

**VŠEOBECNÉ OBCHODNÉ PODMIENKY ZABEZPEČENIA VYSIELANIA MEDIÁLNEJ KOMERČNEJ  
KOMUNIKÁCIE V JOJ GROUP  
ZNENIE PLATNÉ OD 01.01.2019**

PREAMBULA

SLOVENSKÁ PRODUKČNÁ, a.s.

je na základe zmlúv uzatvorených s tretími osobami oprávnenými na prevádzkovanie televízneho vysielania alebo televíznych programových služieb v zmysle príslušných právnych predpisov, jediným a výhradným subjektom oprávneným na uzatváranie zmlúv s fyzickými a s právnickými osobami (ďalej len „zadávateľmi“), ktorých predmetom je zabezpečenie vysielania mediálnej komerčnej komunikácie, a to najmä reklamy, vysielania telenákupu, sponzorovania programov a umiestňovania produktov vo vysielaní televíznych programových služieb „JOJ GROUP“. (ďalej aj ako „zabezpečenie vysielania mediálnej komerčnej komunikácie“). Televíznymi programovými službami „JOJ GROUP“ sa na účely týchto všeobecných obchodných podmienok rozumejú všetky televízne programové služby v súčasnosti alebo v budúcnosti prevádzkované Slovenskou produkčnou, a.s. alebo jej majetkovo prepojenou osobou, ktoré sú vysielané na základe príslušnej platnej zákonnej licencie alebo televízne programové služby, v ktorých vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie zabezpečuje alebo bude zabezpečovať Slovenská produkčná, a.s. na základe osobitného zmluvného vzťahu uzatvoreného s ich prevádzkovateľom a to všetko bez územného obmedzenia.

I. ÚVODNÉ USTANOVENIA, DEFINÍCIE POJMOV

1. **MEDIÁLNA KOMERČNÁ KOMUNIKÁCIA** je zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia, ktorá priamo alebo nepriamo propaguje tovar, služby alebo dobrú povesť osoby vykonávajúcej hospodársku činnosť a je poskytovaná ako súčasť programu alebo program sprevádza za odplatu alebo za podobnú protihodnotu. Mediálna komerčná komunikácia zahŕňa najmä reklamu, telenákup, sponzoring a umiestňovanie produktov.
2. **REKLAMA** je akékoľvek verejné oznámenie vysielané za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu vrátane vlastnej propagácie, ktorého zámerom je podporiť predaj, nákup alebo nájom tovaru alebo služieb vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov alebo dosiahnuť iný účinok sledovaný zadávateľom reklamy alebo vysielateľom televíznych programových služieb „JOJ GROUP“.
3. **TELENÁKUP** je priama ponuka vysielaná verejnosti s cieľom poskytnúť tovar alebo služby vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov za odplatu.
4. **SPONZORING** je akékoľvek plnenie poskytnuté zadávateľom, ktoré je určené na priame alebo nepriame financovanie programov s cieľom propagovať názov alebo obchodné meno, ochrannú známku, dobrú povesť, tovary alebo aktivity osoby, ktorá také plnenie poskytla.
5. **UMIESTŇOVANIE PRODUKTOV** je zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke, zaradená do programu za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu.

6. **SPOT** je krátke audiovizuálne, prípadne len vizuálne spracované reklamné, resp. telenákové oznámenie zaradené do bloku, pričom výrobu spotu je povinný zabezpečiť zadávateľ. Zadávatel' je povinný zabezpečiť dodanie spotu na adresu Slovenskej produkčnej, a.s. v súlade so zmluvou a týmito Všeobecnými obchodnými podmienkami zabezpečenia vysielania mediálnej komerčnej komunikácie v „JOJ GROUP“
7. **AGENTÚROU** sa rozumie zadávateľ reklamy, ktorého predmetom podnikania je najmä sprostredkovanie predaja reklamy pre svojich klientov. Oprávnenie na podnikateľskú činnosť agentúra preukáže na základe aktuálneho výpisu z obchodného registra. Agentúra je zároveň povinná preukázať písomnú autorizáciu, na základe ktorej je oprávnená zaisťovať pre klienta reklamné vysielanie v „JOJ GROUP“
8. **RATINGOM** sa rozumie hodnota reklamného bloku cieľovej skupiny na základe minútových dát Všetci 12-54 v meraní LIVE, VOSDAL (Viewing On Same Day As Life) t.j. analýza živého vysielania spojená s oneskorenou sledovanosťou prehranou v ten istý deň ako živé vysielanie a Hostia prieskumu sledovanosti PMT/TNS SK, ktorá sa určí na základe priemeru sledovanosti jednotlivých reklamných 30s spotov v danom reklamnom bloku, tzv. break average.
9. **COST PER RATING POINT** (ďalej len „CPRP“) sa rozumie cena za jeden ratingový bod, ktorá je stanovená bez DPH a pred odpočtom prípadnej agentúrnej zľavy. CPRP sa stanovuje dohodou.
10. **TÝŽDENNÝMI VÁHAMI GRP's** sa rozumie celkový rating požadovaný zadávateľom pre konkrétneho klienta na základe záväznej objednávky v členení podľa kalendárnych týždňov v príslušnom kalendárnom mesiaci.
11. **INDEXOVANÉ PÁSMO** predstavuje vopred dohodnuté časové pásmo dňa klienta, na ktoré sa vzťahuje prirážka formou indexu (ďalej ako „pásmový index“).
12. **PRIME TIME** je pre potreby týchto Všeobecných obchodných podmienok časové pásmo vo vysielaní JOJ GROUP v rozsahu od 17:00 hod. do 23:00 hod. s indexom 1,9 k Off time CPRP.
13. **OFF TIME** je pre potreby týchto Všeobecných obchodných podmienok časové pásmo vo vysielaní JOJ GROUP v rozsahu od 06:00 hod. do 17:00 hod. a od 23:00 hod. do 06:00 hod. s indexom 1,0.

## II. VŠEOBECNÉ PODMIENKY

1. Podmienkou zaistenia vysielania reklamy je záväzná písomná objednávka zadávateľa doručená na adresu [objednavky@joj.sk](mailto:objednavky@joj.sk), ktorá je predpokladom na uzatvorenie Zmluvy o zabezpečení vysielania reklamy medzi Slovenskou produkčnou a.s. a zadávateľom reklamy podľa čl. II. bodov 2, 3, 4, 5, 6 a 7 týchto Všeobecných obchodných podmienok zabezpečenia vysielania mediálnej komerčnej komunikácie v „JOJ GROUP“ (ďalej len „Všeobecné obchodné podmienky“).
2. Objednávky je možné prijať len s presným označením tovaru, služby, na ktorý má byť odvysielaná reklama a zároveň s presným uvedením obchodného mena, sídla, IČO/DIČ/IČ-DPH zadávateľa a zápisu v obchodnom alebo inom príslušnom registri. Spolu so záväznou objednávkou je zadávateľ na vyžiadanie spoločnosti Slovenská produkčná, a.s. povinný doručiť výpis z obchodného registra, či iného registra nie starší ako 3 mesiace, príp. iný doklad preukazujúci skutočnosť tvrdenú

zadávateľom. Objednávka musí byť podpísaná oprávnenou osobou zadávateľa (štatutárnym orgánom príp. inou osobou na to splnomocnenou, pričom túto skutočnosť je zadávateľ povinný Slovenskej produkčnej, a.s. preukázať). V prípade, že je zadávateľom agentúra, je nevyhnutné takto označiť aj klienta, pre ktorého túto reklamu agentúra sprostredkúva spolu s písomným poverením agentúry na nákup reklamného priestoru v „JOJ GROUP“, vystaveného klientom. Rezervované vysielacie časy nesmú byť predmetom vzájomnej výmeny medzi agentúrami, ani klientmi týchto agentúr.

