

ZMLUVNÉ PODMIENKY VYSIELANIA MEDIÁLNEJ KOMERČNEJ KOMUNIKÁCIE V PROGRAMOVÝCH SLUŽBÁCH

1. MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. je vysielateľom:
 - a) televíznej programovej služby TV MARKÍZA na základe licencie na televízne vysielanie č. TD/17/2010 v zmysle rozhodnutia zo dňa 12.1.2010 (ďalej len „**TV MARKÍZA**“);
 - b) televíznej programovej služby DOMA na základe licencie na televízne vysielanie č. TD/7 v zmysle rozhodnutia zo dňa 16.12.2008 (ďalej len „**DOMA**“);
 - c) televíznej programovej služby DAJTO na základe licencie č. TD/47 udelenej Radou pre vysielanie a retransmisiu v zmysle rozhodnutia zo dňa 4.7.2011 (ďalej len „**DAJTO**“),udelenými Radou pre vysielanie a retransmisiu ako orgánom príslušným v zmysle zákona č. 308/2000 Z.z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z.z. o telekomunikáciách v platnom znení.

2. MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. je na základe zmluvného vzťahu s TV NOVA s.r.o. (IČO: 458 00 456) výhradne oprávnená uzatvárať zmluvy na vysielanie reklamy, telenákupu, umiestňovanie produktov a sponzorovanie programov vysielaných televíznou programovou službou
 - a. NOVA INTERNATIONAL č.j. RRTV/69/2016-FIA (ďalej len „**NOVA INTERNATIONAL**“),
 - b. NOVA SPORT 3 SK č.j. RRTV/8635/2021-kus (ďalej len „**NOVA SPORT 3 SK**“) a
 - c. NOVA SPORT 4 SK č.j. RRTV/8636/2021-kus (ďalej len „**NOVA SPORT 4 SK**“)vysielaných na území SR na základe licencií na televízne vysielanie v zmysle rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televízni vysílání.

(ďalej len TV MARKÍZA, DOMA, DAJTO, NOVA INTERNATIONAL, **NOVA SPORT 3 SK** a **NOVA SPORT 4 SK** spoločne pre účely týchto Zmluvných podmienok ako „**programové služby**“ alebo jednotlivě ako „**programová služba**“).

A. ÚVODNÉ USTANOVENIA

- 1) Toto sú Zmluvné podmienky vysielania mediálnej komerčnej komunikácie v programových službách (ďalej ako „**Zmluvné podmienky**“), ktoré sú neoddeliteľnou súčasťou a prílohou objednávky/Zmluvy na vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie v programových službách/ Rámcovej zmluvy/ Obchodnej zmluvy (ďalej len „**Zmluva**“) a nadobúdajú platnosť spolu s touto Zmluvou. Jednotlivé ustanovenia Zmluvných podmienok sa nebudú uplatňovať len v prípade, ak je v Zmluve dohodnuté inak (v zmysle § 273 ods. 2 Obchodného zákonníka) alebo ak je ich použitie v Zmluve výslovne vylúčené.
- 2) Pre účely Zmluvných podmienok, „cena“ znamená celkovú cenu za plnenie bez DPH, dohodnutú v Zmluve (ďalej ako „**cena**“).
- 3) Pre účely Zmluvných podmienok, „MS“ znamená MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o., IČO: 31 444 873 (ďalej ako „**MS**“).
- 4) Akýkoľvek odkaz v týchto Zmluvných podmienkach na pojem „**Obchodný zákonník**“ je odkazom na zákon číslo č. 513/1991 Zb., Obchodný zákonník, v aktuálnom znení.

B. POJMY

Pre účely Zmluvných podmienok budú mať nižšie uvedené pojmy nasledujúci význam

- 1) **Ciel'ová skupina** (ďalej aj ako „**CS**“) sa rozumie špecifikovaná časť zo všetkého obyvateľstva vo veku 12 – 54 rokov vrátane hostí (t.j. osoba, ktorá sleduje televíziu v danej domácnosti a nie je členom domácnosti, resp. členom peplemetrového panela), VOSDAL + 3 kalendárne dni („viewing on same day as live“, t.j. odložená sledovanosť programu zo záznamu v rovnaký deň ako živé vysielanie programu v televízii vrátane odloženej sledovanosti do troch kalendárnych dní nasledujúcich po dni živého vysielania programu v televízii).

- 2) **CPP** sa rozumie cena bez DPH (v eurách) na získanie jedného net GRP.

- 3) **Gross rating point** (ďalej aj ako „**GRP**“) sa rozumejú televízni diváci vyjadrení ako hrubé percento z celkového počtu potenciálnych divákov, ktorý vyjadruje hodnotu reklamného bloku v CS, stanovenú na základe minútových dát prieskumu sledovanosti vykonávaného spoločnosťou Kantar Slovakia s.r.o. na základe priemernej sledovanosti daného reklamného bloku (tzv. break average).
- 4) **Markíza group** sa rozumie multikanálová komunikácia na programových službách TV MARKÍZA, DOMA, DAJTO a NOVA INTERNATIONAL alebo samostatne na ktorejkoľvek programovej službe z uvedených.
- 5) **Mediálnou komerčnou komunikáciou** sa rozumie zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby alebo dobrú povesť osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť a je poskytovaná ako súčasť programu alebo program sprevádza za odplatu alebo za podobnú protihodnotu. Mediálna komerčná komunikácia zahŕňa najmä reklamu, telenákup, sponzorovanie a umiestňovanie produktov.
- 6) **Predikovaný rating** sa rozumie odhadovaný rating stanovený Centrom reklamy MS pred odvysielaním reklamného bloku.
- 7) **Príplatkom za premium rezerváciu** sa rozumie príplatok vo výške určeného % zo základného CPP v príslušnom kalendárnom mesiaci, ktorý môže zadávateľ uplatniť v zmysle bodu 4) článok C. týchto Zmluvných podmienok.
- 8) **Príplatkom za exkluzivitu v reklamnom brejku** sa rozumie príplatok za produktovú exkluzivitu v reklamnom brejku. Produktovú exkluzivitu v reklamnom brejku môže MS poskytnúť zadávateľovi len na základe predchádzajúcej písomnej dohody.
- 9) **Reklamnou kampaňou** alebo **kampaňou** sa rozumie poskytnutie reklamného času v objeme a rozsahu určenom v Zmluve v konkrétnej programovej službe alebo programových službách. V rámci služieb podľa predchádzajúcej vety poskytuje MS zadávateľovi aj služby špecifikované v bode D.20) týchto Zmluvných podmienok (ďalej len „**realizácia kampaní**“).
- 10) **Reklamným časom** sa rozumie poskytnutie vysielačieho času vo vysielaní programových služieb, pre potreby uvedenia mediálnej komerčnej komunikácie.
- 11) **Reklamou** sa rozumie akékoľvek verejné oznámenie, vysielať programovými službami za odplatu v zmysle zákona č.308/2000 Z.z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č.195/2000 Z.z. o telekomunikáciách v platnom znení, ktorého zámerom je podporiť predaj, nákup alebo nájom tovaru alebo služieb vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov alebo dosiahnuť iný účinok sledovaný zo strany zadávateľa.
- 12) **Sponzorovaním** sa rozumie plnenie poskytnuté zadávateľom, ktoré je určené na priame alebo nepriame financovanie programu alebo danej programovej služby s cieľom propagovať názov alebo obchodné meno, ochrannú známku, dobrú povesť, tovary alebo aktivity zadávateľa.
- 13) **Šotom** sa rozumie krátke audiovizuálne alebo vizuálne dielo, príp. iné krátke reklamné alebo telenákupné oznámenie zaradené do reklamného bloku alebo telenákupného pásma (ďalej aj ako „**reklamný šot**“) alebo označenie sponzora v rámci sponzorovaného programu (ďalej aj ako „**sponzorský odkaz**“), vysielať v rámci programových služieb alebo v rámci každej programovej služby samostatne.
- 14) **Tandemovým šotom** sa rozumie buď

- a) opakované nasadenie identického šotu v rámci jedného reklamného bloku nie bezprostredne po sebe, alebo
- b) nasadenie dvoch (2) šotov obsahujúcich identickú službu alebo produkt od rovnakého zadávateľa (t.j. klienta) v rámci jedného reklamného bloku nie bezprostredne po sebe (ďalej ako „**tandemový šot**“).

