

Česká televize
IČO: 00027383

a

BPA sport marketing a.s.
IČO: 04597605

**Smlouva o komerčním plnění v souvislosti s televizním vysíláním
hokejových pořadů
v sezónách 2018/2019 až 2022/2023 včetně**

č. [REDACTED]

Předmět smlouvy: Smlouva o komerčním plnění k televiznímu vysílání

Cena, případně hodnota: **obchodní tajemství**

Datum uzavření:

14.8.2018

**Smlouva o komerčním plnění v souvislosti s televizním vysíláním
HOKEJOVÝCH POŘADŮ
v sezónách 2018/2019 až 2022/2023 včetně
(dále jen „Smlouva“)**

Níže uvedeného dne, měsíce a roku uzavírají

BPA sport marketing a.s.

IČ: 04597605, DIČ: CZ04597605

se sídlem: Českomoravská 2420/15, PSČ 190 00 Praha 9

zastoupená: [redacted] **předsedkyně představenstva**

zapsaná v obchodním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze, oddíl B, vložka 21139
(dále jen „**BPA**“)

na straně jedné

a

Česká televize

IČ: 00027383, DIČ: CZ00027383

Praha 4, Podolí, Na Hřebenech II 1132/4

zřízená zákonem č. 483/1991 Sb. o České televizi

nezapisuje se do obchodního rejstříku

zastoupená: **Ing. Petr Dvořák, generální ředitel**

(dále jen „**Česká televize**“ nebo „**ČT**“)

na straně druhé

(ČT a BPA se dále společně označují jako „**Smluvní strany**“)

tuto Smlouvu:

1. Východiska smlouvy

- 1.1 Smluvní strany uzavírají současně s touto Smlouvou smlouvu o postoupení práv k televiznímu vysílání hokejových pořadů v sezónách 2018/2019, 2019/2020, 2020/2021, 2021/2022 a 2022/2023, jejímž předmětem je postoupení televizních práv (dále jen „**TV smlouva**“). Smluvní strany sjednávají, že tato Smlouva a TV smlouva jsou na sobě vzájemně závislé ve smyslu ustanovení § 1727 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „**občanský zákoník**“), a že vznik každé z těchto smluv je závislý na vzniku druhé smlouvy.
- 1.2 **BPA** je obchodní společností podnikající zejména v oblasti reklamy a marketingu. BPA prohlašuje, že pro hokejové sezóny 2018/2019, 2019/2020, 2020/2021, 2021/2022 a 2022/2023 je oprávněna disponovat reklamními a marketingovými právy k utkání Reprezentace, ELH a k televiznímu vysílání dalších Hokejových pořadů. Tato práva byla BPA poskytnuta ČSLH a Kluby ELH jako výhradní, přičemž BPA je oprávněna je dále postoupit na další subjekty. BPA dále prohlašuje, že na základě této skutečnosti

je oprávněna poskytnout ČT plnění podle Smlouvy a že zde nejsou jakékoliv překážky, které by mohly ohrozit plnění takto ze strany BPA převzatých závazků. BPA prohlašuje, že uzavřela smlouvu se společností O2 TV s.r.o., IČ: 03998380, se sídlem Za Brumlovkou 266/2, Michle, 140 00 Praha 4 (dále jen „**O2 TV**“), které bude poskytovat plnění podobného rozsahu jako České televizi dle ustanovení čl. 3 odst. 3.2 TV smlouvy a v rozsahu přílohy č. 1.

- 1.3 **ČT** je provozovatelem televizního vysílání ze zákona, který poskytuje službu veřejnosti tvorbou a šířením televizních programů, popřípadě dalšího multimediálního obsahu a doplňkových služeb na celém území České republiky za účelem naplňování demokratických, sociálních a kulturních potřeb společnosti a potřeby zachovat mediální pluralitu. Součástí poskytování veřejné služby ČT je také výroba a vysílání sportovních pořadů, k nimž je oprávněna vysílat obchodní sdělení v souladu s platnými právními předpisy a poskytovat služby specifikované v této Smlouvě. Za tímto účelem přistupuje ČT k uzavření Smlouvy a prohlašuje, že zde nejsou jakékoliv překážky, které by mohly ohrozit plnění takto ze strany ČT převzatých závazků.

2. Výklad pojmů

2.1 Není-li ve Smlouvě uvedeno výslovně jinak, rozumí se:

- a) **Smlouvou** tato Smlouva o komerčním plnění v souvislosti s televizním vysíláním hokejových pořadů v sezónách 2018/2019 až 2022/2023 včetně.
- b) **Extraligou ledního hokeje** nebo **ELH** nejvyšší profesionální klubová soutěž v ledním hokeji mužů hraná na území České republiky, kterou pořádá ČSLH ve spolupráci s Kluby ELH. Pokud se ve Smlouvě užívá pojem utkání ELH, jde o soutěžní hokejová utkání účastníků ELH v rámci ELH, ať již v Základní části ELH nebo v Play-off, v rámci skupiny o umístění (tzv. **Play-out**) či ve hře o udržení (tzv. **baráž**). V době uzavření této Smlouvy soutěž nese oficiální název TIPSPORT EXTRALIGA LEDNÍHO HOKEJE. Toto označení může být pozměněno podle jména generálního partnera ELH pro danou sezónu.
- c) **Reprezentací** utkání reprezentačního mužstva České republiky mužů „A“ v ledním hokeji na jednotlivých turnajích Euro Hockey Tour (dále jen „**EHT**“) či Euro Hockey Challenge (dále jen „**EHCH**“) v sezóně 2018/2019 až 2022/2023 včetně nebo na obdobném mezinárodním turnaji, který by EHT či EHCH nahradil, dále ostatní utkání reprezentačního mužstva České republiky mužů „A“ v ledním hokeji mimo utkání v rámci EHT, či EHCH na území ČR a Domácí utkání reprezentací mužů do 18 a do 20 let České republiky v ledním hokeji, pořádaná a hraná v sezóně 2018/2019 až 2022/2023 včetně. Utkání Mistrovství světa (dále také jen „**MS**“) a Olympijských her (dále také jen „**OH**“) nejsou předmětem této Smlouvy, není-li stanoveno jinak.
- d) **Hokejovými soutěžemi** Reprezentace a ELH.
- e) **Hokejistou sezony ELH** společenská událost, která se koná na závěr ELH za účasti vybraných hostů, hokejových hráčů a trenérů, případně členů realizačních týmů hokejových klubů, a na které jsou vyhlašovány výsledky soutěží a/nebo anket, jenž se jakýmkoli způsobem týkají ELH. Hokejista sezony ELH je spojen s publicitou v médiích a jeho pořadatelem je BPA a/nebo osoba pověřená BPA. Způsob a podmínky vysílání ze strany ČT bude vždy řešeno samostatnými smlouvami mezi BPA a ČT.
- f) **Základní částí** dlouhodobá část ELH probíhající zpravidla od září do března, z jejíchž výsledků se určí kluby postupující do Play-off a kluby hrající Play-out a poté hrající baráž o postup či udržení v soutěži.

