČT spočívající zejména ve zpracování nabídek, fotodokumentace, obstarání a zpracování komerčního plnění a mediální propagace ČT.

2.10 Reklamní práva znamenají výhradní i nevýhradní práva používat plochy a prostory na společném oficiálním sportovním a společenském oblečení Reprezentantů na DH a PH a dále na souvisejících PR akcích při dodržení podmínek a pravidel stanovených IDC, resp. IPC.

- 2.11 Reprezentanti znamenají družstva jako celek a individuální handicapované sportovce zařazené do užší nominace na DH či PH.
- 2.12 Smlouvou se rozumí tato Smlouva o vzájemné spolupráci a poskytování služeb.
- 2.13 Území znamená Českou republiku.
- 2.14 Znaky ČPV a ČPT jsou symboly uvedené v Příloze č. 1 této Smlouvy, která ČPV na základě umocnění ze strany IDC, resp. IPC vytvořil před účinností této Smlouvy nebo vytvořil v době účinnosti této Smlouvy.
- 2.15 Znaky her znamenají společné nebo oddělené deaflympijské nebo paralympijské označení her a jejich užití je podmíněno pouze výslovným souhlasem IDC, resp. IPC.

### **3. PŘEDMĚT SMLOUVY**

- 3.1 Na základě této Smlouvy se PSCZ zavazuje pro ČT obstarat reklamu, propagaci a poskytnout služby PR dle podmínek stanovených v této Smlouvě a po dobu její platnosti a účinnosti.
- 3.2 ČT se zavazuje po dobu platnosti této Smlouvy poskytnout ve prospěch ČPV obchodní plnění, a to způsobem stanoveným v této Smlouvě, jenž zároveň umožní prezentaci ČPT, související propagační aktivity a vejít do povědomí široké veřejnosti v souvislosti s Partnery ČPT a paralympijským hnutím v kalendářním roce 2017.

### **4. ZÁVAZKY SMLUVNÍCH STRAN**

- 4.1 PSCZ se zavazuje, že nebude uvádět jiného provozovatele televizního vysílání ani jiný televizní program ve spojení s PSCZ, ČPV či ČPT než ČT. Na základě této Smlouvy poskytuje PARTNEROVI právo užívat označení „Generální mediální partner Českého paralympijského týmu“ ve spojení s obchodní firmou PARTNERA (Česká televize) a Obchodní značkou PARTNERA (ČT – Česká televize), a to za podmínek dále stanovených touto Smlouvou.
- 4.2 PSCZ se zavazuje, že bude při plnění této Smlouvy postupovat v souladu se zákonem, s odbornou péčí, svědomitě a respektovat zájmy ČT.
- 4.3 PSCZ odpovídá za to, že množství a odborná kvalifikace pracovníků, podílejících se na zajištění reklamní prezentace, bude odpovídat nárokům vyplývajícím z této Smlouvy a obvyklé kvalitě v místě obstarání reklamy, propagace a poskytnutí služeb PR.
- 4.4 PSCZ se na základě této Smlouvy dále zavazuje:
  - a) obstarat reklamu, propagaci a poskytnout služby PR ve prospěch ČT v období kalendářního roku 2017 dle schválených Komunikačních plánů.
  - b) PSCZ se zavazuje, že ČT bude propagovat a poskytovat služby v odlišném rozsahu a odlišným způsobem než ostatním mediálním partnerům ČPT. Označení PARTNERA bude „Generální mediální partner“ a umístění loga PARTNERA na veškerých propagačních a komunikačních materiálech bude v dominantní pozici, případně pozici odlišné – viditelnější – od log ostatních mediálních partnerů.

- 4.5 PSCZ a ČPV se zavazují vyvinout maximální úsilí, aby zabránili případnému neoprávněnému participování a nedovolenému užívání Paralympijských titulů, Znaků ČPV a ČPT třetí osobou, která nemá smluvně potvrzené možnosti jejich užívání.
- 4.6 Při každém použití obchodní značky a obchodního názvu ČT se PSCZ zavazuje použít jen schválených grafických podkladů a předložit všechny tyto materiály před publikováním odpovědným zástupcům ČT ke schválení. Všechna provedení obchodní značky i použití obchodního názvu firmy ČT v rámci mediální prezentace musí být schválena odpovědným pracovníkem Marketingu ČT [REDACTED], manažer rozvoje značek ČT, [REDACTED].
- 4.7 ČT je oprávněna po dobu platnosti této Smlouvy deklarovat podporu účasti ČPT na DH a PH, podporu paralympijského hnutí a ČPV ve svých produktech, při poskytování svých služeb a na svých propagačních materiálech. Dále je oprávněna být představována jako Generální mediální partner ČPT na oficiálních akcích pořádaných nebo spolupořádaných PSCZ nebo ČPV a být takto propagována při mediálních prezentacích, propagačních kampaních, či dalších oficiálních akcích, které představují ČPT a jeho účast na DH či PH dle schváleného Komunikačního plánu.
- 4.8 Pověření zástupci ČT mají právo účastnit se oficiálních akcí pořádaných či spolupořádaných PSCZ nebo ČPV za účelem propagace ČT a jeho účasti na DH a PH či k propagaci paralympijského hnutí a myšlenek paralympismu.
- 4.9 ČT je oprávněna být uváděna jako Generální mediální partner ČPT v oficiálních publikacích a tiskovinách vydávaných či spoluvydávaných PSCZ nebo ČPV pro propagační a obdobné účely dle schvalovaného Komunikačního plánu.
- 4.10 ČT se zavazuje předat PSCZ případnou aktualizaci podkladů pro používání svých identifikačních a ochranných známek v dostatečném časovém předstihu.
- 4.11 ČT se na základě této Smlouvy zavazuje poskytnout k realizaci obchodního plnění a propagace podklady vždy na vyžádání PSCZ nejpozději do pěti pracovních dnů od doručení žádosti.
- 4.12 ČT se zavazuje předat PSCZ veškeré informace a podklady nezbytné k plnění dle předmětu této Smlouvy, avšak nejméně s takovým předstihem, který umožní PSCZ včasné splnění závazků stanovených touto Smlouvou nebo v případném Prováděcím dokumentu.
- 4.13 ČT se zavazuje, že každé použití Paralympijského titulu, Znaků ČPV a ČPT bude v souladu s touto Smlouvou.

## **5. KOMERČNÍ VYUŽITÍ A POSKYTOVÁNÍ SLUŽEB**

- 5.1 PSCZ se zavazuje zajistit reklamní prezentaci ČT v rozsahu sjednaném na základě čl. 5. odst. 5.3, a to při respektování exkluzivity ČT (viz čl. 4. odst. 4.1), [REDACTED]
- 5.2 ČT se zavazuje poskytnout obchodní sdělení v souladu Všeobecnými smluvními podmínkami ČT pro vysílání příslušného obchodního sdělení a umožnit tak prezentaci paralympijského hnutí, ČPV, ČT a Partnerů ČPT, a to včetně výroby spotu sponzora programu, v rozsahu sjednaném na základě čl. 5. odst. 5.3.

- 5.3 Bližší specifikace výše uvedeného obchodního plnění a poskytnutí služeb dle odst. 5.2 bude na základě dohody obou smluvních stran upřesněna v dílčích mediaplánech, které budou smluvními stranami schvalovány po dobu plnění dle této Smlouvy. ČT poskytla [REDACTED].
- 5.4 PSCZ se zavazuje, že plnění dle tohoto článku bude v souladu s právními předpisy, 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 a v souladu s Kodexem ČT a Všeobecnými smluvními podmínkami ČT pro vysílání příslušného obchodního sdělení.

