TV Nova s.r.o.

CENOVÉ PODMÍNKY PROPAGACE NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH NOVA

23. říjen 2026

PREAMBULE

Tyto Cenové podmínky představují obecné podmínky pro určování ceny za (i) odvysílání Spotů na Televizních kanálech NOVA a (ii) Umístění produktu do Pořadů odvysílaných na Televizních kanálech NOVA a vztahují se na všechny Zadavatele, kteří na Televizních kanálech NOVA Propagaci nakupují.

V případě, že by ustanovení Všeobecných podmínek byla v rozporu s těmito Cenovými podmínkami, mají ujednání v těchto Cenových podmínkách přednost před ustanoveními Všeobecných podmínek.

Tyto Cenové podmínky nabývají účinnosti dne 23. října 2026 a nahrazují veškeré předchozí cenové podmínky vysílání Propagace na Televizních kanálech NOVA.

OBSAH

1. Definice
2. Cenové podmínky pro umísťování Reklamních spotů na Televizních kanálech s měřenou sledovaností
A. Obecná úprava určení Ceny reklamních spotů nakoupených prostřednictvím Závazných objednávek
B. Slevy a koeficienty aplikovatelné ve vztahu k Ceně reklamních spotů nakoupených prostřednictvím Závazných objednávek
C. Délka Reklamních spotů a kombinované Reklamní spoty nakoupené prostřednictvím Závazných objednávek
D. Rekalkulace
3. Cenové podmínky pro umísťování Sponzorských spotů na Televizních kanálech s měřenou sledovaností
A. Obecná úprava určení Ceny sponzorských příspěvků
B. Zvláštní úprava určení Ceny sponzorských příspěvků na TV NOVA CINEMA, TV NOVA ACTION, TV NOVA FUN, TV NOVA KRIMI a TV NOVA LADY
4. Cenové podmínky pro umísťování Spotů na TV NOVA SPORT
A. Reklamní spoty
B. Sponzorské spoty
C. Sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT
5. Cenové podmínky pro Umístění produktu do Pořadů na Televizních kanálech NOVA
A. Obecná úprava určení Ceny umístění produktu
B. Sleva z Ceny umístění produktu
6. Cenové podmínky dalších forem Propagace na Televizních kanálech NOVA

ČÁST 1
DEFINICE

1.1 Následující výrazy mají pro účely těchto Cenových podmínek níže uvedený význam:

„**Cena propagace na TV NOVA SPORT**“ znamená (i) Cenu reklamních spotů TV NOVA SPORT, (ii) Cenu sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT, (iii) cenu dalších forem Propagace na TV NOVA SPORT a (iv) cenu balíčků Propagace na TV NOVA SPORT;

„**Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT**“ znamená cenu vysílání Reklamních spotů na TV NOVA SPORT;

„**Cena sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT**“ znamená výši poskytovaných Sponzorských příspěvků k financování programu TV NOVA SPORT či pořadů vysílaných na TV NOVA SPORT;

„**Ceník reklamních spotů TV NOVA SPORT**“ znamená ceník uvádějící zejména základní parametry pro určení Ceny reklamních spotů TV NOVA SPORT a případné zvláštní nabídky Poskytovatele. Ceník reklamních spotů TV NOVA SPORT vydává Poskytovatel a jeho aktuální znění je k dispozici v sídle Poskytovatele a na internetových stránkách Poskytovatele;

„**Ceník sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT**“ znamená ceník uvádějící zejména Cenu sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT. Ceník sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT vydává Poskytovatel a jeho aktuální znění je k dispozici v sídle Poskytovatele a na internetových stránkách Poskytovatele;

„**Ceník umístění produktu**“ znamená ceník uvádějící zejména Cenu umístění produktu. Ceník umístění produktu vydává Poskytovatel a jeho aktuální znění je k dispozici v sídle Poskytovatele a na internetových stránkách Poskytovatele;

„**Cenové podmínky**“ znamená tyto Cenové podmínky propagace na Televizních kanálech NOVA;

„**Cílová skupina: Dospělí 15-54**“ znamená fyzické osoby ve věku od 15 do 54 let v rámci populace České republiky;

„**Časové pásmo**“ znamená Super Prime Time, Prime Time či Off Prime Time;

„**Injektáž**“ má význam uvedený v čl. 3.5 těchto Cenových podmínek;

„**Jiný subjekt**“ znamená jiný subjekt či subjekty než je subjekt, na jehož propagaci nebo k propagaci jehož výrobků nebo služeb je Reklamní spot či Sponzorský spot určen;

„**Koeficient frekvence**“ je roven číslu 0,97. Poskytovatel je oprávněn změnit hodnotu Koeficientu frekvence v závislosti na významné změně ve struktuře diváků příslušných Kanálů s měřenou sledovaností; takovou změnu je Poskytovatel oprávněn přijmout nejvýše jednou za kalendářní čtvrtletí. Poskytovatel je povinen o takové změně Koeficientu frekvence informovat písemně Zadavatele;

„**Objemová sleva**“ má význam uvedený v čl. 2.12 těchto Cenových podmínek;

„**Off Prime Time**“ znamená (i) ve vztahu k TV NOVA zbývající část každého dne kalendářního týdne mimo Prime Time a Super Prime Time a (ii) ve vztahu ke všem jiným Televizním kanálům s měřenou sledovaností než TV NOVA zbývající část každého dne kalendářního týdne mimo Prime Time;

„**Oficiální data**“ znamená oficiální údaje o televizní sledovanosti v České republice získané na základě peoplemetrového měření prováděného subjektem k tomu pověřeným dle příslušné smlouvy uzavřené s (i) Asociací televizních organizací či (ii) jinou obdobnou organizací zajišťující peoplemetrové měření. V případě pověření vícero subjektů dle bodů (i) a (ii) výše se za rozhodné považují oficiální údaje o televizní sledovanosti v České republice získané na základě peoplemetrového měření prováděného tím pověřeným subjektem, kterého určí Poskytovatel;

„**Plánování**“ má význam uvedený v čl. 2.9 těchto Cenových podmínek;

„**Poměr rozložení**“ znamená předpokládané rozložení Ratingových bodů, které mají být doručeny prostřednictvím Reklamních spotů nakoupených Zadavatelem prostřednictvím příslušné Závazné objednávky na Televizních kanálech s měřenou sledovaností v následujícím poměru: (i) TV NOVA 60 % Ratingových bodů, (ii) TV NOVA CINEMA 15 % Ratingových bodů a (iii) TV NOVA ACTION společně s TV NOVA FUN, TV NOVA KRIMI, TV NOVA LADY, TV MARKÍZA INTERNATIONAL, Nova.cz TVC a dalšími Televizními kanály s měřenou sledovaností, které Poskytovatel v budoucnu určí, 25 % Ratingových bodů nebo v jiném poměru, který bude v důsledku změny poměru sledovanosti jednotlivých Televizních kanálů s měřenou sledovaností a/nebo v důsledku změny ve výčtu nabízených Televizních kanálů s měřenou sledovaností sdělen Poskytovatelem Zadavateli před uzavřením Upřesňující objednávky a uveden v této Upřesňující objednávce. Poskytovatel je oprávněn jakýkoliv z Televizních kanálů s měřenou sledovaností z Poměru rozložení kdykoliv v budoucnu vypustit s tím, že tuto skutečnost oznámí Zadavatelům vhodným způsobem;

