

ZMLUVNÉ PODMIENKY
VYSIELANIA REKLAMY V TELEVÍZNYCH PROGRAMOVÝCH SLUŽBÁCH VYSIELATEĽA
MARKÍZA-SLOVAKIA, spol. s r.o.

MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. je vysielateľom:

- a) televíznej programov služby TV MARKÍZA na základe licencie na televízne vysielanie č. T/41/1995 v zmysle rozhodnutia zo dňa 7.8.1995 v platnom znení;
- b) televíznej programov služby TV MARKÍZA na základe licencie na televízne vysielanie č. TD/17/2010 v zmysle rozhodnutia zo dňa 12.1.2010, právoplatného dňa 23.2.2010;televíznej programov služby DOMA na základe licencie na televízne vysielanie č. TD/7 v zmysle rozhodnutia zo dňa 16.12.2008 v znení rozhodnutia zo dňa 7.7.2009;
- c) televíznej programov služby DAJTO na základe licencie č. TD/47 udelenej Radou pre vysielanie a retransmisiu v zmysle rozhodnutia zo dňa 4.7.2011 právoplatného dňa 10.08.2011,

udelenými Radou pre vysielanie a retransmisiu ako orgánom príslušným v zmysle zákona č. 308/2000 Z.z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č. 195/2000 Z.z. o telekomunikáciách v platnom znení.

MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. je výhradne oprávnená uzatvárať zmluvy na vysielanie reklamy, vysielanie telenákupu, umiestňovanie produktov a sponzorovanie programov vysielaných televíznymi programovými službami TV MARKÍZA, DOMA a DAJTO (ďalej len spoločne ako „**programové služby MS**“ alebo jednotlivu ako „**programová služba MS**“).

A. ÚVODNÉ USTANOVENIA

- 1) Toto sú Zmluvné podmienky vysielania reklamy v programových službách MS (ďalej ako „**Zmluvné podmienky**“), ktoré sú neoddeliteľnou súčasťou a prílohou objednávky/Zmluvy na vysielanie reklamy v programových službách MS/ Rámcovej zmluvy/ Obchodnej Zmluvy (ďalej len „**Zmluva**“) a nadobúdajú platnosť spolu s touto 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.
- 2) Pre účely Zmluvných podmienok, „cena“ znamená celkovú cenu za reklamné plnenie bez DPH, dohodnutú v Zmluve (ďalej ako „**cena**“).
- 3) Akýkoľvek odkaz v týchto Zmluvných podmienkach na pojem „**Obchodný zákonník**“ je odkazom na zákon číslo č. 513/1991 Zb., Obchodný zákonník, v aktuálnom znení.

B. POJMY

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

- 1) **Mediálnou komerčnou komunikáciou** sa v zmysle týchto Zmluvných podmienok rozumie 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, sponzorovanie a umiestňovanie produktov.
- 2) **Reklamou** sa v zmysle týchto Zmluvných podmienok rozumie akékoľvek verejné oznámenie, vysielané programovými službami MS za odplatu v zmysle zákona č.308/2000 Z.z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č.195/2000 Z.z. o telekomunikáciách 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.

