

ZMLUVNÉ PODMIENKY
VYSIELANIA MEDIÁLNEJ KOMERČNEJ KOMUNIKÁCIE V PROGRAMOVÝCH SLUŽBÁCH
(2025)

1. MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. je vysielateľom:
 - a) televíznej programovej služby TV MARKÍZA (ďalej len „**TV MARKÍZA**“);
 - b) televíznej programovej služby DOMA (ďalej len „**DOMA**“);
 - c) televíznej programovej služby DAJTO (ďalej len „**DAJTO**“);
 - d) televíznej programovej služby MARKÍZA KRIMI (ďalej len „**MARKÍZA KRIMI**“);
 - e) televíznej programovej služby MARKÍZA KLASIK (ďalej len „**MARKÍZA KLASIK**“);na základe autorizácií udelených Radou pre mediálne služby ako orgánom príslušným v zmysle zákona č. 264/2022 Z.z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (ďalej len „**zákon o mediálnych službách**“).

2. MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. je na základe zmluvného vzťahu s TV NOVA s.r.o. (IČO: 458 00 456) výhradne oprávnená uzatvárať zmluvy na vysielanie reklamy, telenákupu, umiestňovanie produktov a sponzorovanie programov vysielaných televíznou programovou službou
 - a) NOVA INTERNATIONAL č.j. RRTV/69/2016-FIA (ďalej len „**NOVA INTERNATIONAL**“);
 - b) NOVA SPORT 3 SK č.j. RRTV/8635/2021-kus (ďalej len „**NOVA SPORT 3 SK**“);
 - c) NOVA SPORT 4 SK č.j. RRTV/8636/2021-kus (ďalej len „**NOVA SPORT 4 SK**“);
 - d) NOVA SPORT 5 SK č.j. RRTV/1443/2024-blu (ďalej len „**NOVA SPORT 5 SK**“);vysielaných na území SR na základe licencií na televízne vysielanie v zmysle rozhodnutí Rady pro rozhlasové a televízni vysílání.

(ďalej len TV MARKÍZA, DOMA, DAJTO, MARKÍZA KRIMI, MARKÍZA KLASIK, NOVA INTERNATIONAL, NOVA SPORT 3 SK, NOVA SPORT 4 SK, NOVA SPORT 5 SK spoločne pre účely týchto Zmluvných podmienok ako „**programové služby**“ alebo jednotlivo ako „**programová služba**“).

1. ÚVODNÉ USTANOVENIA

- 1.1 Tieto Zmluvné podmienky vysielania mediálnej komerčnej komunikácie v programových službách (ďalej ako „**Zmluvné podmienky**“) sú neoddeliteľnou súčasťou nasledovných typov zmlúv :
 - Rámcová zmluva („**Rámcová zmluva**“)
 - Zmluva na vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie („**Vysielacia zmluva**“)
(Vysielacia zmluva, Rámcová zmluva ďalej len ako „**zmluva**“)Tieto Zmluvné podmienky nadobúdajú platnosť spolu so zmluvou. Jednotlivé ustanovenia Zmluvných podmienok sa nebudú uplatňovať len v prípade, ak je v zmluve dohodnuté inak (v zmysle § 273 ods. 2 Obchodného zákonníka) alebo ak je ich použitie v zmluve výslovne vylúčené.
- 1.2 Pre účely Zmluvných podmienok, „cena“ znamená celkovú cenu za plnenie bez DPH, dohodnutú v zmluve (ďalej ako „**cena**“).
- 1.3 Pre účely Zmluvných podmienok, „MS“ znamená MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o., IČO: 31 444 873 (ďalej ako „**MS**“).
- 1.4 Akýkoľvek odkaz v týchto Zmluvných podmienkach na pojem „Obchodný zákonník“ je odkazom na zákon číslo 513/1991 Zb., Obchodný zákonník, v aktuálnom znení.

2. POJMY

Pre účely zmlúv a Zmluvných podmienok budú mať nižšie uvedené pojmy nasledujúci význam:

cieľová skupina (ďalej aj ako „**CS**“) sa rozumie špecifikovaná časť zo všetkého obyvateľstva vo veku 14 – 56 rokov vrátane hostí (t.j. osoba, ktorá sleduje televíziu v danej domácnosti a nie je členom domácnosti, resp. členom peplemetrového panela), VOSDAL + 3 kalendárne dni („viewing on same day as live“, t.j. odložená sledovanosť programu zo záznamu v rovnaký deň ako živé vysielanie programu v televízii vrátane odloženej sledovanosti do troch kalendárnych dní nasledujúcich po dni živého vysielania programu v televízii).

Cost Per Point (ďalej ako „**CPP**“) sa rozumie cena Net Net (v eurách) na získanie jedného net GRP.

Gross rating point (ďalej aj ako „**GRP**“) sa rozumie televízni diváci vyjadrení ako hrubé percento z celkového počtu potenciálnych divákov, ktorý vyjadruje hodnotu reklamného bloku v CS, stanovenú na základe minútových dát prieskumu sledovanosti vykonávaného spoločnosťou Kantar Slovakia s.r.o. na základe priemernej sledovanosti daného reklamného bloku (tzv. break average).

GRPs demand sa rozumie odhadovaný objem GRP, ktorý zadávateľ predikuje odobrať v príslušnom kalendárnom mesiaci.

klientom zadávateľa (ďalej aj ako „**klient**“) sa rozumie fyzická alebo právnická osoba, ktorá písomne poverila zadávateľa (t.j. agentúru) na nákup mediálnej komerčnej komunikácie vo vysielaní MS.

Markíza group sa rozumie multikanálová komunikácia na programových službách TV MARKÍZA, DOMA, DAJTO, MARKÍZA KRIMI, MARKÍZA KLASIK a NOVA INTERNATIONAL alebo samostatne na ktorejkoľvek programovej službe z uvedených.

Markíza group GRP (ďalej aj ako „**MG GRP**“) sa rozumie GRP predávané na programových službách Markíza group a prípadne ďalších potencionálnych programových službách s meranou sledovanosťou.

mediálnou komerčnou komunikáciou sa rozumie zvuková, obrazová alebo audiovizuálna informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby alebo dobrú povesť osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť a je poskytovaná ako súčasť programu alebo videa vytvoreného užívateľom alebo sprevádza program alebo video vytvorené užívateľom za odplatu alebo za podobnú protihodnotu alebo na účely vlastnej propagácie alebo je reklamnou programovou službou. Mediálna komerčná komunikácia zahŕňa najmä reklamný oznam, telenákup, sponzorovanie, umiestňovanie produktov.

Memorandum o cenových podmienkach sa rozumie obchodné podmienky, ktorými sa upravujú alebo dopĺňajú podmienky Rámcovej zmluvy. Zadávatel' môže uzavrieť s MS nasledovné druhy Memoránd o cenových podmienkach:

- 1) **Memorandum MG** – upravuje podmienky pre zadávateľa alebo klienta zadávateľa na zmluvné obdobie, dohodnuté v Rámcovej zmluve
- 2) **Memorandum šport** – dopĺňa podmienky Rámcovej zmluvy a Memoranda MG, ak bolo zmluvnými stranami uzavreté o obchodné podmienky dohodnuté pri vysielaní v ňom uvedených programových službách NOVA SPORT SK
- 3) **Memorandum projekt** – dopĺňa podmienky Rámcovej zmluvy a Memoranda MG, ak bolo zmluvnými stranami uzavreté o obchodné podmienky sponzorovania alebo PP dohodnuté pre konkrétny program/projekt v ňom identifikovaný.

(Memorandum MG alebo Memorandum šport alebo Memorandum projekt, ďalej aj ako „**Memorandum**“) Podmienky Memoranda majú prednosť pred ustanoveniami Rámcovej zmluvy a Zmluvných podmienok. Memorandum je neoddeliteľnou súčasťou Rámcovej zmluvy. Každý typ Memoranda sa čísluje podľa poradia jeho vzniku, pričom typ Memorandum s najvyšším číselným označením má prednosť pred Memorandom s nižším číselným označením. Memorandum na rôzne projekty sa označuje názvom projektu/programu a jeho číslom (napr. Memorandum Lets Dance 1). Podmienky dohodnuté v Rámcovej zmluve alebo v Memorande sú následne reflektované vo Vysielacej zmluve. V prípade, že zadávateľ realizuje nákup vysielania mediálnej komerčnej komunikácie pre jeho klienta, tak Memorandum upravuje aj označenie klienta na ktorého sa podmienky Memoranda vzťahujú. Ak nebolo dohodnuté inak, tak pre účely indikácie plnenia garantovaného rozpočtu sa u klienta zadávateľa zohľadňuje rozpočet, ktorý sa vzťahuje k základnému CPP v Obchodnom modeli, ak nebolo so zadávateľom pre príslušného klienta uzavreté Memorandum MG alebo iný typ Memoranda, ktorý indikuje započítavanie uvedeného plnenia do garantovaného rozpočtu.

net GRP sa rozumie prepočet GRP na 30 sekundový šot po zohľadnení dĺžky, času a spôsobu nasadenia šotu (uplatnenie šot indexu, indexu časti dňa, TOP break indexu a ďalších príp. zliav a prirážok).