„**Poměr rozložení s frekvencí**“ znamená předpokládané rozložení Ratingových bodů, které mají být doručeny prostřednictvím Reklamních spotů nakoupených Zadavatelem prostřednictvím příslušné Závazné

objednávky na Televizních kanálech s měřenou sledovaností v následujícím poměru: (i) TV NOVA nejvýše 50 % Ratingových bodů, (ii) TV NOVA CINEMA nejvýše 20 % Ratingových bodů a (iii) TV NOVA ACTION společně s TV NOVA FUN, TV NOVA KRIMI, TV NOVA LADY, TV MARKÍZA INTERNATIONAL, Nova.cz TVC a dalšími Televizními kanály s měřenou sledovaností, které Poskytovatel v budoucnu určí, nejméně 30 % Ratingových bodů nebo v jiném poměru, který bude v důsledku změny poměru sledovanosti jednotlivých Televizních kanálů s měřenou sledovaností a/nebo v důsledku změny ve výčtu nabízených Televizních kanálů s měřenou sledovaností sdělen Poskytovatelem Zadavateli před uzavřením Upřesňující objednávky a uveden v této Upřesňující objednávce. Poskytovatel je oprávněn jakýkoliv z Televizních kanálů s měřenou sledovaností z Poměru rozložení s frekvencí kdykoliv v budoucnu vypustit s tím, že tuto skutečnost oznámí Zadavatelům vhodným způsobem;

„**Poslední relevantní období**“ má význam uvedený v čl. 2.36 těchto Cenových podmínek;

„**Prémiový reklamní blok**“ znamená Reklamní blok označený Poskytovatelem za prémiový (i) v okamžiku uveřejnění programu vysílání („Program skupiny Nova“) na následující kalendářní měsíc nebo (ii) v Klientském portálu;

„**Prime Time**“ znamená část každého dne kalendářního týdne mezi (i) 17:30 – 19:14 hod. a 21:31 – 23:30 hod. ve vztahu k TV NOVA a (ii) část každého dne kalendářního týdne mezi 17:30 – 23:30 hod. ve vztahu ke všem jiným Televizním kanálům s měřenou sledovaností než TV NOVA;

„**Ratingový bod**“ znamená jedno vystavení Reklamního spotu jednomu procentu Cílové skupiny: Dospělí 15-54;

„**Referenční CPP**“ znamená cenu Ratingového bodu při délce Reklamního spotu 30 sekund, jak je uvedena čl. 2.12 těchto Cenových podmínek;

„**Rekalkulace**“ má význam uvedený v čl. 2.36 těchto Cenových podmínek;

„**Super Prime Time**“ znamená část každého dne kalendářního týdne mezi 19:15 – 21:30 hod. ve vztahu k TV NOVA;

„**Tandemový spot**“ znamená Reklamní spot rozdělený na dvě části odvysílané odděleně v jednom Reklamním bloku;

„**Všeobecné podmínky**“ znamená Všeobecné podmínky propagace na Televizních kanálech NOVA, upravující obecné podmínky zajištění vysílání Spotů na Televizních kanálech NOVA a Umístění produktu do Pořadu na Televizních kanálech NOVA, vydané Poskytovatelem pro období od 23. října 2026; a

„**Vyžádaná pozice**“ znamená jakoukoliv Zadavatelem vyžádanou pozici Reklamního spotu v rámci Reklamního bloku.

1.2 Veškeré ostatní výrazy s počátečním velkým písmenem použité v těchto Cenových podmínkách a nedefinované v čl. 1.1 těchto Cenových podmínek mají význam uvedený ve Všeobecných podmínkách.

ČÁST 2
CENOVÉ PODMÍNKY PRO UMÍSŤOVÁNÍ REKLAMNÍCH SPOTŮ NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH S MĚŘENOU SLEDOVANOSTÍ

2.1 Tato Část 2 Cenových podmínek stanoví obecné podmínky pro určování a případnou další úpravu ceny za odvysílání Reklamních spotů na Televizních kanálech s měřenou sledovaností.

A. Obecná úprava určení Ceny reklamních spotů nakoupených prostřednictvím Závazných objednávek

2.2 Cena reklamních spotů nakoupených Zadavatelem prostřednictvím jedné či více Závazných objednávek se určuje jako násobek počtu Ratingových bodů objednaných dle příslušné Upřesňující objednávky a Referenčního CPP dle čl. 2.12 těchto Cenových podmínek; a dále upraveného dle těchto Cenových podmínek tak, aby byly zohledněny veškeré rozhodné parametry příslušného Reklamního spotu a jeho umístění na Televizních kanálech s měřenou sledovaností, není-li těmito Cenovými podmínkami výslovně stanoveno jinak.

2.3 Bez ohledu na ustanovení čl. 2.2 těchto Cenových podmínek se v následujících případech Cena reklamních spotů určuje jako násobek skutečně doručeného počtu Ratingových bodů a Referenčního CPP dle čl. 2.12 těchto Cenových podmínek; a dále upraveného dle těchto Cenových podmínek tak, aby byly zohledněny veškeré rozhodné parametry příslušného Reklamního spotu a jeho umístění na Televizních kanálech s měřenou sledovaností:

(a) pokud nebyl doručen plný počet Ratingových bodů, které Zadavatel objednal Upřesňující objednávkou; nebo

(b) pokud Zadavatel rozhodl o umístění Reklamních spotů, u kterých bude počet skutečně doručených Ratingových bodů vyšší než počet Ratingových bodů, které Zadavatel objednal Upřesňující objednávkou; nebo

(c) pokud Zadavatel na základě Upřesňující objednávky objednává Reklamní kampaň, jejíž trvání nepřesáhne čtyři (4) dny (včetně), přičemž v takovém případě je Zadavatel bez ohledu na ustanovení čl. 2.9 těchto Cenových podmínek povinen rozhodnout o umístění všech Reklamních spotů dle této Upřesňující objednávky a není, bez ohledu na ustanovení čl. 2.5 těchto Cenových podmínek, oprávněn určit minimální počet požadovaných Ratingových bodů. Avšak v případě, kdy je Reklamní kampaň zahájena na konci jednoho kalendářního měsíce a bezprostředně pokračuje od prvního dne následujícího kalendářního měsíce a její celkové trvání je alespoň pět (5) dnů (včetně) se Cena reklamních spotů určuje dle čl. 2.2 těchto Cenových podmínek; nebo

(d) pokud Zadavatel na základě Upřesňující objednávky objedná menší počet Ratingových bodů než 8, přičemž v takovém případě je Zadavatel bez ohledu na ustanovení čl. 2.9 těchto Cenových podmínek povinen rozhodnout o umístění všech Reklamních spotů dle této Upřesňující objednávky a není, bez ohledu na ustanovení čl. 2.5 těchto Cenových podmínek, oprávněn určit minimální počet požadovaných Ratingových bodů.