- 3) **Šotom** sa v zmysle týchto Zmluvných podmienok rozumie krátke audiovizuálne alebo vizuálne dielo príp. iné krátke reklamné alebo telenákupné oznámenie zaradené do reklamného bloku alebo telenákupného pásma alebo označenie sponzora v rámci sponzorovaného programu na začiatku a na konci (sponzorský odkaz), vysielaného v rámci televíznych programových služieb MS (alebo v rámci každej programovej služby MS samostatne).
- 4) **Reklamnou kampaňou** alebo **kampaňou** sa podľa týchto Zmluvných podmienok rozumie poskytnutie reklamy v objeme a rozsahu určenom v Zmluve v konkrétnej programovej službe MS alebo programových službách MS. V rámci služieb podľa predchádzajúcej vety poskytuje MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. zadávateľovi aj reklamné služby špecifikované v bode D.17) týchto Zmluvných podmienok (ďalej len „**realizácia reklamných kampaní**“).
- 5) **Telenákupom** sa podľa týchto Zmluvných podmienok rozumie priama ponuka vysielaná verejnosti s cieľom poskytnúť tovar alebo služby vrátane nehnuteľností, práv a záväzkov za odplatu.
- 6) **Sponzorovaním** sa podľa týchto Zmluvných podmienok rozumie plnenie poskytnuté zadávateľom, ktoré je určené na priame alebo nepriame financovanie programu alebo danej programovej služby MS s cieľom propagovať názov alebo obchodné meno, ochrannú známku, dobrú povesť, tovary alebo aktivity zadávateľa.
- 7) **Umiestňovaním produktov** sa podľa týchto Zmluvných podmienok rozumie zvuková, obrazová alebo zvukovo-obrazová informácia o tovare, službe alebo ochrannej známke, zaradená do programu za odplatu alebo inú podobnú protihodnotu.
- 8) **Gross rating point** (ďalej aj ako „**GRP**“) sa rozumejú 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 TNS Slovakia s. r. o. na základe priemernej sledovanosti daného reklamného bloku (tzv. break average).
- 9) **Cieľová skupina** (ďalej aj ako „**CS**“) sa
 - a. s účinnosťou od 1.1.2017 do 28.2.2017 rozumie špecifikovaná časť zo všetkého obyvateľstva vo veku 12 – 54 rokov vrátane VOSDAL („viewing on same day as live“, t.j. sledovanosť programu zo záznamu v rovnaký deň ako sa program vysielal v televízii);
 - b. s účinnosťou od 1.3.2017 rozumie špecifikovaná časť zo všetkého obyvateľstva vo veku 12 – 54 rokov vrátane hostí (t.j. osoba, ktorá sleduje televíziu v danej domácnosti a nie je členom domácnosti, resp. členom peplemetrového panela) a VOSDAL („viewing on same day as live“, t.j. sledovanosť programu zo záznamu v rovnaký deň ako sa program vysielal v televízii).

C. PODMIENKY UZAVRETIA ZMLUVY SO ZADÁVATEĽOM A DOBA REZERVÁCIE

- 1) **Predpokladom na uzatvorenie Zmluvy** v danej programovej službe MS medzi MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. (ďalej len „**MS**“) a fyzickými a právnickými osobami (ďalej v jednotnom čísle len ako „**zadávateľ**“) je prijatie záväznej objednávky zo strany zadávateľa. 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, na ktorej programovej službe MS je kampaň objednávaná (za dodržania podmienky percentuálneho rozdelenia podľa bodu C.2) týchto Zmluvných podmienok), časovú špecifikáciu kampane, špecifikáciu stopáží a finančný rozpočet na kampaň (cenu kampane). Spolu so záväznou objednávkou je zadávateľ povinný na vyžiadanie od MS doručiť výpis z obchodného registra či iného registra nie starší ako 3 mesiace príp.

iný doklad preukazujúci skutočnosti tvrdené zadávateľom. V prípade, ak zadávateľom záväznej objednávky na vysielanie reklamy je agentúra, nutnou podmienkou na prijatie takejto záväznej objednávky je predloženie písomného výhradného poverenia agentúry na nákup reklamného priestoru v programových službách MS (alebo v každej programovej službe MS samostatne), vystaveného klientom a doklad, že zadávateľ má reklamnú činnosť, resp. sprostredkovanie predaja reklamy v predmete činnosti, ako aj uvedenie údajov o klientovi v rozsahu uvedenom v tomto bode. V prípade nesplnenia vyššie uvedených podmienok, má MS právo záväznú objednávku neakceptovať, Zmluvu neuzatvoriť a kampaň neodvysielat'.

Záväzné objednávky na farmaceutické produkty musia okrem vyššie uvedeného obsahovať aj špecifikáciu produktu s uvedením, či daný produkt je liekom uvedeným v databáze registrovaných liekov vedenej Štátnym ústavom pre kontrolu liečiv. Záväzné objednávky sa prijímajú na jednotlivé mesiace kalendárneho roka, pokiaľ MS neurčí inak.

- 2) Zadávateľ berie na vedomie, že s účinnosťou od 01.01.2017 bude reklamná kampaň (poskytnutie reklamy v dohodnutom objeme) realizovaná výlučne v súlade s nasledovne stanoveným percentuálnym (%-ným) rozdelením disponibilných GRP medzi programovými službami MS v rozsahu:
 - i. 79% predikovaných GRP v rámci programovej služby TV MARKÍZA,
 - ii. 12% predikovaných GRP v rámci programovej služby DOMA a
 - iii. 9% predikovaných GRP v rámci programovej služby DAJTO.

