

ZVLÁŠTNÍ SMLUVNÍ OBCHODNÍ PODMÍNKY PRO OBCHODNÍ SMLOUVY A SMLOUVY O KAMPANI

(dále jen „Zvláštní obchodní podmínky“)

1 Předmět úpravy

- 1.1 Tyto Zvláštní obchodní podmínky upravují některé definice a závazky z Obchodních smluv a Smluv o kampani uzavíraných mezi FTV Prima, s.r.o. (dále „**Dodavatel**“) a Objednatelem.
- 1.2 Nevyplyvá-li z těchto Zvláštních obchodních podmínek něco jiného, užití se pro Obchodní smlouvy a Smlouvy o kampani i Smluvní obchodní podmínky pro smlouvy o vysílání obchodních sdělení v programech provozovaných FTV Prima ostatní (dále jen „**Obchodní podmínky**“).
- 1.3 Pojmy užívané v Obchodní smlouvě a Smlouvě o kampani mají význam dle definic obsažených níže v čl. 2 těchto Zvláštních obchodních podmínek a v Ceníku.

2 Definice

- 2.1 „**Aliančním příplatkem**“ se rozumí závazek Dodavatele účtovat u aliančních Spotů či sponzorských vzkazů (propagace dvou a více klientů v rámci jednoho obchodního sdělení) příplatek k ceně takových sdělení ve výši tam uvedeného procenta z ceny takových sdělení, a to pouze do takové částky Celkové garance, která odpovídá finančnímu vyjádření procenta z Celkové garance tam uvedenému.
- 2.2 „**Bonusovými garantovanými GRP**“ nebo „**OVD G**“ se rozumí procentuální vyjádření podílu bonusových, Dodavatelem garantovaných GRP z celkového objemu ratingových bodů objednaných Objednatelem. Dodavatel si vyhrazuje právo určovat veškeré podmínky dodání těchto GRP dle svých potřeb a možností v rámci Garantovaného období. Dodavatel může dodat tyto GRP kdykoliv v průběhu celého Garantovaného období smlouvy.
- 2.3 „**Bonusovými negarantovanými GRP**“ nebo „**OVD N**“ se rozumí procentuální vyjádření podílu bonusových, Dodavatelem však negarantovaných GRP z celkového objemu ratingových bodů objednaných Objednatelem. Vzhledem k tomu, že tyto bonusové GRP představují nenárokovou část plnění, dodavatel si vyhrazuje právo určovat všechny okolnosti dodání těchto GRP dle svých potřeb a možností v rámci Garantovaného období a není povinen tyto GRP dodat vůbec nebo pouze částečně.
- 2.4 „**Elektronický systém**“ znamená internetové rozhraní elektronického poptávkového systému Dodavatele na obchodní sdělení, do kterého Dodavatel umožnil přístup Objednateli za účelem Nákupu obchodního sdělení.
- 2.5 „**Celkovou garanci**“ se rozumí úhrnná cena za šíření obchodních sdělení a s tím související plnění vyjádřená v Kč bez DPH, kterou se Objednatel zavazuje vynaložit na Nákup obchodního sdělení dle Obchodní smlouvy. Podle toho, na který typ média se vztahuje, se Celková garance v Obchodní smlouvě označuje jako Celková garance TV či internet. Celková garance pro daný typ média není součástí Celkové garance pro jiný typ média (např. Celková garance internet není součástí Celkové garance TV). Objednatel není oprávněn bez předchozí písemné dohody s Dodavatelem objednat šíření obchodních sdělení v rozsahu převyšujícím Celkovou garanci dohodnutou v Obchodní smlouvě. Dodavatel poskytne šíření obchodních sdělení převyšující Celkovou garanci dohodnutou v Obchodní smlouvě pouze tehdy, pokud:
 - 2.5.1 Objednatel o svém záměru překročit Celkovou garanci informoval Dodavatele alespoň 3 měsíce předem a zároveň

2.5.2 ohledně obchodních sdělení převyšujících Celkovou garanci dohodnutou v Obchodní smlouvě předem uzavřel s Dodavatelem buď novou Obchodní smlouvu nebo dodatek ke stávající Obchodní smlouvě.

Dodavatel není povinen šířit obchodní sdělení převyšující Celkovou garanci poskytnout. Objednatel nemá právo na snížení výše CPP dle Ceníku, pokud objednal šíření obchodních sdělení přesahující Celkovou garanci sjednanou v Obchodní smlouvě bez dohody s Dodavatelem.