2.4 Referenční CPP se určí a upraví dle Cenových podmínek, platných ke dni uzavření příslušné Závazné objednávky (ustanovení čl. 2.15 Všeobecných podmínek není tímto dotčeno). Pokud si Zadavatel přeje umístit Propagaci v objemu přesahujícím dosavadní Aktuální objem objednávky, je povinen tak učinit na základě nové Závazné objednávky, přičemž Cena reklamních spotů aplikovatelná na Dílčí objem objednávky nakoupený na základě takové nové Závazné objednávky bude stanovena na základě Cenových podmínek platných ke dni uzavření takové nové Závazné objednávky na základě Aktuálního objemu objednávky.

2.5 Zadavatel je oprávněn v Upřesňující objednávce uvést minimální počet Ratingových bodů, které mají být umístěny v (i) Super Prime Time, (ii) Prime Time a (iii) Off Prime Time; to neplatí v případě, že mají být Ratingové body umístěny na Nova.cz TVC. Při stanovení Ceny reklamních spotů se nepřihlíží k časovým posunům v odvysílání Reklamního bloku vyvolaných aktuálním průběžným časovým posunem ve vysílání Provozovatele oproti plánovanému programovému schématu a rozhodující pro určení, zda Reklamní spot bude považován za odvysílaný v Super Prime Time, Prime Time či Off Prime Time, bude vždy označení Reklamního spotu v Upřesňující objednávce. Poskytovatel je oprávněn s ohledem na kapacitní a programové důvody přesunout Reklamní spot do jiného než Zadavatelem požadovaného Časového pásma, přičemž v takovém případě se pro výpočet ceny příslušného Reklamního spotu použije koeficient odpovídající Časovému pásmu, ve kterém byl příslušný Reklamní spot skutečně odvysílán. Přesunem Reklamního spotu do jiného než Zadavatelem požadovaného Časového pásma může dojít ke změně celkového počtu Ratingových bodů objednaných příslušnou Upřesňující objednávkou, aniž by však došlo k navýšení části Objemu objednávky umístěné takovou Upřesňující objednávkou.

2.6 Počet Ratingových bodů skutečně doručený prostřednictvím Reklamního spotu se stanovuje na základě průměrné sledovanosti Reklamního bloku obsahujícího Reklamní spot v Cílové skupině: Dospělí 15-54 dle Oficiálních dat.

2.7 V případě, že Oficiální data pro část nebo celé období trvání Reklamní kampaně nejsou z jakéhokoliv důvodu dostupná, je pro stanovení Ceny reklamních spotů rozhodující odhad počtu Ratingových bodů doručených v jednotlivých Reklamních blocích, který vyhotoví v písemné formě Poskytovatel a který je k dispozici v sídle Poskytovatele.

2.8 Poskytovatel doručí Zadavatelem požadovaný počet Ratingových bodů v poměru rozložení dohodnutém v Upřesňující objednávce, a to v Poměru rozložení nebo v Poměru rozložení s frekvencí. Poskytovatel je oprávněn změnit poměry rozložení v závislosti na změně poměru sledovanosti jednotlivých Televizních kanálů s měřenou sledovaností. Poskytovatel je povinen písemně informovat Zadavatele o případné změně poměru rozložení. Poskytovatel je dále oprávněn kdykoliv v budoucnu zařadit do nabídky jiné definované poměry rozložení nebo jakékoliv definované poměry rozložení z nabídky odebrat s tím, že tuto skutečnost oznámí Zadavatelům vhodným způsobem.

2.9 Zadavatel je oprávněn prostřednictvím Upřesňující objednávky rozhodnout o umístění Reklamních spotů (dále jen „**Plánování**“) v rozsahu odpovídajícímu až 80 % Ratingových bodů, které mají být doručeny prostřednictvím Reklamních spotů umísťovaných touto Upřesňující objednávkou, přičemž rozhodnutí o umístění zbývající části Reklamních spotů náleží Poskytovateli. Ustanovením tohoto čl. 2.9 není dotčeno oprávnění Poskytovatele dle čl. 2.5 věty třetí těchto Cenových podmínek.

2.10 V případě, že bude Zadavateli ze strany Poskytovatele přiznána jakákoliv sleva či budou aplikovány určité koeficienty a Zadavatel následně nesplní podmínky stanovené pro poskytnutí takové slevy, resp. pro aplikaci takových koeficientů, je Poskytovatel oprávněn částku odpovídající slevě, resp. aplikaci takových koeficientů, na kterou Zadavateli nevznikl nárok, vyúčtovat Zadavateli k úhradě v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení období, ve kterém bylo plnění podmínek pro přiznání slevy ze strany Zadavatele Poskytovatelem hodnoceno, nebo kdykoliv později, nejpozději však v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení Relevantního období.

2.11 Společně s Cenou reklamních spotů bude Zadavateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.

B. Slevy a koeficienty aplikovatelné ve vztahu k Ceně reklamních spotů nakoupených prostřednictvím Závazných objednávek

Objemová sleva

2.12 V závislosti na výši Aktuálního objemu objednávky se snižuje Referenční CPP aplikované na Dílčí objem objednávky nakoupený prostřednictvím příslušné Závazné objednávky tak, že snížené Referenční CPP se rovná výši Aktuálního objemu objednávky vydělené celkovým počtem pro ni příslušných Ratingových bodů (dále jen „**Objemová sleva**"). Celkový počet příslušných Ratingových bodů se určí jako součet Ratingových bodů určených podle následující tabulky zvlášť pro každý interval Aktuálního objemu objednávky, a to vždy jako podíl částky Aktuálního objemu objednávky dosažené v rámci daného intervalu v levém sloupci tabulky a pomocné veličiny pro identifikaci počtu Ratingových bodů v daném intervalu Aktuálního objemu objednávky uvedené v pravém sloupci tabulky. Finální snížené Referenční CPP pro danou výši Aktuálního objemu objednávky, které bude vypočteno výše uvedeným způsobem, je pro jednotlivé objemové intervaly Aktuálního objemu objednávky uvedeno v prostředním sloupci následující tabulky.

Interval Aktuálního objemu objednávky (v Kč)	Finální Referenční CPP na začátku a konci Intervalu Aktuálního objemu objednávky (v Kč)	Pomocná veličina pro identifikaci počtu Ratingových bodů v daném intervalu Aktuálního objemu objednávky (v Kč)
méně než 1 999 999	47 185 – 47 185	47 185
2 000 000 – 4 999 999	47 185 – 45 732	44 812
5 000 000 – 9 999 999	45 732 – 44 763	43 835
10 000 000 – 19 999 999	44 763 – 43 555	42 411
20 000 000 – 29 999 999	43 555 – 42 346	40 118
30 000 000 – 39 999 999	42 346 – 41 378	38 724
40 000 000 – 49 999 999	41 378 – 40 652	37 984
50 000 000 – 59 999 999	40 652 – 39 684	35 463
60 000 000 – 69 999 999	39 684 – 38 716	33 775
70 000 000 – 79 999 999	38 716 – 37 748	32 124
80 000 000 – 89 999 999	37 748 – 36 780	30 520
90 000 000 – 109 999 999	36 780 – 35 086	29 061

2.13 V případě, že výše Aktuálního objemu objednávky dosáhne alespoň částky 110 000 000 Kč, náleží Zadavateli Objemová sleva ve výši určené Poskytovatelem v závislosti na konkrétní dosažené výši Aktuálního objemu objednávky a popř. dalších objektivních kritériích, určených Poskytovatelem a sdělených Zadavateli před uzavřením příslušné Závazné objednávky.