- g) **Play-off** systém utkání ELH následující v každé sezóně po dokončení Základní části, ve kterém hrají hokejové kluby v závislosti na svém umístění po Základní části vyřazovacím způsobem na určitý počet vítězných utkání hraných do rozhodnutí. Vítěz Play-off se stává vítězem ELH.
- h) **Sezónou** se pro účely této Smlouvy ve vztahu k ELH rozumí období mezi prvním a posledním oficiálním hracím dnem ročníku ELH, které zpravidla začíná v září a zpravidla končí v dubnu následujícího roku. Sezónu tvoří základní část ELH, skupina o udržení, předkolo play-off a play-off. Ve vztahu k Reprezentaci jde o období mezi prvním a posledním oficiálním hracím utkáním Reprezentace v příslušném ročníku, kteréžto období zpravidla začíná v listopadu a zpravidla končí v červnu následujícího roku.
- i) **Hracím kolem** v Základní části a Play-out ELH se rozumí soubor utkání všech klubů ELH, hraných zpravidla v jednom termínu určeném rozpisem ČSLH. Hracím kolem v Play-off a baráži ELH se rozumí vždy utkání hraná v jednom hracím dni v termínu určeném ČSLH.
- j) **Hokejovým pořadem** pořad vysílaný Českou televizí, v rámci kterého ČT šíří a sděluje veřejnosti televizní přímý přenos nebo televizní záznam utkání Hokejových soutěží, a případné další hokejové pořady.
- k) **APK** Asociace profesionálních klubů ledního hokeje ČR, která je zájmovým sdružením právnických osob, jež provozují profesionální kluby ledního hokeje, jež se účastní ELH.
- l) **ČSLH** Český svaz ledního hokeje, který je zapsaným spolkem a který organizuje Hokejové soutěže a řídí Reprezentaci.
- m) **Product placementem** umístění produktu, neboli jakákoli podoba začlenění výrobku, služby, ochranné známky, která se k výrobku nebo službě váže, nebo zmínky o výrobku a službě do pořadu za úplaty nebo obdobnou protihodnotu.
- n) **Sponzorským vzkazem sponzora pořadu** druh obchodního sdělení, kterým je označeno sponzorování pořadu, tedy příspěvku poskytnutého k přímému nebo nepřímému financování Hokejového pořadu s cílem propagovat své jméno nebo název, ochrannou známku, výrobky, služby, činnosti nebo obraz na veřejnosti. Každý sponzorovaný pořad je vždy na začátku a dále v průběhu nebo na konci zřetelně označen jménem nebo názvem, obrazovým symbolem (logem) nebo jinou značkou sponzora, kterou se rozumí zejména odkaz na jeho výrobky, služby nebo na jejich charakteristický znak.
- o) **Sponzorským vzkazem sponzora programu** druh obchodního sdělení, kterým je označeno sponzorování programu, tedy příspěvku poskytnutého k přímému nebo nepřímému financování programu České televize s cílem propagovat své jméno nebo název, ochrannou známku, výrobky, služby, činnosti nebo obraz na veřejnosti. Sponzorský vzkaz sponzora programu obsahuje tyto náležitosti: oznámení sponzorování programu, zřetelné označení jména nebo názvu sponzora a uvedení hlavního předmětu jeho činnosti. Sponzorský vzkaz sponzora programu nesmí být vysílán v upoutávkách na pořad, v průběhu pořadu a bezprostředně před začátkem nebo po ukončení pořadu; za bezprostřední odvysílání se nepovažuje takové uvedení Sponzorského vzkazu sponzora programu, je-li pořad od daného sponzorského vzkazu zřetelně zvukově, obrazově nebo zvukově-obrazově nebo prostorovými prostředky oddělen. V případě, kdy je před nebo po Sponzorském vzkazu sponzora programu odvysílána Reklama, je nezbytné ji zřetelně zvukově, obrazově nebo zvukově-obrazově nebo prostorovými prostředky oddělit.

- p) **Kumulovaným sponzorským vzkazem** Sponzorský vzkaz sponzora pořadu nebo sponzora programu, v jehož průběhu je prezentováno současně více sponzorů. V případě kumulovaného sponzorského vzkazu sponzorů programu může být uvedeno společné označení „Sponzoři programu“, avšak u každého sponzora musí být uveden obchodní název společnosti a její hlavní obchodní činnost.
- q) **Reklamou** oznámení, předvedení či jiná prezentace, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky. Ve vysílání bude reklama jakožto druh obchodního sdělení vysílána samostatně či během reklamních bloků, které budou vysílány před, během, nebo po Hokejovém pořadu. Reklama či reklamní blok jako časový úsek ve vysílání určený pro odvysílání reklam jsou zřetelně zvukově, obrazově nebo zvukově-obrazově nebo prostorovými prostředky odděleny od ostatních částí vysílání. Čas vyhrazený reklamě v televizním vysílání České televize na programech ČT 2 a ČT 4 nesmí přesáhnout 0,5 % denního vysílacího času na každém z těchto programů, přičemž vysílání reklam nesmí v době od 19.00 hodin do 22.00 hodin překročit 6 minut v průběhu jedné vysílací hodiny na žádném z těchto programů. Česká televize nesmí do vysílání na ostatních programech zařazovat reklamu s výjimkou reklamy zařazované do vysílání programu v přímém spojení s vysíláním sportovní události, je-li vysílání takové reklamy nezbytnou podmínkou k získání práv k televiznímu vysílání sportovní události, čas vyhrazený takové reklamě nesmí přesáhnout 0,5 % denního vysílacího času, přičemž v době od 19.00 hodin do 22.00 hodin nesmí překročit 6 minut v průběhu jedné vysílací hodiny.
- r) **Injektáží** druh obchodního sdělení, kterým je vkládání obrazového záznamu Sponzorského vzkazu sponzora pořadu formou loga nebo ochranné známky sponzora do vysílání Hokejového pořadu; injektáž nelze využít samostatně bez sponzorského vzkazu sponzora pořadu odvysílaného před Hokejovým pořadem. Injektáž bude ve vysílání upravena na velikost 1/16 obrazovky, a to buď v dolním rohu obrazovky a/nebo uvedení loga u výsledkové listiny a/nebo časomíry a/nebo stavu utkání. Logo nebo ochranná známka sponzora musí být doplněna nápisem „Sponzor pořadu“.
- s) **Virtuální grafikou** druh obchodního sdělení, kterým je jiná obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku zařazovaná Českou televizí během televizních přímých přenosů utkání, kdy se do reálně snímaného prostředí vkládá grafický prvek (grafika) viditelný pouze na televizních obrazovkách (např.: virtuální puk nad ledovou plochou apod.) zobrazující logo nebo ochrannou známku Partnera Hokejové soutěže.
- t) **Countdownem** se rozumí zvláštní forma sponzorského vzkazu sponzora programu, jejímž účelem je upozornit na blížící se začátek sportovní události, vysílaného po hlavní sportovní relaci na ČT1 (Branky, body, vteřiny, dále jen „BBV“).
- u) **Znělkou pořadu** audiovizuální forma sdělení vysílaná vždy v úvodu Hokejového pořadu, která napomáhá k identifikaci pořadu. Obsahem Znělky pořadu je vždy oficiální logo Hokejové soutěže.
- v) **Znělkou Hokejové soutěže** audiovizuální forma sdělení vysílaná vždy před a po utkání ELH a utkání Reprezentace, která napomáhá k jejich identifikaci. Obsahem Znělky ELH je vždy oficiální logo a název ELH a/nebo play off, v případě Znělky Reprezentace je obsahem vždy oficiální loga a název Reprezentace a/nebo Turnaje.
- w) **Znělkou sponzorované soutěže** audiovizuální forma sdělení vysílaná vždy před a po sponzorované soutěži (např. Zlatá helma, Radegast index), která napomáhá k její identifikaci. Obsahem Znělky sponzorované soutěže je vždy oficiální logo příslušné sponzorované soutěže a logo jejího partnera.

- x) **Soutěží Zlatá helma** hlasovací soutěž o nejpovedenější hokejové akce v rámci ELH, které jsou prezentovány v průběhu Hokejového pořadu a na www.hokej.cz. Hlasování probíhá prostřednictvím SMS zpráv a/nebo prostřednictvím sítě internet na hokejovém serveru www.hokej.cz či dle určení BPA.
- y) **Power breakem** přestávka ve hře v délce 60 sekund, která probíhá po 6. a 12. minutě v průběhu každé třetiny utkání, v rámci níž jsou vysílány Sponzorské vzkazy sponzorů pořadu a Reklamy, přičemž Reklamy musí být zřetelně zvukově, obrazově nebo zvukově-obrazově nebo prostorovými prostředky oddělené od ostatních částí vysílání, tedy i od Sponzorského vzkazu sponzora pořadu.
- z) **Přímým přenosem** se rozumí šíření obsahu (Hokejového pořadu), přičemž tento program bezprostředně a okamžitě zachycuje nebo popisuje konkrétní událost.
- aa) **Reprízou** se rozumí opakování Přímého přenosu s časovým odstupem, přičemž tento obsah zachycuje nebo popisuje konkrétní událost.
- bb) **Záznamem** se rozumí šíření obsahu (Hokejového pořadu), přičemž tento obsah zachycuje nebo popisuje uceleně s časovým odstupem konkrétní událost nebo její část, která nebyla přenášena přímým přenosem.
- cc) **Vysílatelem** se rozumí provozovatel televizního vysílání utkání ELH a/nebo pořadu (Magazín) dle této Smlouvy.
- dd) **Domácím utkáním reprezentace** se rozumí jakékoliv Reprezentační utkání sehrané na území České republiky, s výjimkou utkání sehraných v rámci Mistrovství světa IIHF, Olympijských her či světového poháru (dále také jen „**SP**“).
- ee) **Reprezentací „A“** se rozumí reprezentační tým seniorů mužů (tzv. **Tým „A“**) České republiky v ledním hokeji. Tým se skládá z hráčů, kteří jsou nominováni hlavním trenérem a kteří startují na základě hráčské smlouvy uzavřené s ČSLH.
- ff) **Partnerem Hokejové soutěže** je jakýkoliv subjekt obchodně či mediálně participující na Hokejové soutěži, který je takto označen ze strany BPA.

