

Všeobecné smluvní podmínky

pro přímý prodej pro vysílání kampaní v klasické reklamě, teleshoppingu, sponzoringu a speciálních operacích na televizních programech Československé filmové společnosti, s.r.o.

Československá filmová společnost, s.r.o. (dále jen „CSF“) je oprávněna uzavírat smlouvy o vysílání kampaní na televizních programech provozovaných CSF na území České a Slovenské republiky ve všech formách jejich technického šíření (včetně kabelového, satelitního přenosu, digitálního vysílání a vysílání na Internetu).

Portfolio televizních programů provozovaných ČSF (dále jen „TVP“) včetně jejich parametrů je vydáváno v návaznosti na vydávání Pásmového/Spotového ceníku a řídí se podmínkami vydávání ceníku.

Vzájemné vztahy mezi ČSF a jejími klienty budou upraveny těmito Všeobecnými smluvními podmínkami a budou se řídit dle § 1746 odst. 2 Občanského zákoníku.

I. Prodejní model

Klasická reklama - spot

CSF realizuje prodej reklamního prostoru TVP podle následujícího obchodního modelu:

1. Pásmový/Spotový ceník

Prodej podle Spotového ceníku je forma prodeje, kdy se ceny za vysílání reklamních spotů určují podle cen vybraných reklamních bloků na vybraném TVP.

Spotový ceník s cenami reklamních spotů v reklamních blocích na jednotlivých TVP je vydáván nejpozději 1. den měsíce, který předchází měsíci, kdy ceník vstupuje v platnost.

Při prodeji podle Spotového ceníku je klient oprávněn vybírat konkrétní TVP i konkrétní reklamní blok.

Cena za reklamní kampaň realizovanou v modelu Spotového ceníku je účtována podle pevných cen reklamních bloků, resp. pásem na jednotlivých TVP.

Sponzoring, teleshopping, speciální operace

CSF realizuje prodej sponzoringu, teleshoppingu a dalších speciálních obchodních operací ve vysílání TVP podle aktuálně vydávaného ceníku a nabídek.

Injektáž

CSF realizuje prodej reklamní injektáže ve vysílání TVP podle aktuálně vydávaného ceníku a nabídek. Injektáž je grafická šablona v podobě statického nebo dynamického banneru. Délka zobrazení je 10 sec..

HbbTV

CSF realizuje prodej kampaní HbbTV ve vysílání TVP podle aktuálně vydávaného ceníku a nabídek.

Cena kampaně se určuje podle počtu objednaných reklamních pozic – HbbTV spotů, tedy časového pásma, kdy je HbbTV aplikace aktivní. Tedy, kdy se ve vysílání zobrazí „tlačítko“ nebo banner s proklikem divákovi právě jednou = 1 HbbTV spot. Zadavatel pak zaplatí za celkový počet pozic (HbbTV spotů. Výkonnost/cena se počítá podle ukazatele počtu impresí/zobrazení. Cena obsahuje odvysílání tlačítka či aktivního banneru v délce 15 sec..

Zadávání a naplňování obchodních smluv a objednávek kampaní

Závazné smlouvy o spolupráci/realizaci kampaní na TVP mohou být uzavírány následujícími dvěma způsoby:

a/ v podobě standardní smlouvy o spolupráci na dobu určitou, týkající se vysílání reklamních spotů, teleshoppingu, sponzoringu či speciálních operací;

b/ potvrzením závazné objednávky o vysílání reklamních spotů, teleshoppingu, sponzoringu či speciálních operací, která detailně určuje podmínky a parametry vysílání kampaně.

Plnění smluv o spolupráci probíhá prostřednictvím realizace podepsané smlouvy, resp. potvrzené objednávky za podmínek daných těmito Všeobecnými smluvními podmínkami.

