VŠEOBECNÉ OBCHODNÉ PODMIENKY ZABEZPEČENIA VYSIELANIA MEDIÁLNEJ KOMERČNEJ KOMUNIKÁCIE V JOJ GROUP
ZNENIE PLATNÉ OD 01.01.2027

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 autorizácie 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 komunikáciu formou reklamných spotov, telenákupu, sponzoringu, umiestňovania produktov a reklamných formátov na platforme HbbTV.

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. telenákupné oznámenie zaradené do bloku (ďalej len ako „reklamný spot“), alebo označenie sponzora v rámci sponzorovaného programu (ďalej aj ako „sponzorský odkaz“), pričom výrobu reklamného spotu resp. sponzorovaného odkazu je povinný zabezpečiť zadávateľ. Zadávateľ je povinný zabezpečiť dodanie reklamného spotu, resp. sponzorského odkazu 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 alebo iného príslušného potvrdenia o oprávnenom podnikaní. 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 15-57 s pridaním Hostí v meraní LIVE, TS 0-3 (Time Shift 0 - 3 Days) t.j. analýza živého vysielania spojená s oneskorenou sledovanosťou prehranou v ten istý deň ako živé vysielanie a troch dní nasledujúcich bezprostredne po dni živého vysielania a Hostia prieskumu sledovanosti PMT/KANTAR, ktorá sa určí na základe priemeru sledovanosti jednotlivých reklamných 30s spotov v danom reklamnom bloku, tzv. break average. Rating je vyjadrený číslom so zaokrúhlením na štyri desatinné čísla.

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, 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 2,0 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.

14. **Etický kódex reklamnej praxe** sa pre potreby týchto Všeobecných obchodných podmienok rozumie kódex Rady pre reklamu upravujúci etické pravidlá šírenia mediálnej komerčnej komunikácie, ku ktorého dodržiavaniu sa zaviazali významní vysielatelia slovenských televíznych a rozhlasových služieb, vrátane osôb oprávnených na prevádzkovanie televízneho vysielania alebo televíznych programových služieb, pre ktoré je SLOVENSKÁ PRODUKČNÁ, a.s. výhradným subjektom oprávneným na uzatváranie zmlúv so zadávateľmi.

15. **Opčný protokol** sa pre potreby týchto Všeobecných obchodných podmienok rozumie protokol k Etickému kódexu reklamnej praxe, upravujúci etické pravidlá šírenia mediálnej komerčnej komunikácie a rozvíjajúci jednotlivé ustanovenia Etického kódexu reklamnej praxe, celým

názvom *„Opčný protokol k Etickému kódexu reklamnej prace o reklamnej praxi pri šírení mediálnej komerčnej komunikácie“*, ku ktorého dodržiavaniu sa zaviazali významní vysielatelia slovenských televíznych a rozhlasových služieb, vrátane osôb oprávnených na prevádzkovanie televízneho vysielania alebo televíznych programových služieb, pre ktoré je SLOVENSKÁ PRODUKČNÁ, a.s. výhradným subjektom oprávneným na uzatváranie zmlúv so zadávateľmi.

II. VŠEOBECNÉ PODMIENKY

1. Podmienkou zaistenia vysielania reklamy je záväzná písomná objednávka zadávateľa doručená na emailovú adresu objednavky@joj.sk , ktorá je predpokladom na uzatvorenie Zmluvy o zabezpečení vysielania mediálnej komerčnej komunikácie medzi Slovenskou produkčnou a.s. a zadávateľom reklamy podľa čl. II. bodov 2, 3, 4, 5, 6, 7 a 8 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 mediálna komerčná komunikácia a zároveň s presným uvedením obchodného mena, sídla, IČO/DIČ/ príp. 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 skutočnosti tvrdené zadávateľom. Objednávka musí byť podpísaná oprávnenou osobou zadávateľa (štatutárnym orgánom, príp. inou osobou na to oprávnenou a/alebo 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. V prípade, že sa agentúra zúčastní výberového konania (tendra) týkajúceho sa zastupovania klienta, zašle Slovenská produkčná a.s. agentúre na základe jej žiadosti ponuku „špeciálnych obchodných podmienok“ (ďalej len ponuku), a to do **troch** pracovných dní od obdržania zadania od agentúry. Slovenská produkčná a.s. má právo vyžiadať si od klienta poverovacie splnomocnenie o jej účasti na výberovom konaní. V prípade, ak sa agentúra nepreukáže poverením na vedenie výberového konania, Slovenská produkčná a.s., nie je povinná cenovú ponuku vystaviť. Ak agentúra následne uspeje, zmluvné podmienky, ktoré budú následne uzavreté, sa nebudú výrazne odlišovať od podmienok uvedených v príslušnej ponuke. V prípade, ak dôjde k zmene zadania, Slovenská produkčná a.s. vystaví novú ponuku na základe aktuálnych cenníkov a cenovej politiky platnej v aktuálnom období. V prípade, ak Agentúra neoslovila Slovenskú produkčnú a.s., so žiadosťou o ponuku do výberového konania a vo výberovom konaní uspela, Slovenská produkčná a.s. vystaví ponuku na základe aktuálnych cenníkov a cenovej politiky platnej v aktuálnom období. Agentúra je povinná sa na základe žiadosti Slovenskej produkčnej a.s. preukázať poverovacími dokladmi o zastupovaní klienta. V prípade, ak sa agentúra preukáže poverovacími dokumentami a nemá vyjednané obchodné podmienky pre klienta, Slovenská produkčná a.s. neumožní nákup priestoru a o tejto skutočnosti bude informovať klienta a agentúru.