15) **Telenákupom** sa rozumie priama ponuka vysielaná verejnosti s cieľom poskytnúť tovar alebo služby vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov za odplatu. Telenákup môže mať formu:

- a) telenákupného šotu alebo
- b) telenákupného pásma v trvaní aspoň 15 minút.

16) **Umiestňovaním produktov** (ďalej aj ako „**PP**“) sa rozumie zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke, zaradená do programu za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu.

C. PODMIENKY UZAVRETIA ZMLUVY SO ZADÁVATEĽOM A DOBA REZERVÁCIE

1) **Predpokladom na uzatvorenie Zmluvy** v danej programovej službe medzi MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. (ďalej len „**MS**“) a fyzickými a právnickými osobami (ďalej v jednotnom čísle len ako „**zadávateľ**“) je zadanie záväznej objednávky zo strany zadávateľa a jej prijatie MS, formou emailovej komunikácie. Záväzná objednávka musí byť podpísaná oprávnenou osobou zadávateľa (štatutárnym orgánom príp. inou osobou na to splnomocnenou, pričom túto skutočnosť je zadávateľ povinný MS preukázať) a okrem presnej identifikácie zadávateľa (názov, sídlo, IČO, DIČ, IČ DPH, atď.), musí obsahovať špecifikáciu, na ktorej programovej službe je kampaň objednávaná (za dodržania podmienky percentuálneho rozdelenia podľa bodu C.2) týchto Zmluvných podmienok v prípade programových služieb Markíza group), časovú špecifikáciu kampane, špecifikáciu stopáží a finančný rozpočet na kampaň (cenu). Spolu so záväznou objednávkou je zadávateľ povinný na vyžiadanie od MS doručiť výpis z obchodného registra či iného registra nie starší ako 3 mesiace príp. iný doklad preukazujúci skutočnosti tvrdené zadávateľom. V prípade, ak zadávateľom záväznej objednávky na vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie je agentúra, nutnou podmienkou na prijatie takejto záväznej objednávky je predloženie písomného výhradného poverenia agentúry na nákup reklamného času v programových službách alebo v každej programovej službe samostatne, vystaveného klientom a doklad, že zadávateľ má reklamnú činnosť, resp. sprostredkovanie predaja reklamy v predmete činnosti, ako aj uvedenie údajov o klientovi v rozsahu uvedenom v tomto bode. V prípade nesplnenia vyššie uvedených podmienok, má MS právo záväznú objednávku neakceptovať, Zmluvu neuzatvoriť a kampaň neodvysielat'.

Záväzné objednávky na farmaceutické produkty musia okrem vyššie uvedeného obsahovať aj špecifikáciu produktu s uvedením, či daný produkt je liekom uvedeným v databáze registrovaných liekov vedenej Štátnym ústavom pre kontrolu liečiv. Záväzné objednávky sa prijímajú na obdobie jednotlivých mesiacov kalendárneho roka vopred, pokiaľ MS neurčí iné obdobie.

2) Zadávateľ berie na vedomie, že s účinnosťou od 01.01.2022 bude reklamná kampaň (poskytnutie reklamy v dohodnutom objeme) realizovaná výlučne v súlade s nasledovne stanoveným percentuálnym (%-ným) rozdelením disponibilných GRP medzi programovými službami Markíza group v rozsahu:

- i. 77% predikovaných GRP v rámci programovej služby TV MARKÍZA,
- ii. 11% predikovaných GRP v rámci programovej služby DOMA a NOVA INTERNATIONAL (z toho 10% DOMA a 1% NOVA INTERNATIONAL),
- iii. 12% predikovaných GRP v rámci programovej služby DAJTO.

MS si vyhradzuje právo zmeny percentuálneho podielu podľa predchádzajúcej vety (celkom maximálne 3 krát v priebehu kalendárneho roka 2022), pričom zmena percentuálneho podielu bude zadávateľovi, s ktorým MS uzavrela Zmluvu písomne oznámená, minimálne 45 dní pred začiatkom mesiaca, v ktorom

budú nové percentuálne podiely aplikované. MS nie je povinná oznamovať zadávateľovi zmenu podielu %-neho rozdelenia GRP jednotlivých programových služieb Markíza group v zmysle predchádzajúcej vety v prípade, ak aplikované %-ne rozdelenie GRP bude znížené pre ktorúkoľvek programovú službu do 10% aktuálneho percentuálneho rozdelenia danej programovej služby.