- 2.6 „**Garanci další média**“ se rozumí minimální částka v Kč bez DPH, kterou se Objednatel zavazuje dle Obchodní smlouvy vynaložit jako příspěvky na vysílání pořadů provozovaného Dodavatelem ve smyslu zákonné definice sponzorování pořadů a/nebo formou umístění produktu v souladu s ustanovením § 53a odst. 2 písm. a) ZPRTV a/nebo na Nákup obchodních sdělení na webových stránkách provozovaných Dodavatelem a/nebo na Nákup obchodních sdělení v tiskovinách vydávaných FTV Prima a/nebo na Nákup obchodních sdělení formou HbbTV. Poměr podílu dalších médií je určen Ceníkem Dodavatele, pokud tento poměr není dohodnut odlišně v Obchodní smlouvě, Objednatel se zavazuje tento poměr dodržovat, nedohodne-li se výslovně s Dodavatelem jinak. Garance další média je součástí Celkové garance.
- 2.7 „**Garanci low season**“ se rozumí minimální výše částky vyjádřené v Kč bez DPH, kterou se Objednatel zavazuje vynaložit na Nákup obchodních sdělení v období leden a červenec. Garance low season je součástí Celkové garance.
- 2.8 „**Garantovaným obdobím**“ se rozumí období, pro které se Objednatel zavazuje nakupovat obchodní sdělení dle Obchodní smlouvy, a případně též období před uzavřením Obchodní smlouvy, pro které se Nákupy obchodního sdělení ze strany Objednatele považují za Nákupy obchodního sdělení dle Obchodní smlouvy. Není-li ujednáno jinak, vztahují se veškeré garance Objednatele ke Garantovanému období. Podle toho, na který typ média se vztahuje, se Garantované období v Obchodní smlouvě označuje jako Garantované období TV či internet.
- 2.9 „**Indexem Off prime**“ se se rozumí závazek Dodavatele v případě, že se má jednat o obchodní sdělení vysílaná v čase 23:30 až 17:30 hod., uplatňovat Index Off prime ve vztahu ke Klientské CPP, resp. CPP new bizz. V případě, že má jednotlivý TV program v Ceníku vymezen Off prime time jinak, uplatňuje se vymezení Off prime dle Ceníku.
- 2.10 „**Indexem Prime time**“ se rozumí závazek Dodavatele v případě, že se má jednat o obchodní sdělení vysílaná v čase 17:30 až 23:30 hod., uplatňovat Index Prime time ve vztahu ke Klientské CPP, resp. CPP new bizz. V případě, že má jednotlivý TV program v Ceníku vymezen Prime time jinak, uplatňuje se vymezení Prime time dle Ceníku.
- 2.11 „**Indexy pro cílové skupiny**“ se rozumí závazek Dodavatele uplatňovat při Nákupu obchodních sdělení na TRPs koeficient pro přepočtení ceny podle cílové skupiny, ve které Objednatel objedná ratingové body dle Obchodní smlouvy, a to ve vztahu ke Klientské CPP, resp. k CPP new bizz nebo k Základní ceně, pokud CPP není v Obchodní smlouvě uvedena. Sazba koeficientů pro cílové skupiny se řídí Ceníkem Dodavatele platným a účinným v den přijetí Objednávky.
- 2.12 „**Kumulací stopáží**“ se rozumí závazek Dodavatele v případě, že Objednatel objedná reklamní Spot rozdělený na nejvýše tři samostatné části umístěné společně v jednom reklamním bloku, účtovat cenu odpovídající hodnotě jednoho Spotu o délce rovné součtu stopáží takto umístěných částí Spotu a to pouze v případě takových kumulovaných Spotů, jejichž stopáž bude rovna nebo menší než stopáž tam uvedená a pouze do takové částky Celkové garance, která odpovídá finančnímu vyjádření procenta z Celkové garance tam uvedenému.
- 2.13 „**Lhůtou splatnosti**“ se rozumí doba, ve které je Objednatel povinen zaplatit Dodavateli za plnění poskytnuté Objednateli dle Obchodní smlouvy, která je vyjádřena v počtu kalendářních dní od data uskutečnění zdanitelného plnění uvedeného ve faktuře – daňovém dokladu vystavené Dodavatelem.

Datem uskutečnění zdanitelného plnění se rozumí poslední den poskytování dílčího plnění dle Obchodní smlouvy.

- 2.14 „**Nabídkou**“ se rozumí návrh Dodavatele nebo Objednatele na uzavření Obchodní smlouvy.
- 2.15 „**Nákupem obchodního sdělení**“ se rozumí uzavření příslušné smlouvy o odvysílání reklamy či o sponzorování či umístění produktu či jiném typu obchodního sdělení v TV vysílání či o šíření obchodního sdělení na internetu či nákup tiskových médií mezi Dodavatelem a Objednatelem, přičemž Dodavateli musí vzniknout nárok na zaplacení sjednané ceny (popř. sponzorského příspěvku).
- 2.16 „**Nákupní cílovou skupinou**“ se rozumí cílová skupina, ve které je Objednatel povinen GRP či TRP nakupovat.
- 2.17 „**Obchodní smlouvou**“ se rozumí smlouva upravující podmínky šíření obchodních sdělení v TV programech či v jiných médiích provozovaných Dodavatelem, kterou se Objednatel zavazuje nakupovat prostřednictvím uzavírání dílčích Smluv o kampani obchodní sdělení v určité minimální hodnotě pro určité období.
- 2.18 „**Zvláštními obchodními podmínkami**“ se rozumí tyto Zvláštní smluvní obchodní podmínky pro Obchodní smlouvy a Smlouvy o kampani.
- 2.19 „**Ceníkem**“ se rozumí platný a účinný ceník Dodavatele pro daný typ média. Obchodní podmínky, Zvláštní obchodní podmínky a Ceník jsou nedílnou součástí Obchodní smlouvy, avšak nejsou k ní z technických důvodů připojeny.
- 2.20 „**Objednávkou**“ se rozumí návrh Objednatele na uzavření Smlouvy o kampani, týkající se výlučně TV programů a obchodních sdělení ve formě Spotů nebo sponzoringu, učiněný způsobem dle těchto Zvláštních obchodních podmínek.
- 2.21 „**Off-prime garancí**“ se rozumí procentuální vyjádření takového podílu z Celkové garance snížené o garanci sponzorování a umístění produktu, který se Objednatel zavazuje nakoupit v off prime. Off-prime se rozumí jakékoli časové pásmo vyjma časového pásma od 17,30 do 23,30 hodin. Garance umístění plnění do Off-prime je pro Objednatele závazná a Objednatel je povinen umístění obchodních sdělení dle Garance dodržovat na každou kampaň/objednávkou, nedohodne-li se s Dodavatelem výslovně jinak.
- 2.22 „**Pozičním příplatkem**“ se rozumí závazek Dodavatele účtovat u tam uvedeného procenta či jinak vymezeného objemu Spotů umístěných Objednatelem na první, druhou, předposlední, poslední či jinou pozici v reklamním bloku příplatek k ceně takových Spotů ve výši odpovídající tam uvedenému procentu z ceny takových Spotů, přičemž Objednatel je povinen umisťovat Spoty se zvýhodněným pozičním příplatkem oproti Ceníku v dotčeném období rovnoměrně.
- 2.23 „**PT/OPT indexem**“ se rozumí závazek Dodavatele v případě, že plánování ze strany Dodavatele činí 100%, uplatňovat PT/OPT index pro přepočtení ceny u kampaní, které jsou plánovány ze strany Dodavatele, a to ve vztahu ke Klientské CPP, resp. k CPP new bizz, nebo k Základní ceně, není-li CPP v Obchodní smlouvě uvedena. Výše PT/OPT indexu se řídí ceníkem Dodavatele platným a účinným v den přijetí objednávky, není-li v PT/OPT indexu ujednáno jinak.
- 2.24 „**Sezónními indexy**“ se rozumí závazek Dodavatele uplatňovat indexy pro přepočtení ceny podle sezóny, ve které je ratingový bod odvysílán, a to ve vztahu ke Klientské CPP, resp. k CPP new bizz, nebo k Základní ceně, není-li CPP v Obchodní smlouvě uvedena. Výše sezónních indexů se řídí ceníkem Dodavatele platným a účinným v den přijetí objednávky.
- 2.25 „**Slevami ze základní ceny**“ se rozumí závazek Dodavatele poskytnout Objednateli na základě příslušných garancí dle Obchodní smlouvy slevy ze Základní ceny ve výši vyjádřené procentem ze Základní ceny. „Slevou celkem“ se rozumí procento vypočtené jako součet všech procent uvedených v jednotlivých položkách Slev ze základní ceny. „Klientskou CPP“ se rozumí Základní cena upravená o Slevu celkem, vyjádřena v Kč bez DPH, kterou se Dodavatel zavazuje účtovat Objednateli za ratingový bod, stopáž