## 6. CENA A PLATEBNÍ PODMÍNKY

- 6.1 Celková dohodnutá smluvní cena za poskytnuté plnění ze strany ČT uvedené v čl. 5. odst. 5.2 a odst. 5.3. této Smlouvy činí 1.980.000,- Kč (jeden milión devět set osmdesát tisíc korun českých), přičemž do této částky není započítána daň z přidané hodnoty. Celkovou částku vyúčtuje ČT řádnými daňovými doklady (fakturami) vystavenými v souladu se zákonem o DPH v platném znění.
- 6.2 Celková dohodnutá smluvní cena za poskytnuté plnění ze strany PSCZ uvedené v čl. 5. odst. 5.1 a čl. 5. odst. 5.5 této Smlouvy činí 1.980.000,- Kč (jeden milión devět set osmdesát tisíc korun českých), přičemž do této částky není započtena daň z přidané hodnoty. Celkovou částku vyúčtuje PSCZ řádnými daňovými doklady (fakturami) vystavenými v souladu se zákonem o DPH v platném znění.
- 6.3 Zdanitelné plnění je považováno za uskutečněné ke dni podpisu Smlouvy, a to ve výši 1.980.000,- Kč (jeden milión devět set osmdesát tisíc korun českých) bez DPH.
- 6.4 Vzhledem ke kompenzačnímu charakteru této Smlouvy se obě smluvní strany dohodly na vzájemném zápočtu svých pohledávek, které jim navzájem touto Smlouvou vzniknou, a to v plném rozsahu včetně účtovaného DPH, za podmínky, že obě strany splnily v plném rozsahu své povinnosti a závazky vyplývající z této Smlouvy. V případě, že po vzájemném zápočtu vznikne některé straně nedoplatek je povinna ho uhradit v souladu s příslušným ustanovením této Smlouvy.
- 6.5 Na daňových dokladech (fakturách) vystavených na základě této Smlouvy oběma smluvními stranami, bude uvedena jako forma úhrady „NEPROPLÁCET – ZÁPOČET“, přičemž splatnost vystavených faktur bude ke dni 31.12. 2017.
- 6.6 Daňové doklady musí obsahovat náležitosti stanovené obecně závaznými právními předpisy pro daňový doklad, zejména v § 28 zákona č. 235/2004 Sb., o dani

z přidané hodnoty, ve znění pozdějších změn a doplňků. Kterákoli ze smluvních stran je oprávněna vrátit daňový doklad, který neobsahuje některou náležitost nebo má jiné závady v obsahu. Ve vráceném daňovém dokladu musí vyznačit důvod vrácení. Druhá smluvní strana je povinna dle povahy nesprávnosti daňový doklad opravit nebo nově zhotovit.

## **7. Odstoupení od smlouvy**

7.1 Vzhledem povaze předmětu plnění této Smlouvy se smluvní strany dohodly na nemožnosti tuto Smlouvu jednostranně vypovědět s tím, že oběma smluvním stranám svědčí právo od této Smlouvy odstoupit, a to pouze v případě kdy:

- a) druhá smluvní strana hrubě poruší podmínky a závazky z této Smlouvy vyplývající, tj. ČT v případě, kdy PSCZ zvláště závažně poruší své závazky dle příslušného ustanovení čl. 4. a 5. této Smlouvy a PSCZ v případě, kdy ČT nesplní své závazky dle příslušného ustanovení čl. 4. a 5. této Smlouvy;
- b) porušení výše uvedená nebudou odstraněna ve lhůtě 30-ti dnů od písemné výzvy zaslané druhé smluvní straně k odstranění takových porušení;
- c) jestliže vůči PSCZ bude vyhlášen konkurs nebo vyrovnání, či vstoupí do likvidace;
- d) v případě, že dojde ke zveřejnění věrohodných, tj. právně podložených negativních zpráv ve sdělovacích prostředcích v souvislosti s činností PSCZ nebo Partnera ČPT prezentovanými prostřednictvím ČT na základě této Smlouvy a tato skutečnost by mohla poškodit dobré jméno a pověst ČT jako veřejnoprávní instituce.

7.2 V případě oprávněného odstoupení od Smlouvy ze strany ČT je PSCZ povinna ukončit plnění závazků uvedených v příslušných ustanoveních čl. 4. a 5. této Smlouvy a odstranit veškerou reklamu a propagaci ČT zajišťovanou dle této smlouvy.

7.3 V případě oprávněného odstoupení PSCZ od této Smlouvy je ČT povinna bez zbytečného odkladu odstranit ze všech svých materiálů veškerou propagaci všech Paralympijských titulů, Znaků ČPV a ČPT.

7.4 V případě řádného odstoupení od této Smlouvy ruší s účinky ex nunc. Odstoupení od této Smlouvy je účinné ode dne doručení písemného aktu odstoupení druhé smluvní straně.

7.5 Právo obou smluvních stran odstoupit od této Smlouvy z důvodů stanovených zákonem zůstává nedotčeno.

## **8. Smluvní sankce**

8.1 V případě, že PSCZ nesplní některý ze svých závazků uvedených v příslušném ustanovení čl. 4. a 5. této

## 9. RUČENÍ

- 9.1 ČPV přebírá ve příslušných ustanovení občanského zákoníku ručení za všechny závazky PSCZ uvedené v této Smlouvě.

## 10. JEDNÁNÍ A OZNAMOVÁNÍ

- 10.1 Veškerá jednání v rámci partnerských schůzek, oznámení a jiná sdělení, jejichž podání je vyžadováno ne povoleno dle této Smlouvy, jsou písemná a považují se za řádně učiněná, pokud jsou doručena osobně, doporučeně, nebo e-mailem a adresována následujícím způsobem:

a) v případě ČT: [REDACTED]

b) v případě PSCZ: [REDACTED]

c) nebo dalšímu adresátovi či na jinou adresu, kterou některá z výše uvedených stran určila oznámením doručeným v souladu s tímto ustanovením.

- 10.2 Každé oznámení nebo jiné sdělení doručené osobně, poštou nebo způsobem výše uvedeným, se pro všechny účely této Smlouvy považuje za dostatečně předané, doručené, zaslané nebo odevzdané první pracovní den následující po dni, kdy je doručeno adresátovi s tím, že doručena, potvrzení o převzetí, místopřísežné prohlášení nebo v případě e-mailu se zpětná odpověď považuje za nezvratný, nikoli však výlučný důkaz o tomto doručení nebo v okamžiku, kdy je doručení odmítnuto adresátem při předložení.

## 11. PLATNOST, ÚČINNOST, TRVÁNÍ SMLOUVY, PRÁVO PŘEDNOSTNÍ NABÍDKY

- 11.1 Tato Smlouva je platná ode dne jejího podpisu poslední smluvní stranou.
- 11.2 Tato Smlouva se uzavírá na dobu určitou do 31.12.2017.
- 11.3 Před uplynutím doby platnosti lze tuto Smlouvu ukončit pouze dohodou smluvních stran.

