

VŠEBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY

společnosti Atmedia Czech s. r. o.

Společnost Atmedia Czech s. r. o., se sídlem Krakovská 7, Praha 1, IČ: 03708799, zapsaná v Obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C vložka 235695, (dále jen „společnost **Atmedia**“) tímto stanoví Všeobecné obchodní podmínky, kterými se řídí právní vztahy vzniklé mezi společností Atmedia a jejími klienty, které se týkají zadávání, nákupu, prodeje a následné realizace vysílání obchodních sdělení požadovaných v televizních stanicích ve všech formách jejich technického šíření (včetně kabelového, satelitního přenosu, digitálního vysílání a vysílání na internetu) (dále jen „**VOP**“).

A. Definice pojmů

Pro účely jakýchkoli smluvních vztahů mezi společností Atmedia Czech s.r.o. a jejími klienty se rozumí

1. CPP: „cost per point“: cena za odvysílání 1 GRP
2. Garantovaný CPP: cena za odvysílání 1 GRP dohodnutá mezi společností Atmedia a Klientem po zohlednění všech slev a příplatků
3. GRP: součet ratingových bodů odpovídající zásahu 1 % nákupní cílové skupiny
4. GRP balíčkem: kombinace Televizních stanic společnosti Atmedia vytvořená pro síťové plánování a nákup reklamních kampaní. Balíček je rozlišen podle množství a profilu zařazených stanic, jejich cílových skupin, resp. možnosti výběru konkrétní stanice
5. Klientem: jakákoli fyzická či právnická osoba, která je, či by měla v budoucnu být, ve smluvním vztahu se společností Atmedia a požadující od společnosti Atmedia odvysílání určitých Obchodních sdělení na Televizních stanicích
6. Obchodním sdělením: reklama, teleshopping, sponzorování a umístění produktu nebo jiná obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která je určena k přímé nebo nepřímé propagaci zboží nebo služeb osoby vykonávající hospodářskou činnost, popřípadě jejího obrazu na veřejnosti, a která doprovází pořad nebo je do pořadu zahrnuta za úplatu nebo obdobnou protihodnotu nebo za účelem vlastní propagace
7. Odloženou sledovaností (neboli Time Shift – TS): TS0–3 je zhlédnutí pořadu buď ve stejný televizní den (od 6:00 do 6:00), kdy byl živě vysílán (TS0, neboli VOSDAL), nebo v průběhu následujících tří televizních dnů (TS1–3)

8. Provozovatelem vysílání: provozovatel vysílání Televizních stanic
9. Ratingovým bodem: ukazatel sledovanosti Obchodního sdělení vyjádřený Ratingem v %, kde jeden bod znamená, že Obchodní sdělení sledovalo 1 % dané cílové skupiny. Definice sledovanosti daného Obchodního sdělení a celkového počtu osob tvořících danou cílovou skupinu vychází z definice TV metrového výzkumu prováděného společností ATO – Nielsen Admosphere a je uváděna s přesností na čtyři desetinná místa. Rating každého bloku zahrnuje jeho tzv. živou sledovanost i jeho tzv. odloženou sledovanost během stejného Vysílacího dne (TS0) a během následujících tří Vysílacích dnů (TS1–3)
10. Reklamní kampaní: odvysílání více jednotlivých Obchodních sdělení či jejich opakování dle požadavků Klienta
11. Reklamním pásmem: časově ohraničený úsek v rámci Reklamního prostoru určený pro odvysílání Obchodního sdělení, například tvořené souvislým pásmem po sobě následujících jednotlivých Obchodních sdělení
12. Reklamním prostorem: časově ohraničený úsek v rámci televizního vysílání určený pro odvysílání Obchodního sdělení
13. Reklamou: jakékoliv veřejné oznámení, vysílané za úplatu nebo obdobnou protihodnotu nebo vysílané za účelem vlastní propagace Provozovatele vysílání, s cílem propagovat dodání zboží nebo poskytnutí služeb za úplatu, včetně nemovitého majetku, práv a závazků
14. Společností Atmedia: společnost Atmedia Czech s.r.o., se sídlem Krakovská 7, Praha 1, IČ: 03708799, zapsaná v Obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C vložka 235695
15. Sponzorováním: jakýkoliv příspěvek od osoby, která neprovozuje rozhlasové nebo televizní vysílání, neposkytuje audiovizuální mediální služby na vyžádání, ani nevyrábí audiovizuální díla, poskytnutý k přímému nebo nepřímému financování televizního programu nebo pořadu s cílem propagovat své jméno nebo název, ochrannou známku, výrobky, služby, činnosti nebo obraz na veřejnosti
16. Teleshoppingem: přímá nabídka zboží, a to včetně nemovitého majetku, práv a závazků, nebo služeb, určená veřejnosti a zařazená do televizního vysílání za úplatu nebo obdobnou protihodnotu
17. Televizní stanicí: televizní stanice, jejichž Reklamní prostor je nabízen společností Atmedia Klientům pro odvysílání Obchodních sdělení uvedené na Webových stránkách společnosti Atmedia
18. Umístěním produktu: jakákoliv podoba začlenění výrobku, služby, ochranné známky, která se k výrobku nebo službě váže, nebo zmínky o výrobku a službě do pořadu za úplatu nebo obdobnou protihodnotu
19. Vysílacím materiálem: nosič, na kterém je Obchodní sdělení v digitální podobě uloženo a který je určen pro požadované odvysílání Obchodního sdělení