- 3) V prípade programových služieb Markíza group MS sleduje celkový objem objednaných GRP pre jednotlivé mesiace kalendárneho roka na základe záväzných objednávok zadávateľov a predikovaných ratingov. V prípade, že celkový objem GRP na základe predikovaných ratingov v danom kalendárnom mesiaci je nižší ako celkový objem GRP objednaných zadávateľmi, pričom tento v jednotlivom prípade presahuje počet GRP v Memorande o cenových podmienkach pre konkrétneho klienta zadávateľa (tzv. GRPs demand), môže MS záväzné objednávky zadávateľov odmietnuť s požiadavkou na úpravu objemu GRP, ak jednotlivý zadávateľ neuplatnil premium rezerváciu v zmysle bodu 4) tohto článku C. Zmluvných podmienok.
- 4) V prípade, že celkový objem GRP na základe predikovaných ratingov v danom kalendárnom mesiaci je nižší ako celkový objem GRP objednaných zadávateľmi v záväznej objednávke, MS môže poskytnúť zadávateľom možnosť premium rezervácie, ktorou sa rozumie príplatok vo výške určeného % zo základného CPP v príslušnom kalendárnom mesiaci bez odmietnutia záväznej objednávky zo strany MS postupom v zmysle bodu 3) tohto článku C. Zmluvných podmienok (ďalej len „**premium rezervácia**“). Výška príplatku je stanovená v Rámcovej zmluve alebo Obchodnej zmluve uzavretej so zadávateľom. MS informuje zadávateľov o limitovanom objeme premium rezervácií formou emailu. V prípade, ak má zadávateľ záujem o premium rezerváciu, je povinný ju uplatniť čo najskôr, nie však neskôr ako do 3 pracovných dní od doručenia informácie o možnosti premium rezervácie MS. Zadávateľ je povinný uplatniť premium rezerváciu formou potvrdenia v emaily zaslanom kontaktnej osobe v MS. MS môže odmietnuť uplatnenú premium rezerváciu zadávateľa v prípade, ak by jej akceptáciou došlo k presahu celkového objemu premium rezervácie MS v danom kalendárnom mesiaci. Objem uplatnenej premium rezervácie MS sleduje a vyhodnocuje v závislosti od momentu doručenia uplatnenia premium rezervácie zo strany zadávateľa.
- 5) MS pripraví na podklade záväznej objednávky návrh Zmluvy v termíne do 7 pracovných dní od prijatia záväznej objednávky v zmysle bodu 1) tohto článku C. Zmluvných podmienok. Zasláním návrhu Zmluvy zadávateľovi na emailovú adresu kontaktnej osoby zadávateľa, začína plynúť doba rezervácie času vysielania zadávanej mediálnej komerčnej komunikácie, ktorá končí po uplynutí 5 nasledujúcich pracovných dní (ďalej len „**doba rezervácie**“). Ak nedošlo v rámci doby rezervácie k podpisu Zmluvy oprávnenou osobou zadávateľa, uplynutím doby rezervácie sa rezervácia a návrh Zmluvy automaticky rušia a zadávateľ je povinný uhradiť MS rezervačný poplatok vo výške 50% z ceny zadávanej mediálnej komerčnej komunikácie určenej v návrhu Zmluvy zaslanej MS zadávateľovi pred uplynutím doby rezervácie, na základe faktúry vystavenej MS. Ak došlo v rámci doby rezervácie k podpisu Zmluvy oprávnenou osobou zadávateľa, pričom v priebehu doby rezervácie zadávateľ zmenil požadovaný počet GRP oproti požadovanému počtu GRP v záväznej objednávke, zadávateľ je povinný uhradiť MS rezervačný poplatok, ktorý bude zodpovedať 40% sumy rozdielu GRP v záväznej objednávke a podpísanej Zmluve, na základe faktúry vystavenej MS. Pre účely kalkulácie hodnoty GRP sa bude aplikovať základné CPP dohodnuté v Memorande o cenových podmienkach pre konkrétneho klienta zadávateľa alebo v Obchodnej zmluve ak bolo dohodnuté, v opačnom prípade sa bude pre účely kalkulácie hodnoty GRP aplikovať CPP v zmysle Obchodného modelu 2022 MS zverejneného na internetovej stránke www.markiza.sk. Spôsob uzatvárania Zmlúv uvedený v bode 5) a 6) tohto článku Zmluvných podmienok sa vzťahuje len na vysielanie reklamy.
- 6) MS akceptuje záväzné objednávky len počas pracovných dní. V prípade ak zadávateľ zašle MS záväznú objednávku menej ako 24 hod pred vysielaním šotu (ďalej len „**oneskorená rezervácia**“), MS pripraví na podklade záväznej objednávky v tento deň návrh Zmluvy, ktorý zašle na emailovú adresu kontaktnej osoby zadávateľa. Zasláním návrhu Zmluvy zo strany MS začína plynúť skrátená doba rezervácie času vysielania zadávanej mediálnej komerčnej komunikácie, ktorá končí v ten istý deň. V ďalšom sa

postupuje v zmysle bodu 5) tohto článku Zmluvných podmienok. Ak sa Zmluvné strany nedohodnú inak, za oneskorenú rezerváciu je MS oprávnená účtovať zadávateľovi príplatok vo výške určeného % z CPP podľa Zmluvy na vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie v programových službách daného kalendárneho mesiaca.

- 7) Výlučne v priebehu doby rezervácie je zadávateľ oprávnený vykonávať záväzné úpravy reklamného času zadávanej mediálnej komerčnej komunikácie, pokiaľ tieto sú v súlade s práve aktuálnou ponukou reklamného času programovej služby Markíza group a ďalej obsiahnutými podmienkami. Takéto úpravy reklamného času zohľadní MS v návrhu Zmluvy v priebehu doby rezervácie.
- 8) Uzavretím Zmluvy (t.j. v prípade PP - písomnou akceptáciou/potvrdením záväznej objednávky zadávateľa zo strany MS; a/alebo v prípade sponzoringu - písomným potvrdením/ podpisom podmienok Zmluvy pripravenej MS na podklade záväznej objednávky; a/alebo v prípade reklamy - písomným potvrdením/ podpisom podmienok Zmluvy pripravenej v zmysle bodu 5) alebo 6) tohto článku Zmluvných podmienok) sa dojednané zmluvné podmienky stávajú záväznými pre obe zmluvné strany a nie je možné ich zo strany zadávateľa jednostranne meniť. V prípade, ak sa zadávateľ v čase po uzatvorení Zmluvy rozhodne doručený šot v uvedenom znení neodvysielat', ale odvysielat' náhradný šot, je povinný požiadať o túto zmenu MS písomne najneskôr 5 pracovných dní pred začatím prvého vysielania šotu a doručiť MS náhradný šot v lehote v zmysle bodu D.1) týchto Zmluvných podmienok) za predpokladu, že uvedená zmena nebude mať vplyv na dohodnutú cenu. V prípade, ak zadávateľ
 - a. nedodá náhradný šot v lehote v zmysle bodu D.1) týchto Zmluvných podmienok, považuje sa toto konanie zadávateľa za podstatné porušenie Zmluvy, pričom MS nezodpovedá za neuskutočnenie príslušných plnení (neodvysielanie nedoručeného šotu), ktoré sa nemohli uskutočniť v dôsledku nesplnenia/porušenia povinností zadávateľa a MS má nárok na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 100% ceny prislúchajúcej za vysielanie daného šotu., alebo
 - b. dodá náhradný šot po uplynutí lehoty na dodanie šotu v bode D.1) týchto Zmluvných podmienok, najneskôr však do 24 hodín pred začatím prvého vysielania šotu, má MS nárok na zaplatenie príplatku za oneskorené dodanie šotu vo výške stanovenej v Rámcovej zmluve alebo Obchodnej zmluve. Ak sa Zmluvné strany nedohodnú inak, príplatok v zmysle predchádzajúcej vety sa aplikuje vo výške určeného % z CPP podľa Zmluvy na vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie v programových službách daného kalendárneho mesiaca.
- 9) MS si vyhradzuje právo neakceptovať záväznú objednávku zadávateľa alebo neuzatvoriť Zmluvu so zadávateľom najmä v prípade:
 - a) ak voči zadávateľovi bolo začaté trestné stíhanie,
 - b) na majetok zadávateľa je vyhlásený konkurz alebo tu je odôvodnený predpoklad, že na zadávateľa bude podaný návrh na vyhlásenie konkurzného alebo reštrukturalizačného konania,
 - c) podania návrhu oprávneného na vykonanie exekúcie z majetku zadávateľa, alebo
 - d) ak zadávateľ v priebehu predchádzajúcich plnení porušil povinnosti vyplývajúce zo Zmluvy alebo Zmluvných podmienok (napr. neuhradil faktúry riadne a včas alebo jeho konaním dochádza k poškodzovaniu dobrej povesti MS),
 - e) MS nie je objektívne schopná splniť podmienky zadávateľa uvádzané v záväznej objednávke (napr. vypredanosť vysielacieho času zadávanej mediálnej komerčnej komunikácie),
 - f) ak by podľa uváženia MS odvysielaním šotu s ohľadom na jeho pôvod, obsah alebo formu mohlo dôjsť:
 - i. k porušeniu všeobecne záväzných právnych predpisov, najmä zákona č. 308/2000 Z.z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č.195/2000 Z.z. o telekomunikáciách, zákona č. 147/2001 Z.z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákona č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa, zákona č. 185/2015 Z.z. Autorský zákon, zákona č. 270/1995 Z.z. o štátnom jazyku SR, Obchodného zákonníka, Občianskeho zákonníka a Ústavy SR,