4. Záväzná objednávka musí obsahovať najmä nasledovné základné informácie:

a) NÁKUP NA CENNÍK:
- rozpočet reklamného vysielania;
- požiadavka na umiestnenie spotov na staniciach, 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 staniciach, 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 s jeho presným označením z už existujúcej zmluvy
- výber spotov k jednotlivým objednávkam v xls súbore v poradí stĺpcov: kód bloku, stanica, dátum, deň v týždni, čas od, názov, stopáž, typ bloku, predikt GRPs,
- špecifikácia garantovaných spotov na jednotlivých staniciach do maximálnej výšky percentuálneho podielu vybranej stanice

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

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 prihliadať.

5. 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 „objednávka“). Objednávky 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“).
   Za spracovanie objednávok doručených 4 pracovné dni po sprístupnení predaja reklamného priestoru v konkrétnom mesiaci môže Slovenská produkčná a.s., účtovať príplatok 40% z hodnoty kampane.

   Slovenská produkčná a.s. umožňuje prémiový nákup kampaní z celkového objemu priestoru 20% z príslušného kalendárneho mesiaca. Zadávateľ je povinný prémiový nákup uplatniť v čase otvorenia príslušného kalendárneho mesiaca. Uplatnenie prémiového nákupu podlieha príplatku vo výške 25% z celkovej ceny kampane v príslušnom kalendárnom mesiaci. 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. V prípade ak táto zmena nastane v čase 4 pracovné dni od prijatia objednávky, Slovenská produkčná a.s., si môže účtovať príplatok 40% z hodnoty kampane. 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.

6. 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.

7. 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.

8. 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.

9. Zadávateľ je povinný spolu so spotom doručiť mailom na adresu: 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. V prípade, že pre hlásenie pre kolektívne správy práv bude potrebné poskytnutie ďalších informácií, zaväzuje sa zadávateľ poskytnúť v danej veci súčinnosť.

10. Zadávateľ je povinný dodať spot v termíne uvedenom v technických podmienkach. V prípade, ak zadávateľ nedodá spot v uvedenom termíne, môže požiadať Slovenská produkčná, a.s. o posunutie termínu dodania spotu o 24 hodín, za čo si Slovenská produkčná a.s. účtuje príplatok 50% za neskoré dodanie spotu. Príplatok bude vypočítaný na základe prediktu garantovaných spotov bookovaných v príslušnom vysielacom dni.

11. 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) klienta alebo jeho produkt alebo službu a použije grafické prvky, z ktorých je zrejmé, že ide primárne o spot na daný produkt alebo službu a dĺžka zobrazenia takýchto grafických prvkov presahuje 50% z celkovej dĺžky spotu, je zadávateľ povinný uhradiť spoločnosti Slovenská produkčná, a.s. prirážku vo výške 100% z ceny reklamy zadefinovanej v zmluve;

d) 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.;

e) 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.

12. 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.

13. 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.

14. 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 správom na ochranu osobnosti, súťažným 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.

15. 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.

16. Zadávateľ je povinný odovzdať Slovenskej produkčnej, a.s. spot a rozpis vysielania spotov. Spoty je zadávateľ povinný odovzdať 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 vysielať, informovať Slovenskú produkčnú o presnom nasadení spotov

(presný názov spotu, dĺžka) na jednotlivé Zmluvy o zabezpečení vysielania mediálnej komerčnej komunikácie. V prípade, ak kampaň pokračuje z jedného mesiaca do druhého s rovnakou dĺžkou spotu a zadávateľ neinformuje Slovenskú produkčnú, a.s. v uvedenom čase o presnom nasadení spotov, Slovenská produkčná, a.s. si oprávňuje pre potrebu zahájenia vysielania kampane nasadiť na prvé dni kampane spot, ktorý bol nasadený v predošlom mesiaci.