## 12. SPOLEČNÁ A ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

- 12.1 Smluvní strany prohlašují, že vymezení předmětu Smlouvy a ceny, případně hodnoty předmětu Smlouvy na titulní straně této Smlouvy nemá normativní význam a uvádí se zde pouze pro účely provedení uveřejnění této Smlouvy v registru smluv.
- 12.2 Tato smlouva nabývá platnosti dnem jejího podpisu oběma smluvními stranami.
- 12.3 Tato smlouva se řídí právním řádem České republiky, zejména občanským zákoníkem. Případné spory mezi smluvními stranami budou řešeny především dohodou, přičemž nedojde-li k dohodě o řešení určitého sporu, budou k jeho řešení příslušné soudy České republiky.
- 12.4 Smluvní strany se dohodly, že:



- a) jakákoli změna této Smlouvy může být sjednána výlučně a pouze písemným dodatkem podepsaným oběma smluvními stranami, a to s jejich podpisy na téže listině;
  - b) zvyklosti ani zavedená praxe stran nemají přednost před ustanoveními této Smlouvy ani před ustanoveními zákona;
  - c) na sebe přebírají nebezpečí změny okolností a ponese je každá smluvní strana sama za sebe; ustanovení § 1766 občanského zákoníku se nepoužije;
  - d) marné uplynutí dodatečné lhůty k plnění nemá za následek automatické odstoupení od této Smlouvy;
  - e) poté, co byl návrh této Smlouvy či jejího dodatku po podpisu jednou ze smluvních stran předložen k podpisu druhé smluvní straně, vylučuje se přijetí daného návrhu druhou smluvní stranou s dodatkem nebo odchylkou;
  - f) připouští-li výraz použitý v této smlouvě různý výklad, nevyloží se v pochybnostech k tíži toho, kdo jej použil jako první;
  - g) uplatněním kterékoli smluvní pokuty dle této Smlouvy není dotčeno právo dotčené smluvní strany na náhradu škody v plné výši.
- 12.5 Veškeré odkazy na ustanovení, resp. ujednání, použité v této Smlouvě představují odkazy na ustanovení, resp. ujednání, této Smlouvy, není-li v daném odkazu výslovně stanoveno jinak.
- 12.6 V případě, že se ke kterémukoli ustanovení Smlouvy či k jeho části podle zákona jako ke zdánlivému právnímu jednání nepřihlíží, nebo že kterékoli ustanovení Smlouvy či jeho část je nebo se stane neplatným, neúčinným a/nebo nevymahatelným, oddělí se bez dalšího v příslušném rozsahu od ostatních ujednání Smlouvy a nebude mít žádný vliv na platnost, účinnost a vymahatelnost ostatních ujednání Smlouvy. Smluvní strany se zavazují nahradit takové zdánlivé, nebo neplatné, neúčinné a/nebo nevymahatelné ustanovení či jeho část ustanovením novým, které bude platné, účinné a vymahatelné a jehož věcný obsah a ekonomický význam bude shodný nebo co nejvíce podobný nahrazovanému ustanovení tak, aby účel a smysl Smlouvy zůstal zachován. Smluvní strany pro vyloučení všech pochybností výslovně vylučují aplikaci § 576 občanského zákoníku.
- 12.7 Smluvní strany se dohodly, že obsah této Smlouvy se považuje za důvěrný, stejně jako veškeré informace, které vejdou ve známost smluvních stran v souvislosti s jednáním o uzavření této 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 této Smlouvy či ukončení této Smlouvy, s výjimkou informací: (i) s nimiž se smluvní strana seznámila nezávisle na druhé smluvní straně; (ii) které ČT 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 PSCZ 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. Vzhledem k tomu, že tato Smlouva podléhá povinnosti uveřejnění podle zákona č. 340/2015 Sb., o registru

smluv (dále jen „zákon o registru smluv“), 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 tohoto odstavce. Tuto Smlouvu je oprávněna postupem podle zákona o registru smluv uveřejnit pouze ČT, a to v době do 30 dnů od jejího uzavření. Nedojde-li v této době k uveřejnění této Smlouvy ze strany ČT, pak je k jejímu uveřejnění postupem podle zákona o registru smluv oprávněna kterákoli smluvní strana.

- 12.8 Smluvní strany se dohodly, že práva a povinnosti případně vzniklé z plnění v rámci předmětu této Smlouvy, k němuž došlo před nabytím účinnosti této Smlouvy, nahrazují závazkem vzniklým z této smlouvy. Plnění v rámci předmětu této Smlouvy před účinností této Smlouvy se považuje za plnění podle této Smlouvy a práva a povinnosti z něj vzniklé se řídí touto Smlouvou.
- 12.9 Přílohy tvoří nedílnou součást této Smlouvy.
- 12.10 Tato Smlouva je vyhotovena ve třech stejnopisech s platností originálu (dva pro ČT, jeden pro PSCZ. PSCZ se zavazuje odeslat (tj. předat provozovateli poštovních služeb k přepravě) ČT stejnopisy této Smlouvy, které podepsal a které jsou určeny pro ČT, a to nejpozději druhý pracovní den po svém podpisu.

*Smluvní strany souhlasně prohlašují, že si tuto smlouvu pozorně přečetly, že její obsah je srozumitelný a určitý, a že jim nejsou známy žádné důvody, pro které by tato smlouva nemohla být smluvními stranami uzavřena a závazky z ní řádně plněny a nejsou jim známy žádné důvody, které by způsobovaly neplatnost této Smlouvy. Na znamení toho, že s obsahem této Smlouvy bez výhrad a ze své svobodné a vážné vůle souhlasí, a že tato smlouva nebyla uzavřena v tísní ani za jinak jednostranně nevýhodných podmínek, připojují smluvní strany své podpisy níže.*

**Česká televize****Premier Sports CZ s.r.o.**

Jméno: Petr Dvořák  
Funkce: generální ředitel  
Místo:  
Datum: 15-12-2017

Jméno: Luboš Koželuh  
Funkce: jednatel  
Místo: 7/20w  
Datum: 20.12.2017

**Premier Sports CZ s.r.o.**  
Cukrovarská 2, Pízeň 301 00  
IČ: 264 02 378  
DIČ: CZ26402378

Český paralympijský výbor, z.s.

Jméno: Alena Erlebachová

Funkce: výkonná předsedkyně

Místo:

Datum:

Jméno: Ondřej Sejпка

Funkce: předseda

Místo:

Datum:

Český paralympijský výbor, z.s. souhlasí se zněním této Smlouvy a svým podpisem garantuje práva a povinnosti vyplývající pro ČPV a PSCZ z tohoto právního dokumentu vyplývající.



**CZECH TEAM**  
**PARALYMPIC**

## **Všeobecné smluvní podmínky pro sponzorování pořadů a programů v televizním vysílání České televize**

### **1. Působnost**

Tyto Všeobecné podmínky pro sponzorování pořadů a programů v televizním vysílání České televize upravují základní pravidla pro sponzorování pořadů a programu vysílaných v programech České televize.

### **2. Základní pojmy a podmínky**

#### **Soulad s právními předpisy a ostatními předpisy.**

Sponzorské vzkazy dodané k televiznímu vysílání v programech České televize musí být v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami pro sponzorování pořadů a programů v televizním vysílání České televize (dále jen „Všeobecné podmínky“), v souladu s právními předpisy 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 a v souladu s Kodexem České televize.

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

#### **Česká televize**

Česká televize je právnická osoba zřízená zákonem č. 483/1991 Sb., která je provozovatelem televizního vysílání ze zákona.

Česká televize má právo vysílat programy svobodně a nezávisle. Obsah televizních pořadů a programů, které jsou sponzorovány a chronologické uspořádání pořadů a dalších částí vysílání ve skladbě programu nesmějí být ovlivněny způsobem, kterým by mohla být dotčena redakční odpovědnost a nezávislost České televize. Česká televize nepřipustí, aby Zadavatel nebo klient mohli ovlivnit obsah pořadů a programovou skladbu. Redakční odpovědnost a nezávislost se za dotčené nepovažují, pokud Česká televize z vlastního rozhodnutí akceptuje návrh Zadavatele na sponzorování pořadu nebo programu učiněným v souladu s právními předpisy a Kodexem České televize.

