

SMLUVNÍ OBCHODNÍ PODMÍNKY

obchodní sdělení v programu Seznam.cz TV

Společnost **Seznam.cz TV, s.r.o.**, IČO: 06387233 provozuje v souladu s licenčními podmínkami televizní vysílání programu Seznam.cz TV (dále „**vysílatel**“) a vydává tyto obchodní podmínky pro nákup a vysílání obchodních sdělení v tomto programu (dále „**OP**“).

Komplexní prodej obchodních sdělení do televizního vysílání programu Seznam.cz TV zajišťuje společnost **Seznam.cz, a.s.**, IČO: 26168685, která je na základě vlastní smlouvy s vysílatelem oprávněna jednat s klienty o podmínkách spolupráce, akceptovat objednávky, uzavírat smlouvy, vystavovat faktury s náležitostmi daňového dokladu, přijímat platby za odvysílání obchodních sdělení a činit další související úkony (dále „**prodejce**“).

Pokud se jedná o spolupráci, jejímž charakterem je 100 % směnný obchod (tzv. barter), pak v roli prodejce vystupuje sám vysílatel se všemi právy svěřenými prodejci dle OP.

Tyto OP jsou součástí každé objednávky či smlouvy, jejímž předmětem je vysílání obchodního sdělení v programu Seznam.cz TV.

I. Definice pojmů

1. **Klient:** jakákoli fyzická či právnická osoba, která má zájem o odvysílání obchodního sdělení v programu Seznam.cz TV.
2. **Obchodní sdělení:** reklama, sponzorování, teleshopping a umístění produktu nebo jiná obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která je určena k přímé nebo nepřímé propagaci zboží nebo služeb osoby vykonávající hospodářskou činnost, popřípadě jejího obrazu na veřejnosti, a která doprovází pořad nebo je do pořadu zahrnuta za úplatu nebo obdobnou protihodnotu nebo za účelem vlastní propagace.
3. **Reklamní prostor:** časově ohraničený úsek v rámci programu Seznam.cz TV určený pro vysílání obchodních sdělení, který je dělen na 1) **prime time**, což je vysílací čas od 17:30 do 23:30 a **off prime time**, což je jakýkoli vysílací čas mimo prime time.
4. **Kampaň:** odvysílání jednoho či více obchodních sdělení či jejich opakování dle požadavků klienta.
5. **Reklama:** jakékoliv veřejné oznámení, vysílané za úplatu nebo obdobnou protihodnotu nebo vysílané za účelem vlastní propagace provozovatele vysílání, s cílem propagovat dodání zboží nebo poskytnutí služeb za úplatu, včetně nemovitého majetku, práv a povinností.
6. **Sponzorování:** jakýkoliv příspěvek od osoby, která neprovozuje rozhlasové nebo televizní vysílání, neposkytuje audiovizuální mediální služby na vyžádání, ani nevyrábí audiovizuální díla, poskytnutý k přímému nebo nepřímému financování televizního programu nebo pořadu s cílem propagovat své jméno nebo název, ochrannou známku, výrobky, služby, činnosti nebo obraz na veřejnosti.
7. **Teleshopping:** přímá nabídka zboží, a to včetně nemovitého majetku, práv a závazků, nebo služeb, určená veřejnosti a zařazená do televizního vysílání za úplatu nebo obdobnou protihodnotu.
8. **Umístění produktu:** jakákoli podoba začlenění výrobku, služby, ochranné známky, která se k výrobku nebo službě váže, nebo zmínky o výrobku a službě do pořadu za úplatu nebo obdobnou protihodnotu.
9. **Podklady pro kampaň:** všechny podklady týkající se obchodního sdělení vč. nosiče, na němž jsou tyto podklady uloženy a předány prodejci.

10. **Internetové stránky:** www.Seznam.cz/TV.