- ii. k porušeniu týchto Zmluvných podmienok,
 - iii. k porušeniu licenčných podmienok stanovených v licenciách na vysielanie programových služieb,
 - iv. k možnému postihu MS zo strany tretích osôb (napr. majiteľov práv, orgánov štátnej správy, osôb dotknutých nekalosúťažným konaním a pod.),
 - v. k porušeniu oprávnených záujmov MS vo vzťahu k tretím osobám, najmä ostatným vysielateľom a iným právnym subjektom, najmä, nie však výlučne, v prípade, ak šot predstavuje mediálnu komerčnú komunikáciu konkurenta MS alebo mediálnu komerčnú komunikáciu produktu (služby) konkurujúceho produktu (službe) MS, nie však výlučne napr. programovej službe, audiovizuálnej mediálnej službe na požiadanie atď. alebo služby prevádzkovateľa retransmisie, ktorý zároveň nie je poskytovateľom retransmisie programových služieb,
 - vi. k rozporu s dobrými mravmi či zásadami poctivého obchodného styku.
- 10) V prípade, ak MS akceptovala záväznú objednávku alebo uzatvorila so zadávateľom Zmluvu a následne zistí, že na základe pokladov doručených v zmysle bodu D.1) Zmluvných podmienok by odvysielaním šotu mohla nastať niektorá zo skutočností uvedených v bode C.9) písm. f), pričom nápravu stavu je možné dosiahnuť výmenou vadného šotu, MS vyzve zadávateľa na dodanie upraveného alebo náhradného šotu, ktorý je zadávateľ povinný dodať do 36 hodín pred začatím prvého vysielania šotu. Ak zadávateľ upravený alebo náhradný šot
- i. nedodá do 36 hodín pred začatím prvého vysielania šotu, ale dodá šot do 24 hodín pred začatím prvého vysielania šotu, MS má nárok na zaplatenie príplatku za oneskorené dodanie šotu vo výške stanovenej Rámcovej zmluve alebo Obchodnej zmluve. Ak sa Zmluvné strany nedohodnú inak, príplatok v zmysle predchádzajúcej vety sa aplikuje vo výške určeného % z CPP podľa Zmluvy na vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie v programových službách daného kalendárneho mesiaca.
 - ii. nedodá ani do 24 hodín pred začatím prvého vysielania šotu, považuje sa takéto konanie zadávateľa za podstatné porušenie Zmluvy zo strany zadávateľa. MS má právo v takomto prípade vadný šot neodvyselať a nezodpovedá za neuskutočnenie príslušných plnení (neodvysielanie šotu), ktoré sa nemohli uskutočniť v dôsledku nesplnenia/porušenia povinností zadávateľa, pričom MS má právo na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 100% ceny prislúchajúcej za vysielanie daného šotu. MS je zároveň oprávnená okamžite odstúpiť od Zmluvy bez akýchkoľvek sankčných postihov zo strany zadávateľa. Tým nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody presahujúcej zmluvnú pokutu.

D. PODMIENKY PRE ZARADENIE ŠOTU DO VYSIELANIA, VYSIELANIE A CENOVÉ RELÁCIE

- 1) Materiál na vysielanie kampane (t.j. rozpis vysielania šotov, Sprievodnú dokumentáciu šotu, dodanie t.j. nahranie šotu na FTP server MS) je zadávateľ povinný doručiť MS na vlastné náklady a riziko, najneskôr do 3 pracovných dní pred začatím prvého vysielania kampane, a to do 9,00 hod na mailovú adresu zodpovednej osoby MS (konkrétny obchodník). Pre účely týchto Zmluvných podmienok sa doručením šotu považuje jeho nahranie na FTP server MS. Šoty musia vyhovovať „Technickým podmienkam na zaradenie reklamných šotov do vysielania v programových službách “ zverejnených na internetovej stránke www.markiza.sk.
- 2) Zadávateľ je povinný najneskôr spolu s nahraním šotu na FTP server, dodať na mailovú adresu zodpovednej osoby MS (mailová adresa konkrétneho obchodníka Centra reklamy) riadne vyplnenú a oprávnenou osobou podpísanú Sprievodnú dokumentáciu šotu (vrátane uvedenia mailovej adresy zodpovednej osoby zadávateľa) na vysielanie v danej programovej službe, vrátane písomnej špecifikácie nasadenia šotu v danej programovej službe, ak zadávateľ dodáva viac ako jeden šot. Nevyhnutnou súčasťou Sprievodnej dokumentácie je zoznam hudby použitej v šote, ktorý obsahuje názov použitej skladby vrátane autora hudby, autora textu, interpreta a stopáž použitej hudby. V prípade, že riadne

vyplnenú Sprievodnú dokumentáciu šotu na vysielanie v danej programovej službe zadávateľ nedoručí MS, považuje sa takéto konanie za podstatné porušenie Zmluvy zo strany zadávateľa. V takomto prípade je MS oprávnená nezaradiť šot do vysielania a nezodpovedá za neuskutočnenie príslušných plnení (neodvysielanie šotu), ktoré sa nemohli uskutočniť v dôsledku nesplnenia/porušenia povinností zadávateľa, pričom MS má právo na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 100% ceny príslúchajúcej za vysielanie daného šotu. MS je zároveň v takomto prípade oprávnená od Zmluvy s okamžitou účinnosťou odstúpiť. Tým nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody presahujúcej výšku zmluvnej pokuty.