20. Webovými stránkami společnosti Atmedia: se rozumí webové stránky www.atmedia.cz
21. HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV): hybridní televize vyžadující televizní přijímač s možností připojení k internetu, která kombinuje dostupné televizní vysílání s širokopásmovým internetem a doplňuje televizní vysílání o další služby šířené přes internet
22. HbbTV aplikace: software, který umožňuje šířit různý obsah zejména ve formě živého vysílání, videoobsahu na vyžádání, fotogalerií, textových informací jakož i dalších interaktivních prvků na platformě HbbTV.

B. Prodejní modely

1. Společnost Atmedia v nabízí svým Klientům v zásadě tři alternativní modely prodeje Reklamního prostoru, a to na základě

- a) Spotového ceníku

Prodej Reklamního prostoru podle Spotového ceníku je taková forma prodeje, kdy se ceny za vysílání Obchodních sdělení určují podle cen vybraných reklamních bloků na vybrané Televizní stanici, popřípadě pořadu, přičemž Spotový ceník s cenami Obchodních sdělení v reklamních blocích na jednotlivých Televizních stanicích, popřípadě pořadech, je vydáván nejpozději prvního dne kalendářního měsíce předcházejícího kalendářnímu měsíci, pro který Spotový ceník vstupuje v platnost. Spotový ceník se zveřejňuje vždy na Webových stránkách společnosti Atmedia.

Zvolí-li si Klient prodej Reklamního prostoru podle Spotového ceníku, je oprávněn si vybrat z nabídky společnosti Atmedia jak konkrétní Televizní stanici, tak i konkrétní reklamní blok, popřípadě i pořad, je-li toto možné.

Výsledná cena za prodej Reklamního prostoru, popřípadě celou Reklamní kampaň, je v takovém případě účtována Klientovi podle pevných cen reklamních bloků, resp. pásem na jednotlivých Televizních stanicích, popřípadě pořadů.

- b) Garantované CPP

Prodej Reklamního prostoru podle garantované CPP je taková forma prodeje, kdy je cena za prodej Reklamního prostoru stanovena podle reálně dosažené sledovanosti na jeden Ratingový bod (GRP) v prodejní cílové skupině diváků dohodnuté mezi společností Atmedia a Klientem.

Skutečně dosažený počet GRP se stanovuje na základě průměrné sledovanosti reklamního bloku obsahujícího Obchodní sdělení v prodejní cílové skupině dle oficiálního měření sledovanosti televizí (ATO – Nielsen Admosphere).

Prodej Reklamního prostoru podle garantované CPP je realizován na jednotlivých Televizních stanicích v nabídce společnosti Atmedia a na jejich kombinacích, tzv. GRP balíčcích podle aktuální nabídky a aktuálního ceníku společnosti Atmedia.

Ceník prodeje Reklamního prostoru podle garantované CPP pro jednotlivé Televizní stanice, jakož i pro obchodní balíčky, je vydáván nejpozději prvního kalendářního dne kalendářního měsíce předcházejícího kalendářnímu měsíci, pro který ceník vstupuje v platnost a zveřejňuje se na Webových stránkách společnosti Atmedia.

