

FTV Prima, spol. s r.o., se sídlem: Praha 8, Na Žertvách 24/132, PSČ 180 00
IČ: 48115908, DIČ: CZ48115908
zapsaná v obchodním rejstříku u Městského soudu v Praze, oddíl C., vložka 16778

SMLUVNÍ OBCHODNÍ PODMÍNKY

pro smlouvy o vysílání obchodních sdělení v programech

FTV Prima, spol. s r.o.

I. Předmět úpravy, základní ustanovení

- 1) Tyto Smluvní obchodní podmínky pro smlouvy o vysílání obchodních sdělení v programech FTV Prima, spol. s r.o. (dále „Obchodní podmínky“) upravují proces uzavírání smluv o vysílání obchodních sdělení na Televizních programech Prima group.
- 2) Vysílání obchodních sdělení v Televizních programech Prima group, vysílaných FTV Prima, spol. s r.o. (dále „FTV Prima“), lze zajistit výhradně na základě smlouvy uzavřené s FTV Prima.
- 3) Tyto Obchodní podmínky jsou součástí veškerých smluv týkajících se vysílání obchodních sdělení na Televizních programech uzavíraných FTV Prima. Obsah smluv o odvysílání obchodních sdělení na Televizních programech musí být interpretován v souladu s těmito Obchodními podmínkami. V případě rozporu obsahu příslušné smlouvy a těchto Obchodních podmínek má přednost obsah příslušné smlouvy.
- 4) Není-li v těchto Obchodních podmínkách stanoveno pro některý z ostatních typů obchodních sdělení něco jiného, vztahují se pravidla dle těchto Obchodních podmínek týkající se reklamy i na ostatní typy obchodních sdělení. Není-li stanoveno jinak, vztahují se ustanovení týkající se reklamních spotů i na souviselé teleshoppingové bloky, teleshoppingové šoty a sponzorské vzkazy. Není-li stanoveno jinak, platí pravidla týkající se Reklamních kampaní i pro kampaně při teleshoppingu či sponzorování.

II. Definice

- 1) Televizními programy Prima group se rozumí všechny televizní programy, který FTV Prima vysílá či v budoucnu začne vysílat, a to bez ohledu na způsob šíření, za předpokladu, že se dle právních předpisů jedná o televizní vysílání. Ke dni vydání těchto Obchodních podmínek FTV Prima vysílá následující televizní programy: Prima family, Prima COOL, Prima love.
- 2) Objednatel se rozumí právnická či fyzická osoba (Reklamní agentura či Klient), která má zájem o odvysílání obchodního sdělení v Televizních programech Prima Group. Reklamní agenturou se rozumí subjekt, jehož předmětem podnikání je reklamní činnost nebo zprostředkování reklamy, a který FTV Prima prokáže pověření k nákupu obchodních sdělení pro daného Klienta. Klientem se rozumí subjekt, od kterého pochází podnět k vysílání obchodního sdělení a který určuje, co má být obchodním sdělením propagováno („Předmět reklamy“).
- 3) Nákupem obchodního sdělení se rozumí uzavření smlouvy (ať již akceptací objednávky či jiným způsobem), na jejímž základě za podmínek upravených smlouvou a těmito Obchodními podmínkami vznikne Objednateli právo požadovat odvysílání obchodního sdělení v Televizních programech Prima Group a FTV Prima právo na zaplacení sjednané ceny.
- 4) Objednávkou se rozumí návrh Objednatele na uzavření smlouvy o odvysílání obchodního sdělení v Televizních programech Prima Group v souladu s těmito Obchodními podmínkami, který je označen jako objednávka.

- 5) Přijatou objednávkou se rozumí smlouva o odvysílání obchodního sdělení v Televizních programech Prima Group uzavřená akceptací objednávky Objednatele ze strany FTV Prima.
- 6) Obchodní smlouvou se rozumí písemná smlouva o odvysílání obchodního sdělení v Televizních programech Prima group, která je označena jako obchodní smlouva.
- 7) Ceníkem se rozumí ceník vydaný FTV Prima, který je nedílnou součástí Obchodních podmínek a je účinný ke dni uzavření smlouvy o odvysílání obchodního sdělení v Televizních programech Prima group.
- 8) Reklamní kampaní se rozumí nákup reklamy o stejné stopáži Spotu pro stejný Předmět reklamy za období maximálně 1 kalendářního měsíce na Televizních programech Prima group, není-li v obchodní smlouvě ujednán jiný výčet televizních programů. Reklamní kampaní plánovanou „na realitu“ se rozumí Reklamní kampaň plánovaná na skutečný počet realizovaných GRP v rámci Objednávky na sjednaný počet spotů.
- 9) GRP (Gross Rating Point) 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. TRP se rozumí 1% z počtu lidí z užší cílové skupiny, než je Dospělí 15+ (například ženy ve věku 25-54 let).
- 10) Prime time se rozumí vysílací čas mezi 18:00 hod. a 23:00 hod. Off prime time se rozumí jakýkoli vysílací čas mimo Prime time.
- 11) Materiály pro vysílání se rozumějí:
 - rozpis vysílání spotu s označením kazety pro vysílání v daný čas, včetně tzv. AKA kódů v případě reklamních spotů (dále „Rozpis“),
 - nosiče (kazety) se záznamem spotu (dále „Nosič“),
 - hudební sestava spotu a případné další údaje vyžadované kolektivními správci dle specifikace oznámené společností FTV Prima Objednateli (dále „Hudební sestava“).
- 12) Spotem se rozumí jakékoli celistvé a ohraničené obchodní sdělení určené k odvysílání na Televizních programech Prima group, s výjimkou obrazové či zvukové zmínky o produktu uvnitř zápletky pořadu, která má charakter umístění produktu. Za alianční spot se považuje spot propagující více než 1 Klienta nebo více než 1 značku, a to i v případě, že se jedná o Klienta, u kterého je prodej zboží více značek typický (např. řetězec supermarketů).
- 13) Plánováním na cílové skupiny se rozumí takové vysílání obchodních sdělení, u kterého detailní plánování a optimalizaci Reklamní kampaně provádí FTV Prima. FTV Prima v takovém případě doručuje objednaný počet GRP nebo TRP v cílové skupině vybrané Objednatel z cílových skupin dle Ceníku.
- 14) Poměrem rozložení na jednotlivých TV programech se rozumí poměr rozložení objednaných GRP / TRP na jednotlivých televizních programech v rámci Televizních programů Prima group stanovený v Ceníku FTV Prima.
- 15) Pojmy obchodní sdělení, reklama, teleshopping, sponzorování a umístění produktu mají v těchto Obchodních podmínkách stejný význam, jako mají dle definic obsažených v § 2 odst. 1, 2 zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání (dále „ZPRTV“). Pojmy související teleshoppingový blok a teleshoppingový šot mají stejné významy, jaké vyplývají ze ZPRTV.

III. Předpoklady, podmínky a proces uzavírání smluv o vysílání obchodních sdělení a jejich změn

- 1) Doručením objednávky společností FTV Prima Objednatel souhlasí s těmito Obchodními podmínkami. Objednatel zasílá objednávky zpravidla na jednotlivé měsíce kalendářního roku, pokud FTV Prima nestanoví jinak. Objednatel je povinen FTV Prima na požádání bezodkladně doručit podepsaný výtisk objednávky.

- 2) Předpokladem existence smlouvy o odvysílání obchodního sdělení na programu Prima group mezi FTV Prima a Objednatel je, aby FTV Prima objednávku Objednatele akceptovala. Za akceptaci objednávky se považuje zaslání rozpisu vysílání v rámci Objednávky.
- 3) Předpokladem přijetí Objednávky Objednatele na vysílání obchodních sdělení v Televizních programech Prima group je, aby součástí Objednávky bylo uvedení a) přesného názvu (značky) výrobku či služby či jiného produktu či jiného Předmětu reklamy, b) doby trvání Reklamní kampaně, c) délky Spotu a d) ceny za prodávanou jednotku. Nejedná-li se o Reklamní kampaň plánovanou na cílové skupiny, musí Objednávka dále obsahovat e) specifikaci umístění spotů, f) počet objednaných GRP v Prime time, g) počet objednaných GRP v Off prime time h) procentuálně vyjádřený poměr GRP k umístění na jednotlivých televizních programech v rámci Televizních programů Prima group, přičemž poměr GRP objednávaných v Prime time a GRP objednávaných v Off prime time na každém jednotlivém Televizním programu musí být shodný s vzájemným poměrem GRP uvedených v Objednávce dle písmen f) a g) tohoto bodu Obchodních podmínek.
- 4) Předpokladem přijetí objednávky Objednatele je rovněž písemné sdělení identifikačních údajů o zadavateli a zpracovateli ve smyslu zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy (dále „ZRR“), a to alespoň v rozsahu název, identifikační číslo, sídlo. Objednatel odpovídá za pravdivost, úplnost a přesnost těchto údajů.
- 5) Počet GRP/TRP a ostatní údaje uvedené v objednávce jsou pro Objednatele závazné a mohou být měněny pouze po dohodě s FTV Prima.
- 6) Pokud vysílání obchodního sdělení zadává Reklamní agentura, předloží zároveň s Objednávkou rovněž písemné pověření Reklamní agentury Klientem k zaslání takovéto Objednávky.
- 7) FTV Prima si vyhrazuje právo neuzavřít s Objednatel smlouvu o vysílání obchodního sdělení a právo odmítnout vysílání obchodního sdělení i po uzavření smlouvy v případě, že podle uvážení FTV Prima by odvysíláním obchodního sdělení s ohledem na jeho původ, obsah či formu mohlo dojít k:
 - a) porušení zákona, zejména ZPRTV a ZRR,
 - b) porušení povinností stanovených licencí k vysílání příslušného Televizního programu,
 - c) možnému postihu FTV Prima ze strany třetích osob (např. majitelů práv, soutěžitelů, apod.) či orgánů veřejné moci,
 - d) porušení Kodexu reklamy Rady pro reklamu či jiných samoregulačních předpisů či etických pravidel,
 - e) porušení oprávněných zájmů FTV Prima ve vztahu ke třetím osobám.

FTV Prima v takovém případě vyzve Objednatele k dodání upraveného nebo náhradního spotu, který neodporuje výše uvedenému a je v souladu s programovými standardy vysílání a Technickými podmínkami pro výrobu reklamních spotů, sponzorských vzkazů a teleshoppingu určených k odbavení do distribuční sítě TV Prima (dále „Technické podmínky“) stanovenými FTV Prima. Nedodá-li Objednatel upravený nebo náhradní spot před jeho plánovaným termínem vysílání, má FTV Prima právo od příslušné smlouvy odstoupit s okamžitým účinkem. Bez ohledu na to, zda FTV Prima odstoupí od smlouvy či nikoli, může FTV Prima v takovémto případě požadovat zaplacení smluvní pokuty ve výši sjednané ceny za předmětné vysílání obchodního sdělení či sjednaného sponzorského příspěvku.

- 8) FTV Prima není povinna objednávku Objednatele akceptovat. FTV Prima si zvláště vyhrazuje právo neakceptovat objednávku, která překročí limity pro počet GRP / TRP pro jednotlivé cílové skupiny definované v Ceníku. Tyto limity jsou stanoveny pro jednoho Objednatele a jeden kalendářní měsíc v měsících březen, duben, květen, červen, září, říjen, listopad a období mezi 1. prosincem a 23. prosincem, pokud není v Ceníku stanoveno jinak. Taková objednávka musí být předem dohodnuta s obchodním ředitelem FTV Prima.
- 9) FTV Prima bezdůvodně neodmítne požadavek Objednatele na snížení celkového objemu Reklamní kampaně o méně než 10% z celkové ceny kampaně. Celková cena Reklamní kampaně pro toho kterého Objednatele v souvislosti s tím kterým Klientem vyplývá z příslušné smlouvy. Při kalkulaci celkové ceny Reklamní kampaně se berou v úvahu rovněž příplatky, slevy či jiné dohodnuté úpravy ceny.
- 10) V případě, že bude Objednatel požadovat snížení celkového objemu Reklamní kampaně o 10% a více z celkové ceny Reklamní kampaně vypočtené dle předchozího odstavce, je předpokladem uzavření dohody o takovém snížení celkového objemu Reklamní kampaně, že Objednatel zaplatí FTV Prima smluvní pokutu dle článku IV. odst. 21) těchto Obchodních podmínek. Pro vyloučení pochybností smluvní strany výslovně ujednávají, že i v takovém případě může FTV Prima uzavření dohody o takovém snížení celkového objemu reklamní kampaně bez uvedení důvodu odmítnout. U Reklamních kampaní plánovaných „na realitu“ se za údaje o ceně Reklamní kampaně považují odhady FTV Prima. Ujednání dle tohoto odstavce platí i pro

sponzorování, přičemž cena (výše sponzorského příspěvku) je stanovena FTV Prima v její nabídce podmínek pro sponzorování jednotlivých pořadů či programu.

- 11) Objednatel uzavírá smlouvu o odvysílání obchodního sdělení v Televizních programech Prima Group vlastním jménem a na vlastní účet. Je-li to sjednáno, může Objednatel uzavřít smlouvu vlastním jménem a na cizí účet.

IV. Práva a povinnosti stran

- 1) Objednatel předkládá do vysílání Televizních programů Prima group spot, jehož obsah, forma i provedení jsou v souladu s platnými a účinnými právními předpisy a licencí k vysílání daného televizního programu (text licencí je veřejně přístupný na www.rtvv.cz). Obchodní sdělení musí rovněž odpovídat Vysílacím standardům pro zařazení obchodních sdělení do vysílání Televizních programů Prima group (dále „Vysílací standardy“), pokud FTV Prima takovéto Vysílací standardy vydá a oznámí je Objednateli. Obchodní sdělení předkládané do vysílání musí rovněž odpovídat Technickým podmínkám. Veškeré náklady a škody vzniklé FTV Prima jakýmkoli porušením tohoto ustanovení hradí Objednatel.
- 2) Objednatel je plně odpovědný za obsahovou stránku obchodních sdělení, včetně sponzorských vzkazů, a zavazuje se zprostit FTV Prima veškerých nároků jakékoli povahy uplatňovaných třetími osobami vůči FTV Prima. Jedná se zejména, nikoli však výlučně, o všechny nároky vyplývající ze soutěžního práva, práva na ochranu proti nekalé soutěži, všeobecných osobnostních práv, práv autorských a souvisejících s právem autorským, práv průmyslových a práv na označení, není-li dále stanoveno jinak. Objednatel se zavazuje nahradit FTV Prima veškeré náklady, které jí vzniknou v souvislosti s uplatněním takovýchto nároků třetími osobami.
- 3) Objednatel uzavřením smlouvy o vysílání reklamy a teleshoppingu nebo o sponzorování prohlašuje a garantuje, že řádně získal a v celém rozsahu uhradil a vypořádal veškerá práva a veškeré honoráře, odměny a náhrady všech majitelů práv v souvislosti s výrobou a vysíláním obchodního sdělení v Televizních programech Prima group, tj. všechna práva k nehmotným statkům (včetně synchronizačních práv) související s obchodním sdělením s výjimkou televizních vysílacích práv k hudebním dílům s textem nebo bez textu. FTV Prima se zavazuje zajistit úhradu za televizní vysílací práva k hudebním dílům s textem nebo bez textu prostřednictvím Ochranného svazu autorského pro práva k dílům hudebním (dále jen „OSA“); FTV Prima takto zajistí vypořádání vysílacích honorářů autorů chráněné hudby a textu uvedených v Hudební sestavě, a to ve výši vyplývající z platné smlouvy mezi FTV Prima a OSA. Pokud je ve spotu užitá hudba a není možno vysílací práva k ní vypořádat shora uvedeným způsobem (např. pokud autor v souladu se zákonem vůči FTV Prima a OSA vyloučí účinky hromadné smlouvy OSA), je Objednatel zejména povinen získat předem veškerá potřebná oprávnění a tato oprávnění a příslušné honoráře sám uhradit a vypořádat. FTV Prima v případě, že jí bude následně (např. na základě souhlasu autora nezastupovaného OSA) vyúčtován jakýkoli poplatek od OSA, upustí od vyúčtování poplatku Objednateli jen v případě, že Objednatel nejpozději před začátkem vysílání prokáže, že získal individuální souhlas autora k tomuto způsobu užití díla a že byly vysílací honoráře v celém rozsahu vypořádány, jinak je Objednatel povinen poplatek v celém rozsahu vůči FTV Prima dle její volby předem uhradit či refundovat.
- 4) Pokud je ve spotech užito zvukového záznamu vydaného k obchodním účelům ve smyslu definice dle zákona č. 121/2001 Sb., autorského zákona, ve znění pozdějších předpisů, odpovídá Objednatel za to, že získal svolení výrobců zvukových záznamů k výrobě spotu a svolení výkonných umělců k užití jejich uměleckých výkonů k výrobě spotu a že přímo vypořádal v celém rozsahu oprávněné nároky všech výkonných umělců a výrobců zvukových záznamů (s těmito osobami či prostřednictvím Intergram). Objednatel se zavazuje na vyžádání FTV Prima ve lhůtě, kterou FTV Prima stanoví, tuto skutečnost doložit předložením kopie příslušné smlouvy nebo např. kopie „Hlášení pro Intergram a potvrzení o platbě za použití komerčních snímků nebo záznamů či snímků vyrobených Českým rozhlasem v reklamě“.
- 5) Hudební sestava musí být dodána v podobě, v jaké ji požadují kolektivní správci. Dle požadavků kolektivních správců Hudební sestava aktuálně musí obsahovat minimálně název skladby, jméno autora popř. textaře, označení nakladatele a přesnou stopáž použité hudby.
- 6) V případě, že řádně vyplněná Hudební sestava či doklady dle odst. 4) nebudou Objednatelům včas předány FTV Prima, je FTV Prima oprávněna nezařadit spot do vysílání. Pokud se tak stane, Objednatel je povinen

zaplatit smluvní pokutu ve výši sjednané ceny za vysílání spotu resp. ve výši sjednaného sponzorského příspěvku při sponzorování.

- 7) Za každý započatý den prodlení s dodáním řádně zpracované Hudební sestavy nebo jiných dokladů dle odst. 4) výše je FTV Prima, pokud spot bude zařazen do vysílání, oprávněna účtovat Objednateli smluvní pokutu ve výši 1.000,- Kč.
- 8) Objednatel bere na vědomí, že součástí náhrady škody mohou být i smluvní pokuty či náhrady škod účtované kolektivními správci FTV Prima v souvislosti s pozdním dodáním či nedodáním hudebních sestav či hlášení či jejich neúplností, s tím, že tyto kolektivní správci požadují placení takovýchto smluvních pokut i retroaktivně. Objednatel prohlašuje, že byl seznámen se lhůtami pro dodání Hudebních sestav a hlášení a konstrukcí a výši smluvních pokut navrhovaných kolektivními správci, přičemž bere na vědomí, že se tyto údaje mohou změnit, a to i retroaktivně. FTV Prima je povinna Objednatele informovat o aktuálních změnách týkajících se těchto údajů do 15 dnů poté, co nastanou.
- 9) Všechny řádně zpracované Materiály pro vysílání musí být Objednatelem předány na jeho vlastní náklad a nebezpečí nejpozději 5 pracovních dnů před zahájením prvního vysílání spotu.
- 10) Pokud Objednatel nedodá Rozpis ve sjednané lhůtě, je FTV Prima oprávněna vybrat pro vysílání obchodního sdělení libovolný Nosič a záznam sama, přičemž takovýto výběr ze strany FTV Prima není porušením smlouvy a nemá vliv na sjednanou cenu.
- 11) Za každý započatý den prodlení s dodáním Nosiče s výše uvedenými vlastnostmi je FTV Prima oprávněna účtovat Objednateli smluvní pokutu ve výši 5.000,- Kč. V případě nedodržení podmínek týkajících se výše uvedených vlastností Nosiče způsobujících nemožnost zařazení obchodního sdělení do vysílání je Objednatel povinen vedle smluvní pokuty dle předchozí věty zaplatit FTV Prima navíc smluvní pokutu ve výši sjednané ceny za vysílání obchodního sdělení resp. výši sponzorského příspěvku u sponzorování.
- 12) V případě, že Objednatel nedodrží sjednanou stopáž obchodního sdělení resp. sponzorského vzkazu, je FTV Prima oprávněna nezařadit obchodní sdělení resp. sponzorský vzkaz do vysílání, Objednatel je však povinen zaplatit smluvní pokutu ve výši sjednané ceny za vysílání obchodního sdělení resp. výši sponzorského příspěvku u sponzorování.
- 13) Veškeré Nosiče předané Objednatelem FTV Prima zůstávají vlastnictvím Objednatele. FTV Prima bude o tyto Nosiče náležitě pečovat během účinnosti smlouvy, přičemž za tyto Nosiče Objednateli odpovídá pouze do výše jejich pořizovací hodnoty. Objednatel převezme Nosiče na konci Reklamní kampaně či ukončení vysílání jiného obchodního sdělení nebo po skončení účinnosti smlouvy o vysílání obchodního sdělení, ať již skončí z jakéhokoli důvodu. FTV Prima je oprávněna zničit jakékoli výše uvedené Nosiče, které zůstanou v jejím držení, po uplynutí šesti měsíců od konce Reklamní kampaně či vysílání jiného obchodního sdělení nebo po skončení účinnosti smlouvy o vysílání obchodního sdělení, případně i dříve podle uvážení FTV Prima, avšak v takovém případě pouze po předchozí písemné výzvě Objednateli k převzetí těchto Nosičů.
- 14) FTV Prima je oprávněna provádět programové změny dle svých potřeb. FTV Prima takovéto změny oznámí Objednateli nejpozději 3 pracovní dny předem, kdy měl být pořad, jehož se změna týká, původně odvysílán, pokud Objednatelem objednané obchodní sdělení mělo být odvysíláno bezprostředně před či po takovémto pořadu dotčeného změnou nebo vloženo do takového pořadu. FTV Prima má v případě programových změn právo měnit umístění obchodního sdělení dle svého uvážení.
- 15) FTV Prima prodává a Objednatel se zavazuje objednávat, není-li v příslušné obchodní smlouvě o vysílání obchodních sdělení v Televizních programech Prima group ujednáno jinak, GRP / TRP v souladu s Poměrem rozložení na jednotlivých TV programech, stanoveném v ceníku.
- 16) Pokud Obchodní smlouva obsahuje výslovné ujednání o odchylkách od Poměru rozložení na jednotlivých TV programech a dojde ke stanovení resp. změně Poměru rozložení na jednotlivých TV programech způsobem a za podmínek stanovených v Ceníku, vztahuje se sjednaná odchylka na nové Poměry rozložení na jednotlivých TV programech. (Modelový příklad: Objednatel uzavřel s FTV Prima obchodní smlouvu, ve které je sjednaná odchylka poměru Prima family +4 procentní body vůči poměru v ceníku, odchylka kanálu Prima COOL – 3 procentní bod vůči poměru v ceníku a Prima love – 1 procentní bod vůči poměru v ceníku. V ceníku byl v období od 1.1.2012 do 28.2.2012 stanoven Poměr rozložení na jednotlivých TV programech ve výši Prima family 82%, Prima COOL 15% a Prima love 3%. V období od 1.1.2012 do 28.2.2012 proto Objednatel objednával GRP v poměru Prima family 86%, Prima COOL 12% a Prima love 2% ceny za všechny objednané GRP. Od 1.3.2012 činí aktuální Poměr rozložení na jednotlivých TV

programech Prima family 81%, Prima COOL 14% a Prima love 5%. Objednatel je tedy povinen objednávat GRP v poměru Prima family 85%, Prima COOL 11% a Prima Love 4% z celkové ceny za všechny objednané GRP.

- 17) FTV Prima je oprávněna odvysílat více GRP/TRP, než je objednáno, není však oprávněna GRP/TRP odvysílané nad rámec celkové ceny dle objednávky Objednateli účtovat.
- 18) FTV Prima je oprávněna GRP/TRP objednané Objednatelem do Off prime time dodat vysíláním v čase Prime time, avšak je povinna za takto odvysílané plnění v Prime time účtovat cenu pro Off prime time. V případě, že je počet GRP/TRP skutečně dosažených v Prime time nižší a zároveň je počet skutečně dosažených GRP/TRP v Off prime time vyšší, než je uvedeno v objednávce či ve smlouvě, je FTV Prima oprávněna vyúčtovat Objednateli skutečně dosažené GRP / TRP v Off prime time nad rámec uvedený v objednávce či ve smlouvě za cenu pro Off prime time, avšak pouze do částky, která nepřesahuje 3% z celkové částky ceny Reklamní kampaně. V případě, že to Objednatel výslovně požaduje, je FTV Prima oprávněna pro konkrétní reklamní kampaň navýšit procento stanovené v předchozí větě a to až do výše požadované Objednatelem.
- 19) FTV Prima si vyhrazuje a Objednatel se zavazuje, není-li příslušnou smlouvou o vysílání obchodních sdělení v Televizních programech Prima group ujednáno jinak a není-li Reklamní kampaň plánovaná na cílové skupiny, přenechat v rámci jednotlivých Reklamních kampaní Objednatele 20% z celkového objemu GRP/TRP k umístění FTV Prima. Umístění reklamních spotů v rámci této části Reklamních kampaní podléhá výhradně možnostem FTV Prima. FTV Prima bude usilovat o takové umístění, které bude v souladu s celkovým charakterem příslušné Reklamní kampaně.
- 20) Je-li součástí smlouvy či objednávky reklamy procentuálně vyjádřený poměr GRP/TRP objednávaných na jednotlivých Televizních programech, je FTV Prima oprávněna dodat GRP / TRP v hodnotě maximálně 3 % z celkové částky ceny uvedené v objednávce či ve smlouvě na příslušnou Reklamní kampaň na jiném televizním programu, než vyplývá z poměru dle objednávky či smlouvy. V případě, že to Objednatel výslovně požaduje, je FTV Prima oprávněna pro konkrétní reklamní kampaň navýšit procento stanovené v předchozí větě a to až do výše požadované Objednatelem.
- 21) V případě, že Objednatel nesplní sjednaný závazek nakoupit vysílání obchodních sdělení, zavazuje se nejpozději do 15 dnů ode dne uplynutí období, v němž měla být obchodní sdělení odvysílána, zaplatit smluvní pokutu ve výši 35% z finančního rozdílu mezi cenou Reklamní kampaně, k jejíž nákupu byl zavázán, a cenou Reklamní kampaně, za kterou byl příslušný nákup realizován, v úrovni brutto ceny bez DPH.

V. PODMÍNKY VYSÍLÁNÍ A CENOVÉ PODMÍNKY, OBSAH SMLUV

- 1) FTV Prima stanovuje ceny CPP (cost per point) pro jednotlivé klienty a poté i prodává Reklamní kampaně ve vztahu k výkonnosti v cílové skupině D15+, případně ve vztahu k výkonnosti v jiných cílových skupinách (např. ženy 25-54). FTV Prima dle svého rozhodnutí může prodávat Reklamní kampaně a stanovit ceny i jiným způsobem, např. cenou za odvysílání 1 spotu.
- 2) Objednatel platí cenu dle počtu skutečně dosažených jednotek. Za vyžádanou pozici spotu v reklamním bloku se účtuje přírážka k ceně sjednaného spotu. Výši této přírážky určuje Ceník FTV Prima.
- 3) Za odvysílání aliančního spotu se účtuje přírážka ve výši dle Ceníku. Délka prezentace dalšího Klienta či další značky v aliančním spotu nesmí přesáhnout 20 % délky trvání příslušného obchodního sdělení.
- 4) Případné další slevy či přírážky jsou obsaženy v Ceníku.
- 5) Pro vysílání obchodních sdělení, které je plánováno na cílové skupiny platí následující zvláštní podmínky:
 - FTV Prima stanovuje ceny CPP pro cílové skupiny, přičemž tato cena se uplatňuje pouze pro stanovení ceny Reklamní kampaně plánované na příslušné cílové skupiny.
 - Objedávka musí zejména obsahovat počet TRP v daném období (maximálně kalendářního měsíce), cílovou skupinu, cenu za jednotku a dobu trvání Reklamní kampaně.
 - Pro obchodní sdělení plánované na cílové skupiny nelze objednávat pozice Spotu v rámci reklamního breaku.

- FTV Prima vyvine maximální úsilí k tomu, aby poměr mezi doručenými GRP / TRP v Prime time a Off prime time odpovídal přirozenému poměru doručování GRP / TRP v Prime time a Off prime time v dané cílové skupině na Televizních programech Prima group a dále aby poměr mezi GRP / TRP doručenými na jednotlivých televizních programech odpovídal průměrnému poměru doručování GRP / TRP na jednotlivých Televizních programech.

Obchodní sdělení plánované na cílové skupiny je možno objednávat souběžně s jinými obchodními sděleními, V rámci jednoho kalendářního měsíce na jeden produkt či značku však nelze kombinovat Reklamní kampaně plánované na cílovou skupinu a standardní Reklamní kampaně plánované Objednatelem.

- 6) Pro výpočty cen skutečně poskytnutého plnění ze strany FTV Prima se používají oficiální údaje z výzkumů sledovanosti zajišťovaných Asociací Televizních Organizací (dále „ATO“). V případě, že oficiální data z výzkumů sledovanosti ATO nebudou z jakéhokoli důvodu k dispozici, budou nahrazeny odhady ratingových bodů pro příslušné reklamní bloky vyhotovenými FTV Prima, které v takovémto případě budou k dispozici v sídle FTV Prima.
- 7) Bude-li v parametrech objednávky uveden počet GRP bez specifikace umístění v konkrétních reklamních breacích nebo bude-li Reklamní kampaň plánovaná na cílové skupiny, zajistí FTV Prima vysílání spotu do té doby, dokud sledovanost spotů nedosáhne alespoň tolika jednotek, na kolik byla smlouva uzavřena. Spot však nebude vysílán déle, než je sjednaná doba trvání Reklamní kampaně dle smlouvy. Nedosáhne-li počet dosažených jednotek vzájemně potvrzeného počtu dle smlouvy, platí Objednatel pouze za počet skutečně dosažených jednotek.
- 8) Tyto Obchodní podmínky mají v případě rozporu přednost před Ceníkem. Aktuálně účinný Ceník pro období od 1.3.2012 včetně údajů o slevách a přírážkách je připojen k těmto Obchodním podmínkám jako příloha č. 1. FTV Prima je oprávněna Ceník kdykoli měnit. Změny Ceníku budou oznamovány s předstihem minimálně 1 měsíce před nabytím jejich účinnosti.
- 9) Reklamní agentuře náleží zprostředkovatelská provize ve výši 15% ze smluvně smluvené ceny poskytnutých služeb po aplikaci případných slev nebo přírážek.
- 10) Potvrzené podmínky dle objednávky týkající se specifikace umístění spotů budou dodržovány v maximální možné míře, kterou lze spravedlivě požadovat, s ohledem na případné programové změny.
- 11) Ceny nezahrnují DPH. K fakturovaným částkám bude účtována DPH v zákonné výši.

VI. PLATEBNÍ PODMÍNKY

- 1) Faktury-daňové doklady jsou vystavovány do 14 dnů ode dne uskutečnění zdanitelného plnění a nestanoví-li smlouva jinak, je platba z nich vyplývající splatná do 30 dnů od data uskutečnění příslušného zdanitelného plnění. Datem zaplacení se rozumí datum připsání finančních prostředků na bankovní účet FTV Prima. Nedílnou přílohou faktury-daňového dokladu je popis a rozpis realizovaného plnění. Pokud Objednatel nezaplatí cenu ve lhůtě splatnosti, je FTV Prima oprávněna účtovat k fakturovaným částkám smluvní pokutu za každý den prodlení ve výši 0,1 % z dlužné částky.
- 2) FTV Prima může požadovat platbu ceny před prvním vysláním obchodního sdělení. Objednatel bere na vědomí, že FTV Prima požaduje platbu ceny před prvním vysláním zejména v případech Objednatelů, kteří objednávají vysílání obchodního sdělení u FTV Prima poprvé.
- 3) Přímé platby ze zahraničí jsou placeny ve volně směnitelné měně v přepočtu podle oficiálního kurzu České národní banky v den fakturace. Bankovní poplatky vyplývající z převodu sjednaných plateb ze zahraničí jsou placeny výlučně Objednatelem a jdou k jeho tíži.

VII. ZVLÁŠTNÍ USTANOVENÍ O SPONZOROVÁNÍ

- 1) Předpokladem přijetí objednávky Objednatele týkající se sponzorování je, aby součástí objednávky byla specifikace Televizního programu, uvedení přesného jména a příjmení fyzické osoby nebo názvu právnické osoby, která je sponzorem, a dále též, pokud si to FTV Prima vyžádá, obrazového symbolu (loga) či ochranné známky sponzora nebo jeho služby, výrobků nebo jiných výkonů či jiného předmětu, který má být v rámci sponzorování propagován. Předpokladem přijetí objednávky je rovněž uvedení dalších údajů povinně vyžadovaných zákonem; takovýmto údajem je ke dni účinnosti těchto Obchodních podmínek hlavní předmět činnosti sponzora programu.

VIII. ZVLÁŠTNÍ USTANOVENÍ O UMÍSTĚNÍ PRODUKTU

- 1) Umístění produktu v pořadu vysílaném v Televizním programu je možné pouze na základě uzavření písemné smlouvy podepsané oběma stranami na téže listině.
- 2) Objednatel bere na vědomí, že dle ustanovení § 53a odst. 2 písm. a) ZPRTV nesmí být obsah a doba zařazení do vysílání pořadů s umístěním produktu ovlivněn tak, aby tím byla dotčena redakční odpovědnost a nezávislost provozovatele televizního vysílání, a že tedy konečné rozhodnutí o nasazení pořadu a podoby umístění produktu je na FTV Prima. Objednatel bere na vědomí, že FTV Prima může rozhodnutí o nasazení a podobě umístění produktu změnit, přičemž takováto změna nemá vliv na podmínky sjednané smlouvou o umístění produktu. FTV Prima bude o takovéto změně Objednatele informovat e-mailem. FTV Prima je oprávněna pořad neodvysílat, přičemž v takovém případě nemá právo na sjednanou odměnu. Za neodvysílání pořadu se pro tyto účely považuje, pokud pořad není odvysílán ve lhůtě do 6 měsíců od data plánovaného nasazení stanoveného FTV Prima.
- 3) FTV je povinna na písemnou žádost Objednatele v dohodnutém termínu, nejpozději však 24 hodin před nasazením pořadu do vysílání, promítnout Objednateli záznam pořadu. Nebude-li dohodnuto jinak, uskuteční se projekce pořadu v čase určeném FTV Prima v sídle FTV Prima. FTV Prima se svého závazku dle tohoto odstavce může zprostit rovněž tak, že zašle Objednateli nejpozději však 24 hodin před nasazením pořadu do vysílání jeho záznam.
- 4) Objednatel je oprávněn písemně odmítnout podobu umístění produktu v pořadu ve lhůtě 3 hodin od promítnutí či doručení záznamu pořadu, pokud podoba umístění produktu odporuje písemné smlouvě. V případě, že tak objednatel ve lhůtě dle předchozí věty neučiní, platí, že s podobou umístění produktu souhlasí. Objednatel je povinen FTV Prima uhradit či refundovat náklady, které jí vzniknou v souvislosti s její případnou odpovědností vyplývající z právních předpisů regulujících televizní vysílání či reklamu. V případě, že Objednatel oprávněně odmítne podobu umístění produktu v pořadu, je FTV Prima oprávněna pořad odvysílat, Objednateli však nevznikne povinnost dle předchozí věty a povinnost zaplatit za umístění produktu sjednanou cenu.
- 5) Objednatel bere na vědomí, že se na pořad a oznámení o umístění produktu vztahují veškerá práva a povinnosti provozovatele televizního vysílání a poskytovatele audiovizuálních mediálních služeb na vyžádání dle právních předpisů upravujících tyto oblasti.
- 6) Objednatel prohlašuje a garantuje, že v souvislosti s produktem, který má být umístěn, a s podobou případné zmínky o produktu získal a vypořádal veškerá oprávnění (zejména osobnostní práva, autorská práva a práva související s právem autorským, práva k jakémukoli duševnímu vlastnictví) potřebná k tomu, aby mohl být FTV Prima či třetí osobou, která svá práva odvozuje od FTV Prima, pořad užíván bez věcného, časového, teritoriálního, množstevního či jakéhokoli jiného omezení („k volné ruce“). Objednatel veškerá tato oprávnění postupuje FTV Prima, včetně oprávnění k dalšímu postoupení či poskytnutí těchto oprávnění.
- 7) Produkt určený k umístění a veškeré další podklady s tímto související budou v dostatečném předstihu Objednatelem dodány na jeho vlastní náklad do místa natáčení. Je-li dohodnuto, že je FTV Prima povinna produkt či podklady Objednateli vrátit, je Objednatel povinen je převzít zpět v místě natáčení v čase dle dispozic FTV Prima. FTV Prima odpovídá za vrácení produktů a podkladů ve stavu, v jakém je převzala, s ohledem na běžné opotřebení a opotřebení vzniklé v důsledku sjednaného způsobu užití.