s indexem 1, v období a cílové skupině v Obchodní smlouvě uvedených. Údaj o Klientské CPP má v případě rozporu přednost před údaji o slevách vyjádřených v procentech.

- 2.26 „**Slevou new bizz**“ se rozumí sleva z Klientské CPP nebo ze Základní ceny poskytovaná Objednateli, který v posledních čtrnácti měsících před uzavřením Obchodní smlouvy nenakupoval u Dodavatele obchodní sdělení pro sebe nebo pro konkrétního Klienta. Sleva se sjednává pevnou částkou nebo procentem buď prostřednictvím zvláštního ustanovení v Obchodní smlouvě, anebo jejím zohledněním v rámci Individuální slevy. Sleva new bizz se uplatňuje pouze na obchodní sdělení do výše nebo pro období v Obchodní smlouvě uvedených, podle toho, která z uvedených skutečností nastane dříve.
- 2.27 „**Smluvní pokutou za nedodržení Celkové garance**“ se rozumí povinnost Objednatele v případě porušení závazku Celkové garance (TV či internet či tisk) zaplatit Dodavateli smluvní pokutu ve výši vypočtené jako rozdíl té, které Celkové garance a cenou skutečně poskytnutého a fakturovaného plnění bez DPH, nesjedná-li smluvní strany v Obchodní smlouvě smluvní pokutu v odlišné výši. Tato smluvní pokuta je splatná do 15 kalendářních dní od posledního dne Garantovaného období. Strany mohou pro případ porušení závazku Objednatele dodržet Celkovou garanci ujednat prostřednictvím zvláštního ustanovení v Obchodní smlouvě míru tolerance, vyjádřenou jako procento z té, které Celkové garance, jejíž nepřekročení bude mít za následek, že Dodavateli právo na zaplacení Smluvní pokuty celkové garance nevznikne.
- 2.28 „**Smlouvou o kampani**“ se rozumí smlouva o nákupu obchodních sdělení, týkající se výlučně TV programů ve formě Spotů a sponzoringu), zpravidla uzavřená na základě a za podmínek Obchodní smlouvy.
- 2.29 „**Stopážovým indexem**“ se rozumí závazek Dodavatele uplatňovat indexy pro přepočtení ceny **pro stopáže o jiném stopážovém indexu než 1** a to ve vztahu ke Klientské CPP, resp. k CPP new bizz, nebo k Základní ceně, není-li CPP v Obchodní smlouvě uvedena. Výše stopážových indexů se řídí ceníkem Dodavatele platným a účinným v den přijetí objednávky, není-li v stopážovém indexu pro tam uvedené stopáže Spotů ujednáno jinak.
- 2.30 „**Technickými podmínkami**“ se rozumí platné a účinné Technické podmínky pro výrobu reklamních Spotů, sponzorských vzkazů a teleshoppingu určených k odbavení do distribuční sítě TV Prima. Technické podmínky jsou nedílnou součástí Obchodní smlouvy, avšak nejsou k ní z technických důvodů připojeny.
- 2.31 „**TV Bundle**“ se rozumí režim rozložení obchodních sdělení na jednotlivých TV programech, který si Objednatel zvolil a který je pro něj závazný.
- 2.32 „**Varianty cílových skupin**“ se rozumí cílové skupiny pro optimalizaci zaměření obchodních sdělení uvedené v Ceníku, z nichž si Klient může vybrat nejvýše 6 variant.
- 2.33 „**Výslednou cenou**“ se rozumí cena dílčího plnění poskytnutého dle příslušné konkrétní Smlouvy o kampani upravená o smluvní a ceníkové přírážky a srážky vyplývající z Obchodní smlouvy, byla-li uzavřena.
- 2.34 „**Základní cenou**“ se rozumí cena CPP vyjádřená v Kč bez DPH a stanovená v Ceníku dle Celkové garance sjednané v Obchodní smlouvě.

3 Postup a způsob uzavírání Obchodních smluv

3.1 Obchodní smlouvy se uzavírají na základě Nabídky učiněné Dodavatelem, a to jedním z následujících způsobů:

3.1.1 prostřednictvím Elektronického systému:

