

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) **„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.
- 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 všechny okolnosti dodání těchto GRP dle svých potřeb a možností v rámci Garantovaného období.
- 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.
- 4) **„Elektronický systém“** znamená internetové rozhraní elektronického poptávkového systému Dodavatele na Reklamní prostor, do kterého Dodavatel umožnil přístup Objednateli za účelem nákupu reklamního plnění.
- 5) **„Celkovou garancí“** se rozumí 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). Objednatel není oprávněn bez předchozí písemné dohody s Dodavatelem objednat reklamní plnění převyšující Celkovou garanci dohodnutou v Obchodní smlouvě. Dodavatel poskytne reklamní plnění převyšující Celkovou garanci dohodnutou v Obchodní smlouvě pouze tehdy, pokud:

- a) Objednatel o svém záměru překročit Celkovou garanci informoval Dodavatele alespoň 3 měsíce předem a zároveň
- b) ohledně reklamního plnění převyšujícího Celkovou garanci dohodnutou v Obchodní smlouvě předem uzavřel s Dodavatelem buď novou Obchodní smlouvu nebo dodatek ke stávající Obchodní smlouvě.

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

6) „Garanci další média“ se rozumí minimální výše částky vyjádřená 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. 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. Pouze na základě výslovné dohody s Dodavatelem mohou být do Garance dalších médií zahrnuty rozhlasové stanice zastupované Dodavatelem. Garance další média je součástí Celkové garance.

7) „Garanci 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.

8) „Garanci low season“ se rozumí minimální výše částky vyjádřená 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.

9) „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. Nemá-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.

10) „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.

11) „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.

12) „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 ke 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.

- 13) „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.
- 14) „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.
- 15) „Nabídkou“** se rozumí návrh Dodavatele nebo Objednatele na uzavření Obchodní smlouvy.
- 16) „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).
- 17) „Nákupní cílovou skupinou“** se rozumí cílová skupina, ve které je Objednatel povinen GRP či TRP nakupovat.
- 18) „Obchodní smlouvou“** se rozumí smlouva upravující podmínky šíření obchodních sdělení v TV programech či v jiných médiích zastupovaných Dodavatelem, kterou se Objednatel zavazuje nakupovat prostřednictvím uzavírání konkrétních Smluv o kampani reklamní plnění v určité minimální hodnotě pro určité období.
- 19) „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.
- 20) „Objednávkou“** se rozumí návrh Objednatele na uzavření Smlouvy o kampani, týkající se výlučně TV programů a obchodních sdělení ve formě Spotů, nezahrnující sponzoring, učiněný způsobem dle těchto Zvláštních smluvních obchodních podmínek.
- 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/objednávku, nedohodne-li se s Dodavatelem výslovně jinak.
- 22) „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.
- 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 umisťovat spoty se zvýhodněným pozičním příplatkem oproti Ceníku v dotčeném období rovnoměrně.
- 24) „PT/OPT indexem“** se rozumí závazek Dodavatele v případě, že plánování ze strany Dodavatele činí 100%, uplatňovat PT/OPT index pro přepočítání ceny u kampaní, které jsou plánovány ze strany Dodavatele, a to ve vztahu ke Klientské CPP, resp. k CPP new biz, 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.
- 25) „Sezónními indexy“** se rozumí závazek Dodavatele uplatňovat indexy pro přepočítání ceny podle sezóny, ve které je ratingový bod odvysílán, a to ve vztahu ke Klientské CPP, resp. k CPP new biz, 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.

26) „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.

27) „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 reklamní plnění 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 reklamní plnění do výše nebo pro období v Obchodní smlouvě uvedených, podle toho, která z uvedených skutečností nastane dříve.

28) „Smluvní pokoutou celkové garance“ se rozumí povinnost Objednatele v případě porušení závazku celkové garance (TV či rozhlas či internet či tisk) zaplatit Dodavateli smluvní pokutu ve výši rozdílu té, které Celkové garance a cenou skutečně nakoupeného reklamního plnění bez DPH, nesjednají-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.

29) „Smlouvou o kampani“ se rozumí smlouva o nákupu reklamního plnění, týkající se výlučně TV programů a obchodních sdělení ve formě Spotů (nezahrnující sponzoring), uzavřená na základě a za podmínek Obchodní smlouvy a Obchodních podmínek.

30) „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.