3. Předmět Smlouvy

- 3.1 BPA se zavazuje provádět pro ČT po dobu trvání této Smlouvy Reklamu v rozsahu a způsobem stanoveným dále touto Smlouvou.
- 3.2 ČT se zavazuje poskytnout BPA plnění spočívající ve vysílání obchodních sdělení v dohodnutých termínech a formátech technických podmínek ČT v rozsahu a způsobem stanoveným dále touto Smlouvou.

4. Plnění poskytované ze strany BPA

- 4.1 BPA se zavazuje provést pro ČT následující Reklamní plnění:

- 4.1.1 **ELH** - BPA bude po dobu trvání této Smlouvy provádět pro ČT Reklamní plnění v rámci ELH způsobem specifikovaným v Příloze č. 1 – ELH, která tvoří nedílnou součást této Smlouvy.
- 4.1.2 **Hokejista sezony** - BPA bude po dobu trvání této Smlouvy provádět pro ČT Reklamní plnění v rámci tohoto Galavečera ELH způsobem specifikovaným v Příloze č. 2 – Hokejista sezony, která tvoří nedílnou součást této Smlouvy.
- 4.1.3 **Hokejová Reprezentace „A“** - BPA bude po dobu trvání této Smlouvy provádět pro ČT Reklamní plnění v rámci hokejové Reprezentace „A“

způsobem specifikovaným v Příloze č. 3 – Hokejová Reprezentace „A“, která tvoří nedílnou součást této Smlouvy.

5. Plnění poskytované ze strany ČT

- 5.1 ČT se zavazuje poskytnout BPA exkluzivní plnění v souvislosti s vysíláním Hokejových pořadů, které je specifikováno v Příloze č. 4 Smlouvy. ČT je oprávněna využít plnění v souvislosti s vysíláním Hokejových pořadů, které je specifikováno v Příloze č. 6 Smlouvy. ČT se v takovém případě zavazuje využít plnění pro své klienty předem odsouhlasené BPA, přičemž nebude rušit exkluzivitu BPA při prodeji sponzorování Hokejových pořadů, a dodržovat oboustranně schválený ceník tohoto plnění. Pro vyloučení pochybností Smluvní strany uvádějí, že bez předchozí dohody Smluvních stran nelze odvysílat jiné plnění v rámci Hokejových pořadů, než které je uvedeno v Příloze č. 4 a Příloze č. 6.
- 5.2 Dále se ČT zavazuje poskytnout BPA plnění v souvislosti s vysíláním Přímých přenosů, Repríz či Záznamů utkání ČR týmu z Mistrovství světa v ledním hokeji pořádaných IIHF, Zimních Olympijských Her a/nebo Světového poháru, bude-li na ně ČT držet práva. Sponzorské vzkazy sponzorů pořadu při utkání Reprezentace v rámci MS, ZOH a SP je BPA oprávněna využít pouze pro oficiální partnery Reprezentace a není oprávněna sponzorské vzkazy nabízet jiným subjektům na trhu bez předchozího souhlasu ČT. Pro vyloučení pochybností Smluvní strany uvádějí, že na zápasy Mistrovství světa, Olympijských her a případně Světového poháru se nevztahuje produktová exkluzivita a další obdobná omezení. BPA se zavazuje, že nebude rušit exkluzivitu ČT při prodeji sponzoringu utkání MS, ZOH a SP. Rozsah plnění je specifikováno v Příloze č. 5 Smlouvy.
- 5.3 ČT se zavazuje poskytnout BPA možnost plnění v souvislosti s vysíláním Hokejových pořadů poskytnutím zobrazení Partnerů Hokejové soutěže formou Virtuální grafiky. Pokud se BPA rozhodne tuto možnost u kteréhokoliv z televizních přímých přenosů nebo záznamů využít, BPA sama hradí náklady spojené s realizací. ČT v takovém případě na náklad BPA zajistí technické podmínky odbavení a spolupráci technických a tvůrčích pracovníků zabezpečujících vysílání příslušného přímého přenosu. ČT se zavazuje Virtuální grafiku využitou v Přímém přenosu nebo Záznamu Hokejového pořadu v nezměněné formě odvysílat i v Repríze daného Hokejového pořadu, dále se zavazuje Virtuální grafiku zachovat v nezměněné formě při umístění Hokejového pořadu do nabídky pořadů v rámci poskytované audiovizuální mediální služby na vyžádání na svých webových stránkách (iVysílání). BPA se zavazuje, že bude při využívání Virtuální grafiky dodržovat právní předpisy a pravidla organizace EBU, které je ČT členem. Stopáž zobrazení jedné Virtuální grafiky ve formě aktivního prvku ve vysílání bude maximálně 5 sekund. Rozpis realizace Virtuální grafiky a technických podmínek odbavení tvoří Přílohu č. 7 Smlouvy.
- 5.4 ČT se zavazuje zajistit možnost hlasování prostřednictvím SMS zpráv při realizaci soutěží v průběhu Hokejových soutěží a Hokejových pořadů, a to v souladu s příslušnými právními předpisy.
- 5.5 Smluvní strany se dohodly, že během Hokejového pořadu (resp. též těsně před začátkem a těsně po skončení Hokejového pořadu) je ČT povinna odvysílat pouze plnění definované v Příloze č. 4 Smlouvy, tj. plnění dodané výhradně a pouze ze strany BPA. Výjimku z tohoto ujednání může tvořit pouze komerční plnění ČT, které je uvedeno v Příloze č. 6 Smlouvy. ČT se zavazuje v rámci Hokejových pořadů k oborové exkluzivitě při využití plnění uvedeného v Příloze č. 6 Smlouvy směrem ke generálním partnerům a hlavním Partnerům Hokejových soutěží (maximálně 5

partnerů jedné Hokejové soutěže). Seznam společností dodá BPA vždy 1 měsíc před zahájením příslušné Sezóny. Toto ustanovení se netýká Reklamy vysílané ČT před začátkem a po skončení Hokejového pořadu.

- 5.6 Smluvní strany činí nesporným, že, pokud se ve Smlouvě zmiňuje vysílání znělek a loga Hokejových soutěží, Hokejových pořadů a log partnerů či sponzorů, jde o oficiální znělky a loga Hokejových soutěží, Hokejových pořadů a loga partnerů či sponzorů, chráněná autorskými a dalšími právy duševního vlastnictví a jako takové jsou nedílnou podmínkou poskytnutí práv k vysílání Hokejových soutěží a Hokejových pořadů. BPA poskytuje ČT ke všem znělkám, upoutávkám či jiným zvukovým či zvukově obrazovým záznamům (dále pro účely tohoto článku jen „**záznamy**“) a logům dodaným ČT na základě Smlouvy všechna potřebná práva k jejich užití dle Smlouvy a současně prohlašuje, že veškeré nároky všech nositelů práv k záznamům a logům byly a budou ze strany BPA vypořádány. ČT je oprávněna k užití těchto záznamů a log v rozsahu a za podmínek stanovených Smlouvou tak, že jakýmkoliv nositelům práv nepřísluší a nebude příslušet žádné právo na odměnu vůči ČT v souvislosti s užitím záznamů a log dle Smlouvy, s výjimkou užití vysíláním zveřejněných a ke zveřejnění nabídnutých hudebních děl autorů zastupovaných OSA zařazených do záznamů a s výjimkou užití vysíláním obchodních snímků (jak jsou definovány níže) zařazených do záznamů.
- 5.7 Smluvní strany se dohodly, že pokud se v Příloze č. 4 a 5 Smlouvy uvádí vysílání Sponzorských vzkazů nebo Injektáží log sponzorů, rozumí se sponzorem reklamní partneri BPA. Na zajištění vysílání Sponzorských vzkazů a Injektáží se uplatní pro Smluvní strany závazná následující pravidla. BPA se zavazuje:
- vyrobit Sponzorský vzkaz na vlastní náklady v kvalitě odpovídající technickým podmínkám pro zařazení televizního pořadu do vysílání ČT,
 - k tomu, že Sponzorský vzkaz bude identifikovat sponzora a vyjádří jeho spojení se sponzorovaným pořadem,
 - konkretizovat odvysílání Sponzorského vzkazu (včetně Injektáží, popřípadě Virtuální grafiky) doručením řádně vyplněného formuláře, který je BPA povinna doručit ČT nejpozději 3 pracovní dny před vysíláním sponzorovaného pořadu, výjimkou je Play-off,
 - dodat ze strany ČT schválený Sponzorský vzkaz na nosiči Betacam Digital nejpozději do 3 pracovních dnů před vysíláním sponzorovaného pořadu (ve výjimečných případech během Play-off do 24 hodin); ČT vrátí BPA/sponzorovi nosič bez zbytečného odkladu,
 - k tomu, že obsah Sponzorského vzkazu bude v souladu s právními předpisy, zejména se zákonem č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů, zákonem č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, ve znění pozdějších předpisů, zákonem č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, ve znění pozdějších předpisů a zákonem č. 182/2016 Sb., o hazardních hrách, ve znění pozdějších předpisů, a že nebude narušovat práva či oprávněné zájmy třetích osob,
 - k tomu, že Sponzorský vzkaz nebude obsahovat záběry na výrobky a služby, pokud nejsou výrobní nebo obchodní značkou sponzora (např. ochranná známka), nebo její součástí. Tuto skutečnost je sponzor povinen doložit. Sponzorský vzkaz nesmí mít charakter Reklamy; činnost sponzora může být zmíněna jen obecně,
 - vypořádat veškerá autorská práva a práva s autorským právem související spojená s odvysíláním Sponzorského vzkazu a poskytnout ČT všechna potřebná práva k užití