17. V prípade, ak agentúra v mene toho istého klienta objedná v rámci jedného kalendárneho mesiaca viacero samostatných reklamných kampaní, v ktorých je nasadený totožný reklamný spot, tieto kampane sa posudzujú spoločne za príslušný kalendárny mesiac, bez ohľadu na ich rozdelenie do samostatných objednávok alebo na obdobia ich plánovaného vysielania v rámci tohto kalendárneho mesiaca. Rozsah dodaného vysielania reklamného spotu v rámci jednotlivých kampaní sa vzájomne započítava a fakturácia sa uskutoční tak, ako keby boli tieto kampane objednané ako jedna štandardná mesačná kampaň.

18. V prípade, že zadávateľ nedodrží dĺžku spotu, ktorá je zmluvne dohodnutá, je spoločnosť Slovenská produkčná, a.s. oprávnená nezaradiť 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.

19. Všetky spoty odovzdané zadávateľom Slovenskej produkčnej, a.s. podľa čl. II. bod 16 týchto Všeobecných obchodných podmienok zostávajú archivované v Slovenskej produkčnej, a.s. po odvysielaní posledného spotu podľa zmluvy, prípadne od ukončenia účinnosti zmluvy, po dobu jedného roka. Následne budú tieto spoty z archívu odstránené. .

20. 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 16 Všeobecných obchodných podmienok, alebo ak zadávateľ nedodrží stopáž spotu dohodnutú v zmluve.

21. 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. Zadávateľ sa výslovne zaväzuje rozhodnutie Slovenskej produkčnej, a.s. tu uvedené rešpektovať.

22. 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. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) 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. 108/2024 Z. z. o ochrane

spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov, zákona č. 185/2015 Z. z. o autorskom práve a právach súvisiacich s autorským právom (Autorský zákon) v znení neskorších predpisov, nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2024/1689, Etického kódexu reklamnej praxe a Opčného protokolu, zákona č. 270/1995 Z. z. o štátnom jazyku Slovenskej republiky v znení neskorších predpisov, Obchodného zákonníka a Ústavy Slovenskej republiky a iných predpisov a dokumentov, ktorými je alebo bude v budúcnosti Slovenská produkčná, a.s. viazaná;

b) k porušeniu povinností stanovených autorizáciou 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, ochrany osobnosti, 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 priamo konkurenčným k televíznym programovým službám a k audiovizuálnym mediálnym službám na požiadanie prevádzkovaným alebo zastupovaným skupinou JOJ GROUP, a to najmä televízne programové služby a audiovizuálne mediálne služby na požiadanie prevádzkované skupinou CME (vrátane služieb a produktov VOYO) a iných vysielateľov pôsobiacich v rovnakej kategórii lineárneho televízneho vysielania. Obmedzenie podľa tohto bodu sa nevzťahuje na odkazy alebo zobrazenia produktov a služieb, ktoré nie sú priamou konkurenciou televíznym programovým službám JOJ GROUP, ako sú najmä audiovizuálne mediálne služby na požiadanie (napr. Netflix, HBO Max, Disney+), s výnimkou audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie skupiny CME a iných priamo konkurenčných vysielateľov, digitálne a online platformy, mobilné aplikácie, telekomunikačné služby, ako aj športové alebo kultúrne podujatia, vysielané na televíznych programových službách iného vysielateľa a audiovizuálnych mediálnych službách na požiadanie iného poskytovateľa, pokiaľ reklamný spot nebude obsahovať zmienku o vysielateľovi alebo poskytovateľovi tohto športového alebo kultúrneho podujatia. V prípadoch, keď reklamný spot obsahuje vizuálny alebo verbálny odkaz na takýto produkt alebo službu, ktorá nie je priamym konkurentom JOJ GROUP, ale ide o samostatný produkt alebo značku iného subjektu, Slovenská produkčná, a.s. je oprávnená účtovať prirážku vo výške 30 % z ceny reklamy zadefinovanej v zmluve, a to obdobne ako pri komunikácii viacerých klientov v jednom reklamnom spote podľa čl. II bodu 11 týchto Všeobecných obchodných podmienok. Slovenská produkčná, a.s. si zároveň vyhradzuje právo individuálne posúdiť charakter uvedeného produktu alebo služby z hľadiska ich konkurenčného postavenia a oprávnených obchodných záujmov JOJ GROUP a pri zaradení, resp. nezaradení, reklamného spotu do vysielania má právo postupovať podľa svojho uváženia.

23. V prípade, ak nastanú niektoré prekážky uvedené v čl. II. bod 22 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 takýto nevhodný spot neodvysielať.

24. 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 mediálnej komerčnej komunikácie na účet Slovenskej produkčnej, a.s.

25. V prípade chybne odvysielaného spotu preukázateľne zavineného vysielateľom, má zadávateľ nárok na náhradné odvysielanie spotu v dohodnutom termíne.

26. 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.

27. Slovenská produkčná, a.s. sa zaväzuje nezasahovať akýmkoľvek spôsobom do stopáže alebo obsahu spotu a použije ho výlučne na vysielanie v „JOJ GROUP“

28. 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.