II. Smlouvy o vysílání obchodního sdělení

1. Vysílání obchodních sdělení v programu Seznam.cz TV lze uskutečnit na základě:
 - a) písemné **objednávky** klienta;
 - b) písemné **smlouvy** o vysílání obchodního sdělení;

Pokud je předmětem spolupráce odvysílání reklamních spotů, je součástí objednávky či smlouvy také spotlist.
2. Dle požadavku a zadání klienta prodejce připraví návrh objednávky či smlouvy a předloží je klientovi k případným úpravám.
3. Pokud je klient mediální či reklamní agentura, pak na výzvu prodejce předloží písemný dokument, z něhož vyplývá, že klient byl konkrétním inzerentem pověřen k nákupu obchodních sdělení v programu Seznam.cz TV, a to pro konkrétní výrobky nebo služby.
4. Objednávka či smlouva obsahuje zejména:
 - a) označení klienta (obchodní firma, IČO);
 - b) identifikační údaje o zadavateli a zpracovateli kampaně;
 - c) označení výrobku či služby, kterých se kampaň týká;
 - d) dobu trvání kampaně;
 - e) délku, resp. další klíčové charakteristiky obchodního sdělení;
 - f) objednávaný počet obchodních sdělení;
 - g) cenu kampaně.
5. Kampaň poptávaná klientem prostřednictvím objednávky je závazná v okamžiku, kdy klient objednávku opatří podpisem svého oprávněného zástupce, doručí ji prodejci a prodejce jí do 72 hodin od jejího doručení neodmítne.
6. Kampaň poptávaná klientem prostřednictvím smlouvy je závazná okamžikem, kdy smlouvu podepíše oprávněný zástupce prodejce a klienta.
7. Kampaň se považuje za splněnou, pokud v souladu s objednávkou či smlouvou došlo k odvysílání sjednaného počtu obchodních sdělení.

Jednotlivá obchodní sdělení mohou být v odůvodněných případech odvysílána v jiných než v dohodnutých časech. Obchodní sdělení však budou odvysílána v dohodnuté době trvání kampaně a bude dodržen dohodnutý režim prime time a off prime time. Kampaň se v těchto případech považuje za splněnou.
8. Prodejce si vyhrazuje právo odmítnout objednávku klienta či s ním neuzavřít smlouvu o vysílání obchodního sdělení z jakéhokoli důvodu.
9. Vysílatel ani prodejce neodpovídají za úspěšnost kampaně či její sledovanost.

III. Podmínky realizace kampaně

1. Prodejce je oprávněn odmítnout vysílání závazné kampaně nebo její vysílání přerušit, pokud:
 - a) klient nedodá prodejci podklady pro kampaň nebo podklady pro kampaň nejsou v souladu s objednávkou či smlouvou a těmito OP;
 - b) je klient v prodlení s úhradou zálohy či splatného závazku vůči vysílateli či prodejci;

- c) odvysíláním kampaně může dojít k porušení právních předpisů (zejména zákona č. 231/2001 Sb. a zákona č. 40/1995 Sb.);
- d) odvysíláním kampaně může dojít k porušení povinností stanovených licencemi k vysílání programu Seznam.cz TV;
- e) odvysíláním kampaně může dojít k možnému postihu vysílatele či prodejce ze strany třetích osob (např. majitelů autorských práv, soutěžitelů či orgánů veřejné moci);
- f) odvysíláním kampaně může dojít k porušení Kodexu reklamy Rady pro reklamu či jiných samoregulačních předpisů či etických pravidel;
- g) odvysíláním kampaně může dojít k porušení oprávněných zájmů vysílatele či prodejce.

Prodejce v těchto případech vyzve klienta ke sjednání nápravy, a to písemnou formou, vždy minimálně na e-mailovou adresu klienta. Pokud klient nesjedná nápravu, má prodejce právo od smlouvy bez dalšího s okamžitým účinkem odstoupit.