Sponzorského vzkazu dle Smlouvy a současně prohlašuje, že veškeré nároky všech nositelů práv zúčastněných na výrobě Sponzorského vzkazu byly ze strany BPA vypořádány a že jakýmkoliv nositelům práv nepřísluší a nebude příslušet žádné právo na odměnu vůči ČT v souvislosti s užitím Sponzorského vzkazu dle Smlouvy;

- h. neovlivňovat obsah sponzorovaného pořadu.

ČT je oprávněna neodvysílat Sponzorský vzkaz v případě, že tento vzkaz nesplňuje náležitosti uvedené v tomto článku.

BPA dále prohlašuje, že sponzor není a nebude osobou, jejíž hlavním předmětem činnosti je výroba výrobků, jejich pronájem nebo poskytování služeb, které nesmí být podle zákona předmětem reklamy (tabákové výrobky; elektronické cigarety a náhradní náplně do nich; humánní léčivé přípravky neregistrované podle zvláštního právního předpisu; humánní léčivé přípravky, jejichž výdej je vázán pouze na lékařský předpis; humánní léčivé přípravky obsahující omamné nebo psychotropní látky; zbraně a střeliva; zboží, služby nebo jiné výkony či hodnoty, jejichž prodej, poskytování nebo šíření je v rozporu s právními předpisy; v době od 06.00 hodin do 22.00 hodin nelze vysílat obchodní sdělení týkající se erotických služeb, erotických výrobků a humánních léčivých přípravků nebo doplňků stravy na podporu sexuální výkonnosti). BPA dále prohlašuje, že je na základě příslušných zmocnění oprávněna sponzory zastupovat.

- 5.8 ČT může pro zajištění plnění svých povinností, popřípadě práv vyplývajících z čl. 5 odst. 5.1 až odst. 5.7 Smlouvy, vyjma čl. 5 odst. 5.4 Smlouvy, pověřit třetí osobu jako svého zástupce.
- 5.9 BPA je povinna ČT hlásit každé užití hudebních děl s textem i bez textu OSA na základě hromadné smlouvy uzavřené mezi ČT a OSA se BPA zavazuje poskytovat ČT ke všem záznamům tyto informace: názvy užitých hudebních děl, jména všech autorů každého hudebního díla a autorů zhudebněných textů, stopáž uvedeného díla, a to vždy do 14 dnů ode dne vysílání záznamů.
- 5.10 Sjednává se, že budou-li součástí záznamů dodaných ČT k užití na základě Smlouvy zvukové záznamy vydané 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 (dále jen „**autorský zákon**“), ve znění pozdějších předpisů (dále jen „**obchodní snímek**“), je BPA povinna sdělit České televizi následující informace: název a rozlišení obchodního snímku, rok výroby, název labelu snímku (popř. výrobce, není-li label uveden), identifikační číslo nosiče (je-li uvedeno), jména umělců a názvy uměleckých souborů uvedených na nosiči, užitou stopáž, a to vždy do 14 dnů ode dne vysílání záznamů. Pro splnění povinností ČT hlásit každé užití hudebních děl s textem i bez textu Ochrannému svazu autorskému pro práva k dílům hudebním (dále jen „**OSA**“) na základě hromadné smlouvy uzavřené mezi ČT a OSA se BPA zavazuje poskytovat ČT ke všem znělkám a Sponzorským vzkazům či jiným dodaným zvukovým či zvukově obrazovým záznamům tyto informace: názvy užitých hudebních děl, jména všech autorů každého hudebního díla a autorů zhudebněných textů, stopáž uvedeného díla, a to vždy do 14 dnů ode dne vysílání Přímého přenosu nebo zvukově obrazového Záznamu Hokejových pořadů.

6. Cenové a platební podmínky

6.1 Hodnota poskytovaných služeb

6.2 Platební podmínky

7. Další ustanovení Smluvních stran

7.1 Šetření zájmů ČT a BPA

BPA se touto Smlouvou zavazuje podle svých nejlepších schopností a znalostí provést každou Reklamu pro ČT takovým způsobem, který bude pro ČT při dodržení všech ustanovení této Smlouvy znamenat co největší zviditelnění v rámci reklamní spolupráce.

7.2 Umístění a viditelnost Log

Loga ČT, resp. jeho titulů či produktů dodaná BPA budou podle podmínek této Smlouvy umístěna na náklady BPA. BPA se zavazuje při provádění Reklamy podle této Smlouvy zajistit viditelnost grafického znázornění Log ČT umístěných na základě této Smlouvy.

7.3 Podklady pro Reklamu

Nebude-li Smluvními stranami dohodnuto jinak, platí, že ČT dodá pro výrobu Reklamy potřebné grafické podklady a návrhy v elektronické podobě na adresu [redacted] do 30.6. před zahájením příslušné sezóny (tj. v prvním roce trvání smlouvy do 30. 6. 2018). Při použití Loga ČT je nutno vycházet z platného grafického manuálu České televize. Je dohodnuto, že výrobu Reklamy zajistí na vlastní náklady BPA, pokud tato Smlouva nestanoví jinak. Jsou-li stanoveny rozměry Loga pro Reklamu, má se za to, že tyto rozměry jsou orientační, Přičemž odchylka od specifikovaných rozměrů může činit max. 10% pokud se strany nedohodnou jinak. Pokud totiž nebudou technické podmínky s ohledem na velikost Stadionu prokazatelně umožňovat velikost Reklamy dle Smlouvy, je BPA oprávněna provést Reklamu o rozměrech menších, avšak takových, aby propagační účinek takové Reklamy zůstal v daném případě co nejvyšší.

7.4 Změna Loga

Dojde-li ke změně loga ČT nebo jiných názvů specifikovaných v této Smlouvě, zavazuje se BPA takovou změnu loga provést na své náklady za předpokladu, že ČT změnu loga oznámí BPA alespoň dva (2) měsíce před zahájením příslušné Sezóny. V případě, že ČT oznámí změnu loga později, zavazuje se ČT uhradit BPA dodatečně vzniklé náklady spojené se změnou Reklamního plnění. V případě pozdního oznámení změny loga BPA zároveň s přihlédnutím k technickým a časovým podmínkám neodpovídá za skutečnost, že Reklamní plnění nebylo provedeno včas, neprokáže-li ČT, že prodlení bylo způsobeno zcela nebo částečně jednáním nebo opomenutím BPA.

7.5 Náhradní plnění

Pokud BPA nesplní s ohledem na objektivní příčiny (zejména v případech působení vyšší moci, hráčské stávky, zvláštního utkání ELH bez reklam na ledové ploše, nebo All – Star game utkání) své závazky z této Smlouvy, je povinna poskytnout ve prospěch ČT adekvátní náhradní plnění. O rozsahu a způsobu plnění musí být ČT předem informována a použití náhradního plnění musí být předem ze strany ČT písemně odsouhlaseno.