3. Závazná objednávka musí obsahovať najmä nasledovné základné informácie:

a) NÁKUP NA CENNÍK:

- rozpočet reklamného vysielania;
- požiadavka na umiestnenie spotov na staniách, ktorých podiel na trhu v sledovanosti je počas minimálne 6 mesiacov aspoň 1%;
- dĺžka spotu;
- obdobie vysielania;
- definícia prípadných vyžiadaných pozícií;
- informácia o viacerých klientoch v spote;
- informácia o viacerých produktoch v spote;
- informácia o prípadnej vopred dohodnutej množstevnej zľave;

b) NÁKUP NA NÁSOBOK CPRP A RATINGU:

- obchodný model (garantovaný rating, garantované spoty, kombi);
- celkový požadovaný rating + požadovaný počet ratingov v Prime time;
- informácia o požadovaných týždenných váhach GRP's;
- počet garantovaných ratingov (podľa prediktov Slovenskej produkčnej, a.s.);
- počet negarantovaných ratingov (podľa prediktov Slovenskej produkčnej, a.s.);
- požiadavka alebo špecifikácia umiestnenia garantovaných spotov na staniách, ktorých podiel na trhu v sledovanosti je počas minimálne 6 mesiacov aspoň 1%;
- dĺžka spotu;
- spot index;
- pásmové indexy;
- sezónny index;
- obdobie vysielania;
- definícia prípadných vyžiadaných pozícií;
- informácia o vopred dohodnutej prirážke za pozície;
- informácia o viacerých klientoch v spote;
- informácia o viacerých produktoch v spote;
- informácia o vopred dohodnutom CPRP;
- predpokladaná cena kampane nett nett;
- informácia o vopred dohodnutom percentuálnom rozdelení staníc JOJ Group
- požadovaný pomer Prime time/Off time na danú kampaň;
- názov spotu prípadne FTP protokolu použitého na danú kampaň, resp. informácia o použití spotu z už existujúcej zmluvy, kedy je potrebné uviesť jej číslo.

Ak záväzná objednávka v prípade nákupu na násobok CPRP a ratingu spôsobom podľa písm. b) tohto bodu nebude obsahovať všetky požadované informácie tam uvedené Slovenská produkčná, a.s. na takúto objednávku nemusí prihladiť.

Vo všetkých záväzných objednávkach na farmaceutické produkty musí byť jasne špecifikované, či je daný produkt uvedený v zozname liekov a liečiv zverejňovaný Ministerstvom zdravotníctva SR (ďalej len „zoznam liekov a liečiv“). Ak záväzná objednávka na farmaceutické výrobky nebude obsahovať informáciu o tom, či je daný produkt uvedený v zoznam liekov a liečiv, Slovenská produkčná, a.s. na takúto objednávku nemusí prihladiť.

4. Doručením objednávky, ktorá je vyplnená v súlade s predchádzajúcim bodom tohto článku, v čase po sprístupnení predaja reklamného času pre konkrétny kalendárny mesiac, Slovenská produkčná, a.s. túto považuje za záväznú (ďalej len „objedávka“). Objedávky sa prijímajú na jednotlivé kalendárne mesiace kalendárneho roka, pokiaľ Slovenská produkčná, a.s. neurčí inak. Poradie doručenia objednávky do objednávkového systému JOJ Group je rozhodujúcim pri spracovávaní objednávok.

Slovenská produkčná, a.s. na základe prijatej objednávky pripraví v termíne do 10 (desať) pracovných dní od prijatia objednávky návrh Zmluvy o zabezpečení mediálnej komerčnej komunikácie; pre potreby zmluvného vzťahu sa za návrh zmluvy považuje i spot list (ďalej len „zmluva“).

V prípade, ak zadávateľ počas doby rezervácie vykoná úpravu stopáže reklamnej kampane, Slovenská produkčná, a.s. vyradí pôvodnú objednávku k reklamnej kampani zo spracovania. Pokiaľ bude nová požadovaná stopáž kratšia ako pôvodne objednaná, objednávku k tejto reklamnej kampani so zmenenou stopážou Slovenská produkčná, a.s. zaradí do spracovania podľa poradia doručenia objednávok v príslušnom mesiaci v hodnote pôvodnej objednávky pred zmenou stopáže a spracuje v súlade s aktuálnou ponukou reklamného času. Pokiaľ bude nová požadovaná stopáž dlhšia ako pôvodne objednaná, objednávku k tejto reklamnej kampani so zmenenou stopážou Slovenská produkčná, a.s. zaradí do spracovania podľa poradia doručenia objednávok v príslušnom mesiaci v hodnote ceny kampane po zmene stopáže a spracuje v súlade s aktuálnou ponukou reklamného času.

Zaslaním návrhu zmluvy začína plynúť doba rezervácie (ďalej aj ako „doba rezervácie“). V prípade, že zadávateľ záväznú objednávku písomne nezruší, je záväznou objednávkou viazaný a to i v prípade, ak návrh zmluvy nepodpíše oprávnená osoba. V prípade, že zadávateľ záväznú objednávku písomne zruší (stornuje), zaväzuje sa zaplatiť Slovenskej produkčnej, a.s. poplatok za zrušenie záväznej objednávky vo výške 10% z ceny kampane podľa vystaveného návrhu zmluvy. Bez ohľadu na skôr uvedené, v prípade, že zadávateľ písomne zruší (stornuje) záväznú objednávku v lehote počas 10 (desiatich) pracovných dní pred 1. (prvým) dňom kalendárneho mesiaca, v ktorom sa má kampaň na mediálnu komerčnú komunikáciu vysielať, je povinný uhradiť Slovenskej produkčnej, a.s. poplatok za zrušenie objednávky vo výške 100 % z ceny kampane podľa vystaveného návrhu zmluvy.

5. V prípade, že zadávateľ podpisom oprávnenej osoby nepotvrdí zmluvu počas doby rezervácie, Slovenská produkčná, a.s. v lehote dvadsať kalendárnych dní od zaslania návrhu zmluvy zadávateľovi je oprávnená uplatniť voči zadávateľovi nárok na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 100% z ceny reklamy určenej v návrhu zmluvy, ktorá bola vyhotovená na základe záväznej objednávky zadávateľa a zadávateľ sa túto zmluvnú pokutu zaväzuje zaplatiť.