- 3) Zadávateľ zodpovedá za správnosť a úplnosť informácií obsiahnutých v Sprievodnej dokumentácii k dodanému šotu v zmysle bodu D.2) týchto Zmluvných podmienok. V prípade, že bude voči MS v dôsledku nesprávnosti uvedených údajov uplatňované akékoľvek plnenie zo strany tretích osôb, zaväzuje sa zadávateľ zaplatiť MS zmluvnú pokutu vo výške preukázateľných nárokov tretích osôb a to na základe faktúry riadne vystavenej spoločnosťou MS v lehote splatnosti v zmysle faktúry, ktorá nesmie byť kratšia ako 30 dní od jej doručenia zadávateľovi. Zaplatením zmluvnej pokuty nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody ako aj škody presahujúcej zmluvnú pokutu.
- 4) MS má právo nezaradiť do vysielania šot, ak nebol nahraný na FTP server MS v zmysle bodu 1) tohto článku Zmluvných podmienok. V prípade, ak aj napriek tejto skutočnosti MS zaradí oneskorene dodaný šot do vysielania, MS nezodpovedá za akékoľvek nedostatky v súvislosti s jeho odvysielaním ani za škodu vrátane prípadného ušlého zisku, ktoré zadávateľovi alebo tretej strane týmto vzniknúť.
- 5) Porušenie povinnosti zadávateľa v zmysle bodu 1) alebo 2) tohto článku Zmluvných podmienok sa považuje za podstatné porušenie Zmluvy. MS je zároveň v takomto prípade oprávnená od Zmluvy s okamžitou účinnosťou odstúpiť. Tým nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody presahujúcej zmluvnú pokutu.
- 6) MS je výhradne oprávnená na šírenie šotu, ktorý vyrobila pre zadávateľa. MS na základe písomnej objednávky zadávateľa predloženej najneskôr spolu so záväznou objednávkou na nákup reklamného času vo vysielaní danej programovej služby, vyrobí pre zadávateľa šot pre jeho výhradné vysielanie v programových službách, príp. zabezpečí predabovanie vyrobeného šotu do slovenského jazyka tak, aby mohol byť vysielaný v programových službách. Za výrobu alebo predabovanie šotu je zadávateľ povinný zaplatiť MS sumu stanovenú v zadávateľom potvrdenej objednávke. V prípade, že vyrobený alebo predabovaný šot má byť použitý zadávateľom aj na iné účely ako je jeho vysielanie v programových službách, zadávateľ je povinný zaplatiť MS za výrobu alebo predabovanie takéhoto šotu sumu dohodnutú MS a zadávateľom v osobitnej zmluve, ktorá bude tvoriť neoddeliteľnú prílohu zadávateľom potvrdenej objednávky. V sume bude na základe takejto osobitnej zmluvy zahrnuté aj finančné vysporiadanie s tvorivými pracovníkmi zúčastnenými na výrobe alebo predabovaní šotu za účelom jeho využitia mimo vysielania programových služieb v súlade s príslušnými ustanoveniami Autorského zákona.
- 7) MS vysiela šoty v súlade s reklamnými blokmi uvedenými v cenníku reklamy danej programovej služby (ďalej len „**cenník**“) a prípadne upresnenými pozíciami v rámci konkrétneho reklamného bloku uvedenými v Zmluve. Potvrdené termíny sa budú dodržiavať v dohodnutej miere s výnimkou programových zmien. Ceny uvedené v cenníku nezahŕňajú DPH. K fakturovaným čiastkam sa účtuje platná sadzba DPH. Cena za služby spojené s nasadením oznamu vo verejnom záujme je uvedená v samostatnom cenníku služieb (ďalej len „**cenník služieb**“) zverejnenom na www.markiza.sk.
- 8) Pokiaľ v programe danej programovej služby nastanú zmeny plánovaného vysielania, uhradí zadávateľ iba skutočne realizované vysielanie reklamy, pričom MS je oprávnená nasadiť šoty s vopred upresnenými pozíciami do vysielania aj v rámci neplánovanej (mimoštruktúrnej) relácie, za podmienky dodržania mediálnych parametrov kampane v rámci konkrétnej Zmluvy (predikovaný rating). MS má právo v priebehu uzatvorenej Zmluvy vysielateľ z časovo - programových dôvodov aj ďalšie,

technologické šoty mimo rámca pevne stanoveného vysielania. Vysielanie týchto šotov závisí plne od prevádzkových možností MS a ich časový rozvrh bude uvedený v Zmluve uzatvorenej medzi MS a zadávateľom. V takomto prípade celková cena za kampaň, uvedená v Zmluve medzi MS a zadávateľom zahŕňa odovysielanie všetkých šotov, vrátane šotov technologických, ktorých cena so zreteľom na ich charakter však nebude v Zmluve osobitne špecifikovaná.

- 9) Zmenu cenníka zverejní MS 2-týždne pred nadobudnutím jeho účinnosti na internetovej stránke www.markiza.sk. Zmena cenníka nemá vplyv na cenu dohodnutú v obojstranne podpísanej Zmluve.
- 10) V prípade, že zadávateľ nedodrží stopáž šotu, ktorá je zmluvne potvrdená, je MS oprávnená nezaradiť tento šot do vysielania, zadávateľ je však povinný uhradiť zmluvne dohodnutý reklamný čas. V prípade dlhšej stopáže šotu je MS oprávnená účtovať za predmetný šot podľa cenového indexu, ktorý prislúcha novej najbližšej dlhšej stopáži.
- 11) MS si vyhradzuje právo meniť predikované ratingy reklamných blokov, a to najneskôr 5 pracovných dní odo dňa ich zverejnenia v programe pre plánovanie a vyhodnocovanie televíznych reklamných kampaní. MS je povinná o takejto zmene informovať všetkých dotknutých zadávateľov prostredníctvom e-mailovej správy doručenej na adresu kontaktnej osoby zadávateľa.
- 12) V prípade ak je na ktorýkoľvek šot vytvorených viac Zmlúv v danom mesiaci, MS je povinná dodať Zadávateľovi 100% objednaných GRPs', ktorých celkový počet bude zodpovedať súčtu objednaných GRPs' uvedených na všetkých Zmluvách vytvorených k tomuto šotu v danom mesiaci.
- 13) Ak vyhodnotením príslušného mesiaca kampane MS zistí, že kampaň pre klienta zadávateľa za hodnotený mesiac bola v prípade kombinovaných šotov naddodaná alebo poddodaná o dohodnuté GRP's a zadávateľ zadal objednávku pre identického klienta aj v nasledujúcom kalendárnom mesiaci, MS má možnosť zohľadniť naddodanie alebo poddodanie zadávateľovi u tohto klienta tak, že v nasledujúcom kalendárnom mesiaci zadávateľovi poskytne menej mediálnej komerčnej komunikácie o časť, ktorá mu bola za predchádzajúci mesiac naddodaná, alebo mu poskytne viac mediálnej komerčnej komunikácie o časť, ktorá mu bola za predchádzajúci mesiac poddodaná v zmysle tohto odseku Zmluvných podmienok, ak sa so zadávateľom nedohodne inak. Postup MS uvedený v predchádzajúcej vete nemá dopad na rozsah poskytovaných služieb a cenu služieb dohodnutých v Zmluve. Cena plnenia stanovená v Zmluve sa vypočítava z predikovaných ratingov. V prípade, ak zadávateľ už nezadal objednávku pre identického klienta na nasledujúci kalendárny mesiac, cena plnenia sa v prípade nedodania celkového požadovaného počtu GRP zníži v pomere zohľadňujúc nedodané GRP. Rozsah služieb dohodnutý v Zmluve ostáva nezmenený.
- 14) **Podmienky sponzorského odkazu:**
 - a. Sponzorský odkaz musí obsahovať označenie sponzora - zadávateľa, pričom musí obsahovať názov ak ide o právnickú osobu, obchodným menom alebo menom a priezviskom, ak ide o fyzickú osobu, alebo logo sponzora.
 - b. Sponzorský odkaz musí byť pri sponzorovanom programe umiestnený na začiatku aj na konci programu. Z uvedeného vyplýva, že sponzorovaný program musí byť označený sponzorským odkazom minimálne dvakrát.
 - c. V rámci sponzorského odkazu nesmú byť použité rôzne reklamné slogany a prvky reklamnej kampane zadávateľa. V rámci sponzorského odkazu sa môže uviesť jeden zo známych výrobkov, služby, prípadne ochrannú známku sponzora - zadávateľa. K výrobe sponzorského odkazu nesmie byť použitý zostrihaný reklamný šot.
 - d. Akýkoľvek slogan alebo animácia môže byť použité v sponzorskom odkaze iba za predpokladu, že nebola/neboli súčasťou inej reklamnej kampane na Slovensku. Výnimkou je reklamný slogan, ktorý je platne zaregistrovaný ako ochranná známka na Úrade priemyselného vlastníctva SR.