7.6 Dokumentace o provedené Reklamě

Nebude-li mezi Smluvními stranami dohodnuto jinak, je BPA povinna po skončení Sezóny zpracovat pro ČT Dokumentaci o provedené Reklamě. Dokumentaci o provedené Reklamě je BPA povinna zaslat ČT nejpozději do 60 dnů po skončení Sezóny a ČT je povinna potvrdit její převzetí podpisem připojeného předávacího protokolu. ČT se s převzatou Dokumentací o provedené Reklamě podrobně seznámí, přičemž své písemné námitky ke kvalitě a obsahu Dokumentace o provedené Reklamě je oprávněna vznést nejpozději do 30 dnů od jejího převzetí. Vznese-li ČT v této lhůtě své námitky k Dokumentaci o provedené Reklamě, BPA je povinna tyto námitky do Dokumentace o provedené Reklamě doplnit, a to nejpozději do 15 dnů ode dne, kdy jí byly tyto námitky doručeny. Nevznese-li ČT ve výše uvedené lhůtě žádné námitky k převzaté Dokumentaci o provedené Reklamě, má se za to, že Reklama byla provedena řádně v souladu s touto Smlouvou a bez jakýchkoli vad či jiných nedostatků.

8. Trvání a ukončení Smlouvy

- 8.1 Smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího uzavření. Dnem uzavření Smlouvy je den označený datem u podpisů Smluvních stran. Je-li takto označeno více dní, je dnem uzavření Smlouvy den z označených dnů nejpozdější.
- 8.2 Smlouva se uzavírá na dobu určitou, a to do 30. června 2023.
- 8.3 Smlouva může být ukončena dohodou Smluvních stran v písemné formě, přičemž účinky ukončení Smlouvy nastanou k okamžiku stanovenému v takovéto dohodě. Nebude-li takovýto okamžik dohodou stanoven, pak tyto účinky nastanou ke dni uzavření takovéto dohody.
- 8.4 Smluvní strany jsou oprávněny od Smlouvy odstoupit v následujících případech:
 - a) druhá Smluvní strana bude opakovaně v prodlení s plněním svých povinností dle Smlouvy,

- b) druhá Smluvní strana poruší svou jakoukoliv smluvní či zákonnou povinnost a nezjedná nápravu ani v dodatečně poskytnuté přiměřené lhůtě stanovené Smluvní stranou v písemné výzvě,
- c) vůči majetku druhé Smluvní strany bude probíhat insolvenční řízení nebo bude insolvenční návrh zamítnut proto, že majetek nepostačuje k úhradě nákladů insolvenčního řízení nebo se Smluvní strana ocitne v úpadku, aniž by ten musel být osvědčen rozhodnutím soudu; obě Smluvní strany tímto každá za sebe prohlašují, že nejsou v úpadku a zavazují se v případě, že by taková situace nastala, informovat do 3 dnů ode dne vzniku takové situace druhou Smluvní stranu.
- d) druhá Smluvní strana vstoupí do likvidace nebo bude vůči ní zahájeno insolvenční nebo exekuční řízení,
- e) druhá Smluvní strana pozbude jakékoli oprávnění vyžadované obecně závaznými právními předpisy pro provádění činností, k nimž se dle této Smlouvy zavazuje.
- 8.5 Každé odstoupení od Smlouvy musí mít písemnou formu, přičemž písemný projev vůle odstoupit od Smlouvy musí být druhé Smluvní straně řádně doručen. Účinky každého odstoupení od Smlouvy nastávají okamžikem doručení písemného projevu vůle odstoupit od Smlouvy druhé Smluvní straně.
- 8.6 Odstoupení od Smlouvy se nedotkne případného nároku na náhradu škody vzniklé porušením Smlouvy nebo nároku na zaplacení smluvních pokut či úroku z prodlení. Odstoupením od Smlouvy nárok na již uplatněnou smluvní pokutu nezaniká.
- 8.7 V případě, že dojde k zániku TV smlouvy jiným způsobem než splněním nebo způsobem nahrazujícím splnění, zaniká k okamžiku zániku TV smlouvy i tato Smlouva, a to s obdobnými právními účinky.

9. Sankce, vysílací práva a náhradní plnění

- 9.2 Smluvní strany jsou povinny zajistit, aby porušení kterékoli povinnosti dle Smlouvy bylo okamžitě odstraněno, resp. napraveno, je-li to dle povahy porušené povinnosti možné, a aby se neopakovalo. Uplatněním smluvní pokuty ani jejím skutečným zaplacením jednou Smluvní stranou není tato povinnost druhé Smluvní strany nikterak dotčena.
- 9.3 Vznikem povinnosti hradit smluvní pokutu ani jejím skutečným zaplacením není dotčen nárok na náhradu škody způsobené porušením povinnosti.

- 9.4 Nárok na zaplacení smluvní pokuty nevznikne tehdy, jestliže k porušení povinnosti došlo v důsledku okolností vylučujících odpovědnost ve smyslu ustanovení § 2913 odst. 2 občanského zákoníku.
- 9.5 Smluvní pokuty a úrok z prodlení jsou splatné do 30 dnů ode dne, kdy jedna Smluvní strana obdrží od druhé Smluvní strany příslušný daňový doklad s vyčíslením smluvní pokuty včetně specifikace porušené povinnosti. Povinnost zaplatit smluvní pokutu žádným způsobem neovlivní ostatní práva a povinnosti Smluvních stran dle Smlouvy, a to včetně práva odstoupit od Smlouvy.

10. Závěrečná ustanovení

- 10.1 Smluvní strany prohlašují, že vymezení předmětu této Smlouvy se zde uvádí pouze pro účely provedení uveřejnění této Smlouvy v registru smluv.
- 10.2 V případě neplatnosti některého ustanovení této Smlouvy, které lze od ostatního obsahu oddělit, Smluvní strany sjednávají neplatnou jen tu část a nikoliv Smlouvu jako celek. Zároveň se Smluvní strany zavazují postupovat v souladu se zájmy vedoucími k dosažení účelů uvedených v této Smlouvě
- 10.3 Tato Smlouva je vyhotovena ve třech stejnopisech s platností originálu (dva pro ČT, jeden pro BPA).
- 10.4 Smluvní strany tímto prohlašují, že Smlouvu uzavírají svobodně a vážně, že shora uvedenému porozuměly a bez výhrad s ní souhlasí, na důkaz čehož připojují své podpisy.
- 10.5 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 BPA jako její 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, ve znění pozdějších předpisů (dále jen „zákon o registru smluv“), Smluvní strany ve vzájemné shodě označily v jejích 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 80 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. Za každé porušení kterékoli povinnosti dle tohoto odstavce je

[REDACTED]

dotčená smluvní strana oprávněna požadovat od porušující Smluvní strany zaplacení smluvní pokuty ve výši 100.000 Kč.

10.6 Nedílnou součástí Smlouvy tvoří tyto přílohy:

Příloha č. 1 – Způsob provedení Reklamy v rámci utkání ELH

Příloha č. 2 – Hokejista sezony

Příloha č. 3 – Reprezentace „A“

Příloha č. 4 – Plnění pro BPA v souvislosti s vysíláním Hokejových soutěží a pořadů

Příloha č. 5 – Plnění pro BPA v souvislosti s vysíláním MS, ZOH a SP

Příloha č. 6 – Plnění pro ČT v souvislosti s vysíláním Hokejových pořadů

Příloha č. 7 – Rozpis realizace virtuální grafiky a technických podmínek odbavení

Příloha č. 8 – Technické podmínky pro výrobu a zařazení sponzorování ve vysílání Hokejových pořadů

V Praze dne 14.8. 2018

[REDACTED]
BPA sport marketing a.s.

[REDACTED]
předsedkyně představenstva

V Praze dne 14.8. 2018

[REDACTED]
Ceská televize

Ing. Petr Dvořák
generální ředitel

BPA sport marketing a.s.
Harfa Office Park, 190 93 Praha 9
Česko

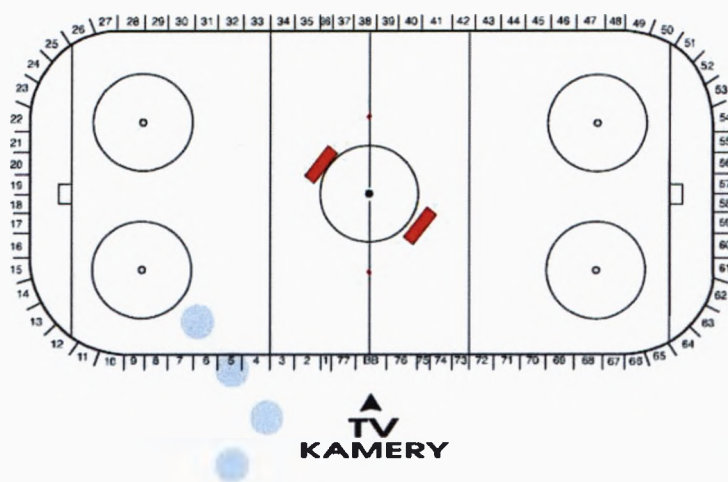
Příloha č. 1 - Způsob provedení Reklamy v rámci utkání ELH