II. Zadávání a potvrzení objednávek

1. CSF připraví na základě zadání klienta návrh závazné objednávky a předloží ho klientovi k doplnění a potvrzení.

2. Objedávka musí obsahovat především následující parametry:

a) název obchodní firmy, sídlo (adresu), IČO klienta. Objedávku je možno přijmout pouze s přesným uvedením názvu či jména inzerenta, požadujícího zveřejnění kampaně, doplněné o prezentovaný výrobek či službu.

b) délku trvání kampaně;

c) délku, resp. další klíčové charakteristiky spotu;

- d) objednávaný počet spotů;
e) a případně balíček vybraných TVP, jenž jsou předmětem objednávky;
f) specifikace TVP, na kterých má být kampaň vysílána;
g) kalkulovanou cenu kampaně;
h) v případě potřeby může být návrh objednávky kampaně realizované v modelu Spotového ceníku doplněn vysílacím plánem kampaně s přesným popisem umístění jednotlivých součástí kampaně ve vysílání TVP;
i) v případě, že inzerovaný produkt či službu inzerenta není možno ze zákonných důvodů komunikovat na TVP orientovaných na dětskou či nezletilou část populace, není možné pro účely objednávky využít TVP zaměřený na dětskou populaci.
3. Objednávka je považována za závaznou a platnou v momentě, kdy je klientem podepsána a doručena do CSF. Všechny návrhy objednávek, které nebudou ze strany klienta potvrzeny do 5 pracovních dnů od jejich doručení klientovi, je CSF oprávněna zrušit.
4. Objednávky na běžný měsíc je třeba dodat do 3. dne v předcházejícím měsíci. Později přijaté objednávky musí být dodány nejpozději 9 dní před vysláním.
5. Klient nese plnou zodpovědnost vůči CSF v souvislosti se závazky plynoucími z uzavřené smlouvy nebo potvrzené objednávky, včetně odpovědnosti za včasnou platbu ceny za odvysílání kampaně.
6. Naplňování objednávek: Objednávky uskutečněné v systému Spotového ceníku se považují za splněné v případě odvysílání objednaného počtu spotů na TVP a v pásmech objednanému vysílacímu plánu. CSF je povinna dodržet pásmo.
7. Objednávka musí být zaslána pro každý kalendářní měsíc zvlášť.

Vypovězení smlouvy, přerušení vysílání kampaní

1. V případě, že si klient přeje zrušit již závazně potvrzené vysílání kampaně, musí tak učinit zasláním písemného oznámení, které musí být CSF doručeno nejpozději 10 pracovních dnů před prvním dnem vysílání daným uzavřenou smlouvou nebo potvrzenou objednávkou. V případě, že toto oznámení doručeno není, má klient povinnost objednanou kampaň uhradit v plném rozsahu.
2. V případě, že si klient přeje přerušit či upravit vysílanou kampaň (např. změnou vysílacího plánu či obměnou vysílacích materiálů), provede CSF požadovanou úpravu do 6 pracovních dnů po doručení žádosti o přerušení či úpravu kampaně.

III. Cenové podmínky

Ceník

1. Ceník reklamního vysílání na TVP pro obchodní model Pásmový/Spotový ceník je CSF vydáván jako měsíční vždy nejpozději 1. den měsíce, který předchází měsíci, kdy ceník vstupuje v platnost.
2. Ceník je vytvářen pro jednotlivé TVP a balíčky v nabídce CSF.

Délkové koeficienty

3. Ceny uvedené ve zveřejněných cenících se vztahují ke 30 - sekundovým reklamním spotům. V případě sponzoringových spotů jsou ceny vydávány pro 10 - sekundový sponzoringový spot. V případě teleshoppingu se stanovuje délka a cena dohodu.
4. Pro reklamní spoty jiných délek se cena vypočítá jako cena 30 - sekundového reklamního spotu násobená příslušným koeficientem, které jsou uvedeny níže:

Délka spotu	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60
Koeficient	0,5	0,77	0,9	0,95	1	1,25	1,45	1,6	1,75	1,9	2

5. Pokud je kampaň složena z více reklamních spotů, posuzuje se každý samostatně.
6. Dodá-li klient reklamní spot jiné délky, než je uvedeno ve výše uvedené tabulce, bude pro výpočet ceny použit tabulkový koeficient nejbliže vyšší.