Net Net sa rozumie cena, ktorá nezahŕňa DPH.

Obchodným modelom sa rozumejú základné podmienky nákupu mediálnej komerčnej komunikácie na obdobie príslušného kalendárneho roka, ktorý je zverejnený na obchod.markiza.sk (ďalej ako „**Obchodný model**“).

Off Prime Time (ďalej aj ako „**OFF**“) sa rozumie vysielačací čas plánovaný medzi 23.00 až 16.59 hod.

predikovaný rating sa rozumie odhadovaný rating stanovený Centrom reklamy MS pred odvysielaním reklamného bloku. Predikovaný rating sa zaokrúhľuje na jedno desatinné miesto.

Prime time (ďalej aj ako „**PT**“) sa rozumie vysielačací čas plánovaný medzi 17.00 až 22.59 hod.

reklamnou kampaňou alebo **kampaňou** sa rozumie poskytnutie reklamného času pre účely odvysielania mediálnej komerčnej komunikácie v objeme a rozsahu určenom vo Vysielacej zmluve alebo v MS potvrdenej objednávke. V rámci služieb podľa predchádzajúcej vety poskytuje MS zadávateľovi aj služby špecifikované v bode 4.3.3 týchto Zmluvných podmienok.

reklamným časom sa rozumie poskytnutie času vo vysielačích programových služieb, pre potreby vysielačích šotov v rámci časového rozsahu daného zákonom o mediálnych službách.

reklamou alebo **reklamným oznamom** sa rozumie akékoľvek verejné oznámenie, vysielačie programovými službami za odplatu v zmysle zákona o mediálnych službách v platnom znení, ktorého zámerom je podporiť predaj, nákup alebo nájom tovaru alebo služieb vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov alebo dosiahnuť iný účinok sledovaný zo strany zadávateľa.

sponzorovaním sa rozumie plnenie určené na priame alebo nepriame financovanie programu, programovej služby, audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, platformy na zdieľanie videí alebo videa vytvoreného užívateľom s cieľom propagovať názov alebo obchodné meno, ochrannú známku, dobrú povesť, tovary alebo aktivity osoby, ktorá také plnenie poskytnie.

sponzorským odkazom sa rozumie

- a) uvedenie názvu, obchodného mena alebo mena a priezviska sponzora, ktorý plnenie poskytol, alebo
- b) zobrazenie loga sponzora alebo uvedenie odkazu na výrobok alebo službu sponzora.

šotom sa rozumie krátke reklamné alebo telenákupné oznámenie zaradené do reklamného bloku alebo telenákupného pásma (ďalej ako „**šot**“).

telenákupom sa rozumie priama ponuka vysielačie verejnosti s cieľom poskytnúť tovar alebo služby vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov za odplatu. Telenákup môže mať formu:

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

tandemovým šotom sa rozumie buď

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

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

všetkým obyvateľstvom sa rozumie celé slovenské obyvateľstvo v domácnostiach s televíziou.

3. NÁKUPNÝ PROCES MEDIÁLNEJ KOMERČNEJ KOMUNIKÁCIE - PODMIENKY

Základným predpokladom k uzatvoreniu zmluvného vzťahu, týkajúceho sa vysielania mediálnej komerčnej komunikácie medzi MS a fyzickými alebo právnickými osobami (ďalej v jednotnom čísle len ako „zadávateľ“) je zadanie záväznej objednávky zo strany zadávateľa formou emailovej komunikácie kontaktnej osobe MS. Záväzná objednávka musí byť podpísaná oprávnenou osobou zadávateľa (štatutárnym orgánom príp. inou osobou na to splnomocnenou, pričom túto skutočnosť je zadávateľ povinný MS preukázať) a okrem presnej identifikácie zadávateľa (názov, sídlo, IČO, DIČ, IČ DPH, atď.) musí obsahovať:

- špecifikáciu typu mediálnej komerčnej komunikácie (reklama, PP, sponzoring, telenákup)
 - a. v prípade reklamy
 - špecifikáciu, na ktorej programovej službe je kampaň objednávaná (za dodržania podmienky percentuálneho rozdelenia podľa bodu 3.1.1 Zmluvných podmienok)
 - časovú špecifikáciu kampane
 - špecifikáciu stopáží v prípade šotov
 - finančný rozpočet (cenu)
 - počet objednaných GRPs, rozdelených na GRPs v PT a GRPs v OFF
 - CPP na daný mesiac na základe cenovej ponuky MS vychádzajúcej z Obchodného modelu alebo Memoranda MG, ak bolo uzavreté medzi stranami
 - b. v prípade sponzorovania
 - špecifikáciu, na ktorej programovej službe je kampaň objednávaná
 - časovú špecifikáciu kampane
 - špecifikáciu stopáží v prípade sponzorských odkazov
 - finančný rozpočet (cenu)
 - počet objednaných GRPs, rozdelených na GRPs v PT a GRPs v OFF okrem floatingových balíkov
 - CPP na daný mesiac na základe cenovej ponuky MS vychádzajúcej z Obchodného modelu alebo príslušného typu Memoranda, ak bolo uzavreté medzi stranami
 - c. v prípade telenákupu
 - špecifikáciu, na ktorej programovej službe je kampaň objednávaná
 - časovú špecifikáciu kampane
 - špecifikáciu stopáží v prípade šotov
 - jednotkovú cenu za 1 minútu vysielania
 - d. v prípade PP
 - špecifikáciu na ktorej programovej službe je PP objednávaný
 - názov programu
 - cenu za vysielanie PP v zmysle cenovej ponuky MS.

Zadávateľ môže nakupovať reklamný čas na vysielanie reklamy na základe nasledovného spôsobu nákupu šotov:

- 1) **garantované šoty** - 100% šotov plánovaných zadávateľom, pričom cena kampane sa vypočítava ako násobok CPP a predikovaný rating objednaných šotov. Cena reklamného plnenia pre účely fakturácie sa vypočítava po odvysielaní kampane ako násobok CPP a reálne dosiahnutých net GRP.
- 2) **kombinované šoty** - 80% šotov plánovaných zadávateľom, 20% šotov plánovaných výhradne MS. Cena plnenia sa vypočítava ako súčet finančnej hodnoty šotov plánovaných zadávateľom a hodnoty doplňovanej časti kampane plánovanej MS. V prípade, ak MS nedodá Zadávateľovi celkový požadovaný počet GRP, tak MS vyfakturuje Zadávateľovi hodnotu reálne dosiahnutých net GRP, t.j. cena reklamného plnenia pre účely fakturácie sa vypočíta ako násobok CPP a reálne dosiahnutých net GRP. V prípade ak objednané vysielanie kampane bude časovo limitované rozsahom piatich (5) kalendárnych dní prípadne kratším alebo v rozsahu 20 GRP a menej, MS má právo realizovať takúto kampaň spôsobom nákupu garantovaných šotov.

- 3) Pevné šoty** - 100% šotov plánovaných zadávateľom, pričom cena kampane sa vypočítava ako násobok CPP a predikovaný rating objednaných šotov. Cena reklamného plnenia pre účely fakturácie sa vypočíta po odvysielaní kampane ako násobok CPP a predikovaných ratingov.

Spolu so záväznou objednávkou je zadávateľ povinný na vyžiadanie MS doručiť výpis z obchodného registra, či iného registra, nie starší ako 3 mesiace príp. iný doklad preukazujúci skutočnosti uvádzané zadávateľom.

V prípade, ak zadávateľom záväznej objednávky na vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie v prospech klienta je agentúra, agentúra je povinná okrem objednávky s vyššie uvedenými náležitosťami predložiť MS zároveň

- výhradné písomné poverenie pre agentúru na nákup mediálnej komerčnej komunikácie vystavené klientom,
- doklad, že zadávateľ má reklamnú činnosť, resp. sprostredkovanie predaja reklamy v predmete činnosti, a
- uvedenie údajov o klientovi v rozsahu - názov, sídlo, IČO, DIČ, IČ DPH, atď..