Měsíční, denní a jiné koeficienty

2.14 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů se Referenční CPP dále vynásobí příslušným koeficientem v závislosti na kalendářním měsíci (či jeho části), který je uveden ve vztahu k umísťovanému Reklamnímu spotu v příslušné Upřesňující objednávce:

Kalendářní měsíc	Koeficient
Leden	0,70
Únor	1,15
Březen	1,45
Duben	1,50
Květen	1,55
Červen	1,50
Červenec	0,90
Srpen	1,10
Září	1,60
Říjen	1,60
Listopad	1,60
Prosinec A (1. – 22.)	1,50
Prosinec B (23. – 31.)	1,10

2.15 V případě, že Zadavatel umístí prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek určitou část Objemu objednávky, jejíž minimální či maximální výše bude určena a sdělena Poskytovatelem Zadavateli, do období jakéhokoli kalendářního měsíce(-ů) nebo jeho části uvedené v tabulce v čl. 2.14 těchto Cenových podmínek, přičemž výši takto Zadavatelem umísťované části Objemu objednávky sdělí Zadavatel Poskytovateli před uzavřením příslušné Závazné objednávky, pak se Referenční CPP ve vztahu k takovéto části Objemu objednávky vynásobí v závislosti na její výši koeficientem odlišným od koeficientu uvedeného v tabulce v čl. 2.14 těchto Cenových podmínek, jehož příslušná výše bude sdělena Zadavateli Poskytovatelem při uzavření Závazné objednávky.

2.16 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů v Prime Time se Referenční CPP vynásobí koeficientem 1,15.

2.17 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů v Off Prime Time se Referenční CPP vynásobí koeficientem 1,10.

2.18 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů v Super Prime Time se Referenční CPP vynásobí koeficientem 1,20.

2.19 Pro účely stanovení Ceny reklamních spotů na Nova.cz TVC se Referenční CPP vynásobí koeficientem 3,00, koeficient pro Prime Time, Super Prime Time a Off Prime Time se neuplatní.

2.20 V případě, že si Zadavatel přeje doručit příslušný počet Ratingových bodů v Poměru rozložení s frekvencí, vynásobí se Referenční CPP Koeficientem frekvence.

2.21 V případě, že si Zadavatel přeje doručit příslušný počet Ratingových bodů v jiném poměru rozložení, než je Poměr rozložení nebo Poměr rozložení s frekvencí, při kterém bude podíl Ratingových bodů ve vztahu k TV NOVA vyšší než u Poměru rozložení, resp. Poměru rozložení s frekvencí, vynásobí se Referenční CPP pro účely stanovení Ceny reklamních spotů koeficientem 1,15. V případě splnění určitých objektivních kritérií stanovených Poskytovatelem a předem sdělených Zadavateli může být koeficient uvedený v předchozí větě určen Poskytovatelem v odlišné výši, přičemž tato odlišná výše bude Zadavateli sdělena před uzavřením příslušné Závazné objednávky.

2.22 V případě, že Zadavatel umístí prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek značně vysokou část Objemu objednávky, jejíž minimální výše bude určena a sdělena Poskytovatelem Zadavateli, výlučně na Ostatní mediální kanály v požadované struktuře, přičemž výši takto Zadavatelem umísťované části Objemu objednávky a požadovanou strukturu jejího umístění sdělí Zadavatel Poskytovateli před uzavřením příslušné Závazné objednávky, pak se Referenční CPP ve vztahu k takovéto části Objemu objednávky vynásobí koeficientem, jehož příslušná výše bude sdělena Zadavateli Poskytovatelem při uzavření Závazné objednávky.

Sleva na první Reklamní kampaň

2.23 V případě, že Zadavatel nakoupí Závaznou objednávkou a umístí prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Propagaci propagující Zadavatele nebo jednoho jeho Klienta, který neumístil na Televizních kanálech s měřenou sledovaností Propagaci ve formě Reklamních spotů v předchozích 24 měsících před podpisem příslušné Závazné objednávky, pak se Referenční CPP, aplikovatelné na Reklamní spoty nakoupené příslušnou Závaznou objednávkou a umístěné prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Zadavatelem na Televizních kanálech s měřenou sledovaností, vynásobí koeficientem 0,9.

Sleva za včasné uzavření Závazné objednávky

2.24 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku v souladu s čl. 2.2 Všeobecných podmínek nejpozději 1. prosince 2026 a zároveň (ii) řádně umístí na příslušných Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Dílčí objem objednávky nakoupený touto Závaznou objednávkou, použije se pro stanovení Ceny reklamních spotů nakoupených prostřednictvím takové Závazné objednávky Referenční CPP vynásobené koeficientem 0,9.

2.25 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku v souladu s čl. 2.2 Všeobecných podmínek mezi 2. prosincem 2026 a 15. lednem 2027 včetně a zároveň (ii) řádně umístí na příslušných Mediálních kanálech prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Dílčí objem objednávky nakoupený touto Závaznou objednávkou, použije se pro stanovení Ceny reklamních spotů nakoupených prostřednictvím takové Závazné objednávky Referenční CPP vynásobené koeficientem 0,95.

Další slevy

2.26 Další slevy mohou být sjednány v Závazné objednávce tak, aby zohlednily případné závazky Zadavatele, a to (i) závazek Zadavatele nevyužít, ve stanoveném rozsahu, svého oprávnění rozhodnout o umístění Reklamních spotů podle čl. 2.9 těchto Cenových podmínek, nebo (ii) závazek uhradit za stanovených podmínek část Dílčího objemu objednávky před prvním odvysíláním Propagace nakoupené příslušnou Závaznou objednávkou.

C. Délka Reklamních spotů a kombinované Reklamní spoty nakoupené prostřednictvím Závazných objednávek

2.27 V případě Reklamního spotu, který má jinou délku než třicet (30) sekund, se Cena reklamního spotu nakoupeného Závaznou objednávkou vynásobí příslušným koeficientem v závislosti na délce Reklamního spotu, a to dle následující tabulky:

Délka Reklamního spotu (v sekundách)	Koeficient
10	0,50
15	0,85
20	0,90
25	0,95
30	1,00
35	1,20
40	1,35
45	1,50
50	1,65
55	1,85
60	2,00

2.28 V případě, že Zadavatel umístí značně vysokou část Objemu objednávky, jejíž minimální výše bude určena a sdělena Poskytovatelem Zadavateli před uzavřením příslušné Závazné objednávky, prostřednictvím Reklamních spotů s určitou jednotnou délkou, pak se Referenční CPP ve vztahu k těmto Reklamním spotům vynásobí koeficientem odlišným od koeficientu uvedeného v tabulce v čl. 2.27 těchto Cenových podmínek, jehož příslušná výše bude sdělena Zadavateli Poskytovatelem při uzavření Závazné objednávky. Pokud má Reklamní spot jinou délku, než která je uvedena v tabulce v čl. 2.27 těchto Cenových podmínek, a nebude uplatněn postup dle předchozí věty, použije se koeficient vztahující se k nejbližší vyšší délce Reklamního spotu. V případě Reklamních spotů delších než šedesát (60) sekund anebo kratších než deset (10) sekund bude jejich cena sdělena Poskytovatelem Zadavateli na základě žádosti Zadavatele.