6. Počas doby rezervácie je zadávateľ oprávnený vykonávať záväzné úpravy, pokiaľ sú v súlade s aktuálnou ponukou reklamného času tak ako bola táto zverejnená spoločnosťou Slovenská produkčná, a.s. pre príslušný kalendárny mesiac, resp. ako je v danom čase dostupná. Tieto úpravy Slovenská produkčná, a.s. realizuje formou vystavenia upraveného návrhu zmluvy. Slovenská produkčná, a.s. sa zaväzuje realizovať záväzné úpravy platného návrhu zmluvy, pokiaľ sa tým jednorázovo nezníži cena kampane o viac ako 10% alebo pokiaľ takáto úprava neznamená opakované zníženie ceny kampane počas doby rezervácie. V prípade, že sa zadávateľ rozhodne vykonať záväznú úpravu, ktorá by znamenala zníženie ceny kampane o viac ako 10% alebo pokiaľ by sa jednalo o opakované zníženie ceny kampane, je povinný zaplatiť Slovenskej produkčnej, a.s. zmluvnú pokutu vo výške 10% z ceny kampane podľa návrhu zmluvy bezprostredne predchádzajúcemu realizácii takejto úpravy.
7. Slovenská produkčná, a.s. má právo odmietnuť objednávku zadávateľa/klienta v prípade, že zadávateľ/klient má naplnený finančný objem prostriedkov garantovaných na realizáciu reklamnej kampane/kampaní v Slovenskej produkčnej, a.s. za príslušné obdobie, ktorý bol stanovený v dohode o špeciálnych obchodných podmienkach a zároveň v prípade, že je reklamný priestor Slovenskej produkčnej, a.s. v čase od 08:00 do 24:00 100% vypredaný v troch po sebe nasledujúcich mesiacoch.
8. Zadávateľ je povinný spolu so spotom doručiť mailom na adresu : [spoty@joj.sk](mailto:spoty@joj.sk) zoznam hudby použitej v spote, ktorý obsahuje názov použitej skladby vrátane autora hudby, autora textu a interpreta. Súčasťou hudobného zoznamu je stopáž použitej hudby.
9. Ak zadávateľ v jednom reklamnom spote umiestni:
  - a) viac produktov alebo služieb jedného klienta, je v prípade ich prezentácie v spote, a to najmä vizuálne, verbálne, alebo iným spôsobom, povinný uhradiť spoločnosti Slovenská produkčná, a.s. prirážku vo výške 25% z ceny reklamy zadefinovanej v zmluve. Ak bude v jednom reklamnom spote prezentovaných viac produktov alebo služieb jedného klienta zadávateľa reklamy a táto prezentácia bude prevyšovať 17% z celkovej stopáže reklamného spotu, bude takáto prirážka navýšená lineárne, alebo na základe dohody zmluvných strán,
  - b) viac klientov alebo ich produktov alebo služieb v spote, je v prípade ich prezentácie v spote, a to najmä vizuálne, verbálne, alebo iným spôsobom, povinný uhradiť spoločnosti Slovenská produkčná, a.s. prirážku vo výške 25% z ceny reklamy zadefinovanej v zmluve. Ak bude v jednom reklamnom spote prezentovaných viac klientov alebo ich produktov alebo služieb zadávateľa reklamy a táto prezentácia bude prevyšovať 17% z celkovej stopáže reklamného spotu, bude takáto prirážka navýšená lineárne, alebo na základe dohody zmluvných strán;
  - c) viac klientov alebo ich produktov alebo služieb v spote, je v prípade ich prezentácie v tandemovom spote alebo jeho časti, a to najmä vizuálne, verbálne, alebo iným spôsobom, povinný uhradiť spoločnosti Slovenská produkčná, a.s. prirážku vo výške 25% z ceny reklamy tandemového spotu zadefinovanej v zmluve.;
  - d) viac produktov a/alebo služieb jedného klienta v spote, s nesúvisiacou hudobnou zostavou, kontextom a komunikovaným obsahom, Slovenská produkčná tento reklamný materiál bude posudzovať ako vzájomne nesúvisiace spoty a bude ich indexovať príslušnými stopážovými indexami uvedenými v článku IV. bod 2



10. Ak zadávateľ umiestni v jednom reklamnom breaku reklamný spot, ktorého druhý diel so samostatnou oddelenou stopážou nasleduje v rovnakom reklamnom bloku, Slovenská produkčná tento spot bude považovať za tandemový a pri určovaní ceny za túto kampaň bude vychádzať z indexácie pre tandemovú komunikáciu uvedenej v článku IV. bod 2
11. Zadávateľ je povinný ešte pred samotným vysielaním spotu vysporiadať pre územie Slovenskej a Českej republiky, všetky majetkové práva autorov a výkonných umelcov k predmetom autorských práv a práv súvisiacich s autorským právom, ktoré boli použité pri výrobe spotu, vo vzťahu k verejnému rozširovaniu, uvedeniu na verejnosti, vysielaniu, retransmisii, archivácii, zaradeniu do skladby programov v rámci audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie a zároveň je zadávateľ povinný odškodniť Slovenskú produkčnú, a.s. v prípade, ak tretia osoba vznesie nároky súvisiace s povinnosťou zadávateľa podľa tohto odseku..
12. Zadávateľ je plne zodpovedný za obsahovú stránku spotu a zaväzuje sa uhradiť Slovenskej produkčnej, a.s. všetky nároky uplatňované tretími osobami voči Slovenskej produkčnej, a.s. v nadväznosti na obsah už odvysielaného spotu, najmä však nároky uplatňované v súvislosti s právom na ochranu osobnosti, súdebným právom, ako aj právom nekalej súťaže, právom duševného vlastníctva, autorským právom a právom priemyselného vlastníctva, a všetky ďalšie náklady, ktoré Slovenskej produkčnej, a.s. vzniknú v súvislosti s uplatnením nárokov tretích osôb v zmysle tohto článku.
13. Zadávateľ v celom rozsahu zodpovedá za jazykovú stránku reklamného vysielania a zaväzuje sa znášať prípadné sankcie alebo pokuty uplatňované voči Slovenskej produkčnej, a.s. alebo vysielateľovi programových služieb „JOJ GROUP“ z titulu porušenia všeobecne záväzných právnych predpisov upravujúcich použitie jazyka. Na požiadanie Slovenskej produkčnej, a.s. je objednávateľ povinný preukázať, že reklamné vysielanie nie je v rozpore s týmito predpismi.
14. Zadávateľ je povinný odovzdať Slovenskej produkčnej, a.s. nosič spotov a rozpis vysielania spotov. Spoty je zadávateľ povinný odovzdať na nosičoch vo formáte a v termíne v súlade s „Technickými podmienkami pre zaradenie mediálnej komerčnej komunikácie do vysielania „JOJ GROUP“, ktoré sú súčasťou týchto Všeobecných obchodných podmienok. Zadávateľ je povinný v lehote minimálne 5 (päť) pracovných dní pred 1. (prvým) dňom kalendárneho mesiaca, v ktorom sa má kampaň na mediálnu komerčnú komunikáciu vysielat', informovať Slovenskú produkčnú o presnom nasadení spotov (presný názov spotu, dĺžka) na jednotlivé Zmluvy o zabezpečení vysielania mediálnej komerčnej komunikácie.
15. V prípade, že zadávateľ nedodrží dĺžku spotu, ktorá je zmluvne dohodnutá, je spoločnosť Slovenská produkčná, a.s. oprávnená nezaraďovať tento spot do vysielania (zadávateľ je však povinný uhradiť zmluvne dohodnutý rozsah vysielania) alebo ho účtovať tak, aby sa za základ pre výpočet ceny reklamy bral najbližší vyšší cenový index podľa čl. IV. bodu 2 týchto Všeobecných obchodných podmienok.
16. Všetky spoty odovzdané zadávateľom Slovenskej produkčnej, a.s. podľa čl. II. bod 15 týchto Všeobecných obchodných podmienok zostávajú vlastníctvom zadávateľa. Slovenská produkčná, a.s. sa zaväzuje tieto spoty skladovať so starostlivosťou uschovávateľa počas účinnosti zmluvy, ručí však za ne len do výšky ich preukázateľnej obstarávacej hodnoty. V prípade, ak si zadávateľ spoty neprevezme ani po 6 (šiestich) mesiacoch po odvysielaní poslednej reklamy podľa zmluvy,

prípadne od ukončenia účinnosti zmluvy, Slovenská produkčná, a.s. je oprávnená takéto spoty odstrániť.