Klient je srozuměn, že v rámci prodeje Reklamního prostoru podle garantované CPP je výběr umístění Obchodního sdělení v rámci Televizní stanice, popřípadě na základě kombinace jednotlivých Televizních stanic, resp. obchodního balíčku nabízeného společností Atmedia, výlučně vyhrazen společnosti Atmedia a Klient není oprávněn výběr učiněný společností Atmedia nikterak ovlivňovat.

c) Garantované CPT

Prodej Reklamního prostoru podle garantované CPT je taková forma prodeje, kdy je cena za prodej Reklamního prostoru skrze platformu HbbTV stanovena za tisíc zobrazení (impresí) reklamního sdělení (CPT). Zadavatel objednává požadovaný počet zobrazení v rámci jedné kampaně.

Skutečně dosažený počet impresí se stanovuje na základě měření interním softwarem pro řízení a měření kampaně používané společností Atmedia.

Prodej Reklamního prostoru podle garantované CPT je realizován na jednotlivých Televizních stanicích v nabídce společnosti Atmedia a na jejich kombinacích podle aktuální nabídky a aktuálního ceníku společnosti Atmedia.

Ceník prodeje Reklamního prostoru podle garantované CPT je vydáván nejpozději prvního kalendářního dne kalendářního měsíce předcházejícího kalendářnímu měsíci, pro který ceník vstupuje v platnost a zveřejňuje se na Webových stránkách společnosti Atmedia.

Klient je srozuměn, že v rámci prodeje Reklamního prostoru podle garantované CPT je výběr umístění Obchodního sdělení v rámci Televizní stanice, popřípadě na základě kombinace jednotlivých Televizních stanic nabízené společností Atmedia, výlučně vyhrazen společnosti Atmedia a Klient není oprávněn výběr učiněný společností Atmedia nikterak ovlivňovat.

2. Kromě prodeje Reklamního prostoru ve smyslu odstavce 1 nabízí společnost Atmedia svým Klientům též další možnosti prodeje sponzoringu a dalších speciálních obchodních operací ve vysílání Televizních

stanicí podle aktuálně vydávaného ceníku, nabídek a individuálních dohod mezi společnostmi Atmedia a Klienty.

C. Vznik smluvního vztahu

1. Smluvní vztah mezi společnostmi Atmedia a Klientem vzniká pouze na základě
 - a) uzavřené písemné smlouvy o spolupráci týkající se vysílání Obchodních sdělení, včetně speciálních operací, mezi společnostmi Atmedia a Klientem (dále jen „Smlouva“), nebo
 - b) přijetím objednávky Klienta týkající se vysílání Obchodních sdělení, včetně speciálních operací, která detailně určuje podmínky a parametry vysílání kampaně, ze strany společnosti Atmedia (dále jen „Objednávka“)

Zpracování objednávek

2. Na základě předběžného zadání a poptávky Klienta připravuje společnost Atmedia návrh závazné objednávky (dále jen „Návrh objednávky“), kterou následně předloží Klientovi k jejímu doplnění a potvrzení. V případě, že Klientem je mediální, resp. reklamní agentura, musí Klient předložit v souvislosti s přípravou návrhu objednávky společnosti Atmedia písemné výhradní pověření inzerentem a vyznačením výrobků nebo služeb, na které se vztahuje.
3. Návrh objednávky v zásadě musí obsahovat především následující údaje:
 - a) označení Klienta, tedy obchodní firmu, sídlo (adresu), IČO a DIČ a v případě korporací zapsaných do veřejného rejstříku i odkaz na uvedený zápis do veřejného rejstříku Klienta
 - b) označení výrobku či služby, které se objednávka týká, a to v podobě nezaměnitelné s jiným výrobkem či službou
 - c) délku trvání kampaně
 - d) délku, resp. další klíčové charakteristiky Obchodního sdělení
 - e) objednávaný počet GRP, resp. počet Obchodních sdělení
 - f) v případě objednávek založených na prodeji Reklamního prostoru podle garantované CPP cílovou skupinu kampaně, resp. produkt (balíček) společnosti Atmedia, jenž je předmětem objednávky
 - g) specifikace TV stanic, na kterých má být kampaň vysílána, popř. popis bloků či pořadů, u kterých se má kampaň vysílat

h) cenu Reklamní kampaně.

4. V případě potřeby může být Návrh objednávky kampaně realizované v rámci prodeje Reklamního prostoru podle Spotového ceníku doplněn vysílacím plánem kampaně s přesným popisem umístění jednotlivých součástí kampaně ve vysílání Televizních stanic.
5. Klient je srozuměn s tím, že pokud jeho požadavky na zveřejnění Obchodního sdělení nemohou být odvysílány na Televizních stanicích zaměřených na děti a mládež, není možné pro účely objednávky využít prodejní balíček obsahující tyto Televizní stanice.
6. Objednávka je považována za platnou a závaznou ve chvíli, kdy řádně Klientem podepsaná objednávka byla prokazatelně přijata společností Atmedia.

Realizace plnění objednávek

7. Objednávky realizované na základě prodeje Reklamního prostoru podle Spotového ceníku se považují za řádně splněné společností Atmedia v případě odvysílání objednaného počtu Obchodních sdělení na Televizních stanicích a v časech odpovídajících objednanému vysílacímu plánu.
8. Objednávky realizované na základě prodeje Reklamního prostoru podle garantované CPP se považují za řádně splněné společností Atmedia v případě obdržení 95 % (slovy devadesáti pěti procent) z objednaných GRP v cílové skupině dle objednávky.
9. Objednávky realizované na základě prodeje Reklamního prostoru podle garantované CPT se považují za řádně splněné společností Atmedia v případě obdržení 95 % (slovy devadesáti pěti procent) z objednaných zobrazení (impresí) dle objednávky.
10. Překročí-li výše GRP u objednávek realizovaných na základě prodeje Reklamního prostoru podle garantované CPP původně požadované množství GRP, je základem pro vypočítání ceny těchto kampaní reálná výše obdržených GRP, a to až do úrovně 110 % (slovy jedno sto deseti procent) původně požadovaných GRP.
11. Překročí-li výše počtu zobrazení (impresí) u objednávek realizovaných na základě prodeje Reklamního prostoru podle garantované CPT původně požadované množství zobrazení (impresí), je základem pro vypočítání ceny těchto kampaní skutečná výše obdržených zobrazení (impresí), a to až do úrovně 110 % (slovy jedno sto deseti procent) původně požadovaných zobrazení (impresí).
12. V případě, že Reklamní kampaň realizovaná na základě prodeje Reklamního prostoru podle garantované CPP je objednána na období 4 dny a kratší, považuje se Reklamní kampaň za řádně splněnou po odvysílání vysílacího plánu a její cena bude vypočtena na základě skutečně obdržených GRP.

13. Reklamní kampaň objednaná do výše 10 GRP se považuje za řádně splněnou po odvysílání vysílacího plánu a její cena bude vypočtena na základě skutečně obdržených GRP, avšak do maximální výše 110 % z řádně objednané kampaně, přičemž kampaně do 10 GRP se považují za splněné od 95 % do 110 %.
14. Skutečně obdržený počet GRP se stanovuje na základě průměrné sledovanosti reklamního bloku obsahujících Obchodní sdělení podle oficiálních dat měření sledovanosti televizí (ATO – Nielsen Atmosphere) v cílové skupině dané Reklamní kampaně.
15. Skutečně obdržený počet zobrazení (impresí) se stanovuje na základě měření prováděné interním softwarem pro řízení a měření kampaně používaných společností Atmedia.
16. V případě, že oficiální data nejsou pro část nebo celé období trvání Reklamní kampaně z jakéhokoliv důvodu dostupná, jsou měřítkem pro stanovení ceny kampaně odhady počtů obdržených GRP v jednotlivých reklamních blocích připravené ze strany společnosti Atmedia.
17. V případě, že oficiální data nejsou pro část nebo celé období trvání Reklamní kampaně z jakéhokoliv důvodu dostupná, je měřítkem pro stanovení ceny kampaně množství objednaných zobrazení (impresí).
18. V případě, pokud si Klient přeje zrušit již závazně potvrzené reklamní vysílání, musí tak učinit zasláním písemného oznámení, které musí být Společnosti Atmedia doručeno nejpozději 15 pracovních dnů před prvním dnem vysílání stanoveným ve Smlouvě nebo v Objednávce, jinak je Klient povinen objednanou kampaň uhradit v plné výši.
19. V případě, pokud Klient nesplní svůj závazek týkající se dohodnutého objemu odvysílání Obchodních sdělení vyplývající ze Smlouvy či Objednávky, je povinen uhradit společnosti Atmedia smluvní pokutu ve výši 35 % (slovy třicet pět procent) z částky představující nesplněný závazek, a to nejpozději do 15 kalendářních dnů ode dne uplynutí období, ve kterém měla být Obchodní sdělení odvysílána.
20. V případě, pokud si Klient přeje přerušit či upravit vysílanou Reklamní kampaň (např. změnou vysílacího plánu či obměnou vysílacích materiálů), provede společnost Atmedia požadovanou úpravu v případě, že je v jejích možnostech ji realizovat, do 6 pracovních dnů po doručení žádosti o přerušování či úpravu kampaně. Přičemž Klient je v takovém případě povinen uhradit odměnu společnosti Atmedia v původně dohodnuté výši, a to i ve výši, pokud nebude dosaženo dohodnutého objemu GRP.