- i) Vyjednávání se děje v několika časových fázích, tzv. vyjednávacích kolech;
- ii) O začátku a konci kola je Objednatel informován v Elektronickém systému;
- iii) Dodavatel zašle prostřednictvím Elektronického systému Objednateli Nabídku. Dodavatel může Objednateli zaslat více Nabídek, z nichž si Objednatel může vybrat tu, která mu vyhovuje;
- iv) Objednatel může Nabídku přijmout (akceptovat) zmáčknutím (proklikem) tlačítka „Akceptovat cenu“ nebo zašle Dodavateli svou Protinabídku (dále jako „Protinabídka“). Protinabídku odešle Objednatel zmáčknutím (proklikem) tlačítka „Poslat protinávrh MC“. Pokud Objednatel přijme Nabídku s dodatkem či odchylkou, nejedná se o přijetí Nabídky, ale o Protinabídku;
- v) Pokud Objednatel Nabídku Dodavatele přijme (akceptuje) i bez jakýchkoliv dodatků či odchylek a zmáčkne (proklikne) tlačítko „Závazná nabídka“, a učiní tak ve lhůtě určené pro přijetí Nabídky Dodavatelem, stává se Nabídka pro Objednatele na dobu určenou v Nabídce (dále jako „Doba závaznosti Nabídky“) závazná (dále jako „Závazná nabídka“). Objednatel je Závaznou nabídkou vázán a nemůže ji po Dobu závaznosti Nabídky odvolat, změnit či zrušit;
- vi) Obchodní smlouvu lze uzavřít pouze na základě Závazné nabídky a pouze v Době závaznosti Nabídky. Dodavatel není povinen na základě Nabídky ani na základě Závazné nabídky Obchodní smlouvu uzavřít;
- vii) Dodavatel vyhodnocuje přijetí Závazných nabídek vždy na konci vyjednávacího kola;
- viii) Obchodní smlouva je uzavřena potvrzením Dodavatele Objednateli o uzavření Obchodní smlouvy. Dodavatel Objednateli potvrdí uzavření Obchodní smlouvy tak, že v Elektronickém systému přesune Závaznou nabídku do sekce „**Uzavřené Smlouvy**“ s tím, že Objednateli bude také doručeno potvrzovací e-mail;
- ix) Objednatel je oprávněn komunikovat v Elektronickém systému pouze prostřednictvím „**autorizované e-mailové adresy**“, kterou se rozumí e-mailová adresa osoby, zastupující Objednatele, která je k žádosti Objednatele schválena Dodavatelem, pokud se z uvedené e-mailové adresy lze přihlásit do Elektronického systému pomocí platného a účinného hesla, poskytnutého Dodavatelem
- x) V případě, že Objednatel odešle Dodavateli Protinabídku, Dodavatel v takovém případě může:
 - a) činit Objednateli další Nabídku tím že změní některý z parametrů Protinabídky a svůj nový návrh pošle zpět Objednateli a Objednatel následně postupuje podle bodů (iv) až (viii) tohoto článku Zvláštních obchodních podmínek; nebo
 - b) Protinabídku Objednatele předběžně přijmout. Předběžným přijetím Protinabídky bere Dodavatel na vědomí podmínky navržené Objednatelem v Protinabídce, nicméně nedochází k uzavření Obchodní smlouvy. Dodavatel není předběžným přijetím Protinabídky Objednatele vázán, jedná se pouze o akt předběžné dohody na podmínkách, který musí být oběma stranami potvrzen dle tohoto článku Zvláštních obchodních podmínek (tj. Objednatel musí Dodavatelem předběžně potvrzenou Protinabídku závazně přijmout (akceptovat) zmáčknutím (proklikem) tlačítka „**Závazná nabídka**“ a k uzavření Obchodní smlouvy je vyžadováno potvrzení Závazné (Proti)nabídky Dodavatelem.

- c) V případě, že Objednatel odešle Dodavateli v reakci na Protinabídku další Protinabídku, postupuje se podle dle bodů v.) až viii) tohoto článku Zvláštních obchodních podmínek. Dodavatel není povinen ani na základě Protinabídky Obchodní smlouvu uzavřít.
- xi) Dodavatel je po uzavření Obchodní smlouvy oprávněn jednostranně doplnit či upřesnit následující parametry Obchodní smlouvy a informovat o tom Objednatele:
 - a) Režim poměru rozložení/alokace obchodních sdělení dle Ceníku FTV Prima;
 - b) Výběr až 6 cílových skupin pro optimalizaci spotových kampaní.

Doplnění nebo upřesnění parametrů může Dodavatel učinit prostřednictvím Elektronického systému nebo zasláním doplněného znění Obchodní smlouvy. Objednatel a Dodavatel si potvrzují, že výše uvedené parametry nejsou podstatnými náležitostmi Obchodní smlouvy a nejsou tedy podmínkou jejího uzavření.

3.1.2 **na základě písemné Nabídky Obchodní smlouvy:**

- i) Dodavatel zašle Objednateli písemnou Nabídku na uzavření Obchodní smlouvy (v podobě zveřejněné na odkazu <https://www.skupinaprima.cz/televizni-reklama/> a podepsanou oprávněnými zástupci Dodavatele (v to počítaje také sken Nabídky podepsané oprávněnými zástupci Dodavatele zasláný e-mailem). Podpis osoby pověřené Dodavatelem k podpisu Nabídky může být nahrazen elektronickými, mechanickými nebo jinými technickými prostředky (např. předtištěný podpis nebo faksimile podpisu).
- ii) Dodavatel může Objednateli zaslat více Nabídek, z nichž si Objednatel může vybrat tu, která mu vyhovuje nejlépe (avšak pouze jednu, kombinace z různých Nabídek jsou vyloučeny).
- iii) Obchodní smlouva je uzavřena přijetím Nabídky ze strany Objednatele. Přijetí může být učiněno pouze bez jakýchkoli dodatků či odchylek, jinak se považuje za protinávrh Obchodní smlouvy. Nabídka je přijata některým z následujících způsobů:
 - a) jejím podpisem oprávněnými zástupci Objednatele a doručení Dodavateli v originálu nebo v naskenované kopii z autorizované e-mailové adresy či jiné e-mailové adresy Objednatele nebo
 - b) konkludentně (např. učiněním první Objednávky prostřednictvím Elektronického systému nebo předložením první Objednávky dle Nabídky jiným, Dodavatelem odsouhlaseným, způsobem).

3.2 Nabídku, resp. přijetí Nabídky či potvrzení uzavření Obchodní smlouvy činí osoby k tomu Objednatelem, resp. Dodavatelem pověřené či osoby jednající prostřednictvím autorizované e-mailové adresy. Dodavatel může uvést seznam takto jím pověřených osob na svých webových stránkách.

3.3 Vpisování, škrtnutí či jiné změny v textu Obchodní smlouvy, s výjimkou doplnění údaje o osobě uzavírající smlouvu za Objednatele, lze provést pouze za podmínky jejich písemné akceptace oběma stranami, uvedením data provedené změny a platnými podpisy zástupců obou smluvních stran u takovéto změny nebo uzavřením písemného dodatku k Obchodní smlouvě. K jiným změnám v textu se nepřihlíží.