MS si vyhradzuje právo zmeny percentuálneho podielu podľa predchádzajúcej vety (celkom maximálne 3 krát v priebehu kalendárneho roka 2017), pričom zmena percentuálneho podielu bude zadávateľovi, s ktorým MS uzavrela Zmluvu písomne oznámená, minimálne 45 dní pred začiatkom mesiaca, v ktorom budú nové percentuálne podiely aplikované. MS nie je povinná oznamovať zadávateľovi zmenu podielu %-neho rozdelenia GRP jednotlivých programových služieb MS v zmysle predchádzajúcej vety v prípade, ak aplikované %-ne rozdelenie GRP klesne pre ktorúkoľvek programovú službu MS pod 10% v danom mesiaci.

- 3) MS pripraví návrh Zmluvy v termíne do 7 pracovných dní od prijatia záväznej objednávky v zmysle bodu 1) tohto článku C. Zmluvných podmienok. Zasláním návrhu Zmluvy zadávateľovi na emailovú adresu kontaktnej osoby zadávateľa, začína plynúť doba rezervácie času vysielania zadávanej reklamy, ktorá končí v lehote 5 nasledujúcich pracovných dní (ďalej len „**doba rezervácie**“). Ak nedošlo v rámci doby rezervácie k podpisu Zmluvy oprávnenou osobou zadávateľa, uplynutím doby rezervácie sa rezervácia a návrh Zmluvy automaticky rušia a zadávateľ je povinný uhradiť MS rezervačný poplatok vo výške 10% z ceny Zmluvy podľa posledného návrhu Zmluvy zaslaného MS zadávateľovi pred uplynutím doby rezervácie, na základe faktúry vystavenej MS.
- 4) Výlučne v priebehu doby rezervácie je zadávateľ oprávnený vykonávať záväzné úpravy vysielacieho času zadávanej reklamy, pokiaľ tieto sú v súlade s práve aktuálnou ponukou reklamného času danej programovej služby MS a ďalej obsiahnutými podmienkami. Takéto úpravy vysielacieho času zadávanej reklamy zohľadní MS v návrhu Zmluvy v priebehu doby rezervácie. Po podpise Zmluvy, MS môže akceptovať záväzné úpravy vysielacieho času zadávanej reklamy, za predpokladu, že sa záväznou úpravou vysielacieho času zadávanej reklamy jednorázovo neznižuje cena Zmluvy o viac ako 10%. V prípade, ak zadávateľ bude po podpise Zmluvy požadovať záväznú úpravu vysielacieho času zadávanej reklamy, ktorá by znamenala zníženie ceny Zmluvy o viac ako 10%, je zadávateľ povinný zaplatiť MS sumu, ktorá zodpovedá zníženiu pôvodnej ceny Zmluvy, na základe faktúry vystavenej MS. Pre účely vylúčenia pochybností, táto suma uhradená zadávateľom sa nezapočítava do ceny Zmluvy.
- 5) Uzavretím Zmluvy sa dojednané zmluvné podmienky stávajú záväznými pre obe zmluvné strany a nie je možné ich zo strany zadávateľa jednostranne meniť. V prípade, ak sa zadávateľ v čase po uzatvorení Zmluvy rozhodne riadne doručený šot v uvedenom znení neodvysielat', ale odvysielat' náhradný šot, je povinný požiadať o túto zmenu MS písomne najmenej 5 pracovných dní vopred a doručiť MS náhradný šot pred plánovaným termínom vysielania (v súlade s bodom D.1) týchto Zmluvných podmienok) za

predpokladu, že uvedená zmena nebude mať vplyv na dohodnutú cenu kampane. V prípade, ak zadávateľ nedodá náhradný šot podľa predchádzajúcej vety (v súlade s bodom D.1) týchto Zmluvných podmienok), považuje sa toto konanie zadávateľa za podstatné porušenie Zmluvy, MS nezodpovedá za neuskutočnenie príslušných plnení (neodvysielanie nedoručeného šotu), ktoré sa nemohli uskutočniť v dôsledku nesplnenia/porušenia povinností zadávateľa a MS má nárok na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 100% dohodnutej ceny kampane prislúchajúcej k danému šotu.