Pre účely vylúčenia pochybností, akceptácia záväznej objednávky na vysielanie reklamy alebo telenákupu alebo sponzorovania zo strany MS je realizovaná formou vystavenia Vysielacej zmluvy.

Záväzné objednávky na mediálnu komerčnú komunikáciu obsahom ktorej sú farmaceutické produkty, musia obsahovať aj špecifikáciu produktu s uvedením, či daný produkt je liekom uvedeným v databáze registrovaných liekov vedenej Štátnym ústavom pre kontrolu liečiv.

Záväzné objednávky prijíma MS na obdobie jednotlivých mesiacov kalendárneho roka vopred, pokiaľ neurčí iné obdobie. MS realizuje predaj mediálnej komerčnej komunikácie len počas pracovných dní.

3.1 REKLAMA

3.1.1 Zadávateľ berie na vedomie, že s účinnosťou od **1.1.2025** bude reklamná kampaň zadávateľa realizovaná v súlade s nasledovne stanoveným percentuálnym (%-ným) rozdelením disponibilných GRP medzi programovými službami Markíza group:

- 67% predikovaných GRP v rámci programovej služby TV MARKÍZA,
- 8% predikovaných GRP v rámci programovej služby DOMA a NOVA INTERNATIONAL (z toho 7% DOMA a 1% NOVA INTERNATIONAL),
- 11% predikovaných GRP v rámci programovej služby DAJTO,
- 9% predikovaných GRP v rámci programovej služby MARKÍZA KRIMI,
- 5% predikovaných GRP v rámci programovej služby MARKÍZA KLASIK.

MS si vyhradzuje právo zmeny percentuálneho podielu podľa predchádzajúcej vety (celkom maximálne 3 krát v priebehu kalendárneho roka). Zmena percentuálneho rozdelenia MG GRP na jednotlivých programových službách Markíza group bude písomne oznámená zadávateľovi, s ktorým MS uzavrela Rámcovú zmluvu, minimálne 45 dní pred začiatkom mesiaca, v ktorom bude nové percentuálne rozdelenie aplikované. V prípade spustenia vysielania novej televíznej programovej služby sa MS zaväzuje Zadávateľovi v prípade spustenia novej televíznej programovej služby písomne oznámiť názov a termín spustenia jej vysielania, ako aj model MG GRP rozdelenia programových služieb, a to najmenej 14 dní vopred. MS nie je povinná oznamovať zadávateľovi zmenu percentuálneho rozdelenia MG GRP jednotlivých programových služieb Markíza group, ak dôjde k zníženiu MG GRP jednotlivej programovej služby do 10% aktuálneho percentuálneho rozdelenia danej programovej služby.

3.1.2 V prípade programových služieb Markíza group MS sleduje celkový objem objednaných GRP pre jednotlivé mesiace kalendárneho roka na základe záväzných objednávok zadávateľov a predikovaných ratingov. V prípade, že celkový objem GRP na základe predikovaných ratingov v danom kalendárnom mesiaci je nižší ako celkový objem GRP objednaných zadávateľmi, pričom tento v jednotlivom prípade presahuje počet GRP v Memorande MG (tzv. GRPs dopyt), môže MS záväzné objednávky zadávateľov odmietnuť s požiadavkou na úpravu objemu GRP, ak jednotlivý zadávateľ neuplatnil premium rezerváciu v zmysle bodu 3.1.3 Zmluvných podmienok. Pre

účely vylúčenia pochybností premium rezerváciu môže zadávateľ uplatniť len do výšky GRPs dopytu daného mesiaca.

- 3.1.3** V prípade, že celkový objem GRP na základe predikovaných ratingov v danom kalendárnom mesiaci je nižší ako celkový objem GRP objednaných zadávateľmi v záväznej objednávke, MS môže poskytnúť zadávateľom možnosť premium rezervácie, ktorou sa rozumie príplatok vo výške určeného percenta (%) zo základného CPP v príslušnom kalendárnom mesiaci bez odmietnutia záväznej objednávky zo strany MS, postupom v zmysle tohto bodu Zmluvných podmienok (ďalej len „**premium rezervácia**“). Výška príplatku za premium rezerváciu je stanovená v Rámcovej zmluve uzavretej so zadávateľom (ďalej ako „**príplatok za premium rezerváciu**“). MS informuje zadávateľov o limitovanom objeme premium rezervácií formou emailu. V prípade, ak má zadávateľ záujem o premium rezerváciu do výšky GRPs demand daného mesiaca, je povinný ju uplatniť čo najskôr, nie však neskôr ako do 3 pracovných dní od doručenia informácie o možnosti premium rezervácie MS. Závádzateľ je povinný uplatniť premium rezerváciu formou potvrdenia v emaily zaslanom kontaktnej osobe v MS. MS môže odmietnuť uplatnenú premium rezerváciu zadávateľa v prípade, ak by jej akceptáciou došlo k presahu celkového objemu premium rezervácie MS v danom kalendárnom mesiaci. Objem uplatnenej premium rezervácie MS sleduje a vyhodnocuje v závislosti od momentu doručenia uplatnenia premium rezervácie zo strany zadávateľa.
- 3.1.4** V prípade, že záväzná objednávka zadávateľa spĺňa podmienky stanovené v článku 3. týchto Zmluvných podmienok, tak MS v termíne do 10 pracovných dní od prijatia záväznej objednávky akceptuje záväznú objednávku, a to formou vystavenia Vysielacej zmluvy. Zasláním Vysielacej zmluvy na emailovú adresu kontaktnej osoby zadávateľa, začína plynúť doba rezervácie času vysielania zadávanej mediálnej komerčnej komunikácie. **Doba rezervácie je 10 dní odo dňa odoslania Vysielacej zmluvy a predstavuje alokáciu reklamného času pre zadávateľa v konkrétnom reklamnom bloku** (ďalej len „**doba rezervácie**“). V priebehu doby rezervácie je zadávateľ povinný podpísať Vysielaciu zmluvu a v rámci tejto lehoty zaslať podpísanú Vysielaciu zmluvu kontaktnej osobe MS. Ak nedošlo v rámci doby rezervácie k podpisu Vysielacej zmluvy oprávnenou osobou zadávateľa, uplynutím doby rezervácie sa Vysielacia zmluva automaticky ruší a zadávateľ je povinný uhradiť MS **rezervačný poplatok** vo výške
- 3.1.4.1 50% z ceny mediálnej komerčnej komunikácie vo Vysielacej zmluve, na základe faktúry vystavenej MS, ak nedošlo k podpisu Vysielacej zmluvy oprávnenou osobou zadávateľa v období medzi prvým (1.) až piatym (5.) dňom doby rezervácie alebo
- 3.1.4.2 100% z ceny mediálnej komerčnej komunikácie vo Vysielacej zmluve, na základe faktúry vystavenej MS, ak nedošlo k podpisu Vysielacej zmluvy oprávnenou osobou zadávateľa medzi šiestym (6.) dňom doby rezervácie až desiatym (10.) dňom pred začiatkom mesiaca, ktorého sa Vysielacia zmluva týka.
- 3.1.5** Ak oprávnená osoba zadávateľa v rámci doby rezervácie podpísala Vysielaciu zmluvu a po podpise Vysielacej zmluvy zadávateľ požaduje zmeniť požadovaný počet GRP, MS upraví počet GRP vo Vysielacej zmluve a zadávateľ je povinný uhradiť MS rezervačný príplatok, ktorý bude zodpovedať 40% sumy rozdielu GRP v záväznej objednávke a podpísanej Vysielacej zmluve, na základe faktúry vystavenej MS, pokiaľ sú tieto úpravy v súlade s aktuálnou ponukou MS. Pre účely kalkulácie hodnoty GRP sa aplikuje základné CPP v zmysle Obchodného modelu MS zverejneného na internetovej stránke obchod.markiza.sk, ak nebolo dohodnuté v Memorande MG inak.
- 3.1.6** V prípade, ak zadávateľ zašle MS záväznú objednávku v lehote menej ako 24 hod. pred vysielaním šotu, MS pripraví na podklade záväznej objednávky v tento deň Vysielaciu zmluvu, ktorú zašle na emailovú adresu kontaktnej osoby zadávateľa. Zasláním návrhu Vysielacej zmluvy zo strany MS, začína plynúť skrátená doba rezervácie času vysielania zadávanej mediálnej komerčnej komunikácie, ktorá končí v ten istý deň (ďalej ako „**oneskorená rezervácia**“). V prípade, ak zadávateľ nepodpíše Vysielaciu zmluvu v deň rezervácie, je povinný uhradiť MS rezervačný poplatok vo výške v zmysle bodu 3.1.4.2 Zmluvných podmienok. Ak sa Zmluvné strany nedohodnú inak, za oneskorenú rezerváciu je MS oprávnená účtovať zadávateľovi príplatok vo výške určeného percenta (%) z CPP podľa Vysielacej zmluvy v programových službách daného kalendárneho mesiaca (ďalej ako „**príplatok za oneskorenú rezerváciu**“).
- 3.1.7** Výlučne v priebehu doby rezervácie je zadávateľ oprávnený vykonávať záväzné úpravy reklamného času zadávanej reklamy, pokiaľ tieto sú v súlade s aktuálnou ponukou reklamného času programovej služby Markiza group a ďalej obsiahnutými podmienkami MS. Pre účely vylúčenia pochybností, v prípade úpravy Vysielacej zmluvy v zmysle tohto bodu, sa opakovane neuplatňuje doba rezervácie v zmysle bodu 3.1.4 Zmluvných podmienok, ale oprávnená osoba zadávateľa je povinná podpísať Vysielaciu zmluvu do uplynutia pôvodnej doby rezervácie.