#### **Zadavatel**

Zadavatelem sponzorování se rozumí právnická nebo fyzická osoba, která objednala u České televize sponzorování pořadu nebo sponzorování programu, jejichž televizní vysílání provozuje Česká televize.

#### **Zpracovatel sponzorského vzkazu**

Zpracovatelem sponzorského vzkazu se rozumí právnická nebo fyzická osoba, která pro sebe nebo pro jinou právnickou osobu zpracovala sponzorský vzkaz.

#### **Objednávka**

Objednávkou se rozumí návrh Zadavatele na uzavření smlouvy, učiněný na vzorovém formuláři objednávky České televize. Česká televize není povinna objednávku akceptovat. Návrh (storyboard) i hotový sponzorský vzkaz podléhá konečnému schválení Českou televizí.

### **Sponzor**

Sponzorem pořadu nebo programu může být právnická nebo fyzická osoba, která neprovozuje rozhlasové a televizní vysílání, neposkytuje audiovizuální mediální služby na vyžádání a ani není výrobcem audiovizuálních děl.

Při volbě sponzora Česká televize přihlíží k jeho vhodnosti vzhledem k obsahu a případnému zaměření sponzorovaného pořadu či programu.

Sponzor nesmí ovlivňovat obsah ani časové zařazení pořadu a dalších částí vysílání ve skladbě programu.

Pořady a program nesmějí sponzorovat osoby, jejichž hlavním předmětem činnosti je výroba nebo prodej cigaret nebo jiných tabákových výrobků a výroba a pronájem výrobků nebo poskytování služeb, které nesmějí být podle zákona předmětem reklamy.

Při sponzorování pořadů a programu osobami, jejichž předmět činnosti zahrnuje výrobu nebo distribuci léčivých přípravků nebo léčebné postupy, nelze propagovat léčivé přípravky nebo léčebné postupy vázané v České republice na lékařský předpis.

Pořady pro děti a mládež nesmějí sponzorovat osoby, jejichž předmět činnosti zahrnuje výrobu nebo prodej alkoholických nápojů.

### **Definice sponzorování:**

Sponzorováním je jakýkoli příspěvek poskytnutý k přímému nebo nepřímému financování programu nebo pořadu s cílem propagovat jméno nebo název sponzora, jeho ochrannou známku, výrobky, služby, činnosti nebo obraz sponzora na veřejnosti.

### **Způsoby sponzorování:**

- 1) sponzorování pořadů
- 2) sponzorování programu

### **Pořad**

Pořadem se pro účely sponzorování 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 programu.

Sponzorovat nelze zpravodajské a politicko-publicistické pořady.

### **Program**

Programem se rozumí program ČT1, ČT2, ČT24, ČT sport, ČT:D, ČT Art, jejichž vysílání provozuje Česká televize.

Sponzorovat nelze program ČT24.

### **Oznámení o sponzorování.**

Každý pořad nebo program, který je zčásti nebo zcela sponzorován, musí být zřetelně označen, že je sponzorován.

Označení sponzorovaného pořadu nebo programu může mít formu klasického sponzorského vzkazu, zvukové nebo obrazové zmínky nebo injektáže. Vždy musí být patrné, že jde o prezentaci v zájmu sponzora, tedy osoby odlišné od České televize. Zřetelnou součástí (tedy přiměřeně čitelnou a srozumitelnou) musí být vždy sdělení, že se jedná o sponzorování (např. sponzorem pořadu je..., nebo sponzorem programu je...); uvedené sdělení může mít formu obrazovou nebo/i zvukovou. Injektáží se rozumí vklíčování obrazového

záznamu sponzorského vzkazu formou loga nebo ochranné známky sponzora do vysílání pořadu; injektáž nelze využít samostatně bez oznámení o sponzorování.

Sponzorský vzkaz je druhem obchodního sdělení odlišným od dalších obchodních sdělení jako je reklama, teleshopping nebo umístění produktu.

Oznámení o sponzorování pořadů je třeba uvést vždy na začátku pořadu a dále i v průběhu nebo na konci pořadu. tj. v rámci pořadu vždy v počtu 2 sponzorských vzkazů (nelze umístit pouze jeden sponzorský vzkaz).

Zařazení oznámení o sponzorování programu do vysílání je omezeno pouze zákazem vysílání v upoutávkách na pořad (ovšem nikoli umístěním oznámení o sponzorování před a po upoutávkách na pořad) a zákazem vysílání v průběhu pořadu a bezprostředně před začátkem nebo po ukončení pořadu; mezi oznámením o sponzorování programu (sponzorským vzkazem sponzora programu) a pořadem musí být povinně umístěn předěl (znělka, jingl) v délce minimálně 2 sek.

Levá horní část obrazovky je vyhrazena pro identifikaci provozovatele vysílání (logotyp).

#### **Stopáž sponzorských vzkazů**

- 1) Klasický sponzorský vzkaz může trvat maximálně 15 sekund
- 2) Injektáž může trvat maximálně 5 sekund.

#### **Omezení týkající se obsahu sponzorovaných pořadů a programu:**

Sponzorované pořady a sponzorovaný program nesmějí přímo nabádat k nákupu nebo pronájmu zboží nebo služeb, zejména zvláštním zmiňováním zboží nebo služeb za účelem propagace.

#### **Obsah sponzorského vzkazu**

Povinný obsah sponzorského vzkazu sponzora pořadu

- 1) sdělení, že pořad je sponzorován
- 2) jméno nebo název, obrazový symbol (logo), ochranná známka sponzora, výrobek, služba nebo jiný výkon.

Povinný obsah sponzorského vzkazu sponzora programu

- 1) sdělení, že program je sponzorován
- 2) jméno nebo název sponzora
- 3) hlavní předmět činnosti sponzora ( [REDACTED] )

#### **Ostatní požadavky na obsah sponzorského vzkazu**

- 1) Propagace sponzora nesmí mít charakter reklamy. Základním účelem sponzorování je vytvoření dobrého jména, dobré pověsti (goodwill) sponzora. Sponzorský vzkaz tedy může obsahovat propagaci sponzora, jeho výrobku a služby, a to i prostřednictvím odkazu na jeho výrobky, služby a jejich charakteristický znak, a rovněž prostřednictvím sloganu, tedy slovního spojení charakterizujícího sponzora, jeho výrobek nebo službu, který může, ale nemusí být ochrannou známkou sponzora.
- 2) Sponzorský vzkaz musí obsahovat údaje primárně informativního charakteru, nikoli údaje nabídkové, výzvu a nabádání k nákupu či spotřebě, zmínky o kvalitě, ceně, srovnávání s jinými obdobnými výrobky nebo službami, přednostech, výhodách používání, způsobu distribuce, možnosti koupě, informace o mimořádných nabídkách a konkrétních akčních nabídkách apod. Ve sponzorském

vzkazu tedy nesmí být obsažen přímý přesvědčovací proces, který by zvukově nebo obrazově vedl diváka primárně k uvědomění si kvalit výrobku tak, aby divák shledal jako žádoucí si výrobek koupit. Sponzorský vzkaz ve svém komplexním vyznění nesmí nabádat k nákupu či spotřebě, ústředním motivem nesmí být taková propagace výrobku či služby, jejímž cílem by bylo přesvědčit diváka ke koupi či spotřebě, primárním účelem musí být informování diváka o existenci sponzora, jeho výrobku či služby.