3.4 Dodavatel je po uzavření Obchodní smlouvy (bez ohledu na to, zda byla uzavřena prostřednictvím Elektronického systému nebo jiným způsobem) oprávněn učinit návrh na uzavření dodatku k Obchodní smlouvě, kterým dojde ke změně Obchodní smlouvy. Návrh na uzavření dodatku k Obchodní smlouvě učiní Dodavatel tak, že Objednateli zašle písemný (nový) návrh Obchodní smlouvy, ve kterém budou zapracovány změny či doplnění a který bude opatřen podpisy oprávněných zástupců Dodavatele (v to počítaje také sken Nabídky podepsané oprávněnými zástupci Dodavatele zasláný e-mailem). Podpis osoby pověřené Dodavatelem k podpisu Nabídky může být nahrazen elektronickými, mechanickými nebo jinými technickými prostředky (např. předtištěný podpis nebo faksimile podpisu). Ustanovení článku III. odstavec 1) písm. b) bod (iii) výše platí pro přijetí Nabídky na uzavření dodatku k Obchodní smlouvě obdobně.



- 3.5 Na základě uzavřené Obchodní smlouvy je Objednatel povinen nakupovat u Dodavatele obchodní sdělení v určité minimální hodnotě pro určité období.

4 Postup a způsoby uzavírání Smluv o kampani

- 4.1 Smlouvy o kampani, jejímž předmětem jsou **spotové kampaně**, Dodavatel uzavírá následujícím způsobem:

4.1.1 prostřednictvím Elektronického systému:

- i) Objednatel učiní prostřednictvím Elektronického systému Objednávku pro umístění obchodního sdělení, a to tak, že v Elektronickém systému prostřednictvím záložky "**Objednávky**" vybere a vyplní následující povinné údaje:

- a) délku Spotu,
- b) počet GRP,
- c) deal klienta (číslo nabídky Obchodní smlouvy),
- d) produkt,
- e) časové období.

Objednatel může dále volitelně uvést pro Dodavatele nezávazné preference jako:

- f) časové omezení kampaně,
- g) datumové omezení kampaně,
- h) návrh pozice,
- i) návrh Spotlistu,

a stiskne tlačítko „**Odeslat**“ či jiné tlačítko s obdobným významem.

- ii) Po odeslání je Objednávka pro Objednatele závazná.
- iii) Výběr konkrétních časů a dat pro umístění obchodních sdělení v reklamním prostoru (Spotlist), který Objednatel provede prostřednictvím Elektronického systému, je pouze orientační a Dodavatel není tímto výběrem Objednatele vázán, když konkrétní rozvrh umístění obchodních sdělení provede Dodavatel v návaznosti na aktuální volný prostor pro umístění obchodních sdělení v reklamním prostoru.
- iv) Na základě Objednávky zašle Dodavatel Objednateli prostřednictvím Elektronického systému potvrzení Objednávky nebo Objednávku odmítne.
- v) Smlouva o kampani je uzavřena okamžikem odeslání potvrzení (akceptace) Objednávky Dodavatelem Objednateli dle předchozího bodu.
- vi) Po uzavření Smlouvy o kampani zašle Dodavatel Objednateli Spotlist.
- vii) Dodavatel není povinen na základě Objednávky uzavřít Smlouvu o kampani.

4.1.2 prostřednictvím Objednávky na formuláři Dodavatele:

- i) Objednatel může vystavit Objednávku vyplněním formuláře dostupného na webové stránce <https://www.skupinaprima.cz/televizni-reklama/> a jeho zasláním na e-mailovou adresu spot@iprima.cz.
- ii) Objednávka je návrhem na uzavření Smlouvy o kampani. Objednávka je pro Objednatele závazná okamžikem jejího odeslání Dodavateli a nelze ji odvolat.
- iii) Dodavatel může Objednávku:

- a) bez výhrad akceptovat,
 - b) zaslat protinávrh Objednávky s návrhem jejích změn či doplnění,
 - c) odmítnout.
- iv) O akceptaci Objednávky bez výhrad informuje Dodavatel Objednatele e-mailem. Akceptací Objednávky je uzavřena Smlouva o kampani.
- v) Po uzavření Smlouvy o kampani zašle Dodavatel Objednateli Spotlist spotové kampaně.
- vi) Zasláním upravené nebo doplněné Objednávky e-mailem činí Dodavatel Objednateli nový návrh Smlouvy o kampani. Smlouva o kampani je v takovém případě uzavřena teprve poté, co se smluvní strany dohodly po vyjednávání na celém jejím obsahu, Objednatel zašle Dodavateli upravený formulář Objednávky a Dodavatel zašle Objednateli e-mailem potvrzení, že tuto upravenou Objednávku bez výhrad akceptuje. Akceptací ze strany Dodavatele je uzavřena Smlouva o kampani.
- vii) Dodavatel není povinen na základě Objednávky uzavřít Smlouvu o kampani.
- 4.2 Ve Spotlistu, který zašle Objednateli po uzavření Smlouvy o kampani Dodavatel navrhne rozmístění obchodních sdělení v reklamním prostoru. Konečné umístění obchodních sdělení v reklamním prostoru se však může od rozvrhu uvedeném ve Spotlistu lišit, když Dodavatel si vyhrazuje právo obchodní sdělení ve formě Spotu (nezahrnující sponzoring) umístit v reklamním prostoru odlišně od rozvrhu uvedeného ve Spotlistu, a to dle vlastního výběru s ohledem na požadované cílové skupiny Objednatele, s ohledem na přirozenou sledovanost jednotlivých TV programů vyplývající z Výzkumu sledovanosti a s ohledem na aktuální volný prostor v reklamním prostoru.
- 4.3 Objednávku je Objednatel povinen zaslat Dodavateli nejpozději do konce lhůty pro přijetí Objednávky (dále jen „Lhůta pro přijetí Objednávky“) stanovené Dodavatelem pro každý kalendářní měsíc v Elektronickém systému. Na Objednávku odeslanou po skončení Lhůty pro přijetí Objednávky není Dodavatel povinen brát zřetel a Dodavatel je oprávněn u takových Objednávek účtovat příplatek za pozdní booking dle Ceníku, pokud je akceptuje. V případě, že Dodavatel akceptuje Objednávku učiněnou po uplynutí Lhůty pro přijetí Objednávky, učiní tak buď
- 4.3.1 prostřednictvím Elektronického systému nebo
 - 4.3.2 písemně e-mailem.
- 4.4 Smlouvy o kampani, jejímž předmětem je **obchodní sdělení ve formě sponzorského vzkazu** Dodavatel uzavírá následujícím způsobem:
- 4.4.1 **prostřednictvím Elektronického systému:**
- i) Objednatel rezervuje prostřednictvím Elektronického systému umístění sponzorských vzkazů pomocí záložky "**Sponzoring rezervace**",
 - ii) Rezervaci Objednatele provede vyplněním následujících základních povinných údajů v prvním kroku rezervace:
 - a) název Klienta,
 - b) specifikace produktu,
 - c) cílová skupina, na kterou chce sponzorský vzkaz zaměřit a
 - d) časové období.
 - iii) V případě, že výběr některého povinného údaje není na záložce dostupný, vkládá Objednatel tyto údaje pomocí polí "Vlastní klient", "Vlastní produkt" nebo "Vlastní cílová skupina".