3.2 TELENÁKUP

V prípade, že záväzná objednávka zadávateľa spĺňa podmienky stanovené v článku 3. týchto Zmluvných podmienok, tak MS v termíne do 10 pracovných dní od prijatia záväznej objednávky akceptuje záväznú objednávku, a to formou vystavenia Vysielacej zmluvy.

3.3 SPONZOROVANIE

V prípade, že záväzná objednávka zadávateľa spĺňa podmienky stanovené v článku 3. týchto Zmluvných podmienok, tak MS v termíne do 10 pracovných dní od prijatia záväznej objednávky akceptuje záväznú objednávku, a to formou vystavenia Vysielacej zmluvy.

3.4 SPOLOČNÉ USTANOVENIA K NÁKUPNÉMU PROCESU MEDIÁLNEJ KOMERČNEJ KOMUNIKÁCIE

3.4.1 V prípade akceptácie záväznej objednávky zadávateľa zo strany MS na PP a/alebo po podpise Vysielacej zmluvy zo strany oprávnenej osoby zadávateľa na vysielanie reklamy alebo telenákupu alebo sponzorovania, sa dohodnuté podmienky stávajú záväznými pre obe zmluvné strany a nie je možné ich zo strany zadávateľa jednostranne meniť.

3.4.2 MS si vyhradzuje právo neakceptovať záväznú objednávku v prípade PP alebo neuzatvoriť so zadávateľom Vysielaciu alebo Rámcovú zmluvu v prípade reklamy alebo telenákupu alebo sponzorovania najmä:

- a) ak voči zadávateľovi bolo začaté trestné stíhanie,
- b) ak na majetok zadávateľa je vyhlásený konkurz alebo tu je odôvodnený predpoklad, že na zadávateľa bude podaný návrh na vyhlásenie konkurzného alebo reštrukturalizačného konania,
- c) v prípade podania návrhu oprávneného na vykonanie exekúcie z majetku zadávateľa,
- d) ak zadávateľ v priebehu predchádzajúcich plnení porušil povinnosti vyplývajúce zo zmluvy alebo Zmluvných podmienok (napr. neuhradil faktúry riadne a včas alebo jeho konaním dochádza k poškodzovaniu dobrej povesti MS),
- e) MS nie je objektívne schopná splniť podmienky zadávateľa uvádzané v záväznej objednávke (napr. vypredanosť reklamného času),
- f) ak by podľa uváženia MS odvysielaním šotu alebo sponzorského odkazu s ohľadom na jeho pôvod, obsah alebo formu mohlo dôjsť:
 - i. k porušeniu všeobecne záväzných právnych predpisov, najmä zákona č. 264/2022 Z.z. o mediálnych službách, zákona č. 147/2001 Z.z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákona č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa, zákona č. 185/2015 Z.z. Autorský zákon, zákona č. 270/1995 Z.z. o štátnom jazyku SR, Obchodného zákonníka, Občianskeho zákonníka a Ústavy SR,
 - ii. k porušeniu týchto Zmluvných podmienok,
 - iii. k porušeniu licenčných podmienok stanovených v autorizáciách na vysielanie programových služieb,
 - iv. k možnému postihu MS zo strany tretích osôb (napr. majiteľov práv, orgánov štátnej správy, osôb dotknutých nekalosúťažným konaním a pod.),
 - v. k porušeniu oprávnených záujmov MS najmä vo vzťahu k tretím osobám, ostatným vysielateľom a iným právnym subjektom, nie však výlučne, v prípade ak šot predstavuje mediálnu komerčnú komunikáciu konkurenta MS alebo služby konkurujúcej službe MS, nie však výlučne napr. programovej službe, audiovizuálnej mediálnej službe na požiadanie atď., alebo služby prevádzkovateľa retransmisie, ktorý zároveň nie je poskytovateľom retransmisie programových služieb,
 - vi. k rozporu s dobrými mravmi či zásadami poctivého obchodného styku,
 - vii. nekalosúťažnému konaniu.

3.4.3 Ak po podpise Vysielacej zmluvy (v prípade reklamy alebo telenákupu alebo sponzorovania)

3.4.3.1 sa zadávateľ rozhodne šot alebo sponzorský odkaz už doručený MS v uvedenom znení neodvyselať, ale požaduje odvyselať náhradný šot alebo sponzorský odkaz, ak takáto zmena nebude mať vplyv na dohodnutú cenu, je zadávateľ povinný požiadať o túto zmenu MS písomne najneskôr 5 pracovných dní pred začatím prvého vysielania šotu alebo sponzorského odkazu a doručiť MS náhradný šot alebo sponzorský odkaz v lehote v zmysle bodu 4.1 Zmluvných podmienok. Ak zadávateľ

- a. dodá náhradný šot alebo sponzorský odkaz po uplynutí lehoty na dodanie šotu v bode 4.1 Zmluvných podmienok, najneskôr však do 24 hodín pred začatím prvého vysielania šotu alebo sponzorského odkazu, má MS nárok na zaplatenie príplatku za oneskorené dodanie šotu alebo sponzorského odkazu (ďalej ako „**príplatok za oneskorené dodanie šotu alebo sponzorského odkazu**“) vo výške stanovenej v Rámcovej zmluve, alebo
- b. nedodá náhradný šot alebo sponzorský odkaz v lehote v zmysle bodu 4.1 Zmluvných podmienok, považuje sa toto konanie zadávateľa za podstatné porušenie Vysielacej zmluvy, pričom MS nezodpovedá za neuskutočnenie príslušných plnení (neodvysielanie nedoručeného šotu alebo sponzorského odkazu), ktoré sa nemohli uskutočniť v dôsledku nesplnenia/porušenia povinností zadávateľa a MS má nárok na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 100% ceny prislúchajúcej za vysielanie daného šotu alebo sponzorského odkazu. Tým nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody presahujúcej zmluvnú pokutu.

3.4.3.2 MS zistí, že na základe pokladov doručených v zmysle bodu 4.1 Zmluvných podmienok by odvysielaním šotu alebo sponzorského odkazu mohla nastať niektorá zo skutočností uvedených v písm. f) bodu 3.4.2 Zmluvných podmienok, pričom nápravu stavu je možné dosiahnuť výmenou vadného šotu alebo sponzorského odkazu, MS vyzve zadávateľa na dodanie upraveného alebo náhradného šotu alebo sponzorského odkazu, ktorý je zadávateľ povinný dodať do 36 hodín pred začatím prvého vysielania šotu alebo sponzorského odkazu. Ak zadávateľ upravený alebo náhradný šot alebo sponzorský odkaz

- i. nedodá do 36 hodín pred začatím prvého vysielania šotu alebo sponzorského odkazu, ale dodá šot alebo sponzorský odkaz do 24 hodín pred začatím prvého vysielania, MS má nárok na zaplatenie **príplatku za oneskorené dodanie šotu alebo sponzorského odkazu** vo výške stanovenej v Rámcovej zmluve alebo
- ii. nedodá do 24 hodín pred začatím prvého vysielania šotu alebo sponzorského odkazu, považuje sa takéto konanie zadávateľa za podstatné porušenie zmluvy zo strany zadávateľa. MS má právo v takomto prípade vadný šot alebo sponzorský odkaz neodvyselať a nezodpovedá za neuskutočnenie príslušných plnení (neodvysielanie šotu alebo sponzorského odkazu), ktoré sa nemohli uskutočniť v dôsledku nesplnenia/porušenia povinností zadávateľa, pričom MS má právo na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 100% ceny prislúchajúcej za vysielanie daného šotu alebo sponzorského odkazu. MS je zároveň oprávnená okamžite odstúpiť od zmluvy bez akýchkoľvek sankčných postihov zo strany zadávateľa. Tým nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody presahujúcej zmluvnú pokutu.