29. V prípade programových zmien, ktoré nie je možné oznámiť v lehote uvedenej v prechádzajúcom bode zadávateľ môže uplatniť výlučne jedno z nasledujúcich práv :
    buď
    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.

30. 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:
    buď
    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.

31. Slovenská produkčná, a.s. na požiadanie zadávateľa môže mesačne zverejniť predikované ratingy „JOJ GROUP“, ktoré však majú nezáväzný a informatívny charakter.

32. 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“ v rozsahu 60% predikovaných GRP v rámci programovej služby JOJ, 14% predikovaných GRP v rámci programovej služby PLUS, 11% predikovaných GRP v rámci programovej služby JOJ KRIMI, 5% predikovaných GRP v rámci inej programovej služby patriacej pod JOJ GROUP, 10% predikovaných GRP v rámci skupiny Prima. 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. Zároveň je zadávateľ oboznámený a súhlasí s tým, že uvedené %-né rozdelenie predstavuje predikovaný a orientačný plán distribúcie GRP, ktorý môže byť z dôvodu kolísania výkonu jednotlivých programových služieb a ich vzájomného dopĺňania sa operatívne upravovaný aj v priebehu realizácie kampane, a jeho presné dodržanie nie je zo strany Slovenskej produkčnej, a.s. garantované ani vyžadované. Tieto odchýlky sa nepovažujú za porušenie zmluvy, pokiaľ je dodržaný celkový zmluvný objem GRP.

Aktuálna ponuka programových služieb spadajúcich pod „JOJ GROUP“ je zverejnená na adrese www.jojgroup.sk.

III. SANKCIE

1. Pre prípad porušenia zmluvnej povinnosti podľa čl. II. bod 22 písm. C. týchto Všeobecných obchodných podmienok na strane zadávateľa a naplneniu skutočností podľa čl. II. bod 22 písm. A. a/alebo B a A. a/alebo D, 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 zodpovedajúcej 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.

4. Zadávateľ sa písomne zaviaže v Slovenskej produkčnej preinvestovať finančné prostriedky za vysielanie mediálnej komerčnej komunikácie minimálne vo výške definovanej v Rámcovej zmluve a/alebo Dohode o špeciálnych obchodných podmienkach a/alebo Zmluve o zabezpečení vysielania mediálnej komerčnej komunikácie. Písomným záväzkom sú jasne definované obchodné podmienky, ktoré Slovenská produkčná poskytuje zadávateľovi. Zadávateľ sa zároveň zaväzuje pri nedodržaní záväzku zaplatiť Slovenskej produkčnej zmluvnú pokutu vo výške 40% z rozdielu dohodnutej hodnoty a skutočne preinvestovanej čiastky. Ustanovením o zmluvnej pokute náhrada škody nie je dotknutá v celom rozsahu.

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“ – viď článok I. týchto Všeobecných obchodných podmienok zabezpečenia vysielania mediálnej komerčnej komunikácie v „JOJ GROUP“

   - v prípade ak sú podmienky dohody určované na základe výsledku rokovaní s agentúrou zastupujúcou klienta, pričom počas prebiehajúcich rokovaní a/alebo pred uzatvorením dohody na príslušný rok, ktorého sa rokovania týkajú (napr. v čase alebo po prebiehajúcom mediálnom tendri, kedy klient ešte nemá dohodnuté podmienky pre tento rok) dôjde z akéhokoľvek dôvodu k zmene agentúry zastupujúcej klienta, cena požadovanej mesačnej kampane bude určená iba na základe jej hodnoty (rozpočet/GRP) v príslušnom mesiaci.

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 možností 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, (**s výnimkou obdobia zasahujúceho do obdobia Veľkej noci 2027. Pre kampane prebiehajúce v 12. a 13. týždni 2027 platí podmienka nákupu na obchodný model KOMBI v minimálnej dĺžke trvania 8 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. Cena za zabezpečenie mediálnej komerčnej komunikácie bude fakturovaná s DPH alebo bez DPH v súlade s príslušnými právnymi predpismi upravujúcimi DPH, účinnými v čase vzniku daňovej povinnosti na území Slovenskej republiky. Zadávateľ je povinný poskytnúť Slovenskej produkčnej, a.s. všetky informácie a doklady potrebné na správne určenie daňového režimu poskytovaného plnenia a bez zbytočného odkladu jej oznámiť každú zmenu údajov alebo okolností, ktoré môžu mať vplyv na uplatnenie DPH, najmä zriadenie organizačnej zložky, stálej prevádzkarne alebo inej formy podnikania na území Slovenskej republiky.