- e. V sponzorskom odkaze môžu byť uvedené (zobrazené) jeden alebo viaceré výrobky alebo služby zadávateľa, ak tento sponzorský odkaz slúži výlučne na identifikáciu sponzora - zadávateľa alebo na zdôraznenie vzťahu medzi programom a jeho sponzorovaním.
- f. Sponzorské odkazy vysielané v rámci jedného programu, nemusia byť obsahovo identické (prvý sponzorský odkaz – jeden produkt, druhý sponzorský odkaz – iný produkt, atď.).
- g. Sponzorský odkaz musí identifikovať sponzora - zadávateľa a jeho spojenie so sponzorovaným programom (v obraze alebo vo zvuku). Sponzorský odkaz plní primárne funkciu informačnú, t.j. cieľom je informovať diváka o sponzorovaní programu a umožniť mu identifikáciu sponzora – zadávateľa.
- h. Sponzorský odkaz nesmie obsahovať prvky typické pre reklamu, z ktorých je zrejmý ich propagačný účel smerujúci k priamej alebo nepriamej propagácii sponzora – zadávateľa, výrobku alebo služby sponzora - zadávateľa. Uvedené zahŕňa vizuálne aj verbálne spôsoby propagácie, najmä pozitívne hodnotenia, expresívne výrazy, slogany použité v reklame alebo výňatky z reklám, ktoré smerujú ku propagácii. V sponzorskom odkaze sa nesmú špecifikovať či propagovať vlastnosti produktu vrátane pozitívnych hodnotení sponzora, jeho výrobku alebo služby.
- i. Sponzorský odkaz môže obsahovať informácie o kontakte na sponzora, napr. telefónne číslo, faxové číslo, e-mail alebo adresu webovej stránky sponzora, tieto však nesmú vyzývať recipienta na kontaktovanie sponzora - zadávateľa.

15) Príplatky za pozície v reklamnom bloku:

- a. Za vyžiadajú prvú pozíciu šotu v reklamnom bloku MS účtuje príplatok vo výške 40% k cene šotu.
- b. Za vyžiadajú poslednú pozíciu šotu v reklamnom bloku MS účtuje príplatok vo výške 35% k cene šotu.
- c. Za druhú alebo predposlednú alebo inú vyžiadajú pozíciu šotu v reklamnom bloku MS účtuje príplatok vo výške 30% k cene šotu.
- d. Za predposlednú pozíciu šotu v reklamnom bloku MS účtuje príplatok vo výške 25% k cene šotu.
- e. Za tretiu alebo ďalšiu vyžiadajú pozíciu šotu v reklamnom bloku MS účtuje príplatok vo výške 20% k cene šotu.
- f. Za umiestnenie druhého dielu šotu v rovnakom reklamnom bloku MS účtuje príplatok vo výške, zadanovej v bode 19) "Cenový index tandemových šotov" tohto článku.

- 16) **Príplatok za DOUBLEBRAND** - Ak sa v šote objaví v obrazovej alebo zvukovej forme produkt, služba, meno alebo logo iného subjektu, ako subjektu, ktorý je uvedený ako zadávateľ (prípadne klient, ak je zadávateľom agentúra), a to v dĺžke do 5 sekúnd v 30-sekundovom šote, prípadne v tomto pomere pri inej stopáži šotu, MS je oprávnená účtovať príplatok 25% za každý produkt, službu, meno alebo logo iného subjektu k cene prislúchajúcej k vysielaniu daného šotu. Ak takáto prezentácia bude dlhšia, výšku príplatku určí MS po dohode so zadávateľom.

17) Príplatky za sponzorské odkazy, umiestňovanie produktov a vyžiadané nasadenie šotu (súborovej reklamy)

- a. Za sponzorský odkaz MS účtuje príplatok vo výške 20% k cene prislúchajúcej k vysielaniu daného sponzorského odkazu. Za sponzorský odkaz vo forme injektáže (virtuálny banner) MS účtuje príplatok vo výške 40% k cene prislúchajúcej k vysielaniu daného sponzorského odkazu.
- b. Za umiestňovanie produktov v rámci vybraných relácií, MS účtuje podľa samostatnej kalkulácie vypočítanej na základe typu umiestnenia produktu a sledovanosti danej relácie.
- c. Za vyžiadané nasadenie šotu (súborovej reklamy) do vybraného reklamného bloku pri rotácii dvoch alebo viacerých šotov MS účtuje príplatok vo výške 5% k cene prislúchajúcej k vysielaniu daného šotu uvedenej v Zmluve.

18) **Cenový index šotov rôznych dĺžok:**

Dĺžka šotu	10" a menej	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	50"	55"	60"
Cenový index	50%	75%	90%	95%	100%	125%	145%	160%	180%	190%	200%

19) **Cenový index tandemových šotov:**

Kumulovaná dĺžka	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	50"	55"	60"
Cenový index	85%	95%	110%	125%	135%	150%	160%	180%	190%	200%

20) **Služby realizácie kampaní:**

- Mediálne plánovanie kampaní zadávateľa, t.j. písomne vypracovaný Mediálny plán podľa požiadaviek zadávateľa, doručovaný zadávateľovi pred uzavretím Zmluvy na vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie v danej programovej službe.
- Vyhodnotenie mediálnych aktivít – postbuy kampaní zadávateľa podľa výsledkov prieskumu sledovanosti, doručovaný zadávateľovi vždy ku koncu príslušného kalendárneho mesiaca v zmysle konkrétnej Zmluvy.
- Poskytovanie informácií o sledovanosti televíznych programových služieb a návštevnosti internetových portálov MS vrátane súvisiacich služieb.

Písomnosti doručované pri plnení služieb realizácie kampaní sa doručujú osobne, doporučenou poštou alebo prostredníctvom e-mailovej správy doručenej na adresu kontaktnej osoby zadávateľa.

Zadávateľ berie na vedomie a súhlasí s tým, že odmena za realizáciu kampaní je zahrnutá v cene fakturovaného plnenia vypočítaného po odvysielaní kampane, a to vo výške 10% z uvedenej ceny.

E. PLATOBNÉ A FAKTURAČNÉ PODMIENKY

- Podkladom pre úhradu ceny je faktúra vystavená MS. Faktúra bude vystavená a platba realizovaná v eurách, pokiaľ nie je Zmluve dohodnutá iná mena.
- Faktúry vystavuje MS spravidla mesačne. Zadávateľ je povinný každú faktúru uhradiť v lehote 21 dní od dátumu jej vystavenia, pokiaľ sa zmluvné strany nedohodli v Zmluve inak. V prípade omeškania zadávateľa s úhradou splatnej ceny má MS právo uplatniť si u zadávateľa a zadávateľ je povinný zaplatiť úrok z omeškania vo výške 0,06% z dlžnej čiastky za každý aj začatý deň omeškania. Neoddeliteľnou prílohou faktúry je rozpis realizovaného vysielania zadanej kampane. Písomné pripomienky k fakturácii je zadávateľ povinný predložiť MS do 5 dní odo dňa doručenia faktúry, v opačnom prípade považuje MS faktúru zo strany zadávateľa za akceptovanú.
- MS je oprávnená pred začatím vysielania kampane požadovať od zadávateľa platbu vopred. Pokiaľ nie je dohodnuté inak, zadávateľ je povinný uhradiť zmluvne dohodnutú cenu kampane vopred, najneskôr 5 pracovných dní pred začiatkom vysielania kampane. V prípade, že zadávateľ neuhradí cenu za kampaň v lehote v zmysle tohto bodu, takéto konanie sa považuje za podstatné porušenie Zmluvy zo strany zadávateľa s právom MS odstúpiť od Zmluvy. Týmto nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody.
- MS má právo ukončiť vysielanie šotu a odstúpiť od konkrétnej Zmluvy aj v prípade, ak zadávateľ neplní svoje finančné alebo iné zmluvné záväzky, ktoré má voči MS a to aj na základe iného zmluvného vzťahu uzavretého s MS. V takomto prípade MS vyzve zadávateľa na nápravu a pokiaľ ani v primeranej lehote poskytnutej mu na splnenie záväzkov nápravu neuskutoční, MS je oprávnená od Zmluvy odstúpiť.