3.4.4 V prípade, ak Arbitrážna komisia Rady pre reklamu ako samoregulačného orgánu, ktorého je MS členom (ďalej len „**Komisia**“) uloží MS sankciu za nedodržanie pravidiel Opčného protokolu k Etickému kódexu reklamnej praxe (ďalej len „**Protokol**“) alebo Etického kódexu, je MS oprávnená postupovať v zmysle nariadenia Komisie (t.j. šírenie mediálnej komerčnej komunikácie zadávateľa skončiť alebo v šírení mediálnej komerčnej komunikácie zadávateľa nepokračovať alebo zadávateľa vyzvať, aby mediálnu komerčnú komunikáciu upravil, v stanovenej lehote). V prípade, že šot je možné upraviť a zadávateľ s úpravou súhlasí, MS vyzve zadávateľa na dodanie upraveného alebo náhradného šotu alebo sponzorského odkazu, ktorý je zadávateľ povinný dodať najneskôr do 24 hodín pred termínom uplynutia lehoty podľa predchádzajúcej vety. V prípade, že zadávateľ MS náhradný šot alebo sponzorský odkaz nedodá do 24 hodín pred začatím vysielania šotu alebo sponzorského odkazu, považuje sa takéto konanie zadávateľa za podstatné porušenie zmluvy zo strany zadávateľa a MS postupuje v zmysle písm. ii. bodu 3.4.3.2 Zmluvných podmienok.

4. PODMIENKY PRE ZARADENIE ŠOTU/SPONZORSKÉHO ODKAZU DO VYSIELANIA A CENOVÉ PODMIENKY

4.1 ŠOTY A SPONZORSKÉ ODKAZY

4.1.1 Materiál na vysielanie kampane (t.j. rozpis vysielania šotov/sponzorských odkazov, Sprievodnú dokumentáciu šotu/sponzorského odkazu, dodanie t.j. nahranie šotu/sponzorského odkazu na FTP server MS) je zadávateľ povinný doručiť MS na vlastné náklady a riziko, najneskôr do 3 pracovných dní pred začatím prvého vysielania kampane, a to do 9,00 hod. na mailovú adresu zodpovednej osoby MS (konkrétny traffic manager Centra reklamy). Pre účely týchto Zmluvných podmienok sa doručením šotu/sponzorského odkazu považuje jeho nahranie na FTP server MS. Šoty/sponzorské odkazy musia vyhovovať „Technickým podmienkam na zaradenie mediálnej komerčnej komunikácie do vysielania v programových službách“ zverejnených na internetovej stránke obchod.markiza.sk.

- 4.1.2** Zadávateľ je povinný najneskôr spolu s nahraním šotu/sponzorského odkazu na FTP server, dodať na mailovú adresu zodpovednej osoby MS (emailová adresa konkrétneho traffic managera Centra reklamy) riadne vyplnenú a oprávnenou osobou podpísanú Sprievodnú dokumentáciu šotu/sponzorského odkazu (vrátane uvedenia emailovej adresy zodpovednej osoby zadávateľa) na vysielanie v danej programovej službe, vrátane písomnej špecifikácie nasadenia šotu v danej programovej službe, ak zadávateľ dodáva viac ako jeden šot/sponzorský odkaz. Nevyhnutnou súčasťou Sprievodnej dokumentácie je zoznam hudby použitej v šote/sponzorskom odkaze, ktorý obsahuje názov použitej skladby vrátane autora hudby, autora textu, interpreta a stopáž použitej hudby. V prípade, že riadne vyplnenú Sprievodnú dokumentáciu šotu/sponzorského odkazu na vysielanie v danej programovej službe zadávateľ nedoručí MS, považuje sa takéto konanie za podstatné porušenie zmluvy zo strany zadávateľa. V takomto prípade je MS oprávnená nezaradiť šot/sponzorský odkaz do vysielania a nezodpovedá za neuskutočnenie príslušných plnení (neodvysielanie šotu), ktoré sa nemohli uskutočniť v dôsledku nesplnenia/porušenia povinností zadávateľa, pričom MS má právo na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 100% ceny prislúchajúcej za vysielanie daného šotu/sponzorského odkazu. Tým nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody presahujúcej výšku zmluvnej pokuty.
- 4.1.3** Zadávateľ zodpovedá za správnosť a úplnosť informácií obsiahnutých v Sprievodnej dokumentácii k dodanému šotu/sponzorskému odkazu v zmysle bodu 4.1.2 Zmluvných podmienok. V prípade, že bude voči MS v dôsledku nesprávnosti uvedených údajov uplatňované akékoľvek plnenie zo strany tretích osôb, zaväzuje sa zadávateľ zaplatiť MS zmluvnú pokutu vo výške preukázateľných nárokov tretích osôb na základe faktúry riadne vystavenej MS v lehote splatnosti v zmysle faktúry, ktorá nesmie byť kratšia ako 30 dní od jej doručenia zadávateľovi. Zaplatením zmluvnej pokuty nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody, ako aj škody presahujúcej zmluvnú pokutu.
- 4.1.4** MS má právo nezaradiť do vysielania šot/sponzorský odkaz, ak nebol nahraný na FTP server MS v zmysle bodu 4.1.1 Zmluvných podmienok. V prípade, ak aj napriek tejto skutočnosti MS zaradí oneskorene dodaný šot/sponzorský odkaz do vysielania, MS nezodpovedá za akékoľvek nedostatky v súvislosti s jeho odvysielaním, ani za škodu vrátane prípadného ušlého zisku, ktoré zadávateľovi alebo tretej strane týmto vzniknú.
- 4.1.5** Porušenie povinnosti zadávateľa v zmysle bodu 4.1.1 alebo 4.1.2 Zmluvných podmienok sa považuje za podstatné porušenie zmluvy. MS je v takomto prípade oprávnená odstúpiť s okamžitou účinnosťou od Vysielacej zmluvy, ako aj od všetkých ostatných zmlúv, ktoré má MS so zadávateľom uzavreté. Tým nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody presahujúcej zmluvnú pokutu.
- 4.1.6** MS je výhradne oprávnená na šírenie šotu/sponzorského odkazu, ktorý vyrobila pre zadávateľa. MS na základe samostatnej písomnej objednávky zadávateľa predloženej najneskôr spolu so záväznou objednávkou na nákup reklamného času vo vysielaní danej programovej služby, vyrobí pre zadávateľa šot/sponzorský odkaz pre jeho výhradné vysielanie v programových službách, príp. zabezpečí predabovanie vyrobeného šotu/sponzorského odkazu do slovenského jazyka tak, aby mohol byť vysielaný v programových službách. Za výrobu alebo predabovanie šotu/sponzorského odkazu je zadávateľ povinný zaplatiť MS sumu stanovenú v potvrdení objednávky MS. V prípade, že vyrobený alebo predabovaný šot/sponzorský odkaz má byť použitý zadávateľom aj na iné účely ako je jeho vysielanie v programových službách, zadávateľ je povinný zaplatiť MS za výrobu alebo predabovanie takéhoto šotu/sponzorského odkazu sumu dohodnutú medzi MS a zadávateľom v osobitnej zmluve. V sume bude na základe takejto osobitnej zmluvy zahrnuté aj finančné vypořádanie s tvorivými pracovníkmi zúčastnenými na výrobe alebo predabovaní šotu/sponzorského odkazu za účelom jeho využitia mimo vysielania programových služieb v zmysle limitácií daných príslušnými ustanoveniami platného autorského zákona.
- 4.1.7** Pokiaľ v programe danej programovej služby nastanú zmeny plánovaného vysielania, uhradí zadávateľ iba skutočne realizované vysielanie reklamy. MS je oprávnená nasadiť šoty s vopred upresnenými pozíciami do vysielania aj v rámci neplánovanej (mimoštruktúrnej) relácie, za podmienky dodržania mediálnych parametrov kampane v rámci konkrétnej Vysielacej zmluvy (predikovaný rating). MS má právo vysielat' z časovo - programových dôvodov aj ďalšie, technologické šoty mimo rámca pevne stanoveného vysielania. Vysielanie týchto šotov závisí plne od prevádzkových možností MS a ich časový rozvrh bude uvedený vo Vysielacej zmluve uzatvorenej medzi MS a zadávateľom. V takomto prípade celková cena za kampaň, uvedená vo Vysielacej zmluve medzi MS a zadávateľom zahŕňa odvysielanie všetkých šotov, vrátane šotov technologických, ktorých cena so zreteľom na ich charakter však nebude vo Vysielacej zmluve osobitne špecifikovaná.
- 4.1.8** V prípade, že zadávateľ nedodrží stopáž šotu/sponzorského odkazu, ktorá je zmluvne potvrdená, je MS oprávnená nezaradiť tento šot/sponzorský odkaz do vysielania, zadávateľ je však povinný uhradiť zmluvne

dohodnutý reklamný čas. V prípade dlhšej stopáže šotu/sponzorského odkazu je MS oprávnená účtovať za predmetný šot/sponzorský odkaz podľa cenového indexu, ktorý prislúcha novej najbližšej dlhšej stopáži.