2.29 V případě, že Reklamní spot obsahuje propagaci obchodní značky (brandu) také Jiného subjektu, účtuje Poskytovatel Zadavateli přirážku ve výši 15 % z ceny takového Reklamního spotu za každou takovou obchodní značku (brand). V případě splnění určitých objektivních kritérií stanovených Poskytovatelem a předem sdělených Zadavateli může být přirážka uvedená v předchozí větě určena Poskytovatelem v odlišné výši, přičemž tato odlišná výše bude Zadavateli sdělena před uzavřením příslušné Závazné objednávky. Za propagaci obchodní značky (brandu) Jiného subjektu je považována i situace, kdy je logo, zboží či služby Jiného subjektu obsaženo v Reklamním spotu, který propaguje spotřebitelskou soutěž. Délka zobrazení či jakýkoli jiný způsob prezentace obchodní značky (brandu) Jiného subjektu v rámci příslušného Reklamního spotu nesmí činit více než 30 % délky takového Reklamního spotu.

2.30 V případě, že Reklamní spot obsahuje zobrazení loga Jiného subjektu a tento Jiný subjekt není v Reklamním spotu žádným jiným způsobem prezentován a délka zobrazení daného loga nepřesáhne pět (5) sekund, potom Poskytovatel nebude Zadavateli přirážku dle čl. 2.29 těchto Cenových podmínek účtovat. Poskytovatel nebude Zadavateli přirážku dle čl. 2.29 těchto Cenových podmínek účtovat rovněž v případě, že se v Reklamním spotu objeví produkt Jiného subjektu, aniž by byla současně zobrazena nebo verbálně zmíněna jeho obchodní značka (brand) či logo.

2.31 V případě Tandemového spotu se jeho cena stanoví jako násobek Ceny reklamního spotu a příslušného koeficientu určeného na základě celkové délky obou částí Tandemového spotu dle následující tabulky:

Celková délka obou částí Tandemového spotu (v sekundách)	Koeficient
15	0,95
20	1,00
25	1,10
30	1,25
35	1,35
40	1,50
45	1,60
50	1,70
55	1,85
60	2,00

2.32 V případě, že celková délka obou částí Tandemového spotu má délku odlišnou od délek uvedených v tabulce v čl. 2.31 těchto Cenových podmínek, vypočítá se cena Tandemového spotu vynásobením Ceny Reklamního spotu koeficientem použitelným pro nejbližší vyšší délku Reklamního spotu. V případě, že Zadavatel umístí prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek značně vysokou část Objemu objednávky, jejíž minimální výše bude určena a sdělena Poskytovatelem Zadavateli při uzavření příslušné Závazné objednávky, prostřednictvím Tandemových spotů s určitou jednotnou délkou obou částí takových spotů, pak se Referenční CPP ve vztahu k těmto Tandemovým spotům vynásobí koeficientem odlišným od koeficientu uvedeného v tabulce v čl. 2.31 těchto Cenových podmínek, jehož příslušná výše bude sdělena Zadavateli Poskytovatelem při uzavření Závazné objednávky.

2.33 Tandemový spot smí obsahovat propagaci pouze jedné obchodní značky (brandu). V opačném případě bude Poskytovatel účtovat Zadavateli cenu jako za dva samostatné Reklamní spoty.

2.34 Za umístění Reklamního spotu do Prémiového reklamního bloku účtuje Poskytovatel Zadavateli Cenu reklamního spotu zvýšenou o přirážku 10 %, ledaže Poskytovatel předem oznámí, že v určitém kalendářním měsíci nebude tuto přirážku uplatňovat.

2.35 V případě umístění Reklamního spotu na Vyžádané pozici účtuje Poskytovatel Zadavateli přirážku ve výši 15 % z Ceny reklamního spotu. V případě splnění určitých objektivních kritérií stanovených Poskytovatelem a předem sdělených Zadavateli může být přirážka uvedená v předchozí větě určena Poskytovatelem v odlišné výši, přičemž tato odlišná výše bude Zadavateli sdělena před uzavřením příslušné Závazné objednávky.

D. Rekalkulace

2.36 Pokud Zadavatel řádně neumístí v průběhu Relevantního období končícího nejpozdějším datem (dále jen „**Poslední relevantní období**“) prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Aktuální objem objednávky vyplývající z poslední Závazné objednávky uzavřené mezi Poskytovatelem a Zadavatelem k Propagaci jednoho Zadavatele či Klienta, provede Poskytovatel ke konci Posledního relevantního období přepočet Ceny reklamních spotů umístěných do konce Posledního relevantního období (dále jen „**Rekalkulace**“). V rámci Rekalkulace bude Cena reklamních spotů Poskytovatelem přepočítána ve vztahu k jednotlivým Závazným objednávkám, a to tak, že Referenční CPP původně stanovené v příslušné Závazné objednávce pro výpočet Ceny reklamních spotů se upraví tak, aby odpovídalo skutečně řádně umístěné části Aktuálního objemu objednávky. Na základě Referenčního CPP upraveného dle předchozí věty se nově vypočte Cena reklamních spotů ve vztahu k příslušné Závazné objednávce. Poskytovatel oznámí Zadavateli rozdíl mezi původně účtovanou Cenou reklamních spotů a nově vypočtenou Cenou reklamních spotů v důsledku Rekalkulace do patnácti (15) kalendářních dnů po uplynutí Posledního relevantního období.

2.37 Do skutečně řádně umístěné části Aktuálního objemu objednávky se pro účely Rekalkulace započítá rovněž Propagace nakoupená za účelem odvysílání Zvláštní reklamní kampaně a řádně umístěná Zadavatelem prostřednictvím příslušné Upřesňující objednávky.

2.38 V rámci Rekalkulace nebude ve vztahu k jednotlivým Závazným objednávkám aplikováno nižší Referenční CPP než Referenční CPP stanovené v příslušné Závazné objednávce.

2.39 Není-li stanoveno jinak, je Zadavatel povinen zaplatit Poskytovateli rozdíl Ceny reklamních spotů stanovený v důsledku Rekalkulace do

čtyřiceti (40) kalendářních dnů ode dne odeslání výzvy Poskytovatelem.

ČÁST 3
CENOVÉ PODMÍNKY PRO UMÍSŤOVÁNÍ SPONZORSKÝCH SPOTŮ NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH S MĚŘENOU SLEDOVANOSTÍ

3.1 Tato Část 3 Cenových podmínek stanoví obecné podmínky pro určování a případnou další úpravu ceny za odvysílání Sponzorských spotů na Televizních kanálech s měřenou sledovaností.

A. Obecná úprava určení Ceny sponzorských příspěvků

3.2 Není-li v této Části 3(A) Cenových podmínek dále stanoveno jinak, určí se Cena sponzorských příspěvků na základě příslušného Ceníku sponzorských příspěvků platného ke dni uzavření příslušné Upřesňující objednávky, prostřednictvím které mají být Sponzorské spoty na Televizních kanálech s měřenou sledovaností umístěny.

3.3 Cena sponzorských příspěvků uvedená v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků se vztahuje na Sponzorské spoty o délce deseti (10) sekund bez uplatnění jakýchkoli slev a koeficientů.