17. Slovenská produkčná, a.s. je oprávnená nezaistiť vysielanie spotu, ku ktorému zadávateľ neodovzdá riadne vyplnený zoznam hudby, podľa čl. II. bod 9 týchto Všeobecných obchodných podmienok, rozpis vysielania spotov, podľa čl. II. bod 15 Všeobecných obchodných podmienok, alebo ak zadávateľ nedodrží stopáž spotu dohodnutú v zmluve.
18. Slovenská produkčná, a.s. si vyhradzuje právo prijať, alebo odmietnuť objednávku. Aj v prípade prijatých objednávok, potvrdených oboma stranami, si Slovenská produkčná, a.s. v závislosti na rozhodnutí vysielateľa programovej služby „JOJ GROUP“ vyhradzuje právo odstúpiť od už uzatvorenej zmluvy, napr. s ohľadom na možnosti vysielateľa televíznej programovej služby „JOJ GROUP“ pôvod, obsah alebo formu reklamného spotu, predovšetkým však z dôvodov programových. Zadávatel' sa výslovne zaväzuje rozhodnutie Slovenskej produkčnej, a.s. tu uvedené rešpektovať.
19. Slovenská produkčná, a.s. je oprávnená nezabezpečiť vysielanie reklamného spotu v prípade,
  - A. ak je na majetok zadávateľa podaný návrh na vyhlásenie konkurzu, alebo je daný dôvodný predpoklad, že bude podaný návrh na vyhlásenie konkurzu,
  - B. ak zadávateľ v priebehu predchádzajúcich kampaní porušil povinnosti vyplývajúce zo zmluvy (napr. neuhradená faktúra),
  - C. ak podľa uváženia Slovenskej produkčnej, a.s. by vysielaním reklamného spotu mohlo prísť :
    - a) k porušeniu všeobecne záväzných právnych predpisov, najmä zákona č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách v znení neskorších predpisov, zákona č. 147/2001 Z. z. o reklame a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, zákona č. 250/2007 Z. z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona SNR č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov, zákona č. 185/2015 Z. z. o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom (Autorský zákon) v znení neskorších predpisov, zákona č. 270/1995 Z. z. o štátnom jazyku Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov, Obchodného zákonníka a Ústavy Slovenskej republiky;
    - b) k porušeniu povinností stanovených licenciou na prevádzkovanie televízneho vysielania
    - c) k možnému postihu Slovenskej produkčnej, a.s. zo strany tretích subjektov (napr. sporom vzniknutých v súvislosti s ochranou práv duševného vlastníctva, nekalosúťažným sporom);
    - d) k ohrozeniu oprávnených záujmov Slovenskej produkčnej, a.s. vo vzťahu k tretím subjektom, najmä však k prevádzkovateľom rozhlasového a televízneho vysielania.
  - D. ak zadávateľ v spote vizuálne a/alebo verbálne uvedie názov služby, stanice, programu, komunikačného kanálu, prípadne iného produktu, ktorý je konkurenčným k programovým službám JOJ GROUP.
20. V prípade, ak nastanú niektoré prekážky uvedené v čl. II. bod 19 písm. C. týchto Všeobecných obchodných podmienok (ďalej len "nevhodný spot"), Slovenská produkčná, a.s. na túto skutočnosť upozorní zadávateľa a vyzve ho na vykonanie nápravy zabezpečením opraveného alebo náhradného reklamného spotu. V prípade, ak zadávateľ nevykoná nápravu v dostatočnom časovom predstihu pred plánovaným vysielaním reklamného spotu, Slovenská produkčná, a.s. je oprávnená takéto nevhodný spot neodvysielať.

21. Slovenská produkčná, a.s. zodpovedá za škodu, ktorá vznikla porušením zmluvných povinností zo strany Slovenskej produkčnej, a.s. len pomerne do výšky príslušnej mesačnej čiastky, z úhrad, ktoré zadávateľ už preukázateľne uhradil za zabezpečenie vysielania reklamy na účet Slovenskej produkčnej, a.s.
22. V prípade chybne odvysielaného spotu preukázateľne zavineného vysielateľom, má zadávateľ nárok na náhradné odvysielanie spotu v dohodnutom termíne.
23. Zadávateľ môže uplatniť reklamáciu chybne odvysielaného spotu alebo neodvysielaného spotu do 40 kalendárnych dní odo dňa chybne odvysielaného spotu, resp. dňa, v ktorom mal byť spot odvysielaný, inak po uplynutí lehoty tu uvedenej právo zadávateľa zaniká.
24. Slovenská produkčná, a.s. sa zaväzuje nezasahovať akýmkoľvek spôsobom do stopáže alebo obsahu spotu a použije ho výlučne na vysielanie v „JOJ GROUP“
25. Slovenská produkčná, a.s. bude informovať zadávateľa o zmene a doplnení cenníka, podmienok vysielania a programových zmenách bez zbytočného odkladu. Zmeny a doplnenia cenníka nemajú vplyv na dohodnutú výšku ceny v už platných zmluvách.
26. V prípade programových zmien, ktoré nie je možné oznámiť v lehote uvedenej v prechádzajúcom bode zadávateľ môže uplatniť výlučne jedno z nasledujúcich práv :  
bud'
  - A. zadávateľ má právo navrhnúť náhradný termín vysielania spotu; Slovenská produkčná, a.s. náhradný termín potvrdí, alebo sa dohodne iný termín vysielania spotu;alebo
  - B. zadávateľ má právo trvať na odvysielaní spotu spolu s programom avšak bez práva zadávateľa na určenie termínu vysielania programu spolu so spotom; termín vysielania programu spolu so spotom určí Slovenská produkčná, a.s. s ohľadom na programovú štruktúru vysielania;alebo
  - C. zadávateľ má právo zrušiť odvysielanie spotu bez náhradného termínu a jeho úhrady.
27. V prípade mimoriadnych programových zmien a mimoriadnych udalostí do 48 hodín pred nadobudnutím ich účinnosti, Slovenská produkčná, a.s. môže uplatniť výlučne jedno z nasledujúcich práv:  
bud'
  - A. Slovenská produkčná, a.s. má právo presunúť vysielanie spotu na najbližší možný termín;alebo
  - B. Slovenská produkčná, a.s. má právo posunúť vysielanie spotu zároveň s posunom programu;alebo
  - C. Slovenská produkčná, a.s. má právo zrušiť odvysielanie spotu so stanovením náhradného osobitne dohodnutého termínu.
28. Slovenská produkčná, a.s. na požiadanie zadávateľa môže mesačne zverejniť predikované ratingy „JOJ GROUP“, ktoré však majú nezáväzný a informatívny charakter.
29. Zadávateľ je oboznámený s tým, že poskytnutie mediálnej komerčnej komunikácie v dohodnutom objeme, bude realizované výlučne v súlade so stanoveným % - ným rozdelením disponibilných GRP medzi programovými službami „JOJ GROUP“ a to s účinnosťou od 01.01.2019 v rozsahu 67% predikovaných GRP v rámci programovej služby JOJ, 17 % predikovaných GRP v rámci



programovej služby PLUS, 12% predikovaných GRP v rámci programovej služby WAU a 4% predikovaných GRP v rámci inej programovej služby patriacej pod alebo zastupujúcej „JOJ GROUP“. Slovenská produkčná, a.s. si vyhradzuje právo jednostrannej zmeny %-neho podielu podľa predchádzajúcich viet tohto bodu štyrikrát ročne na základe výkonu jednotlivých programových služieb, vždy však minimálne 45 dní pred plánovanou zmenou %-neho podielu, pričom zmena %-neho podielu bude zadávateľom oznámená bezodkladne resp. v čase otvorenia rezervácií na príslušný mesiac. Slovenská produkčná, a.s. si vyhradzuje právo uvedené rozdelenie disponibilných GRP medzi programovými službami „JOJ GROUP“ individuálne zmeniť v prípade vzniku každej novej programovej služby „JOJ GROUP“. Zadávateľ je oboznámený s tým, že pri zmene rozloženia ratingov v rozsahu do 20 % Slovenská produkčná, a.s. nemá povinnosť vopred oznamovať takúto zmenu zadávateľom.

Aktuálna ponuka programových služieb spadajúcich pod „JOJ GROUP“ je zverejnená na adrese [www.joj.sk](http://www.joj.sk)

### III. SANKCIE

1. Pre prípad porušenia zmluvnej povinnosti podľa čl. II. bod 19 písm. C. týchto Všeobecných obchodných podmienok na strane zadávateľa a naplneníu skutočností podľa čl. II. bod 19 písm. A. a/alebo B. týchto Všeobecných obchodných podmienok sa zadávateľ zaväzuje zaplatiť Slovenskej produkčnej, a.s. alikvotnú časť ceny reklamy, ktorá zodpovedá cene reklamy za vysielanie nevhodných spotov. V prípade takéhoto porušenia zmluvnej povinnosti je Slovenská produkčná, a.s. oprávnená od zmluvy odstúpiť.
2. V prípade, ak zadávateľ v súlade so zákonom ukončí zmluvný vzťah, ktorý vznikol na základe zmluvy, je povinný svoje rozhodnutie písomne oznámiť Slovenskej produkčnej, a.s.. Ak zadávateľ preinvestuje iba časť a/alebo ani časť z celkovej sumy finančných prostriedkov, ktoré sa na základe zmluvy zaviazal preinvestovať, zaväzuje sa zaplatiť Slovenskej produkčnej, a.s. poplatok za zrušenie zmluvy zodpovedajúci cene neodvysielanej reklamy z celkovej ceny reklamy dohodnutej na základe zmluvy. V prípade nákupu na obchodný model GARANTOVANÉ SPOTY je 100% peňažná sankcia počítaná na základe ceny vychádzajúcej z predikovaných ratingov zmluvne dohodnutých garantovaných spotov zadávateľa.
3. Za porušenie Technických podmienok pre zaradenie mediálnej komerčnej komunikácie do vysielania „JOJ GROUP“ ako i nedoručenie materiálov pre zaradenie reklamnej kampane do vysielania riadne a včas, sa zadávateľ zaväzuje zaplatiť sankciu vo výške zodpovedajúcu z celkovej sumy finančných prostriedkov, ktoré sa na základe konkrétnej zmluvy zaviazal preinvestovať a v dôsledku porušenia Technických podmienok tu uvedených reklamná kampaň nebola odvysielaná.