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 objednanú pozíciu 45% prirážku z reálne dosiahnutého ratingu daného reklamného spotu; za každú 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, informácii 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. Zadávateľ je povinný rešpektovať samoregulačný systém pre oblasť mediálnej komunikácie na vnútroštátnej úrovni (Opčný protokol), ktorým sa v Slovenskej republike implementujú príslušné ustanovenia Smernice o audiovizuálnych mediálnych službách. Sankciou za nedodržanie pravidiel, ktoré upravuje Opčný protokol je oprávnenie Slovenskej produkčnej, a.s. neodvysielať reklamný spot podľa čl. II ods. 20 týchto Všeobecných obchodných podmienok.

3. Slovenská produkčná, a.s. nezodpovedá za nedodržanie plnenia záväzkov podľa zmluvy spôsobených neodvrátiteľnými udalosťami. Neodvrátiteľnými 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.

4. 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. § 69 Obchodného zákonníka v spojení so zákonom č. 309/2023 Z. z. o premenách obchodných

spoločností a družstiev a o zmene a doplnení niektorých zákonov 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.

5. V prípade zrušenia spoločnosti Slovenská produkčná, a.s. bez likvidácie zlúčením alebo splynutím v zmysle zákona č. 309/2023 Z. z. o premenách obchodných spoločností a družstiev a o zmene a doplnení niektorých zákonov, 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.

6. Všeobecné obchodné podmienky tvoria neoddeliteľnú súčasť každej zmluvy o zabezpečení mediálnej komerčnej komunikácie.

7. Právne vzťahy zmluvných strán, ak nie sú výslovne upravené vo Všeobecných obchodných podmienkach, sa riadia príslušnými ustanoveniami Obchodného zákonníka a zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o mediálnych službách) v znení neskorších predpisov a ostatných platných právnych predpisov Slovenskej republiky.

8. 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 kratších programov
do vysielania v TV JOJ Group s účinnosťou od 01.01.2027.

A. Technické podmienky pre dodanie spotov cez ftp server:

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. 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, JOJ KRIMI, JOJKO, JOJ 24, JOJ Šport, JOJ Šport 2, JOJ Svet, Prima SK, Prima COOL SK, Prima LOVE SK) je zobrazené na obrazovke aj počas reklamných a teleshopingových breakov.

Súradnice loga sú:
ľavý - horný: 145px x 90px
pravý - dolný: 236px x 178px

Súradnice platia pre HD obraz 1920x1080

Pre potreby kontroly pri výrobe spotu sme vyrobili šablóny s logom staníc, ktoré nájdete úplne na spodnej časti stránky na tomto linku: https://www.jojgroup.sk/viac-o-reklamnych-formatoch/ v sekcii **„Šablóny s umiestnením loga televíznych staníc JOJ GROUP“**

Šablóny slúžia len na kontrolu, finálne spoty, ktoré budú definitívne určené na vysielanie, musia byť vyhotovené bez tejto šablóny v obraze, tak ako doteraz.

Všetky súbory musia byť dodané v XDCAM MXF OP1a (.MXF). Bez stopy s časovým riadiaci kód, 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

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!).

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#

FTP server nefunguje ako webstránka, je potrebné sa naň prihlasovať pomocou FTP klientského programu (napr FileZilla, Total Commander a podobne).

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

B. Upozornenia a špecifikácie

1. Reklamný spot na lieky musí obsahovať nasledovnú informáciu:

„Pred užitím lieku si pozorne prečítajte písomnú informáciu pre používateľa.“

Tam, kde je to možné, by reklamný spot na lieky mal, okrem vyššie uvedenej vety, obsahovať aj výzvu na bližšiu konzultáciu o účinkoch liečivého prípravku alebo prostriedku s lekárom alebo lekárnikom.

Reklamný spot na tradičný rastlinný liek musí obsahovať nasledovnú informáciu:

„Tradičný rastlinný liek určený na indikácie overené výhradne dlhodobým používaním.“

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. Reklamný spot na dojčenské prípravky

Reklamný spot na dojčenské prípravky musí obsahovať vedecky overené a vecne správne údaje a nesmie viesť k záveru, že dojčenské prípravky sú rovnocenné s materským mliekom alebo, že sú lepšie ako materské mlieko. Reklama nesmie obsahovať slovné výrazy „humanizovaný, „maternizovaný“ alebo obdobné výrazy.
Reklama musí obsahovať text „Dôležité upozornenie“ doplnený textom poukazujúcim na prednosť dojčenia s odporúčaním, aby sa výrobok užíval iba na základe rady odborníkov medicíny, výživy alebo liečiv.
Reklama dojčenských prípravkov rozdávaním vzoriek, upozorňovaním na zľavu, pridaním ďalších výrobkov alebo osobitnou ponukou je zakázaná.