D. Cenové podmínky

Ceníky

1. Ceníky reklamního vysílání na Televizních stanicích pro jednotlivé obchodní modely jsou společností Atmedia vydávány v zásadě na období jednoho kalendářního měsíce, a to vždy nejpozději k prvému pracovnímu dni kalendářního měsíce bezprostředně předcházejícímu kalendářní měsíc, pro který jsou ceníky reklamního vysílání určeny.
2. Ceníky jsou vytvářeny pro jednotlivé stanice a pro GRP balíčky v nabídce společnosti Atmedia.
3. Ceníky jsou zveřejňovány na Webových stránkách společnosti Atmedia.
4. V případě, pokud v termínu uvedeném v odstavci 1 není ceník zveřejněn, platí, že zůstává v platnosti ceník, který byl naposledy zveřejněn způsobem uvedeným v odstavci 3.

E. Fakturace

1. Výše odměny společnosti Atmedia je uvedena ve Smlouvě či Objednávce.
2. Není-li stanoveno jinak, vzniká závazek Klienta uhradit společnosti Atmedia odměnu v okamžiku zajištění odvysílání Obchodního sdělení, kterým se rozumí buď okamžik, kdy bylo Obchodní sdělení odvysíláno, nebo okamžik, kdy Obchodní sdělení mělo být odvysíláno, avšak nebylo z důvodů na straně Klienta.
3. Veškeré odměny společnosti Atmedia budou zvýšeny o DPH v zákonem stanovené sazbě.
4. Faktury (daňové doklady) jsou vystavovány společností Atmedia v zásadě po skončení zdaňovacího období (kalendářního měsíce) s tím, že společnost Atmedia si vyhrazuje právo vystavit příslušný daňový doklad též v průběhu měsíce, a to zejména v případě, pokud by odvysílání Obchodního sdělení bylo ukončeno do patnáctého kalendářního dne daného měsíce.
5. Pokud to není výslovně Smlouvou či Objednávkou vyloučeno, je společnost Atmedia oprávněna před odvysíláním Obchodního sdělení požadovat od Klienta zaplacení zálohy, a to až do plné výše sjednané odměny společnosti Atmedia, včetně případné DPH.
6. Splatnost faktur (daňových dokladů) vystavených společností Atmedia je 14 (slovy čtrnáct) kalendářních dní po vystavení faktury. Úhradou se rozumí připsání plné výše fakturované částky na účet společnosti Atmedia uvedený ve faktuře (daňovém dokladu).
7. V případě prodlení s řádnou úhradou faktury vystavení společností Atmedia je společnost Atmedia oprávněna po Klientovi požadovat, kromě zákonem stanoveného úroku z prodlení i smluvní pokutu ve výši 0,1 % z dlužné částky za každý započatý kalendářní den prodlení s úhradou faktury. Úhradou úroků z prodlení a smluvní pokuty dle tohoto ustanovení není dotčeno právo společnosti Atmedia požadovat na Klientu náhradu škody ve výši přesahující uhrazenou smluvní pokutu.

8. V případě prodlení s úhradou jakéhokoli splatného závazku Klienta vůči společnosti Atmedia, je společnost Atmedia oprávněna po předchozím upozornění Klienta ne zahájit objednané a potvrzené vysílání a/nebo přerušit vysílání již zahájené vysílání, přičemž v takovém případě Klient odpovídá společnosti Atmedia za veškeré škody, které jak prodlením s úhradou splatného závazku společnosti Atmedia, tak i ne zahájením objednaného vysílání či přerušením již zahájeného vysílání společnosti Atmedia vzniknou a to včetně ušlého zisku.