### IV. FAKTURÁCIA

1. Cena za zaistenie vysielania reklamy je stanovená jedným z nižšie uvedených spôsobov:
  - na základe cenníka Slovenskej produkčnej, a.s. platného pre konkrétny mesiac reklamného vysielania a dohodnutej zľavy, alebo
  - dohodou na základe násobku CPRP a ratingu zohľadňujúceho všetky dohodnuté indexy (definícia pojmov „CPRP“ a „rating“ – vid' článok I. týchto Všeobecných obchodných podmienok zabezpečenia vysielania mediálnej komerčnej komunikácie v „JOJ GROUP“

ad a) Cena za zaistenie vysielania mediálnej komerčnej komunikácie je pre televíznu programovú službu „JOJ GROUP“ stanovená na základe „Cenníka JOJ GROUP a/alebo dohodou.

ad b) Dohodnuté CPRP a všetky príslušné indexy budú predmetom „Dohody o špeciálnych obchodných podmienkach“ uzatvorenej medzi zmluvnými stranami (ďalej len „Dohoda“), pričom pre každého klienta agentúry bude uzatvorená samostatná Dohoda, ktorá bude tvoriť neoddeliteľnú súčasť tejto zmluvy. Dohoda je individuálna, vychádza výlučne z rokovaní s osobou, ktorej je adresovaná pri zohľadnení minulej spolupráce, informácii a záruk, ktoré si strany poskytli v súvislosti s rokovaním o jej obsahu a podmienky v nej uvedené nie sú aplikovateľné na iný zmluvný vzťah. Dohoda je platná bez možnosti úprav cenových podmienok klienta aj po naplnení stanoveného garantovaného finančného objemu prostriedkov definovaného v Dohode o špeciálnych podmienkach počas celého obdobia jej platnosti a nie je možné ju upravovať pokiaľ bude reklamný priestor v čase od 08:00 do 24:00 vypredaný na 100% počas 3 po sebe nasledujúcich mesiacov.

Výpočet CPRP je v prípade indexácie zaokrúhlený na dve desatinné miesta. Indexovaný rating nezohľadňuje prirážky za pozície a špeciálne reklamné bloky označované ako „power break“.

Pre nákup na obchodný model **KOMBI** sa cena kampane účtuje nasledovne:

1.1 ak je rating garantovaných spotov väčší ako celkový požadovaný rating, Slovenská produkčná, a.s. vyúčtuje násobok CPRP a celkového reálne dosiahnutého indexovaného ratingu garantovaných spotov a prípadnú prirážku za všetky vyžiadané pozície spotov a power breakov;

1.2 ak je rating garantovaných spotov vrátane ratingu negarantovaných spotov (garantovaný a negarantovaný rating v Prime time, resp. v Off time, je v tolerančnej hodnote do -10% alebo do -10 GRP's zvolenej stopáže požadovaného ratingu v Prime time, resp. v Off time) väčší ako celkový požadovaný rating, Slovenská produkčná, a.s. vyúčtuje násobok CPRP a celkového požadovaného ratingu v objednanom pomere Prime Time/Off Time a prípadnú prirážku za všetky vyžiadané pozície spotov a power breakov, pričom nedodané ratingy v Prime time, resp. v Off time budú podľa možnosti Slovenskej produkčnej, a.s. v pomere dohodnutého pásmového indexu dodané v Off time, resp. v Prime time, tzn. agentúre je vyfakturovaná predpokladaná cena uvedená v Zmluve o zabezpečení vysielania mediálnej komerčnej komunikácie;

1.3 ak je rating garantovaných spotov vrátane ratingu negarantovaných spotov (garantovaný a negarantovaný rating v Prime time, resp. v Off time, nie je v tolerančnej hodnote do -10% alebo do -10 GRP's zvolenej stopáže požadovaného ratingu v Prime time, resp. v Off time) väčší ako celkový požadovaný rating, agentúra má právo požadovať fakturáciu násobku CPRP a celkového reálne dosiahnutého indexovaného ratingu garantovaných a negarantovaných spotov v Prime time + garantovaných a negarantovaných spotov v Off time len do výšky celkovo požadovaných ratingov uvedených na Zmluve o zabezpečení vysielania mediálnej komerčnej komunikácie a prípadnú prirážku za všetky vyžiadané pozície spotov a power breakov, t.j. fakturáciu neprekračujúcu zmluvne dohodnutú predpokladanú cenu uvedenú v Zmluve o zabezpečení vysielania mediálnej komerčnej komunikácie, ak nie je s agentúrou dohodnuté inak;

1.4 ak je rating garantovaných spotov vrátane ratingu negarantovaných spotov menší ako celkový požadovaný rating, Slovenská produkčná, a.s. vyúčtuje násobok CPRP a celkového reálne dosiahnutého indexovaného ratingu garantovaných a negarantovaných spotov a prípadnú prirážku za všetky vyžiadané pozície spotov a power breakov, ak nie je s agentúrou dohodnuté inak;

Podmienkou nákupu na obchodný model KOMBI je objednanie si maximálne 90 – tich % garantovaných ratingov v Prime time (17:00 -23:00) na základe predikovaných ratingov Slovenskej produkčnej, a.s.z požadovanej hodnoty Prime time – ových ratingov a zároveň plánovanie maximálne 80 – tich % garantovaných ratingov na základe predikovaných ratingov Slovenskej produkčnej, a.s. z celkovej požadovanej hodnoty ratingov. Všetky agentúrou zaslané objednávky budú spracované iba do výšky stanovených podmienok.

Zadávateľ môže nakupovať vysielací čas na CPRP len v prípade, že má so spoločnosťou Slovenská produkčná, a.s. uzatvorenú dohodu o takomto nákupe na základe nasledovných obchodných modelov:

- **GARANTOVANÝ RATING** – nákup zadávateľom, definovaný iba ako celkový počet ratingov, pričom umiestnenie spotov plánuje zadávateľovi Slovenská produkčná a.s. priebežne počas vysielania kampane a zadávateľ je informovaný o presnom umiestnení spotov v prílohe faktúry za reklamné vysielanie;
- **GARANTOVANÉ SPOTY** – zadávateľom definovaný iba ako presne špecifikovaný počet garantovaných spotov;
- **KOMBI** – je kombináciou prvých dvoch modelov, pričom je zadávateľ povinný definovať presne špecifikovaný počet garantovaných spotov, ako aj celkový počet požadovaných ratingov. Zadávateľ je informovaný o presnom umiestnení všetkých spotov v prílohe faktúry za reklamné vysielanie, pričom o umiestnení garantovaných spotov je informovaný na zmluve. Podmienkou nákupu na obchodný model KOMBI je objednanie si kampane v minimálnej dĺžke trvania 5 dní. Podmienkou nákupu na obchodný model KOMBI na „JOJ GROUP“ je objednanie si kampane v celkovej hodnote minimálne 20 ratingov.

2. V prípade spotov inej dĺžky ako 30 sekúnd sa ceny spotov určia na základe nasledovného cenového indexu:

Spot	5"	10"	15"	20"	25"	30"	35"	40"	45"	50"	55"	60"
Spot indexy	0,4	0,6	0,8	0,9	0,95	1	1,35	1,5	1,75	1,85	1,95	2
Tandemy	-	0,7	0,85	1	1,15	1,25	1,35	1,5	1,75	1,85	1,95	2

3. Slovenská produkčná, a.s. vystaví daňový doklad na úhradu za plnenie poskytnuté podľa zmluvy v mesiaci nasledujúcom, keď bola reklama vysielaná. Zadávateľ sa zaväzuje uhradiť cenu za reklamu poukázaním na účet Slovenskej produkčnej, a.s. do 14 dní od vystavenia daňového dokladu, pokiaľ nie je písomne dohodnuté inak.

4. Spoločnosť Slovenská produkčná, a.s. môže požadovať od zadávateľa 100% platbu vopred. V prípade, že nie je stanovené inak, zadávateľ je povinný uhradiť zmluvne dohodnutú cenu za reklamu vopred, najneskôr však 5 (päť) pracovných dní pred začiatkom vysielania. V prípade, že v stanovenej lehote nebude platba pripísaná na účet Slovenská produkčná, a.s., má spoločnosť Slovenská produkčná, a.s. právo na zrušenie zadávateľom naplánovaných spotov a zároveň právo požadovať od zadávateľa zmluvnú pokutu vo výške 100% zo zmluvne dohodnutej ceny reklamy.

5. Pre prípad, ak zadávateľ neuhradí cenu za zabezpečenie mediálnej komerčnej komunikácie spôsobom uvedeným podľa čl. IV. bodu 3, má Slovenská produkčná, a.s. právo požadovať od zadávateľa zmluvnú pokutu vo výške 0,05 % z dlžnej čiastky za každý deň omeškania a túto je zadávateľ povinný zaplatiť.
6. Pre prípad, ak zadávateľ nemá na území Slovenskej republiky zriadenú organizačnú zložku, stálu prevádzku alebo podnik je cena za zabezpečenie mediálnej komerčnej komunikácie fakturovaná bez DPH. V prípade, ak v priebehu účinnosti zmluvy zadávateľ zriadi na území Slovenskej republiky organizačnú zložku, stálu prevádzku alebo podnik je toto bez zbytočného odkladu povinný oznámiť Slovenskej produkčnej, a.s.
7. Bankové poplatky vyplývajúce z kontrahovaných čiastok zo zahraničia je povinný uhradiť zadávateľ.
8. Pre prípad, ak zadávateľ poskytne cenu za zabezpečenie mediálnej komerčnej komunikácie vo voľne zameniteľnej cudzej mene sa na prepočítanie použije kurz stanovený Národnou bankou Slovenska na deň pripísania príslušnej čiastky na účet Slovenskej produkčnej, a.s..
9. Za akékoľvek zadávateľom vyžiadané pozície spotov v reklamnom bloku si spoločnosť Slovenská produkčná, a.s. účtuje za každú prvú a poslednú objednanú pozíciu 35% prirážku z reálne dosiahnutého ratingu daného reklamného spotu; za každú druhú a predposlednú objednanú pozíciu si spoločnosť Slovenská produkčná, a.s. účtuje 30% prirážku z reálne dosiahnutého ratingu daného reklamného spotu; za každú tretiu a tretiu od konca objednanú pozíciu si spoločnosť Slovenská produkčná, a.s. účtuje 25% prirážku z reálne dosiahnutého ratingu daného reklamného spotu; za akúkoľvek inú vyžiadanú pozíciu si spoločnosť Slovenská produkčná, a.s. účtuje 20% prirážku z reálne dosiahnutého ratingu daného reklamného spotu.
10. Cena sponzoringu, injektáží, teleshopingu a umiestňovania produktov vo vysielaní „JOJ GROUP“ sa riadi na základe individuálnej ponuky. Ponuka je vždy individuálna, vychádza výlučne z rokovaní s osobou, ktorej je adresovaná pri zohľadnení minulej spolupráce, informácií a záruk, ktoré si strany poskytli v súvislosti so vzájomným rokovaním a podmienky a návrhy v nej uvedené nie sú aplikovateľné na iný zmluvný vzťah.
11. Ku každej cene účtovanej spoločnosťou Slovenská produkčná, a.s. je účtovaná DPH v zmysle platných právnych predpisov, pokiaľ nie je v týchto Všeobecných obchodných podmienkach výslovne uvedené inak.
12. V prípade ak vyhodnotením príslušného mesiaca kampane bude zistené, že kampaň za hodnotený mesiac bola naddodaná alebo poddodaná o +/- 10% dohodnutých GRP's a kampaň bude pokračovať aj v nasledujúcom kalendárnom mesiaci Slovenská produkčná, a.s. má možnosť zohľadniť naddodanie alebo poddodanie kampane zadávateľovi tak, že v nasledujúcom kalendárnom mesiaci zadávateľovi poskytne menej mediálnej komerčnej komunikácie o časť, ktorá mu bola za predchádzajúci mesiac naddodaná, alebo mu poskytne viac mediálnej komerčnej komunikácie o časť, ktorá mu bola za predchádzajúci mesiac poddodaná v zmysle tohto ods. Všeobecných obchodných podmienok, ak sa so zadávateľom nedohodne inak.
13. Za akékoľvek agentúrou vyžiadané spoty v špeciálnom reklamnom bloku, tzv. „power breaku“ si spoločnosť Slovenská produkčná, a.s., účtuje za každý objednaný spot prirážku uvedenú v cenníku na každý kalendárny mesiac k reálne dosiahnutému ratingu daného reklamného spotu.

## V. OSOBITNÉ USTANOVENIA

1. Zadávateľ súhlasí s výškou sankcií obsiahnutých v týchto Všeobecných obchodných podmienkach a potvrdzuje, že nie sú z jeho hľadiska v rozpore s dobrými mravmi. Ustanoveniami o sankciách stanovených na základe Všeobecných obchodných podmienok náhrada škody nie je dotknutá v celom rozsahu, tieto ustanovenia zostávajú platné a účinné i po ukončení platnosti a účinnosti zmluvy.
2. Slovenská produkčná, a.s. nezodpovedá za nedodržanie plnenia záväzkov podľa zmluvy spôsobených neodvratiteľnými udalosťami. Neodvratiteľnými udalosťami sa rozumie najmä vyššia moc, občianske nepokoje, vojenské operácie, štátne alebo regionálne stavy pohotovosti, zásahy štátu alebo iných príslušných autorít, počasie, poruchy spojových služieb, technické závady vysielania, nedostatok elektriny, dodržiavanie zákonných predpisov alebo licenčných podmienok zo strany prevádzkovateľa vysielania, vrátane dodržiavania zákonných povinností, akými je poskytovanie informácií verejnosti.
3. Zadávateľ nie je oprávnený postúpiť akékoľvek práva a povinnosti vyplývajúce z tejto zmluvy na tretí subjekt. V prípade zrušenia zadávateľa bez likvidácie zlúčením alebo splynutím v zmysle ust. § 218a a nasl. Obchodného zákonníka sa dohodnuté cenové podmienky nástupníckej spoločnosti vzťahujú iba na produkty a služby nástupníckej spoločnosti, pre produkty a služby spoločnosti, ktorá zanikla v dôsledku zlúčenia platia ceny stanovené prednostne na základe dohody zmluvných strán, v prípade ak sa účastníci (Slovenská produkčná, a.s. a právny nástupca) nedohodnú na cene, platia ceny stanovené na základe platného cenníka. Rovnako v prípade uzavretia zmluvy o predaji podniku alebo jeho časti sa na produkty a služby predávajúceho a kupujúceho vzťahujú podmienky tak ako boli dohodnuté pôvodne, t.j. pred uzavretím zmluvy o predaji podniku alebo jeho časti ak nebude medzi účastníkmi dohodnuté inak.
4. V prípade zrušenia spoločnosti Slovenská produkčná, a.s. bez likvidácie zlúčením alebo splynutím v zmysle ust. § 218a a nasl. Obchodného zákonníka, zadávateľ berie na vedomie a súhlasí, že nástupnícka spoločnosť v celom rozsahu vstúpi ku dňu účinnosti právneho nástupníctva do práv a povinností Slovenskej produkčnej, a.s. podľa tejto zmluvy, obdobne v prípade uzavretia zmluvy o predaji podniku alebo jeho časti kupujúci bez ďalšieho v celom rozsahu vstúpi do práv a povinností Slovenskej produkčnej, a.s. s čím zadávateľ vyslovuje súhlas.
5. Všeobecné obchodné podmienky tvoria neoddeliteľnú súčasť každej zmluvy o zabezpečení mediálnej komerčnej komunikácie.
6. Právne vzťahy zmluvných strán, ak nie sú výslovne upravené vo Všeobecných obchodných podmienkach, sa riadia príslušnými ustanoveniami Obchodného zákonníka a zákona č. 308/2000 Z. z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z. z. o telekomunikáciách v znení neskorších predpisov a ostatných platných právnych predpisov Slovenskej republiky.
7. Všeobecné podmienky zabezpečenia vysielania mediálnej komerčnej komunikácie v „JOJ GROUP“ sú vyhotovené v slovenskom jazyku. V prípade sporu inej jazykovej verzie je rozhodujúca verzia Všeobecných obchodných podmienok v slovenskom jazyku.