Odstúpenie je účinné dňom uplynutia poskytnutej lehoty. Zadávateľ je však povinný uhradiť MS splatné čiastky spoločne s náhradou škody a dodatočnými výdajmi MS v dôsledku ukončenia vysielania.

- 5) Za deň úhrady faktúry sa považuje deň pripísania dlžnej sumy v prospech bankového účtu MS.
- 6) Všetky bankové výdavky a poplatky korešpondenčných bánk a banky zadávateľa hradí zadávateľ.

F. ZODPOVEDNOSŤ

- 1) Zadávateľ je plne zodpovedný za obsahovú stránku šotu. Zadávateľ sa zaväzuje predložiť do vysielania programu danej programovej služby šot, ktorého obsah, forma a realizácia sú v súlade s platnými právnymi predpismi SR, ktorý zároveň zodpovedá normám televízneho vysielania a licenčným podmienkam a ktorý neporušuje akékoľvek práva tretích osôb. Zadávateľ sa zaväzuje dodržiavať najmä ustanovenia zákona č. 308/2000 Z.z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č.195/2000 Z.z. o telekomunikáciách, zákona č.147/2001 Z.z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákona č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa, zákona č. 185/2015 Z.z. Autorského zákona, zákona č. 270/1995 Z.z. o štátnom jazyku Slovenskej republiky, Obchodného zákonníka, Občianskeho zákonníka a Ústavy Slovenskej republiky. V prípade uplatnenia finančných nárokov tretích osôb voči MS z dôvodu rozporu šotu s vyššie uvedenými predpismi, sa zadávateľ zaväzuje uhradiť MS sumu predstavujúcu sumu všetkých nákladov uplatnených touto treťou osobou voči MS vrátane finančných nárokov, ako aj náklady vzniknuté MS v súvislosti s týmito uplatnenými nárokmi. Týmto nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody. V prípade, ak obsahom šotu je reklama na lieky, zaväzuje sa zadávateľ predložiť do vysielania danej programovej služby šot vyhotovený v súlade s príslušnými ustanoveniami zákona č. 308/2000 Z.z. v platnom znení a s nasledovným textom (ďalej len „**výzva a odporúčanie**“):

„Pred užitím lieku si pozorne prečítajte príbalovú informáciu alebo sa poradíte s lekárom alebo lekárnikom.“

Výzva a odporúčanie v reklame na lieky musia byť v reklame zobrazené v závislosti od počtu slov v trvaní 0,5 sekúnd/1 slovo, spolu však vždy najmenej 8 sekúnd. Výzva a odporúčanie v reklame na lieky musia byť v reklame zobrazené vo veľkosti umožňujúcej ich zreteľné prečítanie bežnému divákovi, odporúčaná veľkosť a typ písma je špecifikovaná v Technických podmienkach na zaradenie reklamných šotov do vysielania v programových službách . Súčasne výzva a odporúčanie za účelom zreteľného prečítania bežnému divákovi musia byť zobrazené v jasnom kontraste s podkladovým obrazom šotu. V prípade uvedenia ďalšieho textu obsiahnutého v reklame na lieky nad rámec výzvy a odporúčania uvedeného vyššie v týchto Zmluvných podmienkach (ďalej len „**doplnkový text**“), sa podmienky týkajúce sa veľkosti a typu písma v plnom rozsahu vzťahujú na celý text obsiahnutý v reklame vrátane doplnkového textu. Zadávateľ je zároveň povinný uvedenú výzvu a odporúčanie vrátane doplnkového textu predĺžiť v závislosti od počtu slov doplnkového textu berúc do úvahy podmienku obsiahnutú v prvej vete tohto odseku. Výzva a odporúčanie musí byť vždy umiestnená pred doplnkovým textom.

V prípade uplatnenia finančných nárokov tretích osôb voči MS z dôvodu rozporu šotu, ktorého obsahom je reklama na lieky s vyššie uvedeným textom a/alebo s príslušnými právnymi predpismi, sa zadávateľ zaväzuje uhradiť MS sumu predstavujúcu uplatnený finančný nárok vrátane nákladov spojených s uplatňovaním takéhoto nároku. Týmto nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody.

- 2) Zadávateľ uzatvorením Zmluvy potvrdzuje, že získal všetky potrebné súhlasy na použitie šotu od akýchkoľvek tretích osôb zúčastnených na výrobe šotu, finančne (jednorázovo) vysporiadal všetky práva k nehmotným statkom v súvislosti s použitím šotu, tak aby MS nebola takýmto vysporiadaním ani v budúcnosti dotknutá. Zadávateľ sa zaväzuje, že MS pozbaví všetkých nárokov akejkoľvek povahy, ktoré by voči MS uplatňovali tretie osoby v súvislosti s odvysielaním šotu. Pri uplatňovaní nárokov v súvislosti s ustanoveniami o súťažnom práve, práve na ochranu proti nekalej súťaži, všeobecných osobnostných práv, autorských práv a práv súvisiacich s autorským právom, priemyselných práv a práv

na označenie sa zadávateľ zároveň zaväzuje nahradiť MS všetky náklady, ktoré vzniknú s uplatňovaním nárokov tretích osôb. Týmto nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody.

- 3) Zadávateľ sa pred podpisom Zmluvy zaväzuje získať všetky potrebné súhlasy od akýchkoľvek tretích osôb zúčastnených na výrobe šotu, pre potreby zakomponovania časomier do šotu (t.j. odpočítavanie času do ukončenia daného reklamného bloku) MS a v tejto súvislosti sa zadávateľ zaväzuje aj finančne (jednorázovo) vysporiadať všetky práva k nehmotným statkom v súvislosti s úpravou šotu, tak aby MS nebola takýmto vysporiadaním ani v budúcnosti dotknutá. Zadávateľ sa zaväzuje, že MS pozbaví všetkých nárokov akejkoľvek povahy, ktoré by voči MS uplatňovali tretie osoby v súvislosti s odvysielaním šotu upraveného o časomieru. Pri uplatňovaní nárokov v súvislosti s ustanoveniami o súťažnom práve, práve na ochranu proti nekalej súťaži, všeobecných osobnostných práv, autorských práv a práv súvisiacich s autorským právom, priemyselných práv a práv na označenie sa zadávateľ zároveň zaväzuje nahradiť MS všetky náklady, ktoré vzniknú s uplatňovaním nárokov tretích osôb. Týmto nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody.
- 4) MS je povinná nahradiť akúkoľvek predvídateľnú škodu, ktorú utrpel zadávateľ v dôsledku alebo v súvislosti s tým, že si MS nespĺnila akúkoľvek povinnosť podľa Zmluvy alebo záväzných predpisov, pričom takáto škoda nebude zahŕňať žiadny ušlý zisk, nepriame a následné škody, ako napríklad škodu, ktorá vznikla bez obmedzenia z akéhokoľvek ušlého zisku, straty výnosov, straty zadávateľa vyplývajúcich z nárokov ostatných dodávateľov/klientov, straty výroby, straty financií, straty alebo popretia príležitosti, straty prístupu na trhy, straty dobrého mena, straty obchodnej povesti, budúcej povesti, poškodenie úverového hodnotenia alebo akékoľvek podobné straty. Aby sa predišlo pochybnostiam, MS nepredvída, že by mohla spôsobiť zadávateľovi takú skutočnú škodu, ktorá by prevyšovala 100 % sumy za neodvysielané šoty. Ustanovenia § 379 a § 385 Obchodného zákonníka sa neaplikujú.
- 5) MS nezodpovedá za nedodržanie alebo oneskorené plnenie záväzkov podľa Zmluvy najmä v dôsledku vyššej moci a okolností vylučujúcich zodpovednosť, porúch spojových služieb, technických porúch vysielania, zlyhania alebo nedostatku elektrickej energie, dodržiavania zákonných predpisov alebo licenčných podmienok, vrátane dodržiavania zákonných povinností akou je poskytovanie informácií verejnosti, zamestnaneckých sporov alebo iných udalostí.