- 6) MS si vyhradzuje právo neuzatvoriť Zmluvu so / neakceptovať záväznú objednávku zadávateľa najmä v prípade:
- a) ak voči zadávateľovi bolo začaté trestné stíhanie,
 - b) na majetok zadávateľa je vyhlásený konkurz alebo tu je odôvodnený predpoklad, že na zadávateľa bude podaný návrh na vyhlásenie konkurzného alebo reštrukturalizačného konania,
 - c) podania návrhu oprávneného na vykonanie exekúcie z majetku zadávateľa, alebo
 - d) ak zadávateľ v priebehu predchádzajúcich kampaní 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 vysielacieho času zadávanej reklamy),
 - f) ak by podľa uváženia MS odvysielaním šotu s ohľadom na jeho pôvod, obsah alebo formu mohlo dôjsť:
 - i. 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, 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 licenciách udelených MS,
 - 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 vo vzťahu k tretím osobám, najmä ostatným vysielateľom a iným právnym subjektom, najmä, nie však výlučne, v prípade, ak šot predstavuje reklamu konkurenta MS alebo reklamu produktu (služby) konkurujúceho produktu (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 MS,
 - vi. k rozporu s dobrými mravmi či zásadami poctivého obchodného styku.
- 7) V prípade, ak nastane niektorá zo skutočností uvedených v bode C.6) písm. f) a nápravu stavu je možné dosiahnuť výmenou vadného šotu, MS vyzve zadávateľa na dodanie upraveného alebo náhradného šotu. Ak zadávateľ upravený alebo náhradný šot nedodá, k uzavretiu Zmluvy nedôjde. V prípade, ak nastane niektorá zo skutočností uvedených v bode C.6) písm. f) v čase po uzatvorení Zmluvy a zadávateľ nedodá upravený alebo náhradný šot pred plánovaným termínom vysielania (v súlade s bodom D.1) Zmluvných podmienok), považuje sa takéto konanie zadávateľa za podstatné porušenie Zmluvy zo strany zadávateľa. MS má právo v takomto prípade vadný šot neodvyselať 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% dohodnutej ceny reklamnej kampane prislúchajúcej k danému šotu. 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.

D. PODMIENKY PRE ZARADENIE ŠOTU DO VYSIELANIA, VYSIELANIE A CENOVÉ RELÁCIE

- 1) Materiál na vysielanie kampane (t.j. rozpis vysielania šotov, Sprievodnú dokumentáciu šotu, nahranie šotu na FTP server MS) vrátane dodania upraveného alebo náhradného šotu v zmysle bodu C.7) týchto Zmluvných podmienok 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 obchodník). Pre účely týchto Zmluvných podmienok sa doručením šotu považuje jeho nahranie na FTP server MS. Šoty musia vyhovovať „Technickým podmienkam na zaradenie reklamných šotov do vysielania v programových službách vysielateľa MARKÍZA-SLOVAKIA, spol. s r.o.“.
- 2) Zadávatel' je povinný najneskôr spolu s nahraním šotu na FTP server, dodať na mailovú adresu zodpovednej osoby MS (mailová adresa konkrétneho obchodníka Centra reklamy) riadne vyplnenú a oprávnenou osobou podpísanú Sprievodnú dokumentáciu šotu (vrátane uvedenia mailovej adresy zodpovednej osoby zadávateľa) na vysielanie v danej programovej službe MS, vrátane písomnej špecifikácie nasadenia šotu v danej programovej službe MS ak zadávateľ dodáva viac ako jeden šot. Nevyhnutnou súčasťou Sprievodnej dokumentácie je zoznam hudby použitej v šote, ktorý obsahuje názov použitej skladby vrátane autora hudby, autora textu, interpreta a stopáž použitej hudby. V prípade, že riadne vyplnenú Sprievodnú dokumentáciu šotu na vysielanie v danej programovej službe MS zadávateľ nedoručí MS, považuje sa takéto konanie za podstatné porušenie Zmluvy zo strany zadávateľa. V takomto prípade je MS oprávnená nezaradiť šot 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% dohodnutej ceny reklamnej kampane prislúchajúcej k danému šotu. MS je zároveň v takomto prípade oprávnená od Zmluvy s okamžitou účinnosťou odstúpiť. Tým nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody presahujúcej výšku zmluvnej pokuty.
- 3) Zadávatel' zodpovedá za správnosť a úplnosť informácií obsiahnutých v Sprievodnej dokumentácii k dodanému šotu v zmysle bodu D.2) týchto 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 a to na základe faktúry riadne vystavenej spoločnosťou 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) MS má právo nezaradiť do vysielania šot, ak nebol nahraný na FTP server MS v zmysle bodu 1 tohto článku Zmluvných podmienok. V prípade, ak aj napriek tejto skutočnosti MS zaradí oneskorene dodaný šot do vysielania, MS nezodpovedá za akékoľvek nedostatky v súvislosti s jeho odvysielaním ani za škodu vrátane prípadného ušlého zisku zadávateľovi alebo tretej strane týmto vzniknutú.
- 5) Porušenie povinností zadávateľa v zmysle bodu 1 tohto článku Zmluvných podmienok (zadávatel' nedoručí MS šot, alebo ho nedoručí včas podľa týchto Zmluvných podmienok, alebo doručí MS vadný šot a tento neupraví alebo nedodá náhradný šot pred plánovaným termínom vysielania v zmysle bodu C.7) týchto Zmluvných podmienok sa považuje za podstatné porušenie Zmluvy. V takomto prípade MS nezodpovedá za riadne a včasné uskutočnenie príslušných plnení (neodvysielanie nedoručeného, neskoro doručeného alebo vadného šotu), ktoré sa nemohli uskutočniť v dôsledku nesplnenia povinností zadávateľa a MS má nárok na zaplatenie zmluvnej pokuty vo výške 100% dohodnutej ceny kampane prislúchajúcej k danému šotu. MS je zároveň v takomto prípade oprávnená od Zmluvy s okamžitou účinnosťou odstúpiť. Tým nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody presahujúcej zmluvnú pokutu.