Sezónní koeficienty

7. Ceny reklamních spotů uvedené ve zveřejněném ceníku jsou násobeny příslušným sezónním koeficientem dle měsíce, kdy je vysílána kampaň. Dané koeficienty jsou uvedeny níže:

Měsíc	leden	únor	březen	duben	květen	červen	červenec	srpen	září	říjen	listopad	1.-20.12. / 21.-31.12.
Koeficient	0,8	0,85	1,2	1,4	1,4	1,25	0,8	0,8	1,25	1,4	1,4	1,2 / 0,8

Dodatečné poplatky, přírázky, slevy

8. V případě požadavku klienta na speciální umístění reklamního spotu na konkrétní místo reklamního bloku navýší CSF cenu vysílání takto:
- a) o 20% v případě vysílání reklamního spotu na první pozici reklamního bloku;

- b) o 20% v případě vysílání reklamního spotu na poslední pozici reklamního bloku;
9. V případě umístění dvou nebo více produktů nebo služeb v jednom reklamním spotu nebo za jmenování jiných inzerentů v rámci jednoho spotu navýší CSF cenu o 20% za každý další výrobek, službu či inzerenta.
10. V případě žádosti o rozložení vysílání reklamních spotů klienta do konkrétních časových pásem či přímo konkrétních časů bude v rámci prodejních balíčků aplikován příplatek ve výši 20%.
11. V případě, že na základě plnění smlouvy klient písemně požádá CSF o změnu spočívající v:
- a) nahrazení reklamního spotu; nebo
 - b) změně vysílacího času reklamního spotu; nebo
 - c) změně dnů a/nebo denní doby vysílání reklamních spotů, jako důsledek včasného nedodání vysílacích materiálů; nebo
 - d) změně TVP, na které jsou reklamní spoty vysílány
- a CSF navrhované změny schválí, naučtuje si dodatečný poplatek ve výši 20%.

IV. Fakturace

1. Cena CSF za vysílání kampaně na TVP provozovaných CSF je definována v uzavřené smlouvě nebo potvrzené objednávce.
2. Závazek klienta zaplatit CSF cenu vzniká v okamžiku odvysílání kampaně. Za okamžik odvysílání kampaně se považuje (i) okamžik, kdy byla kampaň odvysílána, nebo (ii) okamžik, kdy kampaň měla být odvysílána, ale odvysílána nebyla z důvodů na straně klienta.
3. Veškeré ceny budou zvýšeny o DPH dle příslušných sazeb. CSF z tohoto důvodu vystaví pro všechny platby faktury s náležitostí daňového dokladu.
4. Faktury (daňové doklady) jsou vystavovány do týdne po odvysílání reklamní kampaně dle bodu 2. tohoto článku.
5. CSF je oprávněna před vysíláním kampaně požadovat zaplacení zálohy až do plné výše sjednané ceny za vysílání kampaně včetně případné DPH.
6. Splatnost faktur je 15 kalendářních dní po vystavení faktury. CSF se zavazuje doručit klientovi faktury nejpozději 5 dnů před koncem splatnosti. Úhradou se rozumí připsání plné výše sjednané ceny na účet CSF. Úrok z prodlení za každý den činí 0,05% z dlužné částky.
7. CSF si vyhrazuje právo nezahájit objednané a potvrzené vysílání kampaně a/nebo přerušit vysílání již zahájené kampaně v případě, že klient je v prodlení s úhradou splatných finančních závazků vůči CSF. Dále klient odpovídá v takovémto případě za škody, které uvedeným neplněním CSF vzniknou.
8. Přímé platby ze zahraničí jsou hrazeny v Euro nebo USD ve výši od povídající fakturované částce v přepočtu dle oficiální devizového kurzu vyhlášeného ČNB v den fakturace. Bankovní poplatky vyplývající z převodu kontrahovaných částek ze zahraničí jsou hrazeny výlučně klientem. Za platbu nelze považovat vystavení šeku či směnky bez příslušného převedení platby na účet CSF.

V. Vysílací materiály a podklady

Doručení a přijetí vysílacích materiálů

1. Vysílání kampaně může být zrealizováno po bezchybném a včasném doručení vysílacích materiálů pro vysílání do CSF.
2. Vysílací materiály musí splňovat Technické požadavky vydané společností CSF, s nimiž byl klient seznámen. Vysílací materiály splňující Technické požadavky budou vysílány v případě, že jejich obsah neporušuje platné zákony ČR ani jiné země, ve které příslušný TVP vysílá.
3. CSF si vyhrazuje právo vysílací materiály (reklamní spoty, teleshoppingové spoty a bloky, sponzorské vzkazy) posoudit a nezařadit do vysílání, pokud by jejich odvysíláním došlo k:
 - a) Porušení obecně závazných právních předpisů, zejména zákona č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, zákona č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, a zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele;
 - b) Porušení povinností stanovených licencemi k provozování televizního vysílání udělenými CSF Radou pro rozhlasové a televizní vysílání;
 - c) Možnému postihu CSF ze strany třetích osob (např. vzhledem k autorskoprávním či nekalosoutěžním sporům); a
 - d) Ohrožení oprávněných zájmů CSF ve vztahu k třetím osobám.
4. Klient je povinen zajistit na své vlastní náklady dodání vysílacích materiálů na místo specifikované CSF, a to minimálně 7 kalendářních dnů před prvním dnem vysílání kampaně daným uzavřenou smlouvou nebo potvrzenou objednávkou
5. V případě, že klient nezajistí dodání vysílacích materiálů řádně a včas nebo kampaň nemůže být vysílána z důvodů uvedených v bodu 3. tohoto článku, má CSF nárok na uhrazení plné ceny takto nerealizované kampaně. V této souvislosti nebude mít klient nárok na žádné odškodnění.
6. CSF si vyhrazuje právo nepokračovat ve vysílání kampaně v případě, že po spuštění vysílání kampaně objeví některou z vad uvedenou v bodu 3. tohoto článku nebo za jiných okolností uvedených v těchto Všeobecných smluvních podmínkách.

7. Vysílací materiály musí obsahovat pro každý reklamní spot, teleshoppingový spot, teleshoppingový blok a sponzorský vzkaz zvlášť AKA kód a hudební sestavu v rozsahu stanoveném CSF. V případě že se tak nestane, CSF si vyhrazuje právo nechat takový vysílací materiál označit na náklad objednavatele.

8. Veškeré nosiče s vysílacími materiály předané klientem CSF zůstávají vlastnictvím klienta. CSF se zavazuje tyto nosiče skladovat s péčí schovatele během účinnosti uzavřené smlouvy nebo potvrzené objednávky, ručí za ně však pouze do výše jejich prokazatelné pořizovací hodnoty. Klient se zavazuje převzít nosiče s vysílacími materiály po ukončení vysílání kampaně dle uzavřené smlouvy nebo potvrzené objednávky nebo po skončení účinnosti uzavřené smlouvy nebo potvrzené objednávky. V případě, že si klient nosiče s vysílacími materiály nepřevzme ani po uplynutí šesti (6) měsíců po odvysílání poslední části kampaně dle uzavřené smlouvy nebo potvrzené objednávky, případně po ukončení účinnosti uzavřené smlouvy nebo potvrzené objednávky, je CSF oprávněna takové nosiče s vysílacími materiály zničit.

VI. Obsah vysílaných kampaní, práva třetích stran

1. V rámci dětského TVP nesmí být odvysílány ty kampaně, které jsou v rozporu s podmínkami vysílání pro dětské diváky (např. propagace alkoholických nápojů, sexuálních služeb, kampaně obsahující spoty způsobící ohrozit fyzický, psychický nebo mravní vývoj dětí a mladistvých apod.).

2. Klient je plně odpovědný za obsahovou stránku dodaných spotů a zavazuje se plně odškodnit CSF v souvislosti s veškerými nároky jakékoli povahy uplatňovanými třetími osobami vůči CSF v důsledku obsahu dodaných a vysílaných spotů. Toto ustanovení se týká především případných nároků uplatňovaných v souvislosti s právem na ochranu osobnosti, soutěžním právem, jakož i právem nekalé soutěže, právem autorským a právy s ním souvisejícími, právy průmyslovými a právy na označení původu a jakýmkoli dalšími právy, jakož i veškerých dalších nákladů, které vzniknou CSF v souvislosti s uplatněním nároků třetích osob ve smyslu tohoto článku.