- 4.1.9** MS si vyhradzuje právo meniť predikované ratingy reklamných blokov, a to najneskôr 5 pracovných dní odo dňa ich zverejnenia v programe pre plánovanie a vyhodnocovanie televíznych reklamných kampaní. MS je povinná o takejto zmene informovať všetkých dotknutých zadávateľov prostredníctvom e-mailovej správy doručenej na adresu kontaktnej osoby zadávateľa.
- 4.1.10** V prípade ak je na ktorýkoľvek šot/sponzorský odkaz vytvorených viac Vysielacích zmlúv v danom mesiaci, MS je povinná dodať Zadávateľovi 100% objednaných GRP's, ktorých celkový počet bude zodpovedať súčtu objednaných GRP's uvedených na všetkých Vysielacích zmluvách vytvorených k tomuto šotu/sponzorskému odkazu v danom mesiaci.
- 4.1.11** Ak vyhodnotením príslušného mesiaca kampane MS zistí, že kampaň pre klienta zadávateľa za hodnotený mesiac bola v prípade kombinovaných šotov/ sponzorských odkazov naddodaná alebo poddodaná o dohodnuté GRP's a zadávateľ zadal objednávku pre identického klienta aj v nasledujúcom kalendárnom mesiaci, MS má možnosť zohľadniť naddodanie alebo poddodanie zadávateľovi u tohto klienta tak, že v nasledujúcom kalendárnom mesiaci zadávateľovi poskytne menší rozsah GRP's o časť, ktorá mu bola za predchádzajúci mesiac naddodaná, alebo mu poskytne väčší rozsah GRP's o časť, ktorá mu bola za predchádzajúci mesiac poddodaná v zmysle tohto bodu Zmluvných podmienok, ak sa so zadávateľom nedohodne inak. Postup MS uvedený v predchádzajúcej vete nemá dopad na rozsah poskytovaných služieb a cenu služieb dohodnutých vo Vysielacej zmluve. Cena plnenia stanovená vo Vysielacej zmluve sa vypočítava z predikovaných ratingov. V prípade, ak zadávateľ už nezadal objednávku pre identického klienta na nasledujúci kalendárny mesiac, cena plnenia sa v prípade nedodania celkového požadovaného počtu GRP zníži v pomere zohľadňujúc nedodané GRP. Rozsah služieb dohodnutý vo Vysielacej zmluve ostáva nezmenený.

4.2 POŽIADAVKY NA OBSAH SPONZORSKÉHO ODKAZU

- 4.2.1** Sponzorský odkaz musí obsahovať označenie sponzora - zadávateľa, pričom musí obsahovať uvedenie názvu, obchodného mena, ak ide o právnickú osobu, alebo meno a priezvisko, ak ide o fyzickú osobu, alebo zobrazenie loga sponzora alebo uvedenie odkazu na výrobok alebo službu sponzora.
- 4.2.2** Sponzorský odkaz musí byť pri sponzorovanom programe umiestnený na začiatku programu, v úvodných titulkoch, počas programu, po prerušení programu, v záverečných titulkoch alebo na konci programu. Z uvedeného vyplýva, že sponzorovaný program musí byť označený sponzorským odkazom minimálne dvakrát.
- 4.2.3** V rámci sponzorského odkazu nesmú byť použité rôzne reklamné slogany a prvky reklamnej kampane zadávateľa. V rámci sponzorského odkazu sa môže uviesť jeden zo známych výrobkov, služby, prípadne ochrannú známku sponzora - zadávateľa. K výrobe sponzorského odkazu nesmie byť použitý zostrihaný šot.
- 4.2.4** Akýkoľvek slogan alebo animácia môže byť použité v sponzorskom odkaze iba za predpokladu, že nebola/neboli súčasťou inej reklamnej kampane na Slovensku. Výnimkou je reklamný slogan, ktorý je platne zaregistrovaný ako ochranná známka na Úrade priemyselného vlastníctva SR.
- 4.2.5** V sponzorskom odkaze môžu byť uvedené (zobrazené) jeden alebo viaceré výrobky alebo služby zadávateľa, ak tento sponzorský odkaz slúži výlučne na identifikáciu sponzora - zadávateľa alebo na zdôraznenie vzťahu medzi programom a jeho sponzorovaním.
- 4.2.6** Sponzorské odkazy vysielané v rámci jedného programu, nemusia byť obsahovo identické (prvý sponzorský odkaz – jeden produkt, druhý sponzorský odkaz – iný produkt, atď.).
- 4.2.7** Sponzorský odkaz musí identifikovať sponzora - zadávateľa a jeho spojenie so sponzorovaným programom (v obraze alebo vo zvuku). Sponzorský odkaz plní primárne funkciu informačnú, t.j. cieľom je informovať diváka o sponzorovaní programu a umožniť mu identifikáciu sponzora – zadávateľa.
- 4.2.8** Sponzorský odkaz nesmie obsahovať prvky typické pre reklamu, z ktorých je zrejмый ich propagačný účel smerujúci k priamej alebo nepriamej propagácii sponzora – zadávateľa, výrobku alebo služby sponzora - zadávateľa. Uvedené zahŕňa vizuálne aj verbálne spôsoby propagácie, najmä pozitívne hodnotenia, expresívne výrazy, slogany použité v reklame alebo výňatky z reklám, ktoré smerujú ku propagácii. V sponzorskom odkaze sa nesmú špecifikovať či propagovať vlastnosti produktu vrátane pozitívnych hodnotení sponzora, jeho výrobku alebo služby.
- 4.2.9** Sponzorský odkaz môže obsahovať informácie o kontakte na sponzora, napr. telefónne číslo, faxové číslo, e-mail alebo adresu webovej stránky sponzora, tieto však nesmú vyzývať recipienta na kontaktovanie sponzora - zadávateľa.

4.3 CENOVÉ PODMIENKY

MS vysiela šoty v reklamných blokoch uvedených v cenníku reklamy danej programovej služby (ďalej len „cenník“) na upresnených pozíciách v rámci reklamného bloku uvedených vo Vysielacej zmluve. MS dodržiava vysielanie šotov/sponzorských odkazov s výnimkou programových zmien. Ceny uvedené v cenníku nezahŕňajú DPH. K fakturovaným čiastkam sa účtuje platná sadzba DPH. Cenník na príslušný kalendárny mesiac je zverejnený na obchod.markiza.sk.

Cena za vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie vychádza buď z platného cenníka alebo ak so zadávateľom bola uzavretá Rámcová zmluva alebo Memorandum, tak z Rámцovej zmluvy alebo príslušného Memoranda podľa druhu požadovanej mediálnej komerčnej komunikácie. Memorandum pre klienta zadávateľa vychádza z rokovani MS a zadávateľa, pričom zohľadňuje podmienky minulej spolupráce so zadávateľom. V prípade zmeny zadávateľa zastupujúceho klienta oproti predchádzajúceму obdobiu, alebo uzavretia zmluvy s klientom napriamo, sa pri určovaní ceny vychádza z cenníka bez ohľadu na podmienky dohodnuté v minulom období.

Pre účely stanovenia základného / base CPP na daný kalendárny rok je možné brať do úvahy rozpočet tvorený súčtom rozpočtov členov jednej Skupiny (ďalej len „Kumulovaný rozpočet“). Výška Kumulovaného rozpočtu sa nepoužije pre jednotlivých členov Skupiny pre účely určenia zľavy z obratu Rámцovej zmluvy alebo akejkoľvek inej formy zľavy. Skupinu tvorí dve alebo viac osôb, medzi ktorými existuje priamo či nepriamo majetkové prepojenie v rozsahu vyššom ako 35 % podielu na základnom imaní alebo inej forme vlastníckeho podielu (ďalej len „Skupina“). Záujem použiť Kumulovaný rozpočet na účely stanovenia základného / base CPP na daný kalendárny rok sú členovia Skupiny povinní spolu s predikciou výšky Kumulovaného rozpočtu a identifikáciou členov Skupiny oznámiť MS najneskôr (i) do **31. januára príslušného kalendárneho roka** alebo (ii) do momentu, kedy v danom roku po prvý krát uzavrie člen Skupiny s MS Rámцovú zmluvu. V prípade, že člen Skupiny oznámi MS záujem aplikovať Kumulovaný rozpočet pre účely stanovenia základného / base CPP na daný kalendárny rok po dátume uvedenom v predchádzajúcej vete pod (i) alebo (ii), nie je MS povinná túto požiadavku akceptovať.