BPA se touto Smlouvou zavazuje provádět pro ČT Reklamu po dobu trvání této Smlouvy, v rámci utkání ELH takto:

1. možnost užívat název „Oficiální partner hokejové extraligy“;
2. umístění 2x Loga ČT, popř. jiných log či produktů společnosti ČT (dále jen „**Logo**“) na ledové ploše po obvodu nebo tečně centrálního středového kruhu (o max. výšce písma 100 cm či max. délce Loga 450 cm dle toho, kterého maximálního rozměru je dosaženo dříve dle dispozic loga a jeho umístění na ledové ploše) z pohledu hlavní TV kamery. Náhled pozice je součástí této Přílohy č. 1;
3. umístění Loga na společných sponzorských tabulích ve VIP prostorech a PRESS roomech na všech stadionech ELH;
4. zajistí umístění Loga ČT na společném sponzorském panelu, před kterým probíhají interview s hráči ve výstroji včetně helmy (s výjimkou brankářů, zraněných a vyloučených hráčů) a trenéry během každého Televizního přímého přenosu utkání ELH;
5. umístění Loga na portál www.hokej.cz v sekci partnerů ELH jako Vysílatele;
6. bannerová reklama v celkovém rozsahu 300.000 impresí na celém portále HOKEJ.cz včetně sekcí a podsekcí. Reklamní banner 728x120 px s maximální velikostí 50 kB bude zároveň prolinkován na webové stránky klienta. Náklady na výrobu reklamy nejsou předmětem této Smlouvy. Konkrétní termíny této reklamní prezentace budou sjednány na základě vzájemně odsouhlasené objednávky/mediaplánu a aktuálně volné kapacity plochy v daném termínu;
7. možnost uspořádat divácké soutěže v rámci 2 hracích kol ELH na všech stadionech ELH;
8. umístění Loga na společné stránce sponzorů ELH v programech vydávaných ke každému utkání ELH;
9. možnost distribuovat letáky či jiné propagační předměty (na náklady ČT) v rámci 2 hracích kol ELH na všech stadionech ELH;
10. po dohodě obou Smluvních stran budou realizovány i další formy interaktivní spolupráce dle možností obou Smluvních stran, a to s využitím např. facebooku, mobilních stránek a aplikací a dalších nových typů médií, o jejichž využití bude rozhodnuto po podpisu této Smlouvy apod. Zejména pak BPA zajistí měsíčně uveřejnění minimálně dvou internetových odkazů dodaných partnerem týkajících se hokejových aktivit partnera na internetových a facebookových stránkách HOKEJ.cz na adrese <https://www.facebook.com/hokejcz>, či oficiálních profilech CZECH ICE HOCKEY TEAM (dále jen „CIHT“) (@narodnitym) či oficiálních profilech ELH (@telh). BPA má právo uveřejnění odmítnout, bude-li obsah v rozporu s dobrými mravy a životosprávou profesionálního sportovce, či dětí.

ČT bere na vědomí, že BPA bude rovněž provádět plnění ve prospěch O2 TV v obdobném rozsahu uvedeném v této příloze č. 1.

Pozice na ledové ploše dle bodu 2.



Příloha č. 2 – Hokejista sezony

BPA se zavazuje zajistit pro ČT provedení Reklamy v rámci společenské akce Hokejista sezony následujícím způsobem:

1. umístí Logo v pozici partnera na pódiu v záběru televizních kamer, o jejichž rozmístění rozhoduje Česká televize;
2. umístí Logo v pozici partnera na světelném panelu v sále;
3. umístí Logo ČT v pozici partnera na sponzorském panelu v prostorách slavnostního rautu;
4. umístí Logo v pozici partnera na všech oficiálních tiskovinách týkajících se projektu (pozdávky, vstupenky, oficiální výsledky, atd.);
5. umístí Loga v rámci inzertní kampaně;
6. umístí Loga v rámci internetové kampaně a na webových stránkách projektu.

ČT bere na vědomí, že v obdobném rozsahu bude rovnoměrně prezentován druhý Vysílatel.

Příloha č. 3 – Reprezentace „A“

I. Způsob provedení Reklamy v rámci Domácího utkání Reprezentace

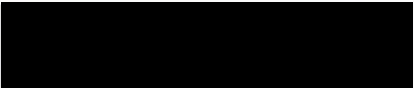
BPA se zavazuje ČT během každého jednotlivého Domácího utkání Reprezentace, hraného v období trvání této Smlouvy, zajistit či poskytnout následující plnění:

1. Presentace 2 log ČT na první vlně mantinelu o délce 3m a výšce 1 m (včetně ochranné zóny), z toho 1 logo v přímém záběru TV kamer, jak je uvedeno v této příloze;
2. Odvysílání reklamy ČT v délce až 30s. na multimediální kostce Stadionu, je-li takovou kostkou Stadion vybaven, a to min. 3x během každého Domácího utkání Reprezentace. Spot dodá ČT na své náklady a na požadovaném nosiči min. 3 týdny před začátkem prvního Domácího utkání Reprezentace Sezóny;
3. Presentace loga ČT na reklamním panelu, který zobrazuje partnery Reprezentace a je užíván pro veškeré TV rozhovory a tiskové konference, a dále ve VIP prostorách.
4. Presentace loga ČT v oficiálním programu utkání, a to na jedné straně programu zobrazující společně všechny partnery Reprezentace.

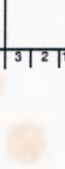
II. Způsob provedení Reklamy v rámci Reprezentace

BPA se dále zavazuje po celou dobu trvání této Smlouvy zajistit či poskytnout následující plnění:

1. BPA se zavazuje ČT zajistit užívání statutu „oficiální partner české hokejové reprezentace“ a prezentaci ČT v médiích a na tiskových konferencích jako oficiálního partnera Reprezentace;
2. BPA se zavazuje zajistit pro ČT umístění loga na rukávech soutěžního dresu Reprezentace o rozměru 15 x 3 cm. ČT se zavazuje respektovat manuál dresu CIHT, zejména při aplikaci loga ČT na tmavý podklad. Náhled pozice je součástí této Přílohy č. 3.
3. Reklamní označení ČT na plakátech a případných dalších inzerátech k Domácím utkáním Reprezentace na pozici odpovídající postavení partnera;
4. Reklama na panelech partnerů Reprezentace, tiskových konferencích a při rozhovorech s Hráči Reprezentace;
5. Reklamní označení ČT na panelu partnerů Reprezentace ve VIP prostorech při všech Domácích utkáních Reprezentace na pozici odpovídající postavení partnera s možností umístění i jiných reklamních předmětů ČT;
6. Reklamní označení ČT na panelu partnerů Reprezentace, který bude umístěn v mix zóně při televizních rozhovorech s hráči a trenéry na pozici odpovídající postavení hlavního partnera;
7. Reklamní označení ČT na panelu partnerů Reprezentace, který bude užíván při tiskových konferencích ČSLH a PRO-HOCKEY CZ;
8. Zajistí, že PARTNER obdrží pozvání na tiskové konference Reprezentace;
9. BPA ve spolupráci s ČSLH zajistí umístění Loga ČT a prezentaci na internetových stránkách ČSLH (ke dni uzavření Smlouvy www.cslh.cz) a na internetové stránce www.hokej.cz v sekci Reprezentace vždy společně s ostatními logy partnerů ČSLH, a to s aktivním prolinkem na internetové stránky ČT.

- 
10. Propagace soutěží ČT spojených s českým hokejem a Reprezentací, zejména na internetových stránkách ČSLH.
 11. Zajištění možnosti pro propagační akce ČT při Domácích utkáních Reprezentace; BPA umožní ČT realizovat vlastní propagační akce v rámci Domácích utkání Reprezentace, a to v rozsahu a podobě určené dohodou s BPA (koordinace s akcemi dalších partnerů).
 12. ČT je oprávněna pořádat jakékoliv soutěže ve spojení s Týmem, s Reprezenačními utkáními, dalšími Turnaji a českým hokejem, a to jakoukoliv formou předem schválenou písemně BPA.
 13. ČT má právo nechat si vyrobit repliky Dresu Reprezentace pro vlastní reklamní a marketingové účely a další předměty s logy ČSLH a CIHT pouze u oficiálního výrobce společnosti PRO-HOCKEY CZ a využít je pro vlastní propagaci a soutěže.

Tato prezentace ČT v rámci Reprezentace „A“ je v oboru Vysílatele exkluzivní.



