

Opći uvjeti poslovanja

Na temelju članka 6. Društvenog ugovora RTL Hrvatska d.o.o. za usluge, Krapinska 45, Zagreb, na sjednici Uprave društva, održanoj 28.12.2010. godine, usvojeni su sljedeći

OPĆI UVJETI POSLOVANJA

1. Određenja pojmova

Oglasni sadržaj je redakcijski uređen film (spot) u kojem se oglašava neka marka, proizvod ili usluga unutar promidžbenog programa u televizijskom programu.

Naručitelj je svaka pravna ili fizička osoba koja namjerava emitirati neki promidžