

MEDIA CLUB, s.r.o.,
se sídlem: Praha 8 – Libeň, Na Žertvách 132/24, PSČ 180 00
IČO: 29413982, DIČ: CZ 29413982
zapsaná v obchodním rejstříku u Městského soudu v Praze, oddíl C, vložka 204565

ZVLÁŠTNÍ SMLUVNÍ OBCHODNÍ PODMÍNKY PRO OBCHODNÍ SMLOUVY

I. Předmět úpravy

- 1) Tyto Zvláštní smluvní obchodní podmínky pro Obchodní smlouvy upravují některé definice a závazky z Obchodních smluv uzavíraných mezi MEDIA CLUB, s.r.o. (dále „Dodavatel“) a Objednatelem.
- 2) Nevyplyvá-li z těchto Zvláštních smluvních obchodních podmínek něco jiného, užití se pro Obchodní smlouvy ostatní Obchodní podmínky.

II. Definice

- 1) **„Obchodní smlouvou“** se rozumí smlouva upravující podmínky šíření obchodních sdělení v TV programech či v jiných médiích zastupovaných Dodavatelem, kterou se Objednatel zavazuje nakupovat reklamní plnění v určité minimální hodnotě pro určité období.
- 2) **„Garantovaným obdobím“** se rozumí období, pro které se Objednatel zavazuje nakupovat reklamní plnění dle Obchodní smlouvy, a případně též období před uzavřením Obchodní smlouvy, pro které se nákupy reklamního plnění ze strany Objednatele považují za Nákupy reklamního plnění 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, rozhlas či internet.
- 3) **„Nákupem reklamního plnění“** 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 v rozhlasu mezi Dodavatelem a Objednatelem, přičemž Dodavateli musí vzniknout nárok na zaplacení sjednané ceny (popř. sponzorského příspěvku).
- 4) **„Celkovou garancí“** se rozumí minimální hodnota reklamního plnění vyjádřená v Kč bez DPH, kterou se Objednatel zavazuje investovat do Nákupu reklamního plnění dle Obchodní smlouvy. Podle toho, na který typ média se vztahuje, se Celková garance v Obchodní smlouvě označuje jako Celková garance TV, rozhlas či internet. Celková garance pro daný typ média není součástí Celkové garance pro jiný typ média (např. Celková garance rozhlas či internet není součástí Celkové garance TV).
- 5) **„Off-prime garancí“** se rozumí procentuální vyjádření takového podílu z celkové garance ponížené 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.
- 6) **„Plánováním ze strany Dodavatele“** se rozumí procentuální vyjádření takového podílu z celkového objemu ratingových bodů objednaných Objednatelem dle Obchodní smlouvy, kterého umístění podléhá výhradně možnostem Dodavatele. Dodavatel bude usilovat o takové umístění, které bude v souladu s celkovým charakterem příslušné kampaně.
- 7) **„Nákupní cílovou skupinou“** se rozumí cílová skupina, ve které je Objednatel povinen GRP či TRP nakupovat.
- 8) **„TV Bundle“** se rozumí režim rozložení na jednotlivých TV programech, který si Objednatel zvolil a který je pro něj závazný.
- 9) **„Garancí channel group“** se rozumí závazek Objednatele nakupovat reklamní plnění dle Obchodní smlouvy na jednotlivých televizních programech provozovaných či zastupovaných Dodavatelem v poměru stanoveném platným a účinným ceníkem Dodavatele a dle Obchodní smlouvy. „Odchylkami“

dle Obchodní smlouvy se rozumí odchylky Garance channel group dle Obchodní smlouvy od poměru televizních programů stanoveného platným a účinným ceníkem Dodavatele, přičemž odchylka je vyjádřena v procentních bodech a součet odchylek dle jednotlivých položek je rovný nule. „Ostatními programy“ se rozumí televizní programy zastupované Dodavatelem vyjma programů provozovaných FTV Prima, spol. s r.o. (dále „FTV Prima“). Garance channel group je součástí Celkové garance. Podmínky a přípustný rozsah změn v poměru televizních programů v ceníku, které Dodavatel může v průběhu garantovaného období provést, jsou popsány v ceníku platném a účinném ke dni uzavření Obchodní smlouvy. Objednatel s těmito podmínkami a přípustným rozsahem souhlasí.