- 6) MS je výhradne oprávnená na šírenie šotu vyrobeného MS. MS na základe písomnej objednávky zadávateľa predloženej najneskôr spolu so záväznou objednávkou na reklamný čas vo vysielaní danej programovej služby MS, vyrobí pre zadávateľa šot pre jeho výhradné vysielanie v programových službách MS, príp. zabezpečí predabovanie vyrobeného šotu do slovenského jazyka tak, aby mohol byť vysielaný v programových službách MS. Za výrobu alebo predabovanie šotu je zadávateľ povinný zaplatiť MS sumu stanovenú v zadávateľom potvrdenej objednávke. V prípade, že vyrobený alebo predabovaný šot má byť použitý zadávateľom aj na iné účely ako je jeho vysielanie v programových službách MS, zadávateľ je povinný zaplatiť MS za výrobu alebo predabovanie takéhoto šotu sumu dohodnutú MS a zadávateľom v osobitnej zmluve, ktorá bude tvoriť neoddeliteľnú prílohu zadávateľom potvrdenej objednávky. V sume bude na základe takejto osobitnej zmluvy zahrnuté aj finančné vysporiadanie s tvorivými pracovníkmi zúčastnenými na výrobe alebo predabovaní šotu za účelom jeho využitia mimo vysielania programových služieb MS v súlade s príslušnými ustanoveniami Autorského zákona, v opačnom prípade zodpovedá zadávateľ MS za spôsobenú škodu.
- 7) MS vysielá šoty v súlade s reklamnými blokmi uvedenými v cenníku reklamy danej programovej služby MS (ďalej len „**cenník**“) a prípadne upresnenými pozíciami v rámci konkrétneho reklamného bloku uvedenými v Zmluve. Potvrdené termíny sa budú dodržiavať v dohodnutej miere s výnimkou programových zmien. Ceny uvedené v cenníku nezahŕňajú DPH. K fakturovaným čiastkam sa účtuje platná sadzba DPH.
- 8) Pokiaľ v programe danej programovej služby MS nastanú zmeny plánovaného vysielania, uhradí zadávateľ iba skutočne realizované vysielanie reklamy, pričom 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 Zmluvy (predikované GRP). MS má právo v priebehu uzatvorenej Zmluvy 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 v Zmluve uzatvorenej medzi MS a zadávateľom. V takomto prípade celková cena za reklamnú kampaň, uvedená v Zmluve medzi MS a zadávateľom zahŕňa odvysielanie všetkých šotov, vrátane šotov technologických, ktorých cena so zreteľom na ich charakter však nebude v Zmluve osobitne špecifikovaná.
- 9) Zmenu cenníka zverejní MS 2-týždne pred nadobudnutím jeho účinnosti na internetovej stránke www.markiza.sk. Zmena cenníka nemá vplyv na cenu dohodnutú v uzavretej Zmluve.
- 10) V prípade, že zadávateľ nedodrží stopáž šotu, ktorá je zmluvne potvrdená, je MS oprávnená nezaraďiť tento šot do vysielania, zadávateľ je však povinný uhradiť zmluvne dohodnutý rozsah vysielania. V prípade dlhšej stopáže šotu je MS oprávnená účtovať za predmetný šot podľa cenového indexu, ktorý prislúcha novej najbližšej dlhšej stopáži.
- 11) **Podmienky vysielania šotu – sponzorského odkazu:**
- Sponzorský odkaz musí obsahovať označenie sponzora - zadávateľa, pričom musí obsahovať názov ak ide o právnickú osobu, obchodným menom alebo menom a priezviskom, ak ide o fyzickú osobu, alebo logo sponzora.
 - Sponzorský odkaz musí byť pri sponzorovanom programe umiestnený na začiatku aj na konci programu. Z uvedeného vyplýva, že sponzorovaný program musí byť označený sponzorským odkazom minimálne dvakrát.
 - 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 reklamný šot.