- 3) Ve sponzorském vzkazu se může objevit pouze takové kontaktní spojení, které odkazuje k podrobnějším informacím o sponzorovi, avšak neuvádí místa prodeje či prodejních akcí. Takovým kontaktním spojením může být teletextová stránka či adresa webových stránek sponzora. Sponzorský vzkaz nesmí obsahovat adresu prodejního místa sponzora či jeho telefonní číslo. Odkaz na webové či teletextové stránky však nesmí obsahovat hodnocení nebo výzvu k nákupu produktu či výkonu. Příklad nepřipustného použití: Tento pořad sponzoruje jogurt [REDACTED].
- 4) Sponzorský vzkaz nesmí obsahovat informace o ceně ani o srovnání užitečných vlastností značky, produktu či výkonu s konkurencí, hodnocení předností značky, produktu či výkonu, výhod spojených s jejich používáním či koupí.
- 5) Sponzorský vzkaz nesmí obsahovat hodnotící kritérium sponzora, jeho výrobku nebo služby, ve formě superlativů nebo komparativů.
- 6) Ve sponzorském vzkazu se nesmí rovněž uvádět datum jednorázových prodejních akcí. Datum může být uvedeno pouze u akcí, které mají širší než jen komerční účel. Příklad možného použití: „Tento pořad sponzoruje [REDACTED].“
- 7) Sponzorský vzkaz nesmí obsahovat zvukové či obrazové ukázky ze sponzorovaného pořadu. Může však vyjadřovat spojení s konkrétním pořadem, který je sponzorován, a to v textové i obrazové části. Oznamení o sponzorování však nesmí být formulováno tak, aby z něj divák mohl dovodit, že pořad (program) byl vyroben sponzorem. Příklad nepřipustného použití: „Tento pořad připravil...“, „Tento přenos zajistil...“
- 8) V případě sponzorování výrobců a distributorů volně prodejných léků a potravinových doplňků musí sponzorský vzkaz obsahovat viditelné označení „volně prodejný lék“, „doplněk stravy“, „potravinový doplněk“, „potravinový doplněk“, „potravinový doplněk“ nebo jiné přesné označení humánního léčivého přípravku (dané složením výrobku). Na obrazovce se může objevit obal (výrobek, etiketa) v prodejní podobě (tj. se všemi detaily), všechny informace z obalu či etikety přitom musí zůstat uvedeny pouze jako součást obalu (to se týká i účinných látek). Obal či etiketa však nesmí obsahovat reklamní sdělení (např. zvláštní balení 30% navíc zdarma apod.).

### **Specifické požadavky pro některé formy sponzorování**

#### **Uvedení sponzora programu před či po upoutávce**

Sponzor programu nesmí být uveden v rámci upoutávky na pořad, ale pouze před upoutávkou, nebo po upoutávce, přičemž vždy musí být takový sponzorský vzkaz zřetelně oddělen od upoutávky jinglem. V případě kumulovaného sponzorského vzkazu může být uvedeno společné označení „Sponzoři programu“, avšak u každého sponzora musí být uveden obchodní název společnosti a její hlavní obchodní činnost.

#### **Uvedení sponzora pořadu v upoutávce na pořad**

Nelze sponzorovat upoutávky na pořad, avšak součástí takové upoutávky může být stručná informativní zmínka o tom, že pořad sponzoruje konkrétní sponzor (jehož sponzorský vzkaz je umístěn u pořadu, který sponzoruje a k němuž se vztahuje upoutávka); tato informace však nesmí obsahovat žádné propagační prvky.



### **Kampaň**

Kampaň se rozumí umístění sponzorských vzkazů za peněžní plnění (tj. sponzorský příspěvek) za určité období na programech České televize.

### **Ceník**

- 1) Ceny dle ceníku neobsahují platnou základní sazbu DPH.
- 2) Cena jednotlivého sponzorského vzkazu může být zvýšena o přírážky či snížena o slevu.
- 3) Základem pro výpočet ceny za vysílání sponzorského vzkazu je stopáž sponzorského vzkazu obsažená v platném ceníku, není-li uvedeno jinak.
- 4) Česká televize si vyhrazuje právo na změny 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 sponzorského vzkazu, přičemž uvádí počet kontaktů na 1% z cílové skupiny, výpočet vychází ze součtu ratingů všech sponzorských vzkazů dané kampaň. 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 daný sponzorský vzkaz.

## **3. Postup při uzavírání smlouvy o sponzorování**

3.1. Ke sponzorování pořadu a/nebo programu v televizním vysílání České televize dochází na základě smlouvy pro sponzorování pořadů a programů v televizní vysílání České televize (dále jen „Smlouva“) uzavřené mezi Českou televizí a Zadavatelem, kterou se za podmínek v ní sjednaných Česká televize zavazuje poskytnout Zadavateli plnění v podobě sponzorování pořadu a/nebo programu v televizním vysílání České televize a Zadavatel se zavazuje zaplatit za to České televizi odměnu (dále též jen „Odměna“), nestanoví-li Smlouva jinak.

3.2. Smlouva se uzavírá písemně (smluvní strany výslovně akceptují jako podpis smluvní strany i jeho naskenovaný obraz). Při uzavírání Smlouvy se využije formulář objednávky, který Zadavatel řádně vyplní, podepíše a doručí České televizi. Smlouva je uzavřena v okamžiku, kdy je objednávka Zadavatele podepsána i Českou televizí. Smlouvu lze měnit či rušit jen písemně.

3.3. 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.

3.4. 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.

3.5. Součástí návrhu Smlouvy – Objedávky je přesná specifikace pořadu, který má být sponzorován, a to za předpokladu sponzorování pořadu, dále přesné jméno a příjmení fyzické osoby nebo názvu právnické osoby, která je sponzorem, a dále též, pokud si to Česká televize vyžádá, obrazový symbol (logo) či ochranná známka sponzora nebo jeho služby, výrobků nebo jiných výkonů či jiného předmětu, který má být v rámci sponzorování propagován, dále předmět činnosti sponzora a v případě sponzorování programu uvedení hlavního předmětu činnosti sponzora.

3.6. Zadavatel je oprávněn zrušit již závazně potvrzené vysílání sponzorského vzkazu, a to pouze na základě písemného vyrozumění, které musí být České televizi doručeno nejpozději 6 týdnů před prvním dnem vysílání sponzorského vzkazu 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.

3.7. Smlouva a právní vztah jí založený se řídí občanským zákoníkem.

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

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

4.2. Zadavatel naplánuje umístění sponzorských vzkazů v součinnosti s odpovědným oddělením České televize do libovolných disponibilních časů. Česká televize si vyhrazuje právo odmítnout garanci GRP v případě umístění sponzorských vzkazů u pořadů, které jsou určeny pro specifickou cílovou skupinu (např. 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 sponzorských vzkazů ve spolupráci se Zadavatelem tak, aby kampaň dosáhla požadovaného množství GRPs. Zadavatel má právo při plánování kampaně po dohodě s Českou televizí označit 20% sponzorských vzkazů jako klíčové a tyto sponzorské vzkazy nebudou v průběhu kampaně odebrány ani přesunuty k jiným pořadům.

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**

5.1. Zadavatel se zavazuje na své náklady dodat materiál pro vysílání nejpozději do 3 pracovních dnů před prvním plánovaným vysíláním na místo určené Českou televizí. Materiálem pro vysílání se rozumí: nosič se záznamem sponzorského vzkazu, rozpis vysílání sponzorského vzkazu, včetně tzv. AKA kódů v případě sponzorských vzkazů v režimu garantovaného sponzorování a hudební sestava spotu. Hudební sestava musí obsahovat minimálně název užití 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.