## Technické podmienky

### pre zaradenie reklamných spotov a programov kratších než 30 sekúnd do vysielania v TV JOJ Group s účinnosťou od 01.01.2019.

TV stanovuje tieto vstupné podmienky pre príjem všetkých TV relácií vo vysokom rozlíšení (HD) vo formáte XDCAM HD422. Preferovaná je súborová cesta prostredníctvom FTP protokolu. Vo výnimočných prípadoch, ak klient nevie dodať materiál v súborovej podobe, môže materiál dodať v štandardnom rozlíšení (SD) na páske Digital Betacam. Všetky dodané materiály bez ohľadu na formát a nosič musia spĺňať zvukový štandard EBU R128. TP sú platné pre všetky stopáže reklamných spotov.

#### **Upozornenie pre spoty vysielané na území SR:**

Logo staníc (JOJ, PLUS, WAU, RIK) je zobrazené na obrazovke aj počas reklamných a teleshoppingových breakov.

Súradnice loga sú:

ľavý - horný: 145px x 90px

pravý - dolný: 236px x 178px

Súradnice platia pre HD obraz 1920x1080

#### **A. Technické podmienky pre dodávanie spotov na páske Digital Betacam**

Materiály dodané v rozlíšení SD musia spĺňať kritériá a normy sústavy PAL 625/50 . Preferovaným formátom je 16:9 FHA, výnimočne 4:3, resp. LetterBox 4:3.

1. Materiály dodané v rozlíšení HD musia byť zaznamenané vo formáte 1080i50.
2. Modulácia vo zvukových stopách A1 a A2 nesmú byť vo vzájomnej protifáze.
3. Pri monofónnom zázname musí byť zvukový doprovod zhodný v oboch kanáloch A1 a A2.
4. Pri stereofónnom zázname musí byť dodržané poradie zvukových stôp nasledovne:

A1 = L (ľavý kanál)

A2 = R (pravý kanál)

5. Pre dvojkanálový zvukový stereo záznam platí:

A1 = L - ľavý kanál (slovenská verzia)

A2 = P - pravý kanál (slovenská verzia)

A3 = L - ľavý kanál (originálna verzia)

A4 = P - pravý kanál (originálna verzia)

6. Pre záznam zvuku pre zrakovo postihnutých AD platí:

A1 = L - ľavý kanál (slovenská verzia)

A2 = P - pravý kanál (slovenská verzia)

A3 = L - ľavý kanál s AD mixom

A4 = P - pravý kanál s AD mixom

7. Pre záznam na digitálnom Betacame: Referenčný tón kmitočtu 1 kHz, 0dB musí byť zaznamenaný v súlade s odporúčaniami výrobcu záznamového zariadenia so sýtením 125nW/m. Referenčná hodnota bude vzťahovaná na úroveň -18 LUFS ShortTerm v súlade s odporúčením EBU R128.
8. **Audio signál dodávaných programov musí spĺňať všetky body odporúčania EBU R128, resp. vyhlášky Ministerstva kultúry.**

Audio signál sa meria v plnom rozsahu, bez dôrazu na konkrétne prvky, ako hlas, hudba, efekty.

Hlasitosť celého programu (Integrated Loudness) sa normalizuje na úroveň - 23LUFS. Špičková úroveň (Max True Peak Level) nesmie presiahnuť úroveň - 1dBTP.

Celkový rozsah hlasitosti (Loudness Range, LRA) nesmie presiahnuť 15 LU

Pre reklamu a programy kratšie než 30 sekúnd okamžitá hlasitosť (Momentary Loudness (400ms)) nesmie presiahnuť hodnotu -15LUFS a súčasne krátkodobá hlasitosť (Short Term Loudness (3s)) nesmie presiahnuť hodnotu -20LUFS.

Úroveň hlasitosti podľa EBU R-128 sa musí normalizovať a merať vždy zvlášť pre dvojicu stôp (1.a 2. stopu a zvlášť pre 3. a 4. stopu, nikdy nie spolu 4 stopy!).

9. Časový riadiaci kód musí byť zaznamenaný v stope LTC pri súčasnom použití VITC.

10. Signály na zázname musia byť rozložené takto:

- a.) nastavovacia časť - od časového kódu **0':00"** po **1':29":24**

obraz: Test - farebné pruhy PAL EBU 75%

zvuk: referenčný tón 1 kHz, -18 LUFS

- b.) navádzacia časť - od časového kódu **1':30"** po **1':59":24**

obraz: čierna PAL

zvuk: bez modulácie

- c.) programová časť – vlastný záznam programu od časového kódu **2': 00"**, začiatok a koniec programu v LTC musia súhlasiť s údajmi na štítku kazety

- d.) výbehová časť - od konca zaznamenaného programu v dĺžke **30"**

obraz: čierna PAL

zvuk: bez modulácie

11. V úseku čierna - program - čierna [ b.) – c.) – d.) ] musí byť súvislý obrazový signál.

12. Časový posun (offset) medzi obrazom a zvukom nesmie byť subjektívne postrehnuteľný a podľa odporúčenia CCIR nesmie presahovať 60 ms v prípade predbiehania zvuku a 100 ms pri meškaní zvuku za obrazom.

13. Všetky synchronizačné impulzy, zvlášť H a burst a chrominančný signál musia zostať vo vzájomnom pevnom časovom a fázovom vzťahu. Vytrhávanie riadkov alebo dokonca ich absencia a viditeľné rušivé výpadky v modulácii sa nepripúšťajú. Posunutie obrazu voči synchronizačným impulzom je vo vertikálnom smere o 2 tv riadky a v horizontálnom smere o max. 400 ns voči zatemňovaciemu impulzu.
14. Úroveň úplného obrazového signálu nesmie v žiadnom prípade prekročiť hodnotu 107% č - b, t.j. 750 mV a hodnotu -25% č-b, t.j. - 175mV oproti úrovni čiernej. Za 100 % videosignálu č - b sa považuje úroveň 700mV.
15. Ostrosť a gradácia obrazu, ako aj technická kvalita zvukového záznamu, musí odpovedať profesionálnemu „Broadcast“ TV signálu a bude posudzovaná subjektívne, porovnaním s iným kvalitným záznamom.
16. Kazeta aj obal musia byť označené identifikačnými štítkami. Minimálny rozsah údajov na štítkoch je:
  - názov organizácie, ktorá program vyrobila
  - názov programu (vrátane čísla, podtitulu)
  - začiatok a koniec programu v LTC
  - zvuk: mono, stereo
  - dátum výroby

Ďalej je nutné dodať spolu s programom sprievodnú dokumentáciu, ktorá musí obsahovať stopáž nastavovacích signálov a ich úroveň (údaj v LTC).

## B. Technické podmienky pre dodávanie spotov prostredníctvom FTP:

Všetky súbory musia byť dodané v XDCAM MXF OP1a (.MXF). Bez stopy s časovým riadiacím kódom, alebo s časovým kódom začínajúcim od 00:00:00:00.