F. Vysílací materiály a podklady

1. Odvysílání jakéhokoli Obchodního sdělení, jakož i Reklamní kampaně, je podmíněno zejména řádným poskytnutím Vysílacích materiálů společnosti Atmedia, kteréžto Vysílací materiály musí být poskytnuty v digitální podobě a musí splňovat Technické požadavky společnosti Atmedia, přičemž společnost Atmedia si vyhrazuje právo kdykoli tyto Technické požadavky změnit, a to zejména s ohledem na požadavky jednotlivých Provozovatelů vysílání a potřeby Televizních stanic.
2. Technické požadavky na Vysílací materiály společnosti Atmedia jsou zveřejněny na Webových stránkách společnosti Atmedia. Vysílací materiály musí obsahovat pro každé Obchodní sdělení, resp. sponzorský vzkaz, zvláště AKA kód a hudební sestavu. V případě že se tak nestane, je společnost Atmedia oprávněna takové Obchodní sdělení či sponzorský vzkaz odmítnout odvysílat, popřípadě má právo nechat takové Obchodní sdělení či sponzorský odkaz na náklad Klienta přepracovat.
3. Společnost Atmedia si vyhrazuje právo bez předchozího upozornění odmítnout přijmout jakékoli Vysílací materiály, které jsou v rozporu se Smlouvou, Objednávkou, VOP, zákonem a/nebo s Technickými požadavky, popřípadě ukončit či přerušit plnění, ke kterému se vůči Klientu zavázala na základě Smlouvy či Objednávky, pokud v průběhu již započatého plnění zjistí, že Vysílací materiály poskytnuté Klientem jsou v rozporu se Smlouvou, Objednávkou, VOP, zákonem a/nebo s Technickými požadavky.
4. Náklady na dodání Vysílacích materiálů společnosti Atmedia jdou k tíži Klienta.
5. Vysílací materiály musí být Klientem doručeny společnosti Atmedia na místo a způsobem určenými společností Atmedia, a to nejpozději 5 (slovy pět) pracovních dnů před prvním dnem odvysílání Obchodního sdělení uvedeným ve Smlouvě nebo Objednávce.
6. V případě, že Klient řádně nedodá materiály pro vysílání anebo dojde-li k tomu, že Obchodní sdělení byla odmítnuta společností Atmedia z důvodů uvedených v odstavci 3, zůstává společnosti Atmedia plně zachováno právo na úhradu smluvně dohodnuté odměny, přičemž v takových případech Klientovi nevzniká žádné právo na postih vůči společnosti Atmedia, zejména pokud jde o náhradu škody a ušlého zisku.

G. Obsah Obchodních sdělení, práva třetích stran

1. V rámci prodejního balíčku Atmax, Atkids a Atchoice nesmí být odvysílány ty kampaně, které jsou v rozporu s podmínkami vysílání pro dětské diváky (např. alkohol, pornografie, ...), popřípadě jinými podmínkami stanovenými zákonem.
2. Klient je plně odpovědný za obsahovou stránku dodaných Obchodních sdělení a zavazuje se plně odškodnit společnost Atmedia v souvislosti s veškerými nároky jakékoli povahy uplatňovanými třetími osobami vůči společnosti Atmedia či Provozovatelům vysílání Televizních stanic spojenými s obsahem dodaných a vysílaných Obchodních sdělení. Toto ustanovení se týká především případných nároků uplatňovaných v souvislosti s právem na ochranu osobnosti, soutěžním právem, jakož i právem nekalé soutěže, právem autorským a právy s ním souvisejícími, právy průmyslovými a právy na označení původu a jakýmkoli dalšími právy, jakož i veškerými dalšími náklady, které vzniknou společnosti Atmedia či Provozovatelům vysílání Televizních stanic v souvislosti s uplatněním nároků třetích osob ve smyslu tohoto článku.
3. Klient uzavřením Smlouvy, popřípadě učiněním Objednávky, prohlašuje a odpovídá za to, že řádně získal veškerá práva a vypořádal veškeré honoráře a odměny všech vlastníků práv v souvislosti s výrobou a vysíláním Obchodním sdělení na Televizních stanicích, s výjimkou provozovacích práv k hudebním dílům s textem nebo bez textu vytvořeným autory zastupovanými OSA. Oprávnění k užití hudebních děl autorů zastupovaných OSA ve vysílání Televizních stanic zajistí prostřednictvím OSA společnost Atmedia, která rovněž prostřednictvím OSA vypořádá provozovací honoráře autorů chráněné hudby a textu zastupovaných OSA uvedených v hudební sestavě Obchodního sdělení za vysílání Obchodního sdělení na Televizních stanicích.
4. Pokud je v Obchodním sdělení užita chráněná hudba, Klient zaručuje, že získal a uhradil synchronizační práva k veškeré chráněné hudbě užitě v Obchodním sdělení, tj. že získal oprávnění k užití hudby při výrobě Obchodního sdělení. Pokud je v Obchodním sdělení užit jakýkoli zvukový záznam, Klient zaručuje, že od výrobců a výkonných umělců získal oprávnění k užití zvukového záznamu při výrobě Obchodního sdělení a jeho užití ve vysílání Televizních stanic a vypořádal oprávněné nároky výrobců zvukových záznamů a výkonných umělců za uvedené užití. Pokud je v Obchodním sdělení užit zvukový záznam vyrobený k obchodním účelům, je Klient povinen vypořádat nároky výrobců související s výrobou Obchodního sdělení prostřednictvím smlouvy, kterou uzavře s výrobcí, nároky výkonných umělců související s výrobou Obchodního sdělení a nároky výrobců a výkonných umělců související s vysíláním Obchodního sdělení na Televizních stanicích prostřednictvím smlouvy, kterou uzavře s kolektivním správcem INTERGRAM.