3. Klient uzavřením smlouvy nebo potvrzením objednávky závazně zaručuje, že řádně získal veškerá práva a vypořádal veškeré honoráře a odměny všech vlastníků práv v souvislosti s výrobou a vysíláním spotů na TVP, s výjimkou provozovacích práv k hudebním dílům s textem nebo bez textu vytvořeným autory zastupovanými OSA. Klient odpovídá CSF za pravdivost uvedených záruk. Oprávnění k užití hudebních děl autorů zastupovaných OSA ve vysílání TVP zajistí CSF prostřednictvím OSA a rovněž prostřednictvím OSA vypořádá provozovací honoráře autorů chráněné hudby a textu zastupovaných OSA uvedených v hudební sestavě spotu za vysílání spotu na TVP.

4. Pokud je ve spotu užitá chráněná hudba, klient závazně zaručuje, že získal a uhradil synchronizační práva k veškeré chráněné hudbě užitě ve spotu, tj. že získal oprávnění k užití hudby při výrobě spotu; pokud se jedná o chráněnou hudbu vytvořenou autory nezastupovanými OSA, rovněž práva k vysílání spotu na TVP. Pokud je ve spotu užit jakýkoli zvukový záznam, klient zaručuje, že od výrobců a výkonných umělců získal oprávnění k užití zvukového záznamu při výrobě spotu a jeho užití ve vysílání TVP a vypořádal oprávněné nároky výrobců zvukových záznamů a výkonných umělců za uvedené užití. Klient závazně prohlašuje, že ve spotu není užit zvukový záznam vyrobený k obchodním účelům, v případě nepravdivosti tohoto prohlášení je klient povinen uhradit CSF případnou škodu, vzniklou uplatněním oprávněných nároků výrobců zvukových záznamů vyrobených k obchodním účelům a souvisejících s výrobou spotu a nároků výkonných umělců souvisejících s výrobou spotu a rovněž uplatněním nároků výrobců a výkonných umělců souvisejících s vysíláním spotu na TVP (včetně nároků uplatňovaných za tyto držitele práv prostřednictvím kolektivního správce INTERGRAM při výkonu povinné kolektivní správy práva na odměnu výrobcům a výkonných umělcům za vysílání spotu na TVP). Klient odpovídá CSF za pravdivost uvedených záruk a prohlášení.

5. Klient se zavazuje na vyžádání CSF předložit kopie příslušných smluv prokazujících vypořádání nároků všech držitelů práv ve shora uvedeném rozsahu.

6. CSF je na základě vznesené stížnosti na právní vady spotu oprávněna přerušit vysílání kampaně, a to bez odpovědnosti za jakékoliv škody způsobené klientovi a bez porušení práva na plnou cenu.

7. Klient souhlasí s tím, že pokud jsou TVP šířeny prostřednictvím satelitního přenosu, může být obsah vysílání včetně spotů přijímán v různých zemích.

8. CSF může být zodpovědná za neodvysílání spotu pouze v případě, že tento fakt je důsledkem pochybení na straně CSF. V takovém případě CSF nemá nárok na odsouhlasenou cenu. Zodpovědnost CSF je v ostatních případech vyloučena.

VII. Odpovědnost za škody

1. Klient nese plnou odpovědnost za to, že vysílání kampaně nezpůsobí CSF škodu.

2. Klient stvrzuje, že je CSF povinen odpovídajícím způsobem poskytnout odškodnění v plné výši, včetně všech výdajů, ztrát a ušlého zisku v případě, že CSF utrpí jakoukoliv újmu, bude penalizována z jakéhokoliv důvodu a/nebo ztratí povolení nebo licenci pro výkon své obchodní činnosti v důsledku toho, že kampaně je v rozporu s těmito Všeobecnými smluvními podmínkami, např. je v rozporu s platnými právními předpisy nebo porušuje zákonem chráněná práva třetích stran.

3. V případě, že bude s CSF v důsledku vysílání kampaně klienta zahájeno správní řízení, je klient povinen na své vlastní náklady spolupracovat s CSF a dodat jí všechny požadované informace a dokumenty k umožnění zajištění nejlepší možné obrany.