3.4 Zveřejněný příslušný Ceník sponzorských příspěvků obsahuje Cenu sponzorských příspěvků ve vztahu k programu nebo tradičním pořadům Poskytovatele. Cenu sponzorských příspěvků ohledně pořadů nezveřejněných v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků zašle Poskytovatel Zadavateli na jeho žádost.

3.5 Sponzorský spot k pořadu může být odvysílán v podobě samostatného audiovizuálního vzkazu či včleněný do obsahu vysílání sponzorovaného pořadu tak, že svým pojetím nenarušuje formu a obsah takového pořadu (dále jen „**Injektáž**“). Cena sponzorských příspěvků za umístění Injektáže ve vztahu k tradičním pořadům Poskytovatele je uvedena v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků. Cenu sponzorských příspěvků za umístění Injektáže ve vztahu k pořadům nezveřejněným v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků zašle Poskytovatel Zadavateli na jeho žádost.

3.6 Případné další podmínky a formy Sponzorování mohou být stanoveny v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků.

3.7 Poskytovatel je oprávněn v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků stanovit, že některé formy Sponzorování uvedené v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků a označené ze strany Poskytovatele se nezapočítávají do celkového Objemu objednávky Zadavatele.

3.8 V případě, že:

(a) Zadavatel má zájem stát se výhradním sponzorem konkrétního televizního pořadu na příslušném Televizním kanálu s měřenou sledovaností; nebo

(b) Zadavatel má zájem o Sponzorování pořadu, který není uveden v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků;

bude Cena sponzorských příspěvků k pořadu Zadavateli sdělena na jeho žádost Poskytovatelem.

3.9 V případě, že bude Zadavateli ze strany Poskytovatele přiznána jakákoliv sleva či budou aplikovány určité koeficienty a Zadavatel následně nesplní podmínky stanovené pro poskytnutí takové slevy, resp. pro aplikaci takových koeficientů, je Poskytovatel oprávněn částku odpovídající slevě, resp. aplikaci takových koeficientů, na kterou Zadavateli nevznikl nárok, vyúčtovat Zadavateli k úhradě v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení období, ve kterém bylo plnění podmínek pro přiznání slevy ze strany Zadavatele Poskytovatelem hodnoceno, nebo kdykoliv později, nejpozději však v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení Relevantního období.

3.10 Společně s Cenou sponzorských příspěvků bude Zadavateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.

Základní úprava určení Ceny sponzorských příspěvků

3.11 V případě, že Zadavatel nakoupí prostřednictvím Závazné objednávky část Dílčího objemu objednávky jako Sponzorování, vzniká Zadavateli ve vztahu k této části Dílčího objemu objednávky nakoupené jako Sponzorování nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků ve výši 10 %.

3.12 V závislosti na umístění Sponzorských spotů do příslušného kalendářního měsíce prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek se určí Cena sponzorských příspěvků ve vztahu k takovým Sponzorským spotům jako součin ceny odpovídající takto umístěným Sponzorským spotům dle příslušného Ceníku sponzorských příspěvků a koeficientu dle následující tabulky:

Kalendářní měsíc	Koeficient
Leden	1,05
Únor	1,15
Březen	1,20
Duben	1,40
Květen	1,40
Červen	1,35
Červenec	0,95
Srpen	1,15
Září	1,35
Říjen	1,50
Listopad	1,50
Prosinec	1,50

3.13 Zadavatel má nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků za podmínek uvedených v následující tabulce:

Aktuální objem objednávky odpovídající Sponzorování (v Kč)	Sleva z Ceny sponzorských příspěvků
0 – 499 999	5 %
500 000 – 999 999	8 %
1 000 000 – 1 999 999	10 %
2 000 000 – 2 999 999	12 %
3 000 000 – 3 999 999	14 %
4 000 000 – 4 999 999	17 %
5 000 000 – 5 999 999	20 %
6 000 000 – 6 999 999	23 %
7 000 000 – 9 999 999	25 %
10 000 000 a více	30 %

3.14 V případě Sponzorského spotu, který má jinou délku než deset (10) sekund, se Cena sponzorských příspěvků ve vztahu k takovým Sponzorským spotům vynásobí příslušným koeficientem v závislosti na délce Sponzorského spotu, a to dle následující tabulky

Délka Sponzorského spotu (v sekundách)	Koeficient
5	0,75
10	1,00
15	1,50

3.15 V případě, že Sponzorský spot obsahuje informaci o obchodní značce (brandu) Jiného subjektu, účtuje Poskytovatel Zadavateli ve vztahu k takovému Sponzorskému spotu přirážku ve výši 15 % z Ceny sponzorského příspěvku za každou takovou obchodní značku (brand).

Další úprava určení Ceny sponzorských příspěvků

3.16 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku, prostřednictvím které nakoupí část Dílčího objemu objednávky jako Sponzorování, nejpozději 1. prosince 2026, a zároveň (ii) tuto část Dílčího objemu objednávky řádně umístí jako Sponzorování prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek, vzniká Zadavateli ve vztahu k této části Dílčího objemu objednávky nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků upravené dle čl. 3.11 až 3.14 těchto Cenových podmínek ve výši 10 %.

3.17 V případě, že Zadavatel (i) uzavře s Poskytovatelem Závaznou objednávku, prostřednictvím které nakoupí část Dílčího objemu objednávky jako Sponzorování, mezi 2. prosincem 2026 a 15. lednem 2027 včetně, a zároveň (ii) tuto část Dílčího objemu objednávky řádně umístí jako Sponzorování prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek, vzniká Zadavateli ve vztahu k této části Dílčího objemu objednávky nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků upravené dle čl. 3.11 až 3.14 těchto Cenových podmínek ve výši 5 %.

3.18 V případě, že Zadavatel nakoupí Závaznou objednávkou a umístí prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Sponzorování propagující Zadavatele nebo jednoho jeho Klienta, který v předchozích 12 měsících před uzavřením příslušné Závazné objednávky neumístil Sponzorské spoty na Mediálních kanálech, pak vzniká Zadavateli ve vztahu k části Dílčího objemu objednávky příslušné Závazné objednávky odpovídající Sponzorování nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků upravené dle čl. 3.11 až 3.14 těchto Cenových podmínek ve výši 15 %. V případě, že Dílčí objem objednávky nebo jeho část bude umístěna jako Sponzorování v pořadu Snídaně, uplatní se sleva dle předchozí věty pouze tehdy, pokud tento Dílčí objem

objednávky nebo jeho část umístěná jako Sponzorování v pořadu Snídaně bude činit alespoň 100 000 Kč.

3.19 V případě, že Zadavatel nakoupí Závaznou objednávkou a umístí prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Sponzorování v rozsahu alespoň 15 % Dílčího objemu objednávky na následujících kanálech: Nova Cinema, Nova Fun, Nova Action, Nova Lady nebo Nova Krimi, pak vzniká Zadavateli ve vztahu k části Dílčího objemu objednávky příslušné Závazné objednávky odpovídající Sponzorování nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků upravené dle čl. 3.11 až 3.14 těchto Cenových podmínek ve výši 5 %.