5. Klient se zavazuje na vyžádání společnosti Atmedia předložit ji bez zbytečného odkladu kopie příslušných smluv prokazujících vypořádání nároků všech držitelů práv ve shora uvedeném rozsahu a kopii hlášení pro INTERGRAM.
6. Společnost Atmedia je na základě vznesení stížnosti týkající se porušení zákona a práv třetích osob oprávněna přerušit vysílání Obchodního sdělení, aniž by toto přerušení vysílání bylo považováno za porušení povinnosti společnosti Atmedia a mělo jakýkoli vliv na výši její odměny.
7. Klient souhlasí s tím, že pokud jsou Televizní stanice šířeny prostřednictvím satelitního přenosu, může být obsah vysílání, včetně Obchodních sdělení, přijímán v různých zemích a s ohledem na tuto skutečnost je povinen na své náklady též vypořádat autorská práva, popřípadě jakákoli jiná práva třetích osob.

H. Odpovědnost za škody

1. Ustanoveními těchto VOP není jakkoli dotčena odpovědnost společnosti Atmedia a Klienta za náhradu majetkové a nemajetkové újmy vyplývající ze zákona.
2. Klient nese zejména plnou odpovědnost za to, že odvysílání Obchodního sdělení neporušuje zákon a nezasahuje do jakýchkoli práv třetích osob, přičemž v takovém případě odpovídá za jakékoli škody, které porušením zákona či zásahem do práv třetích osob vzniknou společnosti Atmedia, Provozovatelům vysílání Televizních stanic, jakož i dalším osobám, kterým Klient způsobil škodu či jakoukoli jinou újmu na jejich právech. Pro vyloučení jakýchkoli pochybností Klient v plném rozsahu odpovídá za jakoukoli škodu či újmu, která vznikne společnosti Atmedia, popřípadě Provozovatelům vysílání Televizních stanic, v důsledku odvysílání Obchodního sdělení v rozporu s předpisy anebo právy třetích osob, zejména odpovídá za uložené správní sankce, oprávněné nároky vznesené třetími osobami, včetně případných nákladů soudního či správního řízení účelně vynaložených společností Atmedia, popřípadě Provozovateli vysílání Televizních stanic, v souvislosti s odpovídající procesní obranou vůči takovým správním sankcím, soudním řízením a nárokům třetích osob.
3. Klient též odpovídá za správnost a úplnost obsahu informací o autorských právech poskytnutých společnosti Atmedia, popřípadě dalším osobám uvedeným v těchto VOP. I v tomto případě pro vyloučení jakýchkoli pochybností Klient v plném rozsahu odpovídá za jakoukoli škodu, která vznikne společnosti Atmedia, popřípadě Provozovatelům vysílání Televizních stanic v důsledku poskytnutí nesprávných či neúplných informací o autorských právech, zejména tak Klient odpovídá za uložené správní sankce, oprávněné nároky vznesené třetími osobami, včetně případných nákladů soudního či správního řízení účelně vynaložených Provozovateli vysílání v souvislosti s odpovídající procesní obranou vůči takovým správním sankcím, soudním řízením a nárokům třetích osob.