5.2. Není-li ve Smlouvě sjednáno jinak, Zadavatel se zavazuje vyrobit sponzorský vzkaz na vlastní náklady v kvalitě odpovídající Technickým podmínkám pro televizní vysílání sponzorských vzkazů v České televizi, přičemž sponzorský vzkaz musí být v souladu s těmito Všeobecnými podmínkami, v souladu s právními předpisy, 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 a v souladu s Kodexem České televize.

5.3. Zadavatel se zavazuje zajistit, že ke sponzorskému vzkazu 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 sponzorského vzkazu, 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 sponzorského vzkazu
- 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 zák. 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, bude povinen nahradit České televizi veškerou škodu tím vzniklou.

5.4. Jestliže Zadavatel nedodá sponzorský vzkaz, který bude v souladu s právními předpisy, těmito Všeobecnými podmínkami a Technickými podmínkami pro televizní vysílání sponzorských vzkazů v České televizi nebo by podle uvážení České televize mohlo dojít k porušení právních předpisů, etických kodexů nebo k postihu ze strany třetích osob anebo k ohrožení oprávněných zájmů České televize, má Česká televize právo od Smlouvy **odstoupit**. V případě, že Zadavatel nepředá České televizi řádně a včas kompletní materiál pro vysílání, je Česká televize oprávněna nezařadit sponzorský vzkaz do vysílání.

5.5. Pokud Zadavatel nesplní povinnosti uvedené v odst. 5.1., 5.2., 5.3., 5.4. tohoto článku je Zadavatel povinen zaplatit České televizi **smluvní pokutu** ve výši sjednané Odměny a Česká televize je současně oprávněna **odstoupit** od Smlouvy. Tímto ujednáním není dotčen nárok České televize na náhradu škody v plné výši.

5.6. Sponzorský vzkaz může propagovat Zadavatele, případně jeho klienta uvedeného ve Smlouvě, či jejich výrobky či služby. Osobu neuvedenou ve Smlouvě či její výrobky či služby sponzorský vzkaz propagovat nesmí.

## 6. Odvysílání sponzorského vzkazu

6.1. Není-li ve Smlouvě stanoveno jinak, odvysílá Česká televize sponzorský vzkaz s obsahem a v provedení dodaném Zadavatelem. Sponzorský vzkaz, který bude zařazen do vysílání, podléhá vždy konečnému schválení České televize.

6.2. Česká televize je oprávněna sponzorský vzkaz označit vhodným způsobem.

6.3. Zadavatel prohlašuje a garantuje, že vůči České televizi nebudou uplatněny žádné oprávněné nároky nositelů autorských práv, práv výkonných umělců a práv výrobců či oprávněné nároky jiných třetích osob v souvislosti s užitím jejich předmětů ochrany nebo osobnostních atributů při odvysílání sponzorského vzkazu způsobem a v rozsahu podle Smlouvy. Budou – li takové nároky vůči České televizi uplatněny, zavazuje se Zadavatel, že tyto nároky uspokojí a nahradí České televizi veškeré skutečně vzniklé náklady spojené s tím, že tyto oprávněné nároky byly uplatněny.

## 7. Odstoupení od Smlouvy

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

- a) v případech stanovených těmito Všeobecnými podmínkami (čl. 5 odst. 5.4.; 5.5.; čl. 10 odst. 10.8.; 10.13.)
- b) pokud není možné zajistit vysílání sponzorování pořadu a/nebo programu v televizním vysílání České televize z důvodu programových změn,

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

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

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

## **8. Odpovědnost za vady**

8.1. Odvysílá-li Česká televize sponzorování pořadu a/nebo programu s vadami, zejména s nesprávným obsahem, nefunkční, v nesprávném technickém provedení či nesprávným způsobem, je Zadavatel oprávněn požadovat:

a) odstranění vady (je-li to možné)

b) a/nebo požadovat náhradní vysílání sponzorování pořadu a/nebo programu bez vady v rozsahu odpovídajícím povaze vady a rozsahu, v jakém se u vysílání sponzorování pořadu a/nebo programu vyskytlo,

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

8.2. Nárok z odpovědnosti za vady České televize za vady podle odstavce 8.1. je Zadavatel povinen uplatnit u České televize písemně do pěti (5) dnů poté, co mohla být vada poprvé zjištěna, nejpozději do pěti (5) dnů od ukončení vysílání sponzorování pořadu a/nebo programu, jinak nárok zaniká. Vedle uplatňovaného nároku je Zadavatel povinen přesně specifikovat vadu, která nárok odůvodňuje. Uplatněný nárok nemůže Zadavatel měnit bez souhlasu České televize.

8.3. Nároky Zadavatele z odpovědnosti České televize za vady podle odstavce 8.2. nevzniknou, bylo-li vysílání sponzorování pořadu a/nebo programu s vadami způsobeno okolnostmi vylučujícími odpovědnost. Za takové okolnosti se považují zejména občanské nepokoje, vojenské operace, krizové stavy, zásahy soudů či orgány 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.

## **9. Přirážky**

9.1. Za vyžádanou pozici sponzorského vzkazu nebo za exkluzivní umístění sponzorského vzkazu se účtuje přirážka 30 % z cenikové ceny.

9.2. Za nedominantní prezentaci výrobku nebo služby ve sponzorském vzkazu se účtuje přirážka 15% za každý z nich.

## **10. Platební a cenové podmínky**

10.1. Za umístění sponzorského vzkazu je Zadavatel povinen zaplatit České televizi Odměnu sjednanou ve Smlouvě.

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

10.3. Odměna dle Smlouvy je účtována v souladu s platným ceníkem v době uzavření Smlouvy. Odměna dle čl. 4 odst. 4.1. těchto Všeobecných podmínek je stanovena na základě individuálního posouzení kampaně Českou televizí.

10.4. Sponzorské vzkazy 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 sponzorský vzkaz 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 vysílání sponzorského vzkazu se v tomto případě výslovně vylučují.

10.5. 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 sponzorského vzkazu ukončeno (DUZP je datum ukončení vysílání sponzorského vzkazu).

10.6. 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.

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

10.8. 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 Zadavatel je povinen zaplatit **smluvní pokutu** ve výši Odměny. Případný nárok na náhradu škody České televize není tímto ujednáním dotčen.

10.9. Česká televize si vyhrazuje právo ne zahájit objednané a potvrzené vysílání sponzorského vzkazu a/nebo přerušit vysílání sponzorského vzkazu 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.

10.10. Přímé platby ze zahraničí jsou hrazeny v Euro nebo USD ve výši odpovídající fakturované částce v přepočtu dle oficiálního devizového kurzu vyhlášeného 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.

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

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

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

## 11. Odpovědnost za škodu

11.1. Pokud v důsledku plnění podle Smlouvy vznikne České televizi nebo jinému subjektu škoda, Zadavatel se jí 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.

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

## 12. Další ustanovení

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

12.2. Po odsouhlasení kódování spotů (sponzorských vzkazů) 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.

12.3. 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 žádá 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 jejich 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.

12.4. 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 ustanovení, 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.

12.5. 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.

12.6. 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.

12.7. 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.

12.8. 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.