Příloha č. 4 - Plnění pro BPA v souvislosti s vysíláním Hokejových soutěží a pořadů

ROZSAH PLNĚNÍ V RÁMCI 1 HOKEJOVÉHO ZÁPASU:

BOD	PLNĚNÍ	POČET
a)	Sponzorský vzkaz sponzora pořadu - 15sec.	26
b)	Znělka soutěže - 30sec.	2
c)	Znělka pořadu – 15sec.	2
d)	Kumulovaný sponzorský vzkaz – 30sec.	4
e)	Injektáž	72
f)	Injektáž brankové situace – ø branek 5-6 za zápas - 1/16 v dolní části obrazovky vpravo	6
g)	Znělka sponzorované soutěže (např. o nejlepší akci) – 15sec.	2 u každé soutěže
h)	logo partnera do grafiky soupisek a tabulek	2 loga současně
i)	Možnost Virtuální grafiky	individuálně dohodou smluvních stran
j)	Rozhovor před reklamními panely – realizace v zápase (v případě vyššího počtu rozhovorů, realizace všech, včetně předtáček před panely)	Min. 3x

1. ROZSAH PLNĚNÍ – HOKEJISTA SEZONY:

BOD	PLNĚNÍ	POČET
a)	Kumulovaný sponzorský vzkaz – 30sec.	2
b)	Znělka pořadu – 15sec.	2
c)	Sponzorský vzkaz sponzora pořadu – 15sec.	2
d)	Injektáž	15
e)	loga sponzorů v rámci scény (max. 20 partnerů akce)	ano
f)	loga generálních partnerů na moderátorském pultíku (max. 4)	ano
g)	umístění vozu v rámci scény (nedominantním způsobem)	ano
h)	osobní předání cen sponzory (max. 5) zástupci APK, ČSLH a médií nejsou sponzoři	ano

2. ROZSAH PLNĚNÍ – MAGAZÍN, SOUTĚŽE, DISKUSE:

BOD	PLNĚNÍ	POČET
a)	Kumulovaný sponzorský vzkaz – 30sec.	2
b)	Znělka pořadu – 15sec.	2
c)	Injektáž	5
d)	Product placement	3 produkty
e)	loga sponzorů v rámci scény (max. 20 partnerů akce)	ano
f)	logo soutěže na moderátorském pultíku	ano

3. ROZSAH PLNĚNÍ – PO BBV NA PROGRAMU ČT1:

BOD	PLNĚNÍ	POČET
a)	Countdowny – 10sec. /4x před základní částí a 4x před play-off ELH/	8

4. ROZSAH PLNĚNÍ – OZNÁMENÍ O SPONZOROVÁNÍ PROGRAMU::

BOD	PLNĚNÍ	POČET
a)	PŘED UTKÁNÍM / ČT odvysílá 6 sponzorských vzkazů sponzora programu na programu ČT 1 a 6 sponzorských vzkazů sponzora programu na programu ČT2 před každým přímým přenosem utkání, např. v základní části - v pondělí, v úterý, ve čtvrtek, v pátek, v sobotu a v neděli, napříč vysílacím časem dále ČT odvysílá 10 sponzorských vzkazů sponzora programu na programu ČT4. ČT zajistí promo v rámci BBV při každém TV přenosu ústní pozvánkou ke sledování aktuálně hraného přenosu na programu ČT4.	Celkem 22
b)	PŘED VYHLAŠOVACÍM VEČEREM /10xČT1, 10xČT2, 20xČT4, napříč vysílacím časem/	40

c)	PŘED MAGAZÍNEM, SOUTĚŽÍ, DISKUSÍ /10xČT4/	10
----	--	----

ČT se zavazuje předávat BPA předběžný plán nasazení sponzorských vzkazů sponzorů pořadů minimálně 1 týden před jejich vysíláním a jednou za 14 dní zpětně časový přehled vysílání sponzorských vzkazů na programech ČT. Pro sponzorské vzkazy sponzora pořadu a sponzorské vzkazy sponzora programu platí, že ČT bude uvádět v grafice i verbálně v souvislosti s Hokejovými soutěžemi, týmy a Hokejovými pořady úplné, nezkrácené a nezkreslené textové názvy a grafické podoby log. Použití log a názvů podléhá schválení a věcné korektuře před zahájením každé sezóny ze strany BPA. ČT se zavazuje před zahájením každé sezóny Hokejové soutěže konzultovat s BPA grafický námět k výrobě upoutávek k Hokejovým pořadům, konzultace bude spočívat zejména v kontrole loga Hokejové soutěže a záběrů hráčů působících v ELH.

		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		úvodní znělka + studio	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		1. třetina - 1. Část	
		znělka powerbreaku	5"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		REKLAMA ČT	30"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		znělka powerbreaku	5"
		1. třetina - 2. Část	
		znělka powerbreaku	5"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		REKLAMA ČT	30"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		znělka powerbreaku	5"
		1. třetina - 3. Část	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		PŘESTAVKA	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		PŘESTAVKA	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	30"
		PŘESTAVKA – KONEC	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		2. třetina - 1. Část	
		znělka powerbreaku	5"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		REKLAMA ČT	30"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		znělka powerbreaku	5"
		2. třetina - 2. Část	
		znělka powerbreaku	5"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		REKLAMA ČT	30"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		znělka powerbreaku	5"
		2. třetina - 3. Část	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		PŘESTAVKA	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		PŘESTAVKA	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	30"
		PŘESTAVKA	
		PŘESTAVKA – KONEC	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		3. třetina - 1. Část	
		znělka powerbreaku	5"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		REKLAMA ČT	30"

		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		znělka powerbreaku	5"
		3. třetina - 2. část	
		znělka powerbreaku	5"
PB 2		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		REKLAMA ČT	30"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		znělka powerbreaku	5"
		3. třetina - 3. část	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		STUDIO + SUM	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	30"
		ROZH. HVĚZDY - STADION	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"
		ZNĚLKA ČI JINGLE - BHŽ	
		ZPRÁVODAJSTVÍ - PP VSTUPY ZE STADIONŮ	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	30"
		ZPRÁVODAJSTVÍ - OSTATNÍ PRŮPĚVKY + ZNĚLKA ZÁVĚR. BULY	
		SPONZORSKÝ VZKAZ SPONZORA POŘADU BPA	15"

SCHÉMA HOKEJOVÉHO POŘADU (Hokej den poté ad.)

Kumulovaný sponzorský vzkaz	30"	BPA
POŘAD		
Kumulovaný sponzorský vzkaz	30"	BPA

Bez jiné reklamy, popřípadě exkl. hokejovým partnerům

Příloha č. 5 - Plnění pro BPA v souvislosti s vysíláním MS, ZOH a SP

Mistrovství světa, Olympijské hry, Světový pohár – zápasy českého týmu		
Sponzorský vzkaz sponzora pořadu	10"	BPA
I. Třetina		
Sponzorský vzkaz sponzora pořadu	10"	BPA
Sponzorský vzkaz sponzora pořadu	10"	BPA
II. Třetina		
Sponzorský vzkaz sponzora pořadu	10"	BPA
Sponzorský vzkaz sponzora pořadu	10"	BPA
III. Třetina		
Sponzorský vzkaz sponzora pořadu	10"	BPA

Sponzorské vzkazy na utkání českého týmu v rámci MS, ZOH a SP je BPA oprávněna využít pouze pro oficiální partnery české hokejové reprezentace a není oprávněna sponzorské vzkazy nabízet jiným subjektům na trhu bez předchozího souhlasu ČT. Pro vyloučení pochybností Smluvní strany uvádějí, že na zápasy Mistrovství světa, Olympijských her a případně Světového poháru se nevztahuje produktová exkluzivita a další obdobná omezení. BPA se zavazuje, že nebude rušit exkluzivitu ČT při prodeji sponzorování utkání MS, ZOH a SP.

Příloha č. 6 – Plnění pro ČT v souvislosti s vysíláním Hokejových pořadů

1. ROZSAH PLNĚNÍ V RÁMCI 1 HOKEJOVÉHO ZÁPASU:

BOD	PLNĚNÍ	POČET
a)	Reklama - 30sec. (uvnitř 1. a 2.power breaku v každé třetině)	6
b)	Injektáž v průběhu studií (1/16 obrazu)	12
c)	Product placement	individuálně dohodou smluvních stran

ČT se zavazuje k oborové exkluzivitě při využití tohoto plnění směrem ke generálním a hlavním partnerům Hokejových soutěží (maximálně 5 partnerů). Seznam společností dodá BPA vždy 1 měsíc před zahájením Sezóny.