- d. 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.
- e. 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.
- f. Sponzorské odkazy vysielané v rámci jedného programu, nemusia byť obsahovo identické (prvý sponzorský odkaz – jeden produkt, druhý sponzorský odkaz – iný produkt, atď.).
- g. 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.
- h. Sponzorský odkaz nesmie obsahovať prvky typické pre reklamu, z ktorých je zrejмый ich propagačný účel smerujúce 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 televíznych reklám, ktoré smerujú ku propagácii. V sponzorskom odkaze sa nesmú špecifikovať či propagovať vlastnosti produktu vrátane pozitívnych hodnotení sponzora, jeho výrobku alebo služby.
- i. 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.

12) **Prirážky za pozície v reklamnom bloku:**

- a. Za vyžiadajú prvú alebo poslednú pozíciu šotu v reklamnom bloku sa účtuje prirážka vo výške 25% k cene šotu.
- b. Za druhú alebo predposlednú alebo inú vyžiadajú pozíciu šotu v reklamnom bloku sa účtuje prirážka vo výške 20% k cene šotu.
- c. Za umiestnenie druhého dielu šotu v rovnakom reklamnom bloku sa účtuje prirážka vo výške, zadanovej v bode 16) "Cenový index tandemových šotov" tohto článku.

13) Ak sa v šote objaví v obrazovej alebo zvukovej forme produkt, služba, meno alebo logo iného subjektu, ako subjektu, ktorý je uvedený ako zadávateľ (prípadne klient, ak je zadávateľom agentúra), a to v dĺžke do 5 sekúnd v 30-sekundovom šote, prípadne v tomto pomere pri inej stopáži šotu, MS je oprávnená účtovať prirážku 25% k cene šotu. Ak takáto prezentácia bude dlhšia, výšku prirážky určí MS po dohode so zadávateľom.

14) **Prirážky za sponzorské odkazy, umiestňovanie produktov a vyžiadané nasadenie šotu (súborovej reklamy)**

- a. Za šot - sponzorský odkaz MS účtuje prirážku vo výške 20% k cene šotu. Za sponzorský odkaz vo forme injektáže (virtuálny banner) MS účtuje prirážku vo výške 40% k cene šotu.
- b. Za umiestňovanie produktov v rámci vybraných relácii MS účtuje podľa samostatnej kalkulácie, vypočítanej na základe typu umiestnenia produktu a sledovanosti danej relácie.
- c. za vyžiadané nasadenie šotu (súborovej reklamy) do vybraného reklamného bloku pri rotácii dvoch alebo viacerých šotov si MS účtuje prirážku vo výške 5 % k cene šotu uvedenej v Zmluve.

15) **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%

16) **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%

17) **Služby realizácie reklamných kampaní:**

- Mediálne plánovanie reklamných kampaní zadávateľa, t.j. písomne vypracovaný Mediálny plán podľa požiadaviek zadávateľa, doručovaný zadávateľovi pred uzavretím Zmluvy na vysielanie reklamy v danej programovej službe MS.
- Vyhodnotenie mediálnych aktivít – postbuy reklamných kampaní zadávateľa podľa výsledkov prieskumu sledovanosti, doručovaný zadávateľovi vždy ku koncu príslušného kalendárneho mesiaca v zmysle konkrétnej Zmluvy.
- Poskytovanie informácií o sledovanosti televíznych programových služieb a návštevnosti internetových portálov MS vrátane súvisiacich služieb.