3.Reklamný spot na hazardné hry

Propagovať hazardnú hru, na ktorú bola udelená alebo vydaná licencia, možno len v súlade so zákonom o hazardných hrách, podmienkami prevádzkovania hazardnej hry ustanovenými týmto zákonom a určenými v individuálnej licencii alebo vo všeobecnej licencii a so schváleným herným plánom, pričom propagovanie tejto hazardnej hry je dovolené, len ak je prevádzkovaná za podmienok stanovených zákonom o hazardných hrách. Zadávateľ je povinný predložiť relevantné dokumenty na preukázanie udelenie alebo vydanie licencie na prevádzkovanie hazardnej hry, ako aj na predloženie ďalších dokumentov vyžadovaných zákonom o hazardných hrách. Zadávateľ sa zaväzuje podpísať sľub odškodnenia v prípade, že jeho konaním vznikne Slovenskej produkčnej, a.s. v príčinnej súvislosti škoda. Reklama na hazardnú hru musí obsahovať oznámenie o zákazu účasti osôb mladších ako 18 rokov na hazardnej hre.

4.Reklamný spot na alkoholické nápoje musí obsahovať nasledovnú informáciu:

„Dbajte na zodpovedný prístup a striedmu konzumáciu alkoholických nápojov.“

5. Reklamný spot na energetické nápoje

Reklama energetických nápojov nesmie byť

- zameraná na deti ani ich nabádať na spotrebu energetických nápojov,
- s účasťou detí, a to ani nepriamo prezentáciou fiktívnych osôb, animovaných postáv či figúrok podobajúcich sa či konaním pripomínajúcich maloletých,
- súčasťou programu určeného deťom, ani tento program sprevádzať v televíznom vysielaní alebo v inej audiovizuálnej mediálnej službe,
- súčasťou komunikačného média pre deti, ani byť prítomná v rámci verejného podujatia určeného predovšetkým deťom.

Reklama energetických nápojov ďalej nesmie

- prezentovať miešanie energetického nápoja s alkoholom, ani tvrdiť, že energetický nápoj konzumovaný s alkoholom znižuje účinky alkoholu,
- uvádzať akékoľvek tvrdenia týkajúce sa vzťahu energetického nápoja s alkoholom,
- prezentovať energetický nápoj ako nápoj športový alebo ktorého pozitívnym prínosom by mala byť prevencia dehydratácie.

6. Minimálna prípustná dĺžka spotu je v trvaní 4 sekúnd so spotindexom 0,4.

7. Reklamný spot na smartfóny a tablety typu Slate

Reklamný spot na smartfóny a tablety typu Slate musí obsahovať triedu energetickej účinnosti a rozsah tried energetickej účinnosti, ktoré sú uvedené na štítku. Triedu energetickej účinnosti a rozsah tried energetickej účinnosti sa zobrazia podľa obrázka č.1 a použije sa šípka obsahujúca písmeno triedy energetickej účinnosti v 100 % bielej farbe tučným písmom Calibri a aspoň v rovnakej veľkosti písma, ktorou je prípadne uvedená cena. Farba šípky zodpovedá farbe triedy energetickej účinnosti. Rozsah dostupných tried energetickej účinnosti je v 100 % čiernej farbe a šípka musí byť taká veľká, aby bola zreteľne viditeľná, rozoznateľná a čitateľná pričom musí byť zobrazená aspoň 6 sekúnd. Písmeno uvedené na šípke triedy energetickej účinnosti musí byť umiestnené v strede obdĺžnikovej časti šípky a ohraničenie s hrúbkou 0,5 pt v 100 % čiernej farbe musí byť umiestnené okolo šípky a písmena triedy energetickej účinnosti.
Vymedzenie smartfónov a tabletov typu Slate, pre ktoré je povinné označovanie je ustanovené v článku 2 Delegovaného nariadenia komisie EÚ 2023/1669 zo 16. júna 2023.

Obrázok č. 1

8. Greenwashing

Reklamný spot nemôže používať nekalé obchodné praktiky, za ktoré sa považuje najmä:

Zobrazenie značky udržateľnosti, ktorá nie je založená na certifikačnom systéme alebo ktorú nezaviedli orgány verejnej moci.

Všeobecné environmentálne tvrdenie v písomnej forme, ústnej forme alebo audiovizuálnej forme, ktoré sa neuvádza na značke udržateľnosti, a pri ktorom sa v tom istom komunikačnom prostriedku jasne a dôrazne neuvádza špecifikácia tvrdenia, ak zadávateľ reklamy nie je schopný preukázať uznané vynikajúce environmentálne vlastnosti (napríklad „šetrný ku klíme“, „šetrný k životnému prostrediu“, „zelený“, „ekologický“).

Environmentálne tvrdenie o celom produkte alebo o celom podniku, ak sa týka len určitého aspektu produktu alebo konkrétnej činnosti podniku.

Tvrdenie založené na kompenzácii emisií skleníkových plynov, že produkt má neutrálny, znížený alebo pozitívny vplyv na životné prostredie z hľadiska emisií skleníkových plynov.