- iv) Po vyplnění všech základních povinných údajů pokračuje Objednatel v procesu rezervace stiskem tlačítka "**Pokračovat v rezervaci**".
- v) V další fázi rezervace Objednatel vyplní produktové povinné údaje:
 - a) kanál,
 - b) formát,
 - c) počet sponzorských vzkazů,
 - d) délka sponzorského vzkazu anebo typ injecktáže v souladu s vybraným formátem.
- vi) Po vyplnění všech základních a produktových povinných údajů Objednatel vybere v sekci "**Časové pásmo**" prostřednictvím kalendáře jednotlivé časy, které má zájem rezervovat.
- vii) Kalendář zobrazuje růžově označené volné časy, které jsou k dispozici pro výběr, a uvádí maximální počet Klientů, které lze do daného časového pásma zařadit a zároveň již rezervovaný počet klientů pro daný časový úsek. Oranžové označení v kalendáři označuje Objednatelem právě vybraná rezervovaná časová pásma, a ty lze zrušit opětovným kliknutím na dané místo. Pro usnadnění procesu vytváření rezervace má Objednatel možnost použít filtr pro dny umožňující rychlejší úpravu nabízených časových pásem dle filtru.
- viii) Šedivě označená časová pásma v kalendáři jsou již vyprodaná nebo plně rezervovaná. Objednatel má u těchto pásem možnost spustit funkci "**Hlídací pes**" prostřednictvím ikonky zvonečku, která sleduje, zda se požadované časové pásmo neuvolní pro rezervaci. Objednatel je povinen stisknout tlačítko "Ano", aby potvrdil svůj zájem o sledování tohoto pásma, nebo tlačítko "**Ne**", pokud nechce využít tuto funkci. Pokud Objednatel potvrdí volbu "**Ano**", obdrží emailové upozornění, že byl zařazen na čekací listinu pro dané časové pásmo. V případě, že se dané časové pásmo uvolní, obdrží Objednatel další emailové upozornění, které ho informuje o uvolnění tohoto časového pásma. Objednatel má poté možnost vrátit se k již vytvořené rezervaci a upravit ji, nebo využít uvolněné časové pásmo pro novou nebo jinou rezervaci sponzorských vzkazů. Funkci „Hlídacího psa“ může mít aktivována více Objednatelů a Dodavatel proto neposkytuje žádnou záruku Objednateli, že časové pásmo bude pro něj aktivací funkce rezervováno.
- ix) Objednatel má možnost detailně sledovat vybraná časová pásma v dolní části okna rezervace.
- x) Některá časová pásma vyžadují pro rezervaci zvláštní schválení ze strany Dodavatele. Tato časová pásma jsou označena v kalendáři symbolem „X“. Ve shrnutí rezervace jsou tato časová pásma označena zvláštním indikátorem a vyžadují zvláštní schválení ze strany Objednatele.
- xi) Objednatel může doplnit dodatečné informace do rezervace dle svého uvážení pomocí pole „Poznámka k rezervaci“. Údaje v tomto poli mají pouze informativní a doplňující charakter a Objednatel jimi není nijak vázán.
- xii) Objednatel může u vybraných formátů sponzorského vzkazu navrhnout jinou stopáž (délku) sponzorského vzkazu než tu, která je uvedena ve výběru počtu sponzorských vzkazů; pro takový návrh může využít pole "Vlastní stopáž". Na základě výběru vlastní stopáže vzkazu Elektronický systém upravuje nabízená časová pásma pro výběr Objednatele. Ve shrnutí rezervace je uvedeno, jakou stopáž má Objednatel rezervovanou v jednotlivých časových pásmech.
- xiii) V rámci rezervace je indikována výchozí výše Slevy, kterou může měnit Dodavatel v pozdější fázi rezervace.
- xiv) Objednatel může u vybraných formátů sponzorského vzkazu navrhnout preferovanou pozici sponzorského vzkazu a následně vybírat časová pásma, která odpovídají této preferované pozici.