VIII. Odpovědnost CSF za vady ve vysílání kampaní

1. Klient je povinen vady ve vysílání kampaně uplatnit u CSF písemně ve lhůtě do 1 měsíce od vysílání obsahujícího vadu. Po uplynutí této lhůty není CSF povinna brát na zřetel na případné uplatnění vad ve vysílání kampaně.
2. Vysílání kampaně je vadné, pokud nebyla odvysílána vůbec nebo v nedostatečné kvalitě.
3. V případě, že klient uplatní vady včas, má nárok požadovat pouze slevu z ceny vysílání kampaně. Uplatněný nárok klient nemůže měnit bez souhlasu CSF.

IX. Změny ve Všeobecných smluvních podmínkách

1. Případné změny ve Všeobecných smluvních podmínkách budou klientovi včas oznámeny. CSF má povinnost informovat klienta o změnách Všeobecných smluvních podmínek s předstihem 1 měsíce.
2. Pokud klient nedodá CSF písemné prohlášení, že změny ve Všeobecných smluvních podmínkách neakceptuje, do 14 dnů od doručení oznámení CSF o změně Všeobecných smluvních podmínek, je toto považováno za souhlas klienta s upraveným zněním Všeobecných smluvních podmínek.

X. Závěrečná ustanovení

1. Česká verze těchto Všeobecných smluvních podmínek je závazná. V případě sporu rozhoduje česká verze.
2. Tyto Všeobecné smluvní podmínky jsou nedílnou součástí smlouvy uzavírané mezi klientem a CSF, ať již formou smlouvy o spolupráci nebo potvrzené objednávky.
3. Smluvní vztah mezi CSF a klientem se řídí právním řádem České republiky a případné spory, které nebudou urovnány smírnou cestou, budou rozhodovány věcně a místně příslušnými soudy.
4. Veškeré záležitosti, které nejsou Všeobecnými smluvními podmínkami upraveny, se řídí platnými právními předpisy ČR.

XI. Terminologie a její výklad

1. CSF: Československá filmová společnost, s.r.o., zapsána v obchodním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze, odd. C, vložka č. 101520, se sídlem Praha 1, Václavské nám. 831/21, PSČ 11360, IČO: 27168425;
2. Televizní programy (TVP) – televizní kanály vysílající na území ČR a SR provozované CSF;
3. Inzerent - subjekt, jehož identita, zboží nebo služby jsou propagovány v kampani;
4. Klient – subjekt (včetně Inzerentů), který pověřuje CSF k vysílání kampaně v komerčním čase TVP. Klienti jsou smluvními partnery CSF na základě Smlouvy o spolupráci a/nebo potvrzené objednávky vysílání kampaně;
5. Kampaň – vysílání reklamních spotů, teleshoppingových spotů, teleshoppingových bloků, sponzorských vzkazů, či jiných forem komerční prezentace v TV vysílání prezentujících inzerenta, jeho zboží nebo služby na TVP podle jednotlivých uzavřených smluv nebo potvrzených objednávek;
6. Vysílací materiály - všechny nosiče, na kterých je reklamní spot, teleshoppingový spot, teleshoppingový blok nebo sponzorský vzkaz určený k vysílání na TVP nahrán nebo uložen;
7. Technické podmínky - současné platné Podmínky pro příjem reklamních spotů, teleshoppingových spotů, teleshoppingových bloků a sponzorských vzkazů;
8. Smlouva o spolupráci - smlouva CSF s klientem; smlouva o spolupráci je plněna prostřednictvím vytvoření a splnění objednávky vysílání kampaně;
9. Potvrzená objednávka kampaně – znamená závaznou neodvolatelnou objednávku, na základě níž se CSF zavazuje zajistit odvysílání kampaně a klient se zavazuje uhradit cenu dle platných podmínek. Objednávku připraví CSF na základě odsouhlasených požadavků klienta.
10. Spot - znamená reklamní spot, teleshoppingový spot, teleshoppingový blok nebo sponzorský vzkaz.

Vydáno dne 1. března 2017