Zamlčanie informácie, že aktualizácia softvéru vrátane bezpečnostnej aktualizácie, ktorá je potrebná na zachovanie súladu veci s digitálnymi prvkami, digitálneho obsahu, digitálnej služby alebo aktualizácia funkcií budú mať negatívny vplyv na fungovanie veci s digitálnymi prvkami alebo na používanie digitálneho obsahu alebo digitálnej služby.

Prezentovanie aktualizácie softvéru vrátane bezpečnostnej aktualizácie alebo aktualizácie funkcií ako potrebnej na zachovanie súladu veci s digitálnymi prvkami, digitálneho obsahu alebo digitálnej služby ak sa ňou zlepšia len vlastnosti funkcií.

Každá obchodná komunikácia o tovare s vlastnosťou zavedenou na obmedzenie jeho životnosti, napriek tomu, že obchodník má k dispozícii informáciu o tejto vlastnosti a jej účinkoch na životnosť tovaru (t. j. obchodník nesmie žiadnym spôsobom propagovať, ponúkať ani predávať tovar, do ktorého bola zámerne vložená vlastnosť skracujúca jeho funkčnosť alebo životnosť, ak o tejto skutočnosti vedel).

Nepravdivé tvrdenie, že za bežných podmienok používania má tovar určitú životnosť z hľadiska času alebo intenzity používania.

Prezentovanie tovaru ako tovaru, ktorý možno opraviť, pričom tomu tak nie je.

Navádzanie spotrebiteľa nahradiť alebo doplniť komponent tovaru, ktorý sa opakovane opotrebúva a na zabezpečenie zamýšľanej funkčnosti tovaru je potrebné ho vymieňať alebo dopĺňať, skôr ako je nevyhnutné z technických dôvodov.

Zamlčanie informácie o poškodení funkčnosti tovaru pri použití komponentu tovaru, ktorý sa opakovane opotrebúva a na zabezpečenie zamýšľanej funkčnosti tovaru je potrebné ho vymieňať alebo dopĺňať, náhradnými dielmi alebo príslušenstvom, ktoré neboli dodané pôvodným výrobcom tovaru, alebo nepravdivé tvrdenie, že k takémuto poškodeniu dôjde.

Environmentálne tvrdenie týkajúce sa budúceho vplyvu produktu na životné prostredie bez jasných, objektívnych, verejne dostupných a overiteľných záväzkov žiadateľa reklamy uvedených v podrobnom a realistickom pláne vykonávania, ktorý obsahuje merateľné a časovo ohraničené ciele a opatrenia potrebné na podporu jeho realizácie bez overenia nezávislým odborníkom tretej strany.

Propagácia výhody produktu, ktorá je pre spotrebiteľa bezvýznamná a nesúvisí so žiadnou vlastnosťou produktu alebo žiadateľa reklamy.

V reklamnom spote, v ktorom sa porovnávajú produkty musí byť uvedená informácia o metóde porovnávania produktov, ktoré sú predmetom porovnávania, ich dodávateľoch a o opatreniach na zabezpečenie aktualizácie informácií, ak žiadateľ reklamy poskytuje službu, v rámci ktorej sa porovnávajú produkty, a spotrebiteľovi poskytuje informácie o environmentálnych alebo sociálnych vlastnostiach produktov, aspektoch obehovosti, ako sú životnosť, opraviteľnosť alebo recyklovateľnosť produktov, alebo o ich dodávateľoch.

9. Obsah vytvorený alebo upravený umelou inteligenciou

Reklamný spot (obraz, zvuk, video alebo text) vytvorený alebo upravený umelou inteligenciou musí byť pravdivo deklarovaný a zreteľne označený podľa platných predpisov, najmä ak ide o fotorealistické výstupy či syntetické audio a video predstavujúce deepfake.

Reklamný spot nemôže porušovať autorské práva a práva na ochranu osobnosti. Musí byť pravdivý, nezavádzajúci.

V prípade využitia syntetického hlasu alebo zámeny hlasu známej osobnosti musí obsahovať spot okrem optického označenia aj jasné akustické (hlasové) upozornenie.

Ak je AI vygenerovaný obraz alebo video súčasťou zjavne umeleckého, satirického, dramatického alebo fiktívneho diela (paródia), upozornenie o AI obsahu sa nemusí zobrazovať neustále na obrazovke pričom postačuje primerané označenie, ktoré nenarúša zobrazenie alebo užívanie diela napr. v úvodných alebo záverečných titulkoch.

Zadávateľ reklamy zodpovedá za súlad reklamného spotu s nariadením Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2024/1689.

Obsahové obmedzenia pre vysielanie spotov podliehajúcich českej legislatíve

1. Hazardné hry

Spoty, kde sa promujú hazardné hry, alebo kde sa nabáda na kúpu losu, alebo žrebu musia obsahovať legálnu vetu: „Ministerstvo financií varuje: Účasťou na hazardnej hre môže vzniknúť závislosť.“
Reklama na hazardnú hru musí obsahovať oznámenie o zákazu účasti osôb mladších ako 18 rokov na hazardnej hre.