Cena za služby spojené s nasadením kampane vo verejnom záujme je uvedená v obchodnom modeli zverejnenom na obchod.markiza.sk.

Cenník mediálnej komerčnej komunikácie na príslušný mesiac zverejňuje MS 2-týždne pred nadobudnutím jeho účinnosti na internetovej stránke obchod.markiza.sk. Cenník nemá vplyv na cenu dohodnutú v obojstranne podpísanej zmluve (t.j. Vysielacia alebo Rámцová zmluva).

4.3.1 PRÍPLATKY

Príplatky za prémiové pozície v reklamnom bloku:

- Za vyžiadanú prvú pozíciu šotu v reklamnom bloku MS účtuje príplatok vo výške 40% k cene šotu.
- Za vyžiadanú poslednú pozíciu šotu v reklamnom bloku MS účtuje príplatok vo výške 40% k cene šotu.
- Za vyžiadanú druhú pozíciu šotu v reklamnom bloku MS účtuje príplatok vo výške 30% k cene šotu.
- Za vyžiadanú predposlednú pozíciu šotu v reklamnom bloku MS účtuje príplatok vo výške 25% k cene šotu.
- Za tretiu alebo ďalšiu vyžiadanú pozíciu šotu v reklamnom bloku MS účtuje príplatok vo výške 20% k cene šotu.
- Za umiestnenie druhého dielu šotu v rovnakom reklamnom bloku MS účtuje príplatok vo výške, zadanom v bode 4.3.2 „Cenový index tandemových šotov“ tohto článku.

Príplatok za DOUBLEBRAND - Ak sa v šote alebo sponzorskom odkaze objaví v obrazovej alebo zvukovej forme aj produkt, služba, meno alebo logo iného subjektu, ako subjektu, ktorý je uvedený ako zadávateľ (prípadne klient, ak je zadávateľom agentúra), MS je oprávnená účtovať príplatok. V prípade šotu je príplatok vo výške 25% za každý produkt, službu, meno alebo logo iného subjektu k cene prislúchajúcej k vysielaniu daného šotu v dĺžke do 5 sekúnd v 30-sekundovom šote, prípadne v tomto pomere aj pri kratšej stopáži šotu. V prípade sponzorského odkazu je príplatok vo výške 25% za každý produkt, službu, meno alebo logo iného subjektu k cene prislúchajúcej

k vysielaniu daného sponzorského odkazu. Ak takáto prezentácia bude dlhšia, výšku príplatku určí MS po dohode so zadávateľom.

Športový príplatok – je príplatok vo výške percenta (%) k cene šotu nasadený v reklamnom bloku vysielanom pred, počas alebo po exkluzívnom športovom programe na programovej službe určený v Obchodnom modeli.

Príplatok za produktovú exkluzivitu v reklamnom bloku – je príplatok za produktovú (nie segmentovú) exkluzivitu v reklamnom bloku. Produktovú exkluzivitu v reklamnom bloku môže MS poskytnúť zadávateľovi len na základe predchádzajúcej písomnej dohody. V takom prípade je určené percento (%) uvedené Obchodnom modeli.

Príplatok za oneskorenú rezerváciu (bod 3.1.6 Zmluvných podmienok) – je určené percento (%) uvedené v Obchodnom modeli, ktoré sa aplikuje z CPP podľa Vysielacej zmluvy daného kalendárneho mesiaca.

Príplatok za oneskorené dodanie šotu/sponzorského odkazu (bod 3.4.3 Zmluvných podmienok) - je určené percento (%) uvedené v Obchodnom modeli, ktoré sa aplikuje z CPP podľa Vysielacej zmluvy daného kalendárneho mesiaca.

Príplatok za TOP blok – je určené percento (%) uvedené v Obchodnom modeli, ktoré sa aplikuje k PT CPP.

Príplatky za sponzorské odkazy, PP a vyžiadané nasadenie šotu (súborovej reklamy)

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

4.3.2 CENOVÉ INDEXY - reklama

Cenový index šotov rôznych dĺžok:

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

Cenový index tandemových šotov:

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

4.3.3 SLUŽBY REALIZÁCIE KAMPAŇÍ:

Obsahom služby realizácie kampaní je:

- a) Mediálne plánovanie kampaní zadávateľa, t.j. písomne vypracovaný Mediálny plán podľa požiadaviek zadávateľa, doručovaný zadávateľovi pred uzavretím Vysielacej zmluvy alebo potvrdením objednávky MS.
- b) Vyhodnotenie mediálnych aktivít – postbuy kampaní zadávateľa podľa výsledkov prieskumu sledovanosti, doručovaný zadávateľovi vždy ku koncu príslušného kalendárneho mesiaca v zmysle konkrétnej Vysielacej zmluvy alebo potvrdenej objednávky MS.
- c) Poskytovanie informácií o sledovanosti programových služieb a návštevnosti internetových portálov MS vrátane súvisiacich služieb.

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

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

5. PLATOBNÉ A FAKTURAČNÉ PODMIENKY

- 5.1 Podkladom pre úhradu ceny je faktúra vystavená MS. Faktúra bude vystavená a platba realizovaná v eurách, pokiaľ nie je v zmluve dohodnutá iná mena. MS zasiela faktúry v elektronickej podobe z e-mailovej adresy billing@markiza.sk vo formáte PDF na e-mailovú adresu kontaktnej osoby zadávateľa. Faktúra sa považuje za doručení nasledujúci deň po jej odoslaní.
- 5.2 Faktúry vystavuje MS spravidla mesačne. Zadávatel' je povinný každú faktúru uhradiť v lehote 21 dní od dátumu jej vystavenia, pokiaľ sa zmluvné strany nedohodli v zmluve inak. V prípade omeškania zadávateľa s úhradou splatnej ceny má MS právo uplatniť si u zadávateľa a zadávateľ je povinný zaplatiť úrok z omeškania vo výške 0,06% z dlžnej čiastky za každý aj začatý deň omeškania. Neoddeliteľnou prílohou faktúry je rozpis realizovaného vysielania zadanej kampane. Písomné pripomienky k fakturácii je zadávateľ povinný predložiť MS do 5 dní odo dňa doručenia faktúry, v opačnom prípade považuje MS faktúru zo strany zadávateľa za akceptovanú.
- 5.3 MS pred začatím vysielania mediálnej komerčnej komunikácie požaduje od nového zadávateľa alebo od zadávateľa, ktorý v období posledného kalendárneho roka nezakúpil mediálnu komerčnú komunikáciu u MS platbu vopred, a to minimálne v priebehu prvých troch kalendárnych mesiacov spolupráce. Pokiaľ nie je dohodnuté inak, zadávateľ je povinný uhradiť zmluvne dohodnutú cenu na daný mesiac vopred, najneskôr 5 pracovných dní pred začiatkom vysielania mediálnej komerčnej komunikácie v danom mesiaci. V prípade, že zadávateľ neuhradí cenu v lehote v zmysle tohto bodu, takéto konanie sa považuje za podstatné porušenie zmluvy zo strany zadávateľa s právom MS odstúpiť od zmluvy, ako aj od všetkých ostatných zmlúv, ktoré má MS so zadávateľom uzavreté. Týmto nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody.
- 5.4 MS je oprávnená pred začatím vysielania mediálnej komerčnej komunikácie požadovať od zadávateľa platbu vopred. Pokiaľ nie je dohodnuté inak, zadávateľ je povinný uhradiť zmluvne dohodnutú cenu vopred, najneskôr 5 pracovných dní pred začiatkom vysielania mediálnej komerčnej komunikácie. V prípade, že zadávateľ neuhradí cenu v lehote v zmysle tohto bodu, takéto konanie sa považuje za podstatné porušenie zmluvy zo strany zadávateľa s právom MS odstúpiť od zmluvy ako aj od všetkých ostatných zmlúv, ktoré má MS so zadávateľom uzavreté. Týmto nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody.
- 5.5 MS má právo ukončiť vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie a odstúpiť od konkrétnej zmluvy, ako aj od všetkých ostatných zmlúv, ktoré má MS so zadávateľom uzavreté, ak zadávateľ neplní svoje finančné alebo iné zmluvné záväzky, ktoré má voči MS a to aj na základe iného zmluvného vzťahu uzavretého s MS. V takomto prípade MS vyzve zadávateľa na nápravu a pokiaľ ani v primeranej lehote poskytnutej mu na splnenie záväzkov nápravu neuskutoční, MS je oprávnená od zmluvy a všetkých ostatných zmlúv, ktoré má MS so zadávateľom uzavreté odstúpiť. Odstúpenie je účinné dňom uplynutia poskytnutej lehoty. Zadávatel' je však povinný uhradiť MS splatné čiastky spoločne s náhradou škody a dodatočnými výdajmi MS v dôsledku ukončenia vysielania.
- 5.6 Za deň úhrady faktúry sa považuje deň pripísania dlžnej sumy v prospech bankového účtu MS.
- 5.7 Všetky bankové výdavky a poplatky korešpondenčných bánk a banky zadávateľa hradí zadávateľ.