- 10) **„Garanci další média“** se rozumí minimální výše částky vyjádřené v Kč bez DPH, kterou se Objednatel zavazuje vynaložit jako příspěvky na vysílání pořadů Dodavatele 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 FTV Prima a/nebo na nákup obchodních sdělení v tiskových médiích provozovaných FTV Prima a/nebo na nákup obchodních sdělení formou HbbTV a/nebo na nákup obchodních sdělení v rozhlasových médiích obchodně zastupovaných Dodavatelem. Garance další média je součástí Celkové garance.
- 11) **„Garanci low season“** se rozumí minimální výše částky vyjádřené v Kč bez DPH, kterou se Objednatel zavazuje vynaložit na Nákup reklamního plnění v období leden, únor, červenec, srpen a období od 25. do 31. prosince. Garance low season je součástí Celkové garance.
- 12) **„Základní cenou“** se rozumí cena vyjádřena v Kč bez DPH, která vyplývá z Ceníku v návaznosti na Celkovou garanci TV.
- 13) **„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 30 sekund, 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.
- 14) **„Slevou new bizz“** se rozumí závazek Dodavatele poskytnout Objednateli na základě toho, že v posledních čtrnácti měsících před uzavřením Obchodní smlouvy nenakupoval u Dodavatele reklamní plnění pro klienta, slevu z Klientské CPP nebo k Základní ceně, není-li CPP v Obchodní smlouvě uvedena, ve výši odpovídající procentu v Obchodní smlouvě uvedenému. Sleva new bizz bude aplikovaná pouze na reklamní plnění do výše nebo pro období v Obchodní smlouvě uvedených, podle toho, která z uvedených skutečností nastane dříve.
- 15) **„CPP new bizz“** se rozumí cena účtovaná Dodavatelem na reklamní plnění do výše nebo pro období tam uvedených, podle toho, která z uvedených skutečností nastane dříve. Její výše je stanovena jako Klientská CPP upravená o Slevu new bizz. Údaj o CPP new bizz má v případě rozporu přednost před údaji o slevách vyjádřených v procentech.
- 16) **„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.
- 17) **„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.
- 18) **„Sezónními indexy“** se rozumí závazek Dodavatele uplatňovat indexy pro přepočtení ceny podle sezóny, ve které je ratingový bod odvysílán, a to ve vztahu k 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.
- 19) **„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 k 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.
- 20) **„Stopážovým indexem“** se rozumí závazek Dodavatele uplatňovat indexy pro přepočtení ceny pro jiné stopáže spotu než 30 sekund 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.