- 2. Klient je oprávněn písemnou formou požádat prodejce o přerušení, úpravu či zrušení závazné kampaně.
- 3. Pro všechny výše uvedené případy tohoto článku OP platí, že pokud z důvodů na straně klienta nedojde k realizaci závazné kampaně, vzniká vysílateli, resp. prodejci škoda, jelikož uvolněný reklamní prostor nemusí být znovu obsazen.

V těchto případech a z výše uvedených důvodů má prodejce vůči klientovi nárok na zaplacení smluvní pokuty, jejíž výše odpovídá ceně nerealizované kampaně uvedené v objednávce či smlouvě, a to v plné výši, v hodnotě částky bez DPH, nedohodnou-li se strany jinak.

IV. Cena a platební podmínky

- 1. Obchodní sdělení jsou prodávána za ceny dle:
 - a) ceníku, který je umístěn na internetových stránkách a obsahuje základní ceny obchodních sdělení v programu Seznam.cz TV a také ceny za tzv. týdenní balíčky;
 - b) individuálních dohod mezi prodejcem a klientem.
- 2. Konečná cena za kampaň je uvedena v objednávce nebo ve smlouvě (dále „**cena**“).
- 3. Veškeré ceny budou navýšeny o **DPH** v zákonem stanovené výši.
- 4. Prodejce je před zahájením kampaně oprávněn požadovat zaplacení zálohy na základě zálohové faktury, a to až do plné výše sjednané ceny zvýšené o DPH v zákonem stanovené výši (dále „**záloha**“). V takovém případě vystaví prodejce na základě přijaté platby fakturu s náležitostmi daňového dokladu, a to nejpozději do 15 dnů ode dne uskutečnění zdanitelného plnění, kterým je den přijetí úplaty.
- 5. Záloha musí být připsána na účet prodejce nejpozději **21 pracovních dnů** před zahájením kampaně.
- 6. Pokud není vyžadováno zaplacení zálohy v plné výši, vystaví prodejce po splnění kampaně fakturu s náležitostmi daňového dokladu, a to do 15 dnů ode dne uskutečnění zdanitelného plnění, kterým je den vystavení daňového dokladu nebo poslední den realizace reklamní kampaně nebo konec každého kalendářního měsíce, pokud reklamní kampaň probíhá souvisle v několika po sobě jdoucích kalendářních měsících. Splatnost faktur (daňových dokladů) činí **14 kalendářních dní** od jejich vystavení prodejcem. Úhradou ceny se rozumí připsání plné výše fakturované částky na účet prodejce uvedeného ve faktuře (daňovém dokladu).

7. V případě prodlení s řádnou úhradou ceny má prodejce vůči klientovi nárok na úhradu smluvního úroku z prodlení ve výši 0,05 % z dlužné částky za každý započatý kalendářní den prodlení s úhradou faktury. Úhradou úroků z prodlení dle tohoto ustanovení není dotčeno právo prodejce požadovat vůči klientovi náhradu újmy ve výši přesahující uhrazený smluvní úrok z prodlení.

V. Podklady pro kampaň

1. Klient je před realizací závazné kampaně povinen dodat prodejci tyto podklady pro kampaň:
 - a) obchodní sdělení vč. AKA kódu;
 - b) hudební sestavu ve formátu, který vyžadují kolektivní správci (min. však v rozsahu: název skladby, jméno autora, popř. textaře, označení interpreta, označení vydavatele, rok vydání a přesnou stopáž hudby užitá v obchodním sdělení).
2. Podklady pro kampaň musí být poskytnuty v digitální podobě a musí:
 - a) splňovat technické požadavky, které jsou zveřejněny na internetových stránkách a mohou být kdykoli aktualizovány či měněny;
 - b) být prosty všech právních a faktických vad.
3. Náklady na dodání podkladů pro kampaň jdou k tíži klienta.
4. Podklady pro kampaň musí klient doručit prodejci nejpozději **5 pracovních dnů** před dohodnutým zahájením kampaně.
5. Vysílatel či prodejce je oprávněn obchodní sdělení archivovat pro interní účely po neomezenou dobu.