12.9. 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

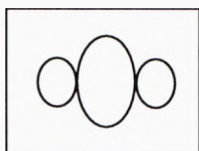
1. Technické podmínky pro televizní vysílání sponzorských vzkazů v České televizi

## Technické podmínky pro televizní vysílání sponzorských vzkazů v České televizi

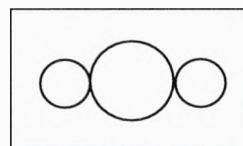
Vydání technických podmínek pro vysílání sponzorských vzkazů v České televizi se uskutečňuje pro zajištění optimální technické kvality televizního vysílání, jež musí v souladu s platnými normami splňovat následující technické údaje:

1. Záznam na formátu **Digital Betacam** nebo **XDCam** s využitím kodeku **MPEG-2/IMX 50** nebo **30 Mbit/s** (I-frame only, 422P@ML) pro SD a **MPEG-2 50 Mbit/s** (Long GOP, 422P@HL) pro FULL HD. (Oba formáty jsou kompatibilní se zařízeními řady Sony XDCAM.)
  2. Formát se předpokládá **FULL HD (1920 x 1080i 25)** nebo **SD (720 x 576i 25)**, zvuky v kódování **24 bit / 48 kHz**.
  3. Reprodukovaný videosignál bude ve všech případech kontrolován v soustavě PAL (v případě HD downkovertovaný) a musí vyhovovat mezinárodním doporučením **ITU-R BT.601** pro obrazovou složku a **EBU R128** pro zvukovou složku.
  4. Audiosignál je vždy nekomprimovaný u verze mono musí být shodný v obou stopách CH1 a CH2. Modulace v CH1 a CH2 nesmějí být ve vzájemné protifázi. Zvuková modulace ve stereofonní verzi s dodržением zásady CH1 = L, CH2 = P.
  5. Charakteristika zvukové složky označení sponzora:
    - a) hladina hlasitosti označení sponzora je normována na cílovou hladinu **-23 LUFS**, s maximální odchylkou **+/- 1 LU** a
    - b) maximální povolená skutečná špičková hladina hlasitosti označení sponzora je **-3 dBTP** (dB skutečné špičky) při měření měřicím zařízením odpovídajícím Doporučení Mezinárodní telekomunikační unie ITU-R BS.1770-2 „Algoritmy pro měření hlasitosti zvukových programů a skutečné špičkové úrovně zvuku“, březen 2011 a Technickému dokumentu Evropské vysílací unie EBU Tech Doc 3341 „Měření hlasitosti: měření v „režimu EBU“ na doplnění normalizace hlasitosti v souladu s EBU-R 128“ Ženeva, srpen 2011.
  6. Levý horní roh musí zůstat volný pro **IDENT programu**, kterým musí být ze zákona opatřeny veškeré sponzorské vzkazy.
- Akceptovatelný formát obrazu je v HD FULL HD, v případě SD 16:9 Anamorphic.

Obraz formátu SD 16:9 anamorphic:  
16:9:



Obraz formátu Full HD



### Injektáž

**Velikost injektáže:** Velikost předané injektáže z důvodu zachování kvality v rozlišení SD 720x576 pixelů Anamorphic, nebo Full HD 1920x1080 (pokud se sponzorovaný pořad v HD vysílá) s tím, že ve vysílání bude upravena na velikost 1/16 obrazovky ve formátu 16:9 při deklaraci poměru stran zadaného objektu Zadavatelem.

Logo musí být doplněno nápisem „**SPONZOR POŘADU**“ v dostatečné velikosti.

**Způsob předání:** CD, DVD, přenosný harddisk ( flash-disk), je možný přenos prostřednictvím e-mailu. Po předchozí dohodě možno uložit nekomprimované ve formátu „targa sequence“, nebo „tiff“ s alpha kanálem v signálovém tvaru RGBK ( t.j s klíčem ) na ftp server.

**Doba trvání jedné injektáže** – 5 sec, není-li dohodnuto jinak.

### 1. 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)*.
- **Alphakanál** je vyžadován u grafiky v 32-bitové hloubce (24 bitů barvy + 8 bitů alphakanál). Barevné rozlišení – True Color

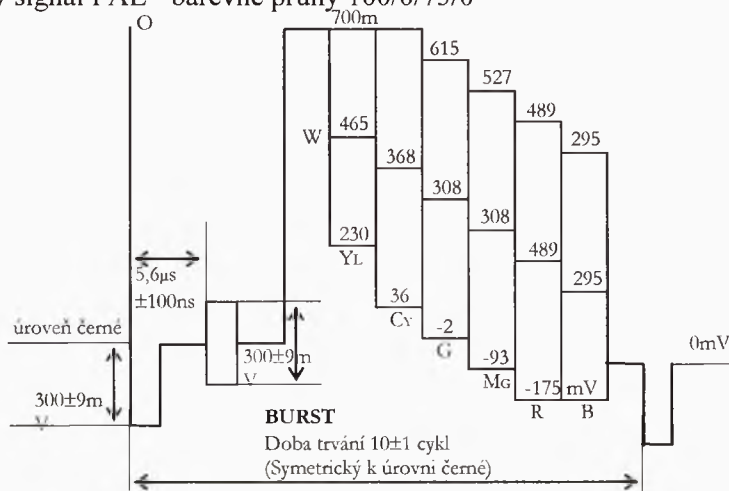
## 2. Dynamická grafika (animace)

- **Velikost animované grafiky** musí být Full HD 1920x1080 bodů s přihlédnutím k odlišnému stranovému poměru bodů na TV obrazovce.
- **Přípustné formáty** animované grafiky jsou opět 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

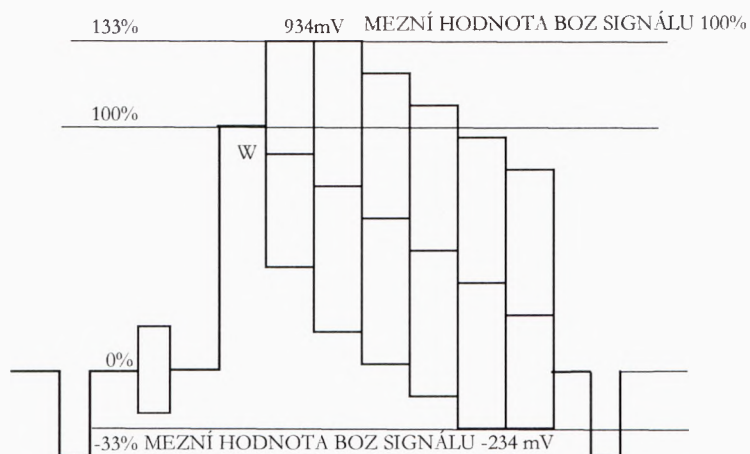
Tabulka hodnot barevných pruhů PAL 100/0/75/0

Pruhová barva	Luminance úroveň (mV)	Chrominance			
		rozkmít (mV)	úhel ve stupních		
			řádek n	řádek n+1	
W bílá	700	0	*	*	*
YL žlutá	465	470	167.0	193.0	
CY azurová	368	664	283.5	76.5	
G zelená	308	620	240.5	119.5	
MG purpurová	217	620	60.5	299.5	
R červená	157	664	103.5	256.5	
B modrá	60	470	347.0	13.0	
SIB burst	0	300	135.0	225.0	

Úplný signál PAL - barevné pruhy 100/0/75/0



Úplný signál PAL - barevné pruhy 100/0/100/10 - mezní signály



Technické údaje vycházejí ze zprávy CCIR č.624

## 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 úplaty nebo obdobnou protihodnotu s cílem propagovat dodání zboží nebo poskytnutí služeb za úplaty, 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 kampaň 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 přírážky 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 užití 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 garanci 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 předemtného 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 kampaně 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 přenášén.

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. Přírážky

8.1. Za vyžádanou první či poslední pozici reklamního spotu v bloku se účtuje přírážka 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 přírážka 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 ne zahájit 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 vyhlášeného 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 Zadavatel 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 jí 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 televizi.