- 21) **„Indexy pro cílové skupiny“** se rozumí závazek Dodavatele uplatňovat indexy pro přepočtení ceny podle cílové skupiny, ve které Objednatel objednává ratingové body dle Obchodní smlouvy, a to ve vztahu k Klientské CPP resp. k CPP new bizz nebo k Základní ceně, pokud CPP není v Obchodní smlouvě uvedena. Výše indexů pro cílové skupiny se řídí ceníkem Dodavatele platným a účinným v den přijetí objednávky.
- 22) **„Kumulací stopáží“** se rozumí závazek Dodavatele v případě, že Objednatel objedná reklamní spot rozdělený na dvě 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.
- 23) **„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 umísťovat spoty se zvýhodněným pozičním příplatkem oproti Ceníku v dotčeném období rovnoměrně.
- 24) **„Aliančním příplatkem“** se rozumí závazek Dodavatele účtovat u aliančních spotů (propagace dvou a více klientů v rámci jednoho reklamního spotu) příplatek k ceně takových spotů ve výši tam uvedeného procenta z ceny takových spotů a to pouze do takové částky celkové garance, která odpovídá finančnímu vyjádření procenta z celkové garance tam uvedenému.
- 25) **„Obchodními podmínkami“** se rozumí tyto Zvláštní smluvní obchodní podmínky pro Obchodní smlouvy a dále platné a účinné obchodní podmínky vydané Dodavatelem pro šíření obchodních sdělení v daném typu média. „Ceníkem“ se rozumí platný a účinný ceník Dodavatele pro daný typ média. Obchodní podmínky a ceník jsou nedílnou součástí Obchodní smlouvy, avšak nejsou k ní z technických důvodů připojeny.
- 26) **„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 a/nebo Technické podmínky pro zařazení komerčních příspěvků do vysílání TV Barrandov a/nebo technické podmínky jiných provozovatelů televizního vysílání zastupovaných Dodavatelem a/nebo technické podmínky provozovatelů jiných médií zastupovaných Dodavatelem. Technické podmínky jsou nedílnou součástí Obchodní smlouvy, avšak nejsou k ní z technických důvodů připojeny.
- 27) **„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.
- 28) **„Výslednou cenou“** se rozumí cena dílčího plnění poskytnutého dle příslušné konkrétní objednávky na jednotlivé kampaně dle Obchodní smlouvy upravená o smluvní a ceníkové přírázky a srážky.
- 29) **„Bonusovými garantovanými GRP“** se rozumí procentuální vyjádření podílu bonusových, Dodavatelem garantovaných GRP z celkového objemu ratingových bodů objednaných Objednatelem. Dodavatel si vyhrazuje právo určovat všechny okolnosti dodání těchto GRP dle svých potřeb a možností v rámci Garantovaného období.
- 30) **„Bonusovými negarantovanými GRP“** se rozumí procentuální vyjádření podílu bonusových, Dodavatelem negarantovaných GRP z celkového objemu ratingových bodů objednaných Objednatelem. 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.
- 31) **„Smluvní pokutou celkové garance“** se rozumí povinnost Objednatele zaplatit Dodavateli v případě porušení závazku celkové garance (TV či rozhlas či internet či tisk) smluvní pokutu, jejíž výše je dána procentní sazbou uvedenou v Obchodní smlouvě ze základu, jímž je finanční rozdíl té které Celkové garance a skutečně nakoupeného reklamního plnění (rozdíl je počítán z cen v Kč bez DPH). Tato smluvní pokuta je splatná do 15 kalendářních dní od posledního dne Garantovaného období. V případě, že Objednatel poruší svůj závazek té které Celkové garance v rozsahu nižším, než je míra tolerance vyjádřená v Obchodní smlouvě jako procento ze základu, jímž je ta která Celková garance, právo na tu kterou Smluvní pokutu celková garance Dodavateli nevzniká.
- 32) **„Nabídkou“** se rozumí návrh Dodavatele na uzavření Obchodní smlouvy.

III. Proces a forma uzavírání Obchodních smluv

- 1) Obchodní smlouvy se uzavírají na základě Nabídky učiněné Dodavatelem. Objednatel bere na vědomí, že Nabídka musí mít dle vnitřních předpisů Dodavatele podobu vyplněného vzorového formuláře stanoveného Dodavatelem a musí být platně podepsána osobou k tomu pověřenou za Dodavatele.
- 2) Dodavatel může Objednateli zaslat více Nabídek, z nichž si Objednatel může vybrat tu, která mu vyhovuje nejvíce (pouze jednu, kombinace z různých Nabídek jsou vyloučeny).
- 3) 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 jejím podpisem a doručením Dodavateli v originálu nebo v naskenované kopii e-mailem, případně i prostým e-mailem či konkludentně.
- 4) Nabídku resp. přijetí Nabídky činí osoby k tomu Objednatelem resp. Dodavatelem pověřené.
- 5) Vpisování, škrtnání 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. K jiným změnám v textu se nepřihlíží.