VI. Obchodní sdělení a odpovědnost klienta

1. Klient odpovídá za to, že obchodní sdělení jsou v souladu s právními předpisy a jejich odvysíláním v programu Seznam.cz TV nebudou porušeny platné právní předpisy a nebude zasaženo do práv třetích osob.
2. Klient v plném rozsahu odpovídá vysílateli či prodejci za jakoukoli škodu či újmu, která jim v důsledku odvysílání obchodního sdělení v rozporu s platnými právními předpisy anebo právy třetích osob vznikne a tyto nároky na výzvu vysílatele či prodejce uhradí. Klient zejména odpovídá vysílateli či prodejci za uložené správní sankce, za nároky z titulu soutěžního práva, práva na ochranu nekalé soutěže, všeobecných osobnostních práv, práv autorských a souvisejících s právem autorským a oprávněné nároky vznesené třetími osobami, včetně případných nákladů soudního či správního řízení účelně vynaložených v souvislosti s odpovídající procesní obranou vůči takovým správním sankcím, soudním řízením a nárokům třetích osob.
3. Pokud bude s vysílatelem či prodejcem zahájeno jakékoli soudní či správní řízení, je klient povinen jim na své náklady poskytnout veškerou potřebnou součinnost, kterou lze od něj rozumně požadovat, a to včetně poskytnutí jakýchkoli vysvětlení, dokladů anebo informací, které budou od klienta požadovány.
4. Klient je povinen získat a vypořádat všechna práva třetích osob související s výrobou a užitím obchodních sdělení. Klient je zejména povinen získat od všech majitelů autorských a s právem autorským souvisejících práv či jiných práv k nemotným statkům či osobnostních práv oprávnění k zařazení příslušných předmětů ochrany do obchodního sdělení a oprávnění k jejich užití v televizním vysílání a zaplatit těmto subjektům odpovídající odměnu.

5. Ohledně hudby užitá v obchodním sdělení platí:
 - a) pokud je v obchodním sdělení užit hudební dílo s textem či bez textu nebo zvukový či zvukově obrazový záznam, případně zvukový záznam vyrobený k obchodním účelům, je klient povinen na své náklady získat a vypořádat synchronizační práva a oprávnění k jejich užití při výrobě obchodního sdělení a za toto užití dotčeným subjektům uhradit odměnu;
 - b) oprávnění k užití hudebních děl v televizním vysílání a vypořádání odměny zajistí vysílatel či prodejce.
6. Klient se zavazuje na vyžádání vysílatele či prodejce předložit bez zbytečného odkladu kopie příslušných smluv prokazujících vypořádání nároků všech držitelů práv ve shora uvedeném rozsahu a dále doklady o zaplacení odměn.
7. V případě jakýchkoli vad obchodních sdělení je klient povinen tyto vady uplatnit písemnou formou doručenou do sídla prodejce bez zbytečného odkladu, nejpozději však do **30 kalendářních dnů** ode dne odvysílání takového obchodního sdělení, jinak jeho nároky z titulu vadného plnění zanikají a klient je vysílateli či prodejci promíjí.

VII. Použití obchodních podmínek

1. Není-li mezi prodejcem a klientem ve smlouvě či objednávce dohodnuto něco jiného, řídí se jejich vzájemné vztahy těmito OP a právními předpisy České republiky. To platí také pro českou jurisdikci, i když je klientem zahraniční osoba.
2. Odchylná smluvní ujednání výslovně obsažená ve smlouvě či objednávce mají před OP přednost.
3. Vysílatel a prodejce mají právo OP kdykoli změnit či je nahradit novým zněním, o čemž klienta nejméně s předstihem jednoho kalendářního měsíce před účinností změny informují. Klient je oprávněn takovéto změny OP odmítnout a svůj závazek vypovědět, a to písemně, na adresu sídla prodejce, do 14 dnů od provedené změny OP.