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 žádá 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 jejich 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 reklamy v České televizi

Vydání technických podmínek pro vysílání reklamy v České televizi se uskutečňuje pro zajištění optimální technické kvality televizního vysílání, jež musí v souladu s platnými normami splňovat následující technické údaje:

1. Záznam na formátu **Digital Betacam** nebo **XDCam** s využitím kodeku MPEG-2/IMX **50** nebo **30** Mbit/s (I-frame only, 422P@ML) pro SD a MPEG-2 **50** Mbit/s (Long GOP, 422P@HL) pro FULL HD (oba formáty jsou kompatibilní se zařízeními řady Sony XDCAM).
2. Formát se předpokládá **FULL HD (1920 x 1080i 25)** nebo **SD (720 x 576i 25)**, zvuky v kódování **24 bit / 48 kHz**.
3. Zaznamenaný video a audio signál bude ve všech případech kontrolován v soustavě PAL (v případě HD downkovertovaný) a musí vyhovovat mezinárodním doporučením **ITU-R BT.601** pro obrazovou složku a **EBU R128** pro zvukovou složku.
4. Audiosignál je vždy nekomprimovaný u verze mono musí být shodný v obou stopách CH1 a CH2. Modulace v CH1 a CH2 nesmějí být ve vzájemné protifázi. Zvuková modulace vyrobená ve stereofonní verzi s dodržением zásady CH1 = L, CH2 = P.

Charakteristika zvukové složky reklamy:

- a) hladina hlasitosti reklamy je normována na cílovou hladinu **-23 LUFS**, s maximální odchylkou **+/- 1 LU** a
- b) maximální povolená skutečná špičková hladina hlasitosti reklamy je **- 3 dBTP** (dB skutečné špičky) při měření měřicím zařízením odpovídajícím Doporučení Mezinárodní telekomunikační unie ITU-R BS.1770-2 „Algoritmy pro měření hlasitosti zvukových programů a skutečné špičkové úrovně zvuku“, březen 2011 a Technickému dokumentu Evropské vysílací unie EBU Tech Doc 3341 „Měření hlasitosti: měření v „režimu EBU“ na doplnění normalizace hlasitosti v souladu s EBU-R 128“ Ženeva, srpen 2011.

5. Časový řídicí kód je zaznamenán ve stopě TC při současném využití VITC.

6. Začátek kazety musí být opatřen těmito signály:

0'00" - 0'10"      černá PAL

0'10" - 1'30"      barevné pruhy PAL 100/0/75/0 a zvukovou referencí CH1/ CH2 1 kHz s úrovní

**-18 dB<sub>FS</sub>**

1'30" - 2'00"      černá PAL a bez zvuku

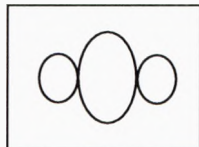
2'00"              začátek prvního šotu na kazetě

Před každým dalším příspěvkem alespoň 10" barevné pruhy PAL a ve zvukových kanálech CH1 a CH2 signál 1 kHz s úrovní 0 dB (0,775 V). Obrazové a zvukové úrovně testu a následujícího příspěvku musí korespondovat. Na nosiči XDCam musí být každá část označena jako samostatný „CLIP“, u programové části musí být začátek CLIPu označen 5 snímků (5f) před obrazovým začátkem a konec označen 5 snímků (5f) po obrazovém konci.

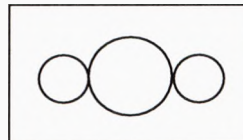
7. Všechny synchronizační impulzy, zejména H a burst i chrominanční signál, musí zůstat v vzájemném pevném časovém i fázovém vztahu.
8. Úroveň úplného obrazového signálu nesmí v žádném případě překročit hodnotu 133%, tj. 931 mV, a hodnotu -33%, tj. -234 mV, oproti úrovni černé. Žádná z barev nesmí překročit hodnoty mezních signálů uvedené v tabulce a na obrázku.
9. Výpadky obrazu, zejména dropouty a vytrhávání jednotlivých řádků, nesmí subjektivně působit rušivě. Úroveň rušivých signálů jako šum a brum nesmí být v jasovém i chrominančním kanále vyšší než -40 dB, tj. 1% z úrovně bílé.
10. Ostrost a gradace obrazu musí odpovídat hlediskům profesionálního BTM signálu a bude posuzována subjektivně srovnáním s jiným kvalitním signálem.

11. Požadujeme dodání veškerých reklamních příspěvků výhradně ve formátu 16:9 anamorfickém módu (Full Height Anamorphic) při použití SD formátu nebo 16:9 Full HD formátu. Jakákoliv deformace tvarů jako důsledek konverzí formátů je nepřipustná.

Obraz formátu SD 16:9 anamorphic:



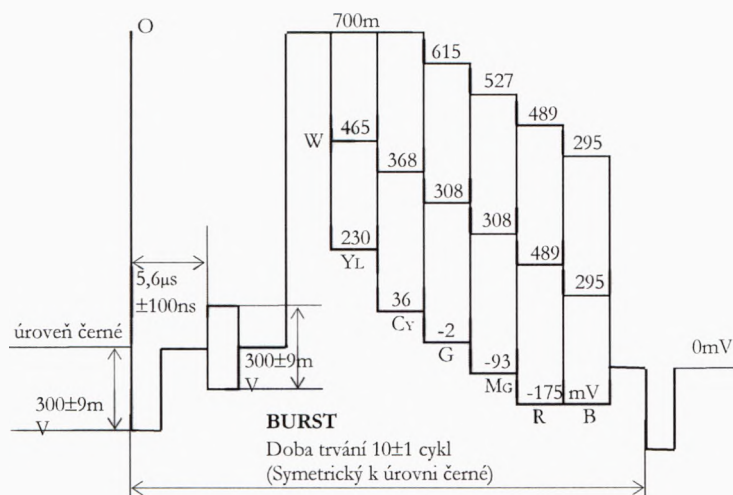
Obraz formátu Full HD 16:9:



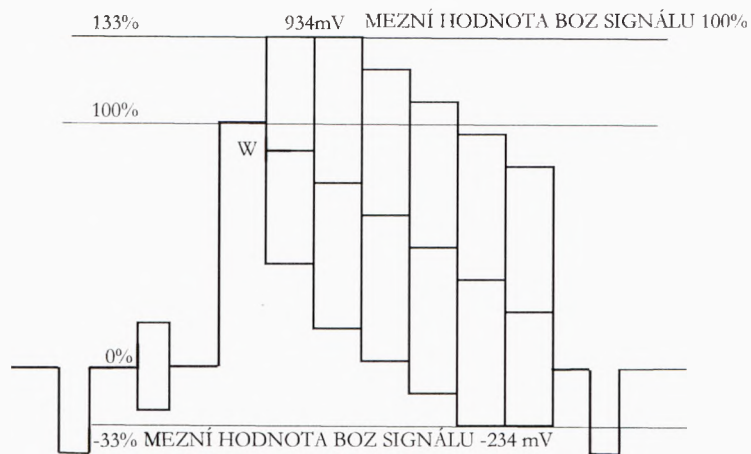
Tabulka hodnot barevných pruhů PAL 100/0/75/0

Pruhová barva	Luminance úroveň (mV)	Chrominance			
		rozkmit (mV)	úhel ve stupních		
			řádek n	řádek n+1	
W bílá	700	0	*	*	
YL žlutá	465	470	167.0	193.0	
CY azurová	368	664	283.5	76.5	
G zelená	308	620	240.5	119.5	
MG purpurová	217	620	60.5	299.5	
R červená	157	664	103.5	256.5	
B modrá	60	470	347.0	13.0	
SIB burst	0	300	135.0	225.0	

Úplný signál PAL - barevné pruhy 100/0/75/0



Úplný signál PAL - barevné pruhy 100/0/100/10 - mezní signály



Technické údaje vycházejí ze zprávy CCIR č.624