IV. Následky nesplnění některých garancí Objednatele

- 1) V případě, že Objednatel nesplní **Celkovou garanci** a pro takový případ není sjednána Smluvní pokuta celková garance, uplatní se čl. IV odst. 23) Smluvních obchodních podmínek pro smlouvy o vysílání obchodních sdělení v programech zastupovaných Media Club.
- 2) V případě, že Objednatel nesplní **Off prime garanci**, ztrácí právo na Slevu off prime. Dodavatel je oprávněn Objednateli v takovém případě zpětně doučtovat cenu bez této slevy. Doučtování proběhne formou opravného daňového dokladu vystaveného Dodavatelem k poslednímu dni garantovaného období dle této smlouvy. Částka doplatku ceny dle opravného daňového dokladu je splatná do 15 dní od data jeho vystavení.
- 3) V případě, že Objednatel nesplní kteroukoliv z **Dalších garancí**, ke které je přiřazena konkrétní sleva v Obchodní smlouvě, ztrácí Objednatel právo na příslušnou slevu dle Obchodní smlouvy. Dodavatel je oprávněn Objednateli v takovém případě zpětně doučtovat cenu bez takovéto slevy. Doučtování proběhne formou opravného daňového dokladu vystaveného Dodavatelem k poslednímu dni garantovaného období dle této smlouvy. Částka doplatku ceny dle opravného daňového dokladu je splatná do 15 dní od data jeho vystavení.
- 4) V případě, že Objednatel nesplní kteroukoliv z **Dalších garancí**, ke které není přiřazena konkrétní sleva v Obchodní smlouvě, je Dodavatel oprávněn vyúčtovat Objednateli smluvní pokutu ve výši 35% z finančního rozdílu příslušné Další garance a skutečně realizovaného plnění dle definice Další garance (rozdíl je počítán z cen v Kč bez DPH).
- 5) V případě, že Objednatel nesplní **Garanci channel group**, je Dodavatel oprávněn Objednateli vyúčtovat k ceně nakoupeného reklamního plnění jednorázovou přírážku, jejíž částka je stanovena jako rozdíl garancí na programy vyjma Prima a skutečně nakoupeného reklamního plnění na těchto programech (rozdíl je počítán z cen v Kč bez DPH). Tato přírážka je splatná na základě opravného daňového dokladu vystaveného Dodavatelem k poslednímu dni garantovaného období dle této smlouvy a částka dle opravného daňového dokladu je splatná do 15 dní od data vystavení dokladu.

V. Platební a další ujednání

- 1) Objednatel bude Dodavateli platit cenu účtovanou v souladu s Obchodní smlouvou. Cena poskytnutého plnění dle příslušné konkrétní objednávky na jednotlivé kampaně podle 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.

- 2) Na faktuře Dodavatel rozepíše všechny rozhodné údaje (cena, přírážky a slevy, základ pro výpočet DPH, sazba DPH, částka DPH, atd.). Objednatel je povinen zaplatit do uplynutí **Lhůty splatnosti**. Cena bude považována za zaplacenou dnem připsání peněžité částky na účet Dodavatele.

VI. Pojmy a definice, závazky stran
--

- 1) Pojmy užívané v Obchodní smlouvě mají význam dle definic obsažených v čl. II. těchto Zvláštních smluvních obchodních podmínek pro Obchodní smlouvy.
- 2) 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.
- 3) Tyto Zvláštní smluvní obchodní podmínky pro Obchodní smlouvy nabývají účinnosti dnem podpisu a platí pro Obchodní smlouvy uzavírané počínaje 1.1.2020.

V Praze dne 29.11.2019

MEDIA CLUB, s.r.o.
Ing. Marek Singer, jednatel

MEDIA CLUB, s.r.o.
Ing. Petr Babulík, jednatel