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

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

E. PLATOBNÉ A FAKTURAČNÉ PODMIENKY

- Podkladom pre úhradu ceny za reklamu je faktúra vystavená MS. Faktúra bude vystavená a platba realizovaná v eurách, pokiaľ nie je Zmluve dohodnutá iná mena.
- Faktúry vystavuje MS spravidla mesačne. Zadávateľ 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.
- MS je oprávnená pred začatím vysielania kampane požadovať od zadávateľa platbu vopred. Pokiaľ nie je dohodnuté inak, zadávateľ je povinný uhradiť zmluvne dohodnutú cenu kampane vopred, najneskôr 5 pracovných dní pred začiatkom vysielania kampane. V prípade, že zadávateľ neuhradí cenu za kampaň v lehote v zmysle tohto bodu, takéto konanie sa považuje za podstatné porušenie Zmluvy zo strany zadávateľa s právom MS odstúpiť od Zmluvy. Týmto nie je dotknutý nárok MS na náhradu škody.
- MS má právo ukončiť vysielanie šotu a odstúpiť od konkrétnej Zmluvy aj v prípade, 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 odstúpiť. Odstúpenie je účinné dňom uplynutia poskytnutej lehoty. Zadávateľ je však povinný uhradiť MS splatné čiastky spoločne s náhradou škody a dodatočnými výdajmi MS v dôsledku ukončenia vysielania.

- 5) Za deň úhrady faktúry sa považuje deň pripísania dlžnej sumy v prospech bankového účtu MS.
- 6) Všetky bankové výdavky a poplatky korešpondenčných bánk a banky zadávateľa hradí zadávateľ.

F. ZODPOVEDNOSŤ

- 1) Zadávateľ je plne zodpovedný za obsahovú stránku šotu. Zadávateľ sa zaväzuje predložiť do vysielania programu danej programovej služby MS šot, ktorého obsah, forma a realizácia sú v súlade s platnými právnymi predpismi SR, ktorý zároveň zodpovedá normám televízneho vysielania a licenčným podmienkam MS a ktorý neporušuje akékoľvek práva tretích osôb. Zadávateľ sa zaväzuje dodržiavať najmä ustanovenia zákona č. 308/2000 Z.z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č.195/2000 Z.z. o telekomunikáciách, 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 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 reklama na lieky, zaväzuje sa zadávateľ predložiť do vysielania danej programovej služby šot vyhotovený v súlade s príslušnými ustanoveniami zákona č. 308/2000 Z.z. v platnom znení a s nasledovným textom (ďalej len „**výzva a odporúčanie**“):

„Pred užitím lieku si pozorne prečítajte príbalovú informáciu alebo sa poradíte s lekárom alebo lekárnikom.“

Výzva a odporúčanie v reklame na lieky musia byť v reklame zobrazené v závislosti od počtu slov v trvaní 0,5 sekúnd/1 slovo, spolu však vždy najmenej 8 sekúnd. Výzva a odporúčanie v reklame na lieky musia byť v reklame zobrazené vo veľkosti umožňujúcej ich zreteľné prečítanie bežnému divákovi, odporúčaná veľkosť a typ písma je špecifikovaná v Technických podmienkach na zaradenie reklamných šotov do vysielania v programových službách MS. Súčasne výzva a odporúčanie za účelom zreteľného prečítania bežnému divákovi musia byť zobrazené v jasnom kontraste s podkladovým obrazom šotu. V prípade uvedenia ďalšieho textu obsiahnutého v reklame na lieky nad rámec výzvy a odporúčania uvedeného vyššie v týchto Zmluvných podmienkach (ďalej len „**doplnkový 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 a odporúčanie vrátane doplnkového textu predĺžiť v závislosti od počtu slov doplnkového textu berúc do úvahy podmienku obsiahnutú v prvej vete tohto odseku. Výzva a odporúčanie 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.

- 2) Zadávateľ uzatvorením Zmluvy potvrdzuje, že získal všetky potrebné súhlasy na použitie šotu od akýchkoľvek tretích osôb zúčastnených na výrobe šotu, finančne (jednorázovo) vysporiadal všetky práva k nehmotným statkom v súvislosti s použitím šotu, 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. 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.

- 3) Zadávateľ sa pred podpisom Zmluvy zaväzuje získať všetky potrebné súhlasy od akýchkoľvek tretích osôb zúčastnených na výrobe šotu, pre potreby zakomponovania časomier do šotu (t.j. odpočítavanie času do ukončenia daného reklamného bloku) MS a v tejto súvislosti sa zadávateľ zaväzuje aj finančne (jednorázovo) vysporiadať všetky práva k nehmotným statkom v súvislosti s úpravou šotu, 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.
- 4) S odvolaním sa na ustanovenie § 379 Obchodného zákonníka a s ohľadom na všetky okolnosti súvisiace s uzatvorením Zmluvy MS konštatuje, že celková predvídateľná skutočná škoda, ktorá by mohla vzniknúť, neprekročí v prípade porušenia na strane MS čiastky za neodvysielané šoty. MS vylučuje zodpovednosť za akékoľvek straty, výdavky, pohľadávky, zvláštne, nepriame, náhodné, následné alebo exemplárne škody, vrátane, ale bez obmedzenia škody ušlého zisku, straty klientov alebo goodwill vznikajúce akýmkoľvek spôsobom .
- 5) MS nezodpovedá za nedodržanie alebo oneskorené plnenie záväzkov podľa 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.