4. V případě, pokud bude se společností Atmedia, popřípadě Provozovateli vysílání Televizních stanic, zahájeno jakékoli soudní či správní řízení, je Klient povinen na své náklady poskytnout společnosti Atmedia, popřípadě Provozovatelům vysílání Televizních stanic, veškerou potřebnou součinnost, kterou lze od jeho osoby rozumně požadovat a to včetně poskytnutí jakýchkoli vysvětlení, dokladů anebo informací, které budou ze strany společnosti Atmedia, popřípadě Provozovatelů vysílání Televizních stanic, od Klienta požadovány v souvislosti s plněním ve smyslu Smlouvy či Objednávky.
5. V případě jakýchkoli vad Obchodních sdělení je Klient povinen tyto vady uplatnit u společnosti Atmedia bez zbytečného odkladu, nejpozději však do uplynutí lhůty 30 dní ode dne odvysílání takového Obchodního sdělení, jinak jeho nároky z titulu vadného plnění zanikají a nebude na ně brán zřetel.
6. Za vady Obchodního sdělení, za které odpovídá společnost Atmedia, se považují pouze:
 - a) neodvysílání Obchodního sdělení,
 - b) částečné odvysílání Obchodního sdělení,
 - c) odvysílání Obchodního sdělení v nedostatečné technické kvalitě, ačkoli Vysílací materiály byly Klientem poskytnuty řádně dle těchto VOP, či
 - d) odvysílání Obchodního sdělení v rozporu se Smlouvou či Objednávkou.
7. V případě vad Obchodního sdělení má Klient právo na přiměřenou slevu z odměny společnosti Atmedia za odvysílání Obchodního sdělení.

I. Užití VOP

1. Není-li mezi společností Atmedia a Klientem dohodnuto ve Smlouvě či Objednávce jinak, řídí se jejich vzájemné vztahy těmito VOP, případně ve výslovně nezmiňovaných věcech příslušnými ustanoveními zákona č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník.
2. Odchylná smluvní ujednání výslovně obsažená ve Smlouvě uzavřené mezi společností Atmedia a Klientem, či vyplývající z podmínek uvedených v Objednávce přijaté společností Atmedia, mají před zněním těchto VOP přednost.
3. Společnost Atmedia má právo kdykoli změnit platné VOP či nahradit je zcela novým zněním, s tím, že o tom, že došlo ke změně anebo přijetí nových VOP, je společnost Atmedia povinna informovat Klienta nejméně s předstihem jednoho kalendářního měsíce, než taková změna či nové znění VOP vstoupí v účinnost. Úplné znění VOP platných k určitému datu se zveřejňuje na Webových stránkách společnosti Atmedia.

4. Pokud Klient nedoručí společnosti Atmedia do 14 (slovy čtrnácti) dnů ode dne, kdy byl prokazatelně srozuměn společností Atmedia o tom, že došlo ke změně anebo přijetí nového změnění VOP, písemné prohlášení, ve kterém uvede, že nesouhlasí se změnou VOP, popřípadě s novým zněním VOP, budou se smluvní vztahy mezi společností Atmedia a Klientem řídit počínaje dnem nabytí účinnosti změny VOP či nového znění VOP, změněnými či nově přijatými VOP.
5. Pokud Klient doručí společnosti Atmedia do 14 dnů ode dne, kdy byl prokazatelně srozuměn společností Atmedia o změně anebo přijetí nového změnění VOP, písemné prohlášení, ve kterém uvede, že nesouhlasí se změnou VOP, popřípadě s novým zněním VOP, budou se smluvní vztahy mezi společností Atmedia a Klientem řídit tím zněním VOP, které bylo naposledy mezi společností Atmedia a Klientem dohodnuto, popřípadě které bylo naposledy Klientem výslovně či jakýmkoli jiným způsobem schváleno, či akceptováno.

J. Závěrečná ustanovení

1. Není-li výslovně mezi společností Atmedia a Klientem v písemné podobě dohodnuto jinak, řídí se právní vztahy mezi společností Atmedia a Klientem příslušnými ustanoveními českého právního řádu, a to i v případě, pokud Klient je osobou, která nepodléhá jurisdikci podle českého právního řádu.
2. Tyto VOP nabývají účinnosti dne 1. ledna 2025.