31) „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 jiných médií zastupovaných Dodavatelem. Technické podmínky jsou nedílnou součástí Obchodní smlouvy, avšak nejsou k ní z technických důvodů připojeny.

32) „TV Bundle“ se rozumí režim rozložení na jednotlivých TV programech, který si Objednatel zvolil a který je pro něj závazný.

33) „Výslednou cenou“ se rozumí cena dílčího plnění poskytnutého dle příslušné konkrétní objednávky na jednotlivé kampaně dle Obchodní smlouvy upravená o smluvní a ceníkové přírážky a srážky.

34) „Základní cenou“ se rozumí cena vyjádřena v Kč bez DPH, která vyplývá z Ceníku v návaznosti na Celkovou garanci TV.

III. Proces a forma uzavírání Obchodních smluv

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

a) prostřednictvím Elektronického systému:

(aa) Vyjednávání se děje v několika časových fázích, tzv. vyjednávacích kolech.

(bb) O začátku a konci kola je Objednatel informován v Elektronickém systému

(cc) Dodavatel zašle prostřednictvím Elektronického systému Objednateli Nabídku. Dodavatel může Objednateli zaslat více Nabídek, z nichž si Objednatel může vybrat tu, která mu vyhovuje

(dd) 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.

(ee) 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.

(ff) 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.

(gg) Dodavatel vyhodnocuje přijetí Závazných nabídek vždy na konci vyjednávacího kola.

(hh) 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 doručen potvrzovací e-mail.

(ii) 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 uvedených e-mailových adresy lze přihlásit do Elektronického systému pomocí platného a účinného hesla, poskytnutého Dodavatelem

(jj) V případě, že Objednatel odešle Dodavateli Protinabídku, Dodavatel v takovém případě může:

(1) činit Objednateli další Nabídku tím že změní některý z parametrů Protinabídky a svůj nový návrh pošle zpět Objednateli a Objednatel následně postupuje podle bodů (dd) až (hh) tohoto čl. 35) písm. a) těchto Obchodních podmínek; nebo

(2) 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 čl. 35) písm. a) bodů (ee) až (hh) těchto 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.

(3) V případě, že Objednatel odešle Dodavateli v reakci na Protinabídku další Protinabídku, postupuje se podle dle tohoto čl. 35) písm. a) bodu (ee) až (hh) těchto

Obchodních podmínek výše. Dodavatel není povinen ani na základě Protinabídky Obchodní smlouvu uzavřít.

(kk) Dodavatel je po uzavření Obchodní smlouvy oprávněn jednostranně doplnit či upřesnit následující parametry Obchodní smlouvy a informovat o tom Objednatele:

- Režim poměru rozložení/alokace obchodních sdělení dle Ceníku Media Clubu.

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.

b) akceptací písemné nabídky Obchodní smlouvy:

(i) Dodavatel zašle Objednateli písemnou Nabídku na uzavření Obchodní smlouvy 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:

1) jejím podpisem oprávněnými zástupci Objednatele a doručením Dodavateli v originálu nebo v naskenované kopii z autorizované e-mailové adresy či jiné e-mailové adresy Objednatele nebo

2) konkludentně (např. učiněním první Objednávky prostřednictvím Elektronického systému nebo předložením první Objednávky dle Nabídky jiným, Dodavatelem odsouhlaseným, způsobem),

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) 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 nebo uzavřením písemného dodatku k Obchodní smlouvě. K jiným změnám v textu se nepřihlíží.

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. odstavce 1) písm. b) bod (iii) výše platí pro přijetí Nabídky na uzavření dodatku k Obchodní smlouvě obdobně.

5) Na základě uzavřené Obchodní smlouvy je Objednatel povinen nakupovat u Dodavatele reklamní plnění v určité minimální hodnotě pro určité období.

6) Objednatel bude reklamní plnění nakupovat následujícím způsobem:

a. prostřednictvím Elektronického systému:

- Objednatel učiní prostřednictvím Elektronického systému Objednávku pro umístění reklamního plnění, a to tak, že v Elektronickém systému prostřednictvím záložky "Objednávky" vybere a vyplní: povinné údaje: délku spotu, počet GRP, deal klienta (číslo nabídky Obchodní smlouvy), produkt, časové období, volitelné/nezávazné požadavky: časové omezení kampaně, datumové omezení kampaně, návrh pozice, návrh Spotlistu a stiskne tlačítko „Odeslat“ či jiné tlačítko s obdobným významem. Po odeslání objednávky je Objednávka pro Objednatele závazná. Výběr konkrétních časů a dat pro umístění reklamního plnění v reklamním prostoru, který Objednatel provede prostřednictvím Elektronického systému, je pouze orientační a Dodavatel není tímto výběrem Objednatele vázán, když konkrétní rozvrh umístění reklamního plnění provede Dodavatel v návaznosti na aktuální volný prostor pro umístění reklamního plnění v Reklamním prostoru.
- Na základě Objednávky zašle Dodavatel Objednateli prostřednictvím systému Elektronického systému potvrzení Objednávky nebo Objednávku odmítne. Smlouva o kampani je uzavřena okamžikem odeslání potvrzení Objednávky Dodavatelem Objednateli
- Na základě potvrzené Objednávky zašle Dodavatel Objednateli Spotlist.

b. prostřednictvím Objednávky na formuláři Dodavatele:

- V případě, že má Objednatel zájem na uzavření Smlouvy o kampani, zašle Dodavateli vyplněnou Objednávku, jejíž formulář je dostupný na webových stránkách Dodavatele (ke dni vydání těchto podmínek se jedná o webové stránky www.media-club.cz), a to e-mailem na adresu, uvedenou na webových stránkách Dodavatele s tím, že ke dni vydání těchto podmínek se jedná o následující adresy: michaela.sebkova@media-club.cz nebo elena.padevetova@media-club.cz nebo monika.stetinova@media-club.cz a Dodavatel je oprávněn tyto adresy jednostranně měnit.
- Objednávka je návrhem na uzavření Smlouvy o kampani. Objednávka je pro Objednatele závazná okamžikem jejího odeslání Dodavateli.
- V případě, že Dodavatel prostřednictvím e-mailu potvrdí Objednávku bez výhrad, je uzavřena Smlouva o kampani.
- Na základě potvrzení Objednávky zašle Dodavatel Objednateli Spotlist.
- V případě, že Dodavatel zašle Objednateli výhrady, návrhy na změny či dodatky k Objednávce, nejedná se o akceptaci Objednávky. V takovém případě Objednatel po vzájemné dohodě zašle Dodavateli novou, upravenou, Objednávku, a to opět prostřednictvím e-mailu. Pokud Dodavatel potvrdí tuto novou Objednávku bez výhrad, je tímto okamžikem uzavřena Smlouva o kampani.

7) Ve Spotlistu, který bude přiložen k potvrzení Objednávky bude navrženo rozmístění reklamního plnění v Reklamním prostoru. Konečné umístění reklamního plnění v Reklamním prostoru se však může od rozvrhu uvedeném ve Spotlistu lišit, když Dodavatel si vyhrazuje právo až 20 % objemu reklamního plnění ve Spotech (nezahrnujícího sponzoring) umístit v Reklamním prostoru odlišně od rozvrhu uvedeného ve Spotlistu, a to dle vlastního výběru s ohledem na aktuální volný prostor v Reklamním prostoru.

8) Objednávku je Objednatel povinen zaslat Dodavateli nejpozději do konce Lhůty pro přijetí objednávky. Na Objednávku odeslanou po skončení Lhůty pro přijetí objednávky není Dodavatel povinen brát zřetel. V případě, že bude mít Dodavatel zájem akceptovat Objednávku učiněnou po uplynutí Lhůty pro přijetí objednávky, tak [Objednávku přijme buď prostřednictvím Elektronického systému (pošle Objednateli e-mailovou notifikaci o přijetí Objednávky) nebo Dodavatele informuje o přijetí Objednávky e-mailem.

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. 25) 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 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.
- 4) V případě, že Objednatel nesplní kteroukoliv z dalších v Obchodní smlouvě sjednaných garancí **než těch uvedených v odst. 1, 2 a 3 výše**, ke které je přiřazena konkrétní sleva, 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.
- 5) V případě, že Objednatel nesplní kteroukoliv z dalších v Obchodní smlouvě sjednaných garancí **než těch uvedených výše v odst. 1, 2 a 3 výše**, ke které není přiřazena konkrétní sleva, 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).

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 a Ceníku.
- 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 jsou součástí Obchodních smluv, jejichž účinnost nastane počínaje dnem 1.1.2023.

V Praze dne 30.11.2022

MEDIA CLUB, s.r.o.

Ing. Marek Singer, jednatel

Ing. Vladimír Pořízek, jednatel