2. Marketingová súťaž

Spot, v ktorom sa promuje marketingová súťaž sa môže odvysielať len za predpokladu, že nám klient potvrdí podpisom a pečiatkou prehlásenie, ktoré spĺňa náležitosti českej legislatívy.

3. Spoty, v ktorých sa promujú pôvodom české potraviny

Ak má produkt ochrannú známku a je jasne vedený ako produkt českého pôvodu, spot môžeme bez problémov vysielať. V prípade, ak nie je možné určiť, či ide o územné označenie potraviny z Čiech alebo chránené zemepisné označenie je potrebné, aby klient zaslal prehlásenie o tom, že potravina, ktorá je označená ako česká potravina“ spĺňa všetky požiadavky na toto svoje označenie podľa zákona o potravinách.

Termíny odovzdávania spotov:

Termín odovzdávania spotov na odvysielanie mediálnej komerčnej komunikácie na staniciach JOJ GROUP a staniciach Prima SK:

Pondelok	do 15.00	na štvrtok
Utorok	do 15.00	na piatok
Streda	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.

Kontaktné osoby pre konzultácie a schválenie spotov, storyboardov:

Martina Spodniaková, Telefón : 02/59 88 86 40, +421 903 774 730
Adriana Skladaná, Telefón : 02/59 88 86 37,+421 945 455 890

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

C. Podmienky pre dodávanie sponzorských odkazov

Forma :

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.

Sponzorský odkaz môže byť animovaný a ozvučený / sponzoring programov, prenosov a predpovedi počasia /

Sponzorský odkaz môže trvať maximálne 10“ a musí ohraničovať sponzorovaný program, t.j. sponzorský odkaz musí byť zaradený do vysielania minimálne pred a po sponzorovanom programe.

Zvuková stopa má rovnakú dĺžku ako video stopa. Dôležité však je, aby hovorené slovo skončilo 12 framov pred koncom celého spotu, hudobný doprovod môže byť až do úplného konca. Je to dôležité, aby v prípade skoršieho odstrihu nedošlo k odstrihnutiu posledných hlások hovoreného prejavu. Normalizácia na -23 LUFS sa vzťahuje na celú dĺžku spotu.

Obsah:

Logo sponzora, obchodné meno, známka služieb či obchodná známka produktu ak je zaregistrovaná. Túto registráciu treba relevantne doložiť.

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 /Napr. Sponzoruje výrobca osobných automobilov/.

Ak je súčasťou sponzor. odkazu ochranná známka produktu, nesmie byť o ňom uvedená akákoľvek ďalšia informácia /napr. o kvalite príp. cene/. Ak je produkt súčasťou ochrannej známky môže byť prezentovaný len v podobe, v ktorej je zaregistrovaný.

Sponzorský odkaz musí identifikovať sponzora a vyjadriť jeho spojenie so sponzorovaným programom.

Sponzor :

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 dovolená.

Sponzorom nemôžu byť osoby, ktorých hlavným predmetom činnosti je výroba alebo predaj tabakových výrobkov, elektronických cigariet alebo plniacich fľaštičiek pre elektronické cigarety. Výrobcovia liekov môžu byť sponzormi len pri splnení podmienok reklamy.

Pri voľbe sponzora je treba prihliadnuť k jeho vhodnosti vzhľadom k obsahu, prípadne zamerania sponzorovaného programu. Sponzor nesmie ovplyvňovať obsah ani čas zaradenia sponzorovaného programu do vysielania.

Sponzorom programov pre deti a mládež nemôžu byť výrobcovia alebo predajcovia alkoholických nápojov.

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

Návrhy (storyboardy) je potrebné pre schválenie zaslať :

Ľubica Kostercová
02/59 888 623
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

D. 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 1920 x 1080.Snímkovanie – 25 progresívnych snímkov za sekundu (bez polsnímkov).
4. Aspect ratio 16:9 Full Height Anamorph.
5. Alpha kanál musí byť premultiplikovaný.
6. Animácia sa musí nachádzať v strede spodnej časti obrazu a môže zaberať maximálne 1/16 obrazu. Zvyšná plocha obrazu musí byť 100% transparentná. 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.
7. Dodávanie médií cez štandardné ftp:
    - ftp.joj.sk
    - Login: inject
    - Pass: Elkama14e
8. Termín odoslania injektáže na ftp server je vždy minimálne 4 pracovné dni pred prvým vysielaním injektáže.
9. Informáciu o tom, že injektáž bola zaslaná na ftp server, treba nahlásiť na mailovej adrese spoty@joj.sk

V Bratislave, dňa 3. novembra 2026

Ing. Martin Heržo
Obchodný riaditeľ JOJ GROUP