6. ZODPOVEDNOSŤ

- 6.1 Zadávatel' je plne zodpovedný za obsahovú stránku šotu a sponzorského odkazu. Zadávatel' sa zaväzuje predložiť do vysielania programu danej programovej služby šot/sponzorský odkaz, ktorého obsah, forma a realizácia sú v súlade s platnými právnymi predpismi SR, ktorý zároveň zodpovedá požiadavkám MS, licenčným podmienkam a ktorý neporušuje akékoľvek práva tretích osôb. Zadávatel' sa zaväzuje dodržiavať najmä ustanovenia zákona o mediálnych službách č. 264/2022 Z.z., zákona č.147/2001 Z.z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákona č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa, zákona č. 185/2015 Z.z. Autorského zákona, zákona č. 270/1995 Z.z. o štátnom jazyku Slovenskej republiky, Obchodného zákonníka, Občianskeho zákonníka a Ústavy Slovenskej republiky. V prípade uplatnenia finančných nárokov tretích osôb voči MS z dôvodu rozporu šotu/sponzorského odkazu s vyššie uvedenými predpismi, sa zadávateľ zaväzuje uhradiť MS sumu predstavujúcu sumu všetkých nákladov uplatnených touto treťou osobou voči MS vrátane finančných nárokov, ako aj náklady vzniknuté MS v súvislosti s týmito uplatnenými nárokmi. Týmto nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody. V prípade, ak obsahom šotu je
- a) reklama na lieky, zaväzuje sa zadávateľ predložiť do vysielania danej programovej služby šot, ktorého obsah je vyhotovený v súlade s príslušnými ustanoveniami zákona o mediálnych službách v platnom znení

a s nasledovným textom výzvy: „**Pred užitím lieku si pozorne prečítajte poučenie o správnom používaní lieku obsiahnutého v písomnej informácii pre používateľov liekov, ktorá je pribalená k lieku.**“

- b) reklama na tradičný rastlinný liek, zaväzuje sa zadávateľ predložiť do vysielania danej programovej služby šot, ktorého obsah vyhotovený v súlade s príslušnými ustanoveniami zákona o mediálnych službách v platnom znení a s nasledovným textom výzvy: „**Tradičný rastlinný liek určený na indikácie overené výhradne dlhodobým používaním.**“

Výzva v reklame na liek alebo tradičný rastlinný liek musí byť zobrazená v závislosti od počtu slov v trvaní 0,5 sekúnd/1 slovo, spolu však vždy najmenej 8 sekúnd. Výzva musí byť zobrazená vo veľkosti umožňujúcej jej zreteľné prečítanie bežnému divákovi, odporúčaná veľkosť a typ písma je špecifikovaná v Technických podmienkach na zaradenie mediálnej komerčnej komunikácie do vysielania v programových službách. Súčasne výzva za účelom zreteľného prečítania bežnému divákovi musí byť zobrazená v jasnom kontraste s podkladovým obrazom šotu. V prípade uvedenia ďalšieho textu obsiahnutého v reklame na liek alebo tradičný rastlinný liek nad rámec výzvy uvedenej v týchto Zmluvných podmienkach (ďalej len „**doplňkový text**“), sa podmienky týkajúce sa veľkosti a typu písma v plnom rozsahu vzťahujú na celý text obsiahnutý v reklame vrátane doplnkového textu. Zadávateľ je zároveň povinný uvedenú výzvu, vrátane doplnkového textu predĺžiť v závislosti od počtu slov doplnkového textu, berúc do úvahy podmienku obsiahnutú v prvej vete tohto odseku. Výzva musí byť vždy umiestnená pred doplnkovým textom. V prípade uplatnenia finančných nárokov tretích osôb voči MS z dôvodu rozporu šotu, ktorého obsahom je reklama na lieky s vyššie uvedeným textom a/alebo s príslušnými právnymi predpismi, sa zadávateľ zaväzuje uhradiť MS sumu predstavujúcu uplatnený finančný nárok vrátane nákladov spojených s uplatňovaním takéhoto nároku. Týmto nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody.

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

7. PREDČASNÉ UKONČENIE ZMLUVY

- 7.1** Zadávateľ je oprávnený od zmluvy odstúpiť výlučne zo zákonom stanovených dôvodov v súlade s ustanoveniami Obchodného zákonníka v platnom znení. Odstúpenie od zmluvy sa musí realizovať písomnou formou a je účinné dňom doručenia písomného oznámenia o odstúpení MS.
- 7.2** Pokiaľ vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie ešte nebolo realizované, je zadávateľ oprávnený jednostranne zrušiť Vysielaciu zmluvu alebo potvrdenú objednávku zaplatením odstupného. V prípade, ak zadávateľ využije svoje oprávnenie jednostranne zrušiť Vysielaciu zmluvu alebo potvrdenú objednávku v lehote:
- 7.2.1 Viac ako 15 dní pred plánovaným vysielaním, je zadávateľ povinný zaplatiť MS odstupné vo výške 50% z ceny.
 - 7.2.2 10 až 15 dní pred plánovaným vysielaním, je zadávateľ povinný zaplatiť MS odstupné vo výške 70% z ceny.
 - 7.2.3 1 až 9 dní pred plánovaným vysielaním, je zadávateľ povinný zaplatiť MS odstupné vo výške 100% z ceny.

MS písomne potvrdí zadávateľovi zrušenie vysielania príslušnej mediálnej komerčnej komunikácie. Tento dokument bude slúžiť aj ako podklad v súvislosti s prípadnými spormi ohľadne fakturácie odstupného.

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

8. OSTATNÉ USTANOVENIA

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

9. ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA

- 9.1** Tieto Zmluvné podmienky a zmluva vrátane relevantných príloh obsahujú celkovú, úplnú a vzájomnú dohodu MS a zadávateľa ohľadne plnenia obsiahnutého v zmluve.
- 9.2** Tieto Zmluvné podmienky, zmluva a vzťahy zo zmluvy vyplývajúce alebo so zmluvou súvisiace boli uzavreté v súlade s príslušnými ustanoveniami Obchodného zákonníka v platnom znení, zákona o mediálnych službách v platnom znení a ostatnými všeobecne záväznými právnymi predpismi platnými na území Slovenskej republiky.
- 9.3** Všetky spory, ktoré vzniknú z tejto zmluvy a Zmluvných podmienok, vrátane sporov o jej platnosť, výklad alebo zrušenie, budú riešené príslušnými súdmi SR.

- 9.4 Meniť a dopĺňať Zmluvné podmienky je možné výlučne na základe dohody strán, vo forme ustanovení v zmluve, ktorej súčasťou sú Zmluvné podmienky, ak sa nejedná o úpravy vyplývajúce z platnej legislatívy alebo z rozhodnutí regulačných/koregulačných alebo samoregulačných orgánov, ktorých je MS členom.
- 9.5 Ak niektoré ustanovenie Zmluvných podmienok je alebo sa v budúcnosti stane neplatným, ostatné ustanovenia Zmluvných podmienok ostávajú v platnosti v plnom rozsahu.
- 9.6 Aplikácia všeobecných obchodných podmienok zadávateľa alebo akýchkoľvek iných všeobecných obchodných podmienok je týmto výslovne vylúčená, pokiaľ sa MS a zadávateľ písomne nedohodnú inak.
- 9.7 Zadávateľ si tieto Zmluvné podmienky prečítal, je s nimi uzrozumený a prehlasuje, že ich bude dodržiavať. Zadávateľ súhlasí s výškou poplatkov a sankcií uvedených v týchto Zmluvných podmienkach a potvrdzuje, že nie sú z jeho hľadiska v rozpore s dobrými mravmi.

Tieto Zmluvné podmienky nadobúdajú platnosť **1.1.2025**.