- xv) Pokud Objednatel hodlá rezervovat sponzorský vzkaz s Aliančním příplatkem (viz čl. II odst. 1)) pro určité časové pásmo, musí označit tuto možnost v rezervaci a poté vybrat časová pásma, ve kterých navrhuje tento typ sponzorského vzkazu umístit.
- xvi) Hvězdička u počtu sponzorských vzkazů celkem ve shrnutí rezervace indikuje, že pro konkrétní časové pásmo navrhuje Objednatel buď vlastní stopáž, preferovanou pozici, sponzorský vzkaz s Aliančním příplatkem nebo různé kombinace těchto výběrů.
- xvii) Ve shrnutí rezervace má Objednatel přehled o vybraných časových pásmech a u každého pásma se mu zobrazují tyto informace:
 - a) Datum
 - b) Časové pásmo
 - c) Formát
 - d) Počet dílů
 - e) Počet sponzorských vzkazů celkem
 - f) Měsíční koeficient
 - g) Celkovou cenu
 - h) Výše Slevy
 - i) Výsledná cena bez DPH
- xviii) Ve shrnutí rezervace má Objednatel možnost zrušit jakékoliv vybrané časové pásmo.
- xix) Před dokončením rezervace sponzorských vzkazů má Objednatel možnost:
 - a) **Smazat stávající vytváření:** tato volba vrátí Objednatele zpět na začátek postupu rezervace sponzorského vzkazu,
 - b) **Upravit první krok rezervace pouze v údajích o produktu a cílové skupině:** Úprava údajů o Klientovi nebo časového období není možná. Chce-li Objednatel provést úpravu těchto údajů, musí tak učinit prostřednictvím nové rezervace.
 - c) **Uložit rozpracované:** Objednávka se přesouvá do přehledu rezervací sponzoringu Objednatele do stavu „Rozpracované“.
- xx) Rezervace je dokončena kliknutím Objednatele na tlačítko „**Poptat rezervaci**“, čímž se vytvořená rezervace stává Objednávkou, je odeslána Dodavateli a přesouvá se do stavu „**Čeká na schválení**“. Objednávka není pro Dodavatele závazná.
- xxi) Dodavatel je oprávněn Objednávku akceptovat, zcela odmítnout, nebo na jejím základě připraví protínávrh Objednávky.
- xxii) Pokud je Objednávka pro Dodavatele přijatelná bez výhrad, akceptuje ji v Elektronickém systému přechodem do stavu "**Akceptováno**".
- xxiii) Akceptací Objednávky Dodavatelem začíná Objednateli běžet lhůta pro závazné potvrzení Objednatelem (dále jen „**Lhůta pro závazné potvrzení Objednatelem**“). Délka Lhůty pro závazné potvrzení Objednatelem se řídí ustanovením odstavců xxix) až xxxiii) tohoto článku.
- xxiv) Dodavatel může Objednávku zcela odmítnout. V takovém případě se Objednávka přesouvá do stavu „Zrušeno“ a následně je z Elektronického systému případně vymazána.
- xxv) Nebyla-li Objednávka Dodavatelem beze změny akceptována, nebo zcela odmítnuta, přesouvá se do stavu „**Probíhá vyjednávání**“, ve kterém Objednatel s Dodavatelem vyjednávají o úplné dohodě na obsahu Smlouvy o kampani.

- xxvi) Pokud Dodavatel Objednávku beze změny neakceptoval, zašle Objednateli protinabídku Smlouvy o kampani. Po dosažení úplné shody na obsahu Smlouvy o kampani oběma smluvními stranami, akceptuje Dodavatel upravenou Objednávku, která je výsledkem vyjednávání, jejím přesunutím do stavu „**Akceptováno**“. Pro takto akceptovanou Objednávku platí obdobně odst. xxiii) výše a začíná u ní běžet příslušná Lhůta pro závazné potvrzení Objednatelem.
- xxvii) Akceptovanou Objednávku může Objednatel stáhnout ve formě souboru .pdf či .xls.
- xxviii) Dodavatel má právo kdykoliv jednostranně odstoupit s okamžitou účinností od akceptované Objednávky bez udání důvodu.
- xxix) Lhůta pro závazné potvrzení Objednatelem je časové období, ve kterém Objednatel potvrzuje svou vůli být Smlouvou o kampani vázán a závazně objedná plnění dle Smlouvy o kampani. Délka Lhůty pro závazné potvrzení Objednatelem se odvíjí od délky časového intervalu mezi akceptací Objednávky Dodavatelem (přesunem Objednávky do stavu „**Akceptováno**“) a v Objednávce dohodnutým dnem, kdy má být zahájeno plnění Objednávky Objednatelem (dále jen „**Start kampaně**“).
- xxx) Objednávka, u které marně uběhla Lhůta pro závazné potvrzení Objednatelem, je automaticky zrušena a není Dodavatel jí není povinen splnit a není jí nijak vázán.
- xxxi) U Objednávky, u které časový interval její akceptace Dodavatelem a Start kampaně spadají do stejného kalendářního měsíce, činí Lhůta pro závazné potvrzení Objednatelem 3 pracovní dny.
- xxxii) U Objednávky, u které časový interval mezi její akceptací Dodavatelem a Startem kampaně činí 2 měsíce a více, činí Lhůta pro finální potvrzení 6 týdnů.
- xxxiii) U Objednávky, u které časový interval mezi její akceptací Dodavatelem a Startem kampaně nespadá do žádné předchozí kategorie činí Lhůta pro závazné potvrzení Objednatelem 14 dnů.
- xxxiv) Objednatel je informován o blížícím se konci Lhůty pro závazné potvrzení Objednatelem zasláním notifikace z Elektronického systému na autorizovanou e-mailovou adresu, a to 5 dní a 2 hodiny před koncem Lhůty pro závazné potvrzení Objednatelem. Pokud do uplynutí času Objednatel závazně neobjedná rezervaci, bude tato rezervace automaticky zrušena.
- xxxv) Během Lhůty pro závazné potvrzení Objednatel závazně potvrdí Objednávku stisknutím tlačítka „**Závazně objednat**“. Podmínkou vzniku Smlouvy o kampani na základě Objednávky je vyslovení souhlasu s Obchodními podmínkami a Zvláštními obchodními podmínkami. Okamžikem stisknutí tlačítka „**Závazně objednat**“ je uzavřena Smlouva o kampani dle Objednávky a Objednávka je v Elektronickém systému označena jako „Přijatá Objednávka“. Po uzavření Smlouvy o kampani následně probíhá konečná specifikace zvukově obrazových záznamů, u kterých bude sponzorský vzkaz umístěn (tzv. finální rezervace nebo "booking"). Po konečné specifikaci je Objednávka v Elektronickém systému označena jako „**Zabookovaná**“.
- xxxvi) Objednatel může mimořádně požádat Dodavatele u úpravu Objednávky, s výjimkou Výsledné ceny plnění a požadavků na úpravu časového pásem v době kratší než 3 pracovní dny před zahájením šíření konkrétního sponzorského vzkazu. Dodavatel o takové úpravě může dle svého uvážení s Objednatelem jednat, ale není povinen takové žádosti vyhovět.
- xxxvii) Elektronický systém zobrazuje stavy jednotlivých Objednávek. Objednávky, které nebyly odeslány Dodavateli k schválení, jsou označeny stavem „**Rozpracované**“. Objednávky, které očekávají reakci od Dodavatele, se nacházejí ve stavu „**Čeká na schválení**“. Objednávky, které byly zrušeny jednou ze stran, jsou označeny stavem „**Zrušené**“.