IX. SPOLEČNÁ A ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ

- 1) FTV Prima má právo ukončit vysílání obchodního sdělení a smlouvu vypovědět s okamžitým účinkem po doručení výpovědi v případě, že
 - Objednatel, pokud byl povinen zaplatit cenu předem, nedoloží zaplacení ceny alespoň 3 pracovní dny přede dnem, kdy mělo být zahájeno vysílání obchodního sdělení,
 - Objednatel je v prodlení se splněním závazků na peněžitě plnění přesahujícím 9 dnů,
 - Objednatel podstatně porušil smlouvu,
 - Objednatel nezjednal nápravu nepodstatného porušení smlouvy ve lhůtě stanovené ze strany FTV Prima, přestože byl k tomuto ze strany FTV Prima vyzván.
- 2) Ustanovení obchodního zákoníku o možnosti odstoupit od smlouvy v případě nepodstatného či podstatného porušení smluvní povinnosti zůstávají předchozím ujednáním nedotčena. V případě předčasného ukončení či zrušení smlouvy způsobem vyplývajícím z předchozího odstavce nebo tohoto odstavce Objednatel zaplatí FTV Prima cenu za provedené plnění a zároveň smluvní pokutu ve výši zbývající části ceny za sjednané plnění.
- 3) Objednatel je oprávněn od již uzavřené smlouvy o odvysílání obchodního sdělení před započatím plnění odstoupit, podmínkou však je, aby dříve, než tak učiní, zaplatil FTV Prima odstoupné ve výši celkové ceny dle dané smlouvy o odvysílání obchodního sdělení. Takové odstoupení od smlouvy musí být provedeno v písemné formě.
- 4) Závazky FTV Prima vůči Objednateli vzniklé na základě smlouvy o vysílání obchodního sdělení v programu Prima group se rozumějí pouze závazky výslovně smlouvou stanovené. V případě sporu o existenci dalších závazků se má za to, že žádné další závazky FTV Prima kromě těch, které jsou ve smlouvě uvedeny, neexistují.
- 5) Není-li ujednáno ve smlouvě či v těchto Obchodních podmínkách jinak, není ujednáním o smluvní pokutě dotčeno právo na náhradu škody (včetně ušlého zisku) v plné výši. Za škodu se považují i dodatečné náklady spojené se stažením obchodního sdělení v případě předčasného ukončení či zrušení smlouvy.
- 6) FTV Prima odpovídá Objednateli za případnou škodu, kterou zaviní. Není-li ujednáno něco jiného, FTV Prima odpovídá Objednateli za škodu pouze do výše částky ceny za neodvysílané a Objednatel zaplacené obchodní sdělení.
- 7) FTV Prima neodpovídá za nedodržení nebo opožděné plnění závazků podle smlouvy o vysílání obchodního sdělení na Televizních programech Prima group způsobené událostmi mimo její kontrolu, jako např. povstáním, občanskými nepokoji, válkou nebo vojenskými operacemi, výjimečným stavem, mimořádnými opatřeními státní moci, případnými činy nebo opomenutími ze strany vlády nebo jiného orgánu státu či úřadu veřejné správy, nepříznivým počasím, poruchami spojových služeb, nezaviněnými technickými závadami vysílání, selháním nebo nedostatkem elektřiny, nutností dodržet právní předpisy či licenční podmínky (poskytování vysílacího času státním orgánům, poskytování informací veřejnosti), spory mezi zaměstnanci a zaměstnavateli nebo dalšími událostmi mimo kontrolu FTV Prima.
- 8) Každá ze smluvních stran si přečetla tyto Obchodní podmínky, je s nimi srozuměna a souhlasí s tím, že je bude dodržovat.
- 9) Není-li ve smlouvě o vysílání obchodního sdělení ujednáno jinak, nejsou tyto Obchodní podmínky z technických důvodů připojovány ke smlouvě jako příloha, jsou však její nedílnou součástí.
- 10) Smlouva o vysílání obchodního sdělení v Televizních programech Prima group, není-li ujednáno či v těchto obchodních podmínkách stanoveno jinak, může být měněna a doplňována pouze písemnou dohodou.
- 11) Oznámení FTV Prima adresovaná Objednateli musí mít alespoň formu e-mailové zprávy, není-li smlouvou či těmito Obchodními podmínkami stanoveno jinak.
- 12) Neplatnost jednotlivého ujednání smlouvy o vysílání obchodního sdělení nezakládá neplatnost smlouvy jako celku. Smluvní strany se zavazují případně neplatné ujednání nahradit takovým platným ujednáním, které co nejlépe odpovídá obsahu a účelu původního ujednání.

- 13)** Tyto Obchodní podmínky jsou vyhotovovány v českém jazyce.
- 14)** Veškeré vztahy, které nejsou upraveny těmito podmínkami, se řídí zákonem č. 513/1991 Sb., obchodním zákoníkem a ostatními právními předpisy České republiky, s vyloučením kolizních norem mezinárodního práva soukromého. V případě, že je přítomen mezinárodní prvek, smluvní strany sjednávají pro spory ze smluv o vysílání obchodních sdělení či v souvislosti s těmito smlouvami, včetně sporů o jejich platnost či následky neplatnosti, výlučnou jurisdikci soudů České republiky, přičemž místně příslušným soudem je soud, v jehož obvodu má FTV Prima sídlo.
- 15)** Tyto Obchodní podmínky nabývají účinnosti dne 1.3.2012.

V Praze dne 31.1.2012