3.20 V případě, že Zadavatel nakoupí Závaznou objednávkou a umístí prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Sponzorování v rozsahu alespoň 30 % Dílčího objemu objednávky na následujících kanálech: Nova Cinema, Nova Fun, Nova Action, Nova Lady nebo Nova Krimi, pak vzniká Zadavateli ve vztahu k části Dílčího objemu objednávky příslušné Závazné objednávky odpovídající Sponzorování nárok na slevu z Ceny sponzorských příspěvků upravené dle čl. 3.11 až 3.14 těchto Cenových podmínek ve výši 10 %.

3.21 Pokud Zadavatel neumístí v průběhu daného Relevantního období prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek příslušnou část Aktuálního objemu objednávky odpovídající Sponzorování vyplývající z poslední uzavřené Závazné objednávky, pak se Cena sponzorských příspěvků upraví tak, aby zejména poskytnuté slevy odpovídaly skutečně prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek řádně umístěné části Aktuálního objemu objednávky odpovídajícímu Sponzorování, a pro přepočet Ceny sponzorských příspěvků se *mutatis mutandis* použijí ustanovení čl. 2.36 až 2.38 těchto Cenových podmínek.

B. Zvláštní úprava určení Ceny sponzorských příspěvků na TV NOVA CINEMA, TV NOVA ACTION, TV NOVA FUN, TV NOVA KRIMI a TV NOVA LADY

3.22 Cena Sponzorských příspěvků na TV NOVA CINEMA, TV NOVA ACTION, TV NOVA FUN, TV NOVA KRIMI a TV NOVA LADY se stanoví dle příslušného Ceníku sponzorských příspěvků platného ke dni uzavření příslušné Upřesňující objednávky.

ČÁST 4
CENOVÉ PODMÍNKY PRO UMÍSŤOVÁNÍ SPOTŮ NA TV NOVA SPORT

4.1 Tato Část 4 Cenových podmínek stanoví obecné podmínky pro určování a případnou další úpravu ceny za odvysílání Spotů na TV NOVA SPORT.

4.2 Pokud Zadavatel neumístí v průběhu daného Relevantního období prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek Propagaci nakoupenou na základě Závazné objednávky TV NOVA SPORT, pak se Cena propagace na TV NOVA SPORT upraví tak, aby zejména poskytnuté slevy odpovídaly skutečně prostřednictvím jedné či více Upřesňujících objednávek řádně umístěné Propagaci a pro přepočet Ceny propagace na TV NOVA SPORT se *mutatis mutandis* použijí ustanovení čl. 2.36 až 2.38 těchto Cenových podmínek.

4.3 Poskytovatel sdělí Zadavateli na jeho žádost dostupné formy balíčků Propagace a cenu balíčků Propagace na TV NOVA SPORT. V případě balíčků Propagace se Části 4(A), 4(B) a 4(C) Cenových podmínek neuplatní. Společně s Cenou propagace na TV NOVA SPORT bude v případě balíčků Propagace Zadavateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.

A. Reklamní spoty

4.5 Pro účely TV NOVA SPORT se Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT určuje na základě této Části 4(A) Cenových podmínek a příslušného Ceníku reklamních spotů TV NOVA SPORT, platných ke dni uzavření příslušné Závazné objednávky či Závazné objednávky TV NOVA SPORT, prostřednictvím které Zadavatel Reklamní spoty na TV NOVA SPORT nakoupí, a v případě, že není žádná z nich uzavřena, tak ke dni uzavření příslušné Upřesňující objednávky, prostřednictvím které Zadavatel Reklamní spoty na TV NOVA SPORT umístí.

4.6 Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT je stanovena na základě příslušného Ceníku reklamních spotů TV NOVA SPORT, který uvádí cenu Reklamního spotu umístěného na TV NOVA SPORT v délce třicet (30) sekund. Cena reklamních spotů TV NOVA SPORT se stanovuje odlišně v závislosti na umístění Reklamních spotů na TV NOVA SPORT do dvou časových (floatingových) pásem, jak jsou uvedena v příslušném Ceníku reklamních spotů TV NOVA SPORT nebo v závislosti na umístění do vybraného pořadu.

4.7 V případě Reklamního spotu umístěného na TV NOVA SPORT, který má jinou délku než třicet (30) sekund, se Cena reklamního spotu TV NOVA SPORT vynásobí příslušným koeficientem v závislosti na délce takového Reklamního spotu dle následující tabulky:

Délka Reklamního spotu (v sekundách)	Koeficient
10 a méně	0,60
15	0,85
20	0,90
25	0,95
30	1,00
35	1,20
40	1,35
45	1,50
50	1,65
55	1,85
60	2,00

4.8 Pokud má Reklamní spot umístěný na TV NOVA SPORT jinou délku, než která je uvedena v tabulce v čl. 4.7 těchto Cenových podmínek, použije se koeficient vztahující se k nejbližší vyšší délce Reklamního spotu. V případě Reklamních spotů umístěných na TV NOVA SPORT delších než šedesát (60) sekund bude jejich cena sdělena Poskytovatelem Zadavateli na základě žádosti Zadavatele.

4.9 V případě Tandemového spotu se jeho cena stanoví jako násobek Ceny reklamního spotu TV NOVA SPORT a příslušného koeficientu určeného na základě celkové délky obou částí Tandemového spotu dle následující tabulky:

Celková délka obou částí Tandemového spotu (v sekundách)	Koeficient
15	0,95
20	1,00
25	1,10
30	1,25
35	1,35
40	1,50
45	1,60
50	1,70
55	1,85
60	2,00

4.10 V případě, že celková délka obou částí Tandemového spotu má délku odlišnou od délek uvedených v tabulce v čl. 4.9 těchto Cenových podmínek, vypočítá se cena Tandemového spotu vynásobením Ceny Reklamního spotu koeficientem použitelným pro nejbližší vyšší délku Reklamního spotu.

4.11 Tandemový spot smí obsahovat propagaci pouze jedné obchodní značky (brandu). V opačném případě bude Poskytovatel účtovat Zadavateli cenu jako za dva samostatné Reklamní spoty umístěné na TV NOVA SPORT.

4.12 V případě, že Reklamní spot umístěný na TV NOVA SPORT obsahuje propagaci obchodní značky (brandu) také Jiného subjektu, účtuje Poskytovatel Zadavateli přirážku ve výši 15 % z ceny takového Reklamního spotu za každou takovou obchodní značku (brand). Za propagaci obchodní značky (brandu) Jiného subjektu je považována i situace, kdy je logo, zboží či služby Jiného subjektu obsaženo ve Spotu, který propaguje spotřebitelskou soutěž. Délka zobrazení či jakýkoli jiný způsob prezentace obchodní značky (brandu) Jiného subjektu v rámci příslušného Reklamního spotu nesmí činit více než 30 % délky takového Reklamního spotu.

4.13 V případě, že Reklamní spot umístěný na TV NOVA SPORT obsahuje zobrazení loga Jiného subjektu a tento Jiný subjekt není v takovém Reklamním spotu žádným jiným způsobem prezentován a délka zobrazení daného loga nepřesáhne pět (5) sekund, potom Poskytovatel nebude Zadavateli přirážku dle čl. 4.12 těchto Cenových podmínek účtovat. Poskytovatel nebude Zadavateli přirážku dle čl. 4.12 těchto Cenových podmínek účtovat rovněž v případě, že se v Reklamním spotu umístěném na TV NOVA SPORT objeví produkt Jiného subjektu, aniž by byla současně zobrazena nebo verbálně zmíněna jeho obchodní značka (brand) či logo.