G. PREDČASNÉ UKONČENIE ZMLUVY

- 1) Zadávateľ je oprávnený od Zmluvy odstúpiť výlučne zo zákonom stanovených dôvodov v súlade s ustanoveniami Obchodného zákonníka v platnom znení. Odstúpenie od Zmluvy sa musí realizovať písomnou formou a je účinné dňom doručenia písomného oznámenia o odstúpení MS.
- 2) Pokiaľ vysielanie kampane ešte nebolo realizované, je zadávateľ oprávnený jednostranne zrušiť Zmluvu zaplatením odstupného. V prípade, ak zadávateľ využije svoje oprávnenie jednostranne zrušiť Zmluvu v lehote kratšej ako:
 - a. nad 21 dní pred plánovaným vysielaním kampane, je zadávateľ povinný zaplatiť MS odstupné vo výške 50% z ceny.
 - b. nad 14 dní a do 21 dní pred plánovaným vysielaním kampane, je zadávateľ povinný zaplatiť MS odstupné vo výške 70% z ceny.
 - c. do 14 dní pred plánovaným vysielaním kampane, je zadávateľ povinný zaplatiť MS odstupné vo výške 100% z ceny.

MS písomne potvrdí zadávateľovi zrušenie kampane. Tento dokument bude slúžiť aj ako podklad v súvislosti s prípadnými spormi ohľadne fakturácie odstupného.

- 3) MS je oprávnená od Zmluvy odstúpiť zo zákonom stanovených dôvodov v súlade s ustanoveniami Obchodného zákonníka, ako aj v prípadoch uvedených v týchto Zmluvných podmienkach. Odstúpenie od Zmluvy sa musí realizovať písomnou formou a je účinné dňom doručenia písomného oznámenia o odstúpení zadávateľovi, pokiaľ nie je v Zmluve dohodnuté alebo v zákone stanovené inak.

H. OSTATNÉ USTANOVENIA

- 1) Počas doby trvania Zmluvy je zadávateľ povinný písomne oznámiť do 3 dní MS všetky zmeny týkajúce sa jeho obchodného mena, sídla alebo miesta podnikania, predmetu činnosti, štatutárnych orgánov vrátane spôsobu ich konania voči tretím osobám, majetkovej účasti, uzavretia zmluvy o prevode podniku alebo zmluvy o prevode časti podniku, začatie vstupu do likvidácie zadávateľa, začatie exekučného konania na majetok zadávateľa a začatie konania podľa zákona č. 7/2005 Z.z. o konkurze a reštrukturalizácii. Zadávateľ je počas trvania Zmluvy tiež povinný písomne oznámiť MS dátum zrušenia registrácie platiteľa DPH, dátum registrácie platiteľa DPH a to bezodkladne po tomto dátume. Zahraničný zadávateľ je počas trvania Zmluvy povinný bezodkladne písomne oznámiť MS vznik a zánik stálej prevádzkarne v zmysle zákona č. 595/2003 Z.z. a príslušnej zmluvy o zamedzení dvojitého zdanenia, vznik a zánik prevádzkarne v zmysle zákona č. 222/2004 Z.z., resp. oznámenie o mieste podnikania takejto zahraničnej osoby. Porušenie tejto povinnosti sa považuje za podstatné porušenie Zmluvy.
- 2) Za záväzky MS, ktoré vznikli na základe Zmluvy voči zadávateľovi sa považujú iba tie, ktoré sú výslovne ustanovené Zmluvou a týmito Zmluvnými podmienkami. MS vylučuje akékoľvek záruky, záväzky, alebo garancie, ktoré by mohli nepriamo vyplývať z kontextu týchto Zmluvných podmienok alebo Zmluvy alebo na ktoré by sa zmluvné strany mohli spoliehať v súvislosti s rokovaniaми, ktoré predchádzali uzavretiu Zmluvy.
- 3) Zadávateľ nie je oprávnený postúpiť akékoľvek práva a povinnosti vyplývajúce zo Zmluvy alebo Zmluvných podmienok na tretí subjekt.
- 4) Pre účely Zmluvy a Zmluvných podmienok sa aplikujú nasledovné spôsoby doručovania písomností: doručenie osobne alebo elektronickou poštou alebo doporučenou poštou. Písomnosti týkajúce sa ukončenia Zmluvy, zmluvnej pokuty, náhrady škody musia byť doručené buď osobne alebo doporučenou poštou. Písomnosť sa považuje za doručенú aj v prípade odmietnutia písomnosť prevziať, a to dňom odmietnutia jej prevzatia. V prípade doručovania písomnosti poštou sa písomnosť považuje za doručенú po uplynutí 3 dní odo dňa jej odoslania, v prípade elektronickej pošty potvrdením o jej doručení adresátovi mailu.

I. ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA

- 1) Tieto Zmluvné podmienky a Zmluva vrátane relevantných príloh obsahujú celkovú, úplnú a vzájomnú dohodu MS a zadávateľa ohľadne plnenia obsiahnutého v Zmluve.
- 2) Tieto Zmluvné podmienky, Zmluva a vzťahy zo Zmluvy vyplývajúce alebo so Zmluvou súvisiace boli uzavreté v súlade s príslušnými ustanoveniami Obchodného zákonníka v platnom znení a zákona č. 308/2000 Z.z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č.195/2000 Z.z. o telekomunikáciách v platnom znení a ostatnými všeobecne záväznými právnymi predpismi platnými na území Slovenskej republiky.
- 3) Všetky spory, ktoré vzniknú z tejto Zmluvy a Zmluvných podmienok, vrátane sporov o jej platnosť, výklad alebo zrušenie, budú riešené príslušnými súdmi SR.

- 4) Meniť a dopĺňať Zmluvné podmienky je možné výlučne na základe dohody strán, vo forme ustanovení Zmluvy alebo dodatku k Zmluve, ktorej súčasťou sú Zmluvné podmienky.
- 5) Ak niektoré ustanovenie Zmluvných podmienok je alebo sa v budúcnosti stane neplatným, ostatné ustanovenia Zmluvných podmienok ostávajú v platnosti v plnom rozsahu.
- 6) Aplikácia všeobecných obchodných podmienok zadávateľa alebo akýchkoľvek iných všeobecných obchodných podmienok je týmto výslovne vylúčená, pokiaľ sa MS a zadávateľ písomne nedohodnú inak.
- 7) Zadávateľ si tieto Zmluvné podmienky prečítal, je s nimi uzrozumený a prehlasuje, že ich bude dodržiavať. Zadávateľ súhlasí s výškou poplatkov a sankcií uvedených v týchto Zmluvných podmienkach a potvrdzuje, že nie sú z jeho hľadiska v rozpore s dobrými mravmi.

Tieto Zmluvné podmienky nadobúdajú platnosť 1.1.2022.