G. PREDČASNÉ UKONČENIE ZMLUVY

- 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.
- 2) Pokiaľ vysielanie kampane ešte nebolo realizované, je zadávateľ oprávnený jednostranne zrušiť Zmluvu zaplatením odstupného. V prípade, ak zadávateľ využije svoje oprávnenie jednostranne zrušiť Zmluvu v lehote kratšej ako:
 - a. 4 týždne pred plánovaným vysielaním kampane, je zadávateľ povinný zaplatiť MS odstupné vo výške 50% z ceny Zmluvy.
 - b. 3 týždne pred plánovaným vysielaním kampane, je zadávateľ povinný zaplatiť MS odstupné vo výške 60% z ceny Zmluvy.
 - c. 2 týždne pred plánovaným vysielaním kampane, je zadávateľ povinný zaplatiť MS odstupné vo výške 80% z ceny Zmluvy.
 - d. 1 týždeň pred plánovaným vysielaním kampane, je zadávateľ povinný zaplatiť MS odstupné vo výške 100% z ceny Zmluvy.

MS písomne potvrdí zadávateľovi zrušenie kampane. Tento dokument bude slúžiť aj ako podklad v súvislosti s prípadnými spormi ohľadne fakturácie odstupného.

- 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 sa musí realizovať písomnou formou a je účinné dňom doručenia písomného oznámenia o odstúpení zadávateľovi, pokiaľ nie je v Zmluve dohodnuté alebo v zákone stanovené inak.

H. OSTATNÉ USTANOVENIA

- 1) Počas doby trvania Zmluvy 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 počas trvania Zmluvy tiež povinný písomne oznámiť MS dátum zrušenia registrácie platiteľa DPH, dátum registrácie platiteľa DPH a to bezodkladne po tomto dátume. Zahraničný zadávateľ je počas trvania Zmluvy 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.
- 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 rokovaniaми, ktoré predchádzali uzavretiu Zmluvy.
- 3) Zadávateľ nie je oprávnený postúpiť akékoľvek práva a povinnosti vyplývajúce zo Zmluvy alebo Zmluvných podmienok na tretí subjekt.
- 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 doručeníu aj v prípade odmietnutia písomnosť prevziať, a to dňom odmietnutia jej prevzatia. V prípade doručovania písomnosti poštou sa písomnosť považuje za doručeníu po uplynutí 3 dní odo dňa jej odoslania, v prípade elektronickej pošty potvrdením o jej doručení adresátovi mailu.

I. ZÁVEREČNÉ USTANOVENIA

- 1) Tieto Zmluvné podmienky a Zmluva vrátane relevantných príloh obsahujú celkovú, úplnú a vzájomnú dohodu MS a zadávateľa ohľadne plnenia obsahnutého v Zmluve.
- 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 a zákona č. 308/2000 Z.z. o vysielaní a retransmisii a o zmene zákona č.195/2000 Z.z. o telekomunikáciách v platnom znení a ostatnými všeobecne záväznými právnymi predpismi platnými na území Slovenskej republiky.
- 3) Všetky spory, ktoré vzniknú z tejto Zmluvy a Zmluvných podmienok, vrátane sporov o jej platnosť, výklad alebo zrušenie, budú riešené príslušnými súdmi SR.

- 4) Meniť a dopĺňať Zmluvné podmienky je možné výlučne na základe dohody strán, vo forme ustanovení Zmluvy alebo dodatku k Zmluve, ktorej súčasťou sú Zmluvné podmienky.
- 5) Ak niektoré ustanovenie Zmluvných podmienok je alebo sa v budúcnosti stane neplatným, ostatné ustanovenia Zmluvných podmienok ostávajú v platnosti v plnom rozsahu.
- 6) Aplikácia všeobecných obchodných podmienok zadávateľa alebo akýchkoľvek iných všeobecných obchodných podmienok je týmto výslovne vylúčená, pokiaľ sa MS a zadávateľ písomne nedohodnú inak.
- 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 1.1.2017