4.14 V případě umístění Reklamního spotu, nakoupeného Zadavatelem prostřednictvím Závazné objednávky, na Vyžádané pozici na TV NOVA SPORT účtuje Poskytovatel Zadavateli přirážku ve výši 10 % z Ceny reklamního spotu TV NOVA SPORT.

4.15 Společně s Cenou reklamních spotů TV NOVA SPORT bude Zadavateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.

B. Sponzorské spoty

4.16 Pro účely TV NOVA SPORT se Cena sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT určuje na základě této Části 4(B) Cenových podmínek a příslušného Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT, platných ke dni uzavření příslušné Upřesňující objednávky, prostřednictvím které Zadavatel Sponzorské spoty na TV NOVA SPORT umístí. Případný minimální rozsah Sponzorování programu nebo příslušného pořadu může být uveden v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT.

4.17 Cena sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT je stanovena na základě příslušného Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT, který uvádí cenu Sponzorského spotu umístěného na TV NOVA SPORT v délce třicet (30) sekund. Cena sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT se stanovuje odlišně v závislosti na umístění Sponzorských spotů na TV NOVA SPORT do dvou časových (floatingových) pásem, jak jsou uvedena v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT nebo v závislosti na umístění do vybraného pořadu.

4.18 V případě Sponzorského spotu umístěného na TV NOVA SPORT, který má jinou délku než třicet (30) sekund, se Cena sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT vynásobí příslušným koeficientem v závislosti na délce takového Sponzorského spotu dle následující tabulky:

Délka Sponzorského spotu (v sekundách)	Koeficient
10 a méně	0,60
15	0,85
20	0,90
25	0,95
30	1,00

4.19 Pokud má Sponzorský spot umístěný na TV NOVA SPORT jinou délku, než která je uvedena v tabulce v čl. 4.18 těchto Cenových podmínek, použije se koeficient vztahující se k nejbližší vyšší délce Sponzorského spotu. V případě Sponzorských spotů umístěných na TV NOVA SPORT delších než třicet (30) sekund bude jejich cena sdělena Poskytovatelem Zadavateli na základě žádosti Zadavatele.

4.20 Sponzorský spot k pořadu může být odvysílán v podobě samostatného audiovizuálního vzkazu či v podobě Injektáže. Cena za umístění Injektáže ve vztahu k tradičním pořadům Poskytovatele je uvedena v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT. Cenu za Injektáž ve vztahu k pořadům nezveřejněným v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT zašle Poskytovatel Zadavateli na jeho žádost.

4.21 Případné další podmínky a formy Sponzorování mohou být stanoveny v příslušném Ceníku sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT.

4.22 Společně s Cenou sponzorských příspěvků TV NOVA SPORT bude Zadavateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.

C. Sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT

4.23 Zadavatel má nárok na slevu z Ceny propagace na TV NOVA SPORT za podmínek uvedených v následující tabulce:

Aktuální objem objednávky odpovídající Propagaci umístěné na TV NOVA SPORT (v Kč)	Sleva z Ceny propagace na TV NOVA SPORT
1 – 299 999	25 %
300 000 – 499 999	30 %
500 000 – 999 999	35 %
1 000 000 – 1 999 999	40 %
2 000 000 – 2 999 999	45 %
3 000 000 – 4 999 999	50 %
5 000 000 a více	55 %

4.24 V případě, že bude Zadavateli ze strany Poskytovatele přiznána jakákoliv sleva a Zadavatel následně nesplní podmínky stanovené pro její poskytnutí, bude částka odpovídající slevě, na kterou Zadavateli nevznikl nárok, Poskytovatelem vyúčtována Zadavateli k úhradě v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení období, ve kterém bylo plnění podmínek pro přiznání slevy ze strany Zadavatele Poskytovatelem hodnoceno.

ČÁST 5
CENOVÉ PODMÍNKY PRO UMÍSTĚNÍ PRODUKTU DO POŘADŮ NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH NOVA

5.1 Tato Část 5 Cenových podmínek stanoví obecné podmínky pro určování a případnou další úpravu ceny za Umístění produktu do Pořadů odvysílaných na Televizních kanálech NOVA.

A. Obecná úprava určení Ceny umístění produktu

5.2 Cena umístění produktu je určována a hrazena na základě (i) této Části 5(A) Cenových podmínek a příslušného Ceníku umístění produktu, platných ke dni uzavření Objednávky umístění produktu, prostřednictvím které Zadavatel Umístění produktu objedná, a (ii) dalších případných písemných smluvních ujednání mezi Poskytovatelem a Zadavatelem.

5.3 Cena umístění produktu se stanoví dle Ceníku umístění produktu, který určuje cenu jednotně pro všechny Zadavatele v závislosti na druhu a hodnotě poskytnutého Produktu, období a termínu odvysílání Pořadu, sledovanosti Pořadu a Způsobu umístění produktu specifikovaného v Objednávce umístění produktu. V případě, kdy Poskytovatel s ohledem na specifika Pořadu zamýšlí umožnit Umístění produktu, jehož specifické vlastnosti Ceník umístění produktu nereflektuje, bude Cena umístění produktu určena Poskytovatelem, a to *mutatis mutandis* dle zásad aplikovaných při tvorbě Ceníku umístění produktu.

5.4 Společně s Cenou umístění produktu bude Zadavateli vyúčtována i příslušná daň z přidané hodnoty určená v souladu s platnými právními předpisy.

B. Sleva z Ceny umístění produktu

5.5 Zadavatel má nárok na slevu z Ceny umístění produktu za podmínek uvedených v následující tabulce:

Aktuální objem objednávky odpovídající Umístění produktu (v Kč)	Sleva z Ceny umístění produktu
500 000 – 1 499 999	5 %
1 500 000 – 2 499 999	8 %
2 500 000 – 3 499 999	11 %
3 500 000 a více	14 %

5.6 V případě, že bude Zadavateli ze strany Poskytovatele přiznána jakákoliv sleva a Zadavatel následně nesplní podmínky stanovené pro její poskytnutí, je Poskytovatel oprávněn částku odpovídající slevě, na kterou Zadavateli nevznikl nárok, vyúčtovat Zadavateli k úhradě v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení období, ve kterém bylo plnění podmínek pro přiznání slevy ze strany Zadavatele Poskytovatelem hodnoceno, nebo kdykoliv později, nejpozději však v měsíci, který bezprostředně následuje po skončení Relevantního období.

ČÁST 6
CENOVÉ PODMÍNKY DALŠÍCH FOREM PROPAGACE NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH NOVA

6.1 Další formy Propagace na Televizních kanálech NOVA, popřípadě inovace stávajících forem Propagace na Televizních kanálech NOVA, které nejsou v dané formě upravené těmito Cenovými podmínkami, budou Poskytovatelem nabízeny za cenových podmínek určených Poskytovatelem a sdělených Zadavateli nejpozději před uzavřením Upřesňující objednávky.