2. ROZSAH PLNĚNÍ – PO BBV NA PROGRAMU ČT1:

BOD	PLNĚNÍ	POČET
a)	Countdowny – 10sec.	cca 100

ČT má právo využít plnění v rámci countdownů, které mohou být odvysílané po BBV. ČT se zavazuje k oborové exkluzivitě při využití tohoto plnění směrem ke generálním a hlavním partnerům Hokejových soutěží (maximálně 5 partnerů). Seznam společností dodá BPA České televizi vždy 1 měsíc před zahájením Sezóny.

Příloha č. 7 - Rozpis realizace virtuální grafiky a technických podmínek odbavení

Technické podmínky

V případě realizace virtuální grafiky dle bodu 5.3 se ČT zavazuje na náklad BPA zajistit potřebnou technickou součinnost. Jedná se zejména o zajištění potřebných objektivů (80, 60, 55) pro všechny přímé přenosy, ve kterých bude virtuální grafika použita. Přitom objektiv 60 bude umístěn na kameře č.1, na kterou také bude umístěna virtuální grafika. ČT rovněž zabezpečí součinnost svých tvůrčích a technických pracovníků, pracovníků produkce.

Rozsah virtuální grafiky (kreativa)

ČT se zavazuje akceptovat a odvysílat v každém určeném přenosu ve stanovené četnosti všechny prvky virtuální grafiky, které předloží BPA jakožto smluvně danou prezentaci svého klienta a které současně vyhovují pravidlům EBU a Opatřením ředitele obchodu a komunikace (předpisu o virtuální komunikaci, který stanovuje její zásady) v souladu s bodem 5.3 této Smlouvy. V případě nedodržení kvality nebo četnosti prvků zaviněných nekoordinací ze strany ČT, je ČT povinna poskytnout odpovídající náhradní plnění.

Ke dni uzavření Smlouvy se jedná o následující pozice/momenty v rámci přenosu:

- před začátkem každé třetiny utkání (event. začátkem prodloužení)
- po skončení každé třetiny utkání (event. skončení prodloužení)
- po každé vstřelené brance v utkání (respektive před každým vhazováním po vstřelené brance)
- v dalších případech přerušení hry, jestliže se o tom Smluvní strany dohodnou
- v případě některých prvků kterýkoli okamžik přenosu pokud splňuje pravidla EBU

Ke dni uzavření Smlouvy se rovněž jedná o následující grafické prvky/animace:

- virtuální puk nad ledovou plochou – útočnou/obránnou třetinou
- virtuální puk nad středovým kruhem
- „vyříznutí a otočení“ středového kruhu
- bannery za plexisklem na krátkých stranách hřiště (tyto mohou být statické nebo animované)
- bannery nad hledištěm na dlouhé straně hřiště proti TV kamerám (tyto mohou být statické nebo animované)
- virtuální jumbotron/obrazovka nad ledovou plochou nebo v rozích stadionu

BPA může po dohodě s ČT v průběhu platnosti Smlouvy využít další prvky nebo animace virtuální grafiky, i nekomerčního charakteru, které v případě, že budou v souladu s pravidly EBU a Opatřením ředitele obchodu a komunikace (předpisem o virtuální komunikaci, kterým se stanoví její zásady), má BPA právo v plném rozsahu realizovat.

**Příloha č. 8 - Technické podmínky pro výrobu a zařazení sponzorování ve vysílání
Hokejových pořadů /doplň ČT/**

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 injektaže. 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. Injektaží se rozumí vkládání 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. Oznámení 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 prodejních léků a potravinových doplňků musí sponzorský vzkaz obsahovat viditelné označení „volně prodejný lék“, „doplňek stravy“, „potravinový doplněk“, „potravina pro zvláštní výživu“ 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 jingle. 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

Kampaní 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 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 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 – Objednávky 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 vyznění, 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 garanci 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 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

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 - Ochraný 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 ceníkové 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 vysláním 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 vysláním 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 ji zavazuje v plné výši uhradit, a to i za předpokladu, že byla způsobena okolnostmi vylučujícími odpovědnost dle ustanovení § 2913 odst. 2 občanského zákoníku. Zadavatel uhradí rovněž veškeré nároky a výdaje, pokud se na Českou televizi v souvislosti s plněním podle Smlouvy obrátí třetí osoba z důvodu porušení práv.

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 povinna 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 žádná ze smluvních stran není bez předchozího písemného souhlasu druhé smluvní strany oprávněna dané informace sdělovat třetím osobám, a to ani po ukončení plnění Smlouvy či ukončení Smlouvy, s výjimkou informací: (i) s nimiž se smluvní strana seznámila nezávisle na druhé smluvní straně; (ii) které Česká televize sama sděluje třetím osobám v souvislosti s přípravou, výrobou, distribucí a/nebo propagací svého programového obsahu, k němuž se vztahuje tato smlouva, a/nebo v souvislosti se svou propagací (s výjimkou informací označených Zadavatelem jako jeho obchodní tajemství); (iii) které smluvní strana poskytne nebo uveřejní na základě právního předpisu nebo vykonatelného rozhodnutí soudu či správního orgánu; a (iv) které smluvní strana poskytne svým odborným poradcům a/nebo jiným spolupracovníkům vázaným zákonnou a/nebo smluvní povinností mlčenlivosti. Pro případ, že Smlouva podléhá nebo by v budoucnu podléhala (např. v důsledku přijetí dodatku) povinnosti uveřejnění dle zákona č. 340/2015 Sb., o registru smluv (dále jen „**zákon o registru smluv**“), smluvní strany ve vzájemné shodě označily v 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

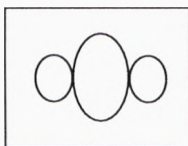
1. Technické podmínky pro televizní vysílání sponzorských vzkazů v České televizi

Technické podmínky pro televizní vysílání sponzorských vzkazů v České televizi

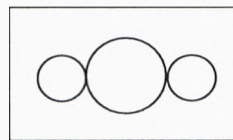
Vydání technických podmínek pro vysílání sponzorských vzkazů v České televizi se uskutečňuje pro zajištění optimální technické kvality televizního vysílání, jež musí v souladu s platnými normami splňovat následující technické údaje:

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.

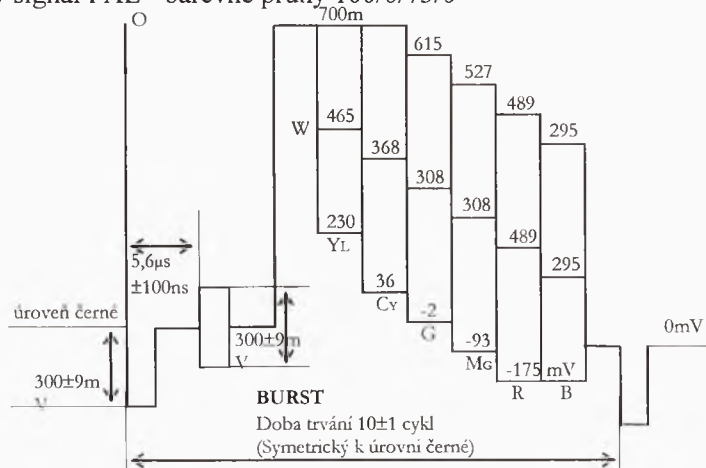
Formáty videosekvencí: *TARGA (*.tga) nebo TIFF (*.tif) v signálovém tvaru RGBK (tj. s klíčem)*.

- **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

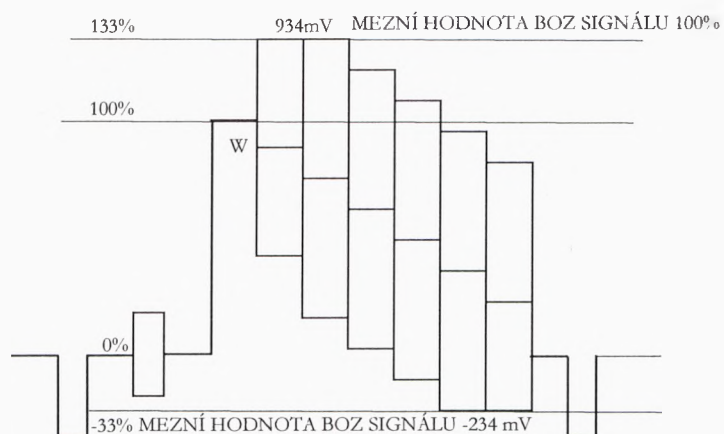
Tabulka hodnot barevných pruhů PAL 100/0/75/0

Pruhová barva		Luminance úroveň (mV)	Chrominance		
			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