### Súborový formát:

**MXF OP1a** s príponou **.mxf** s 1x video stopou, 2-8 audio stopami.

### Audio stopa

Audio kodek:	PCM
Vzorkovacia frekvencia:	48kHz
Bitová hĺbka:	24bit

Poradie audio stôp nedabovaných programov:

2 audio stopy: A1,A2 SK Stereo  
4 audio stopy: A1,A2 SK Stereo; A3,A4 SK Audio Description

Poradie audio stôp dabovaných programov:

8 audio stop:  
A1,A2 SK Stereo; A3,A4 originál Stereo; A7,A8 M&E, alebo  
A1,A2 SK Stereo; A3,A4 Audio Description; A5,A6, originál stereo;  
A7,A8 M&E

### Video stopa

#### *Nastavenie kódovania pri HD*

Profil: XDCAM HD422  
Dátový tok: 50 Mbps CBR  
Režim prekladania: Interlaced, Upper first  
Pomer strán: 16:9  
Rozlíšenie: 1920x1080

### **Účet pre posielanie súborov na ftp je:**

server: ftp.joj.sk  
login: advert  
heslo: rEklama112#

Informáciu o nahratí spotu na FTP a evidenčné listy k spotom zasielať na mailovú adresu :  
[spoty@joj.sk](mailto:spoty@joj.sk)

## C. Upozornenia a špecifikácie

### 1. Reklamný spot na lieky musí obsahovať nasledovnú informáciu:

*„Pred užitím lieku si pozorne prečítajte príbalovú informáciu alebo sa porad' te s lekárom alebo lekárnikom.“*

Výzva a odporúčanie v reklame na lieky musia byť v TV spote zobrazené vždy najmenej 6 sekúnd.

Výzva a odporúčanie v reklame na lieky musia byť v TV spote zobrazené vo veľkosti 24pt., font písma ARIAL Regular. Celý text výzvy musí byť uvedený na dostatočne kontrastnom podklade. V prípade, ak je povinná informácia súčasťou ďalšieho textu, musí sa nachádzať vždy na prvom mieste.

### 2. Termíny odovzdávania spotov:

#### Termín odovzdávania spotov na odvysielanie mediálnej komerčnej komunikácie na staniciach JOJ, Plus, Wau a Prima Plus:

Pondelok	do 15.00	na štvrtok
Utorok	do 15.00	na piatok
<u>Streda</u>	do 15.00	na sobotu a nedeľu
Štvrtok	do 15.00	na pondelok a utorok
Piatok	do 15.00	na stredu

#### Termín odovzdávania spotov na odvysielanie mediálnej komerčnej komunikácie umiestnenej na inej programovej službe patriacej pod alebo zastupujúcej „JOJ Group“:

Pondelok	do 15.00	na sobotu
Utorok	do 15.00	na nedeľu a pondelok
Streda	do 15.00	na utorok
Štvrtok	do 15.00	na stredu
Piatok	do 15.00	na štvrtok a piatok



Zmenu spotu na prebiehajúcej mediálnej komerčnej komunikácii inej programovej služby patriacej pod alebo zastupujúcej „JOJ Group“ je možné uskutočniť až po 4 kalendárnych dňoch odo dňa oznámenia takejto zmeny.

**Kazety odovzdať na adrese:**

**Slovenská produkčná, a.s.**

**Sales Department of JOJ GROUP / Obchodné oddelenie JOJ GROUP**

Brečtanova 1  
830 07 Bratislava

**Kontaktná osoba:**

Michaela Škopeková, Telefón: 02/59 88 86 37

Martina Spodniaková Telefón: 02/59 88 86 33

## D. Podmienky pre dodávanie sponzorských odkazov

### Forma :

1. Sponzorský odkaz nemôže mať charakter reklamného spotu, to znamená, že animácia ani text nesmie naznačovať spôsob použitia ani navádzať k spotrebe.  
K jeho výrobe nesmie byť použitý zostrihaný reklamný spot.
2. Sponzorský odkaz môže byť animovaný a ozvučený / sponzoring programov, prenosov a predpovedí počasia /
3. Sponzorský odkaz môže trvať maximálne 10“.

### Obsah:

1. Logo sponzora, obchodné meno, známka služieb či obchodná známka produktu ak je zaregistrovaná. Túto registráciu treba doložiť
2. Slogan je možné použiť iba ak je súčasťou zaregistrovanej obchodnej známky.  
Okrem možnosti uvedenej v odstavci 1., môže byť produkt spomenutý len pri obecnej charakteristike činnosti sponzora /Např. Sponzoruje výrobca osobných automobilov/.
4. Ak je súčasťou sponzor. odkazu ochranná známka produktu, nesmie byť o ňom uvedená akákoľvek ďalšia informácia /např. o kvalite príp. cene/. Ak je produkt súčasťou ochrannej známky môže byť prezentovaný len v podobe, v ktorej je zaregistrovaný.
5. Sponzorský odkaz musí identifikovať sponzora a vyjadriť jeho spojenie so sponzorovaným programom.

### Sponzor :

1. Sponzorom môže byť právnická i fyzická osoba. Sponzorom nemôžu byť osoby ktorých hlavným predmetom činnosti je výroba, predaj alebo prenájom výrobkov, ktorých reklama nie je dovoľená.
2. Sponzorom nemôžu byť osoby, ktorých hlavným predmetom činnosti je výroba tabakových výrobkov, výrobcovia liekov môžu byť sponzormi len pri splnení podmienok reklamy.
3. Pri voľbe sponzora je treba prihliadnuť k jeho vhodnosti vzhľadom k obsahu, prípadne zameraniu sponzorovaného programu. Sponzor nesmie ovplyvňovať obsah ani čas zaradenia sponzorovaného programu do vysielania.
4. Sponzorom programov pre deti a mládež nemôžu byť výrobcovia alebo predajcovia alkoholických nápojov.

**Návrh (storybord) i hotový sponzorský odkaz podlieha definitívnemu schváleniu Slovenská produkčná, a.s..**

*Návrhy (storybordy) je potrebné pre schválenie zaslať :*

Ľubica Kostercová  
02/59 888 623  
[kostercova@joj.sk](mailto:kostercova@joj.sk)

Účet pre posielanie súborov na ftp je:

server: ftp.joj.sk  
login: advert  
heslo: rEklama112#

Informáciu o nahratí spotu na FTP a evidenčné listy k spotom zasielať na mailovú adresu :  
[spoty@joj.sk](mailto:spoty@joj.sk)

## E. Technické podmienky pre prijímanie injektáží do vysielania „JOJ GROUP“

Slovenská produkčná, a.s., stanovuje tieto vstupné podmienky pre príjem injektážnych vstupov:

1. Sekvencie obrázkov musia byť vo formáte Traga .tga
2. Bitové rozlíšenie 32 bitov (24bit RGB + 8bit Sloha).
3. Rozlíšenie 720x576.
4. Snímkovanie – 25 progresívnych snímkov za sekundu (bez polsnímkov).
5. Aspect ratio 16:9 Full Height Anamorph.
6. Alpha kanál musí byť premultiplikovaný.
7. Animácia sa musí nachádzať v pravom dolnom rohu a môže zaberat' maximálne 1/16 obrazu. Zvyšná plocha obrazu musí byť 100% transparentná.
8. Dĺžka animácie môže byť maximálne 10 sekúnd, pričom sa do tohto času započítava aj vylnutie a stiahnutie loga sponzora v rámci celej animácie. Skutočné zobrazenie loga sponzora (vlastná injektáž) má dĺžku 5 sekúnd.
9. Dodávanie médií cez štandardné ftp:
  - ftp.joj.sk
  - Login: inject
  - Pass: Elkama14e
10. Termín odoslania injektáže na ftp server je vždy minimálne 4 pracovné dni pred prvým vysielaním injektáže.
11. Informáciu o tom, že injektáž bola zaslaná na ftp server, treba nahlásiť na mailových adresách [spoty@joj.sk](mailto:spoty@joj.sk)

V Bratislave dňa 01. 01. 2019

Ing. Martin Heržo  
Obchodný riaditeľ JOJ GROUP