4.4.2 **prostřednictvím formuláře Dodavatele:**

- i) Objednatel může vystavit Objednávku vyplněním formuláře dostupného na webové stránce <https://www.skupinaprima.cz/televizni-reklama/> a jeho zasláním na e-mailovou adresu: sponsoring@iprima.cz.
- ii) Objednávka je návrhem na uzavření Smlouvy o kampani. Objednávka je pro Objednatele závazná okamžikem jejího odeslání Dodavateli a nelze ji odvolat.
- iii) Dodavatel může Objednávku:
 - a) bez výhrad akceptovat,
 - b) zaslat protinávrh Objednávky s návrhem jejích změn či doplnění,
 - c) odmítnout.
- iv) O akceptaci Objednávky bez výhrad informuje Dodavatel Objednatele e-mailem. Akceptací Objednávky je uzavřena Smlouva o kampani.
- v) Po uzavření Smlouvy o kampani zašle Dodavatel Objednateli Spotlist pro sponzorské vzkazy.
- vi) Zasláním upravené nebo doplněné Objednávky e-mailem činí Dodavatel Objednateli nový návrh Smlouvy o kampani. Smlouva o kampani je v takovém případě uzavřena teprve poté, co se smluvní strany dohodly po vyjednávání na celém jejím obsahu, Objednatel zašle Dodavateli upravený formulář Objednávky a Dodavatel zašle Objednateli e-mailem potvrzení, že tuto upravenou Objednávku bez výhrad akceptuje. Akceptací ze strany Dodavatele je uzavřena Smlouva o kampani.
- vii) Dodavatel není povinen na základě Objednávky uzavřít Smlouvu o kampani.

5 Sankce nesplnění závazků sjednaných v Obchodní smlouvě jako garance Objednatele

- 5.1 V případě, že Objednatel nesplní závazek Celkové garance, vzniká Dodavateli právo na zaplacení Smluvní pokuty za nedodržení Celkové garance ve smyslu odst. 2.27 těchto Obchodních podmínek.
- 5.2 V případě, že Objednatel nesplní Off prime garanci, pozbývá právo na uplatnění koeficientu pro Off prime time pro účely výpočtu ceny obchodního sdělení a Dodavatel je oprávněn Objednateli v takovém případě doúčtovat cenu obchodního sdělení smluvní pokutu stanovenou jako rozdíl mezi Objednatelem uhrazenou cenou s uplatněným koeficientem pro Off prime a cenou obchodního sdělení umístěného v Prime time pro tu část časového úseku, u kterého Objednatel nesplnil Off prime garanci. Doúčtování proběhne formou opravného daňového dokladu vystaveného Dodavatelem k poslednímu dni Garantovaného období dle Obchodní smlouvy. Doplatek dle tohoto odstavce je splatný do 15 dnů od data vystavení opravného daňového dokladu Dodavatele.
- 5.3 V případě, že Objednatel nesplní některou z dalších garancí sjednaných v Obchodní smlouvě, s výjimkou Celkové garance a Off prime garance, s jejímž dodržением je spojena výhoda slevy z ceny obchodního sdělení, ztrácí Objednatel právo na tuto slevu dle Obchodní smlouvy. Dodavatel je oprávněn Objednateli v takovém případě zpětně doúčtovat cenu obchodního sdělení bez takovéto slevy. Doúčtování proběhne formou opravného daňového dokladu vystaveného Dodavatelem k poslednímu dni Garantovaného období dle Obchodní smlouvy. Doplatek dle tohoto odstavce je splatný do 15 dnů od data vystavení opravného daňového dokladu Dodavatele.
- 5.4 V případě, že Objednatel nesplní některou z dalších garancí sjednaných v Obchodní smlouvě, s výjimkou Celkové garance a Off prime garance, s jejímž dodržением není spojena výhoda slevy z ceny obchodního plnění, je Dodavatel oprávněn vyúčtovat Objednateli smluvní pokutu ve výši 35 % z rozdílu ceny obchodního dělení při splnění další garanci a skutečně realizovaného plnění dle definice další garance (rozdíl je počítán z cen v Kč bez DPH).

- 5.5 V případě, že Objednatel nesplní povinnost plynoucí z Garance dalších médií, je Dodavatel oprávněn vyúčtovat Objednateli smluvní pokutu ve výši rozdílu mezi Objednatelem zaplacenou, zvýhodněnou, CPP a standardní CPP dle Ceníku. Doučtování proběhne formou opravného daňového dokladu vystaveného Dodavatelem k poslednímu dni Garantovaného období dle Obchodní smlouvy. Dopltek dle tohoto odstavce je splatný do 15 dnů od data vystavení opravného daňového dokladu Dodavatele.

6 Platební a další ujednání

- 6.1 Objednatel bude Dodavateli platit cenu obchodních sdělení dohodnutou v Obchodní smlouvě. Cena poskytnutého plnění dle konkrétní Smlouvy o kampani uzavřené ke splnění závazků dle Obchodní smlouvy, upravená o smluvní a ceníkové přírážky a srážky, bude na fakturách označována jako **Výsledná cena**. Výsledná cena bude základem DPH účtovaného plnění, zdaňovaného sazbou DPH v zákonné výši.
- 6.2 Na faktuře Dodavatel rozepíše všechny rozhodné údaje (cena, přírážky a slevy, základ pro výpočet DPH, sazba DPH, částka DPH atd.). Objednatel je povinen splnit své finanční povinnosti ze smluvních závazků do uplynutí sjednané **Lhůty splatnosti**. Peněžité závazek je splněn okamžikem připsáním částky na účet Dodavatele.

7 Závěrečná ustanovení

- 7.1 V případě, že je některý z pojmů definován tak, že se jedná o závazek Objednatele či právo Dodavatele, znamená přiřazení konkretizujícího údaje k takovému pojmu v Obchodní smlouvě, že Objednatel má vůči Dodavateli takovýto závazek. V případě, že je některý z pojmů definován tak, že se jedná o závazek Dodavatele či právo Objednatele, znamená přiřazení konkretizujícího údaje k takovému pojmu v Obchodní smlouvě, že Dodavatel má vůči Objednateli takovýto závazek.
- 7.2 Tyto Zvláštní obchodní podmínky jsou účinné dnem jejich zveřejnění a tvoří součást Obchodních smluv a Smluv o kampani uzavřených počínaje dnem 1.1.2024.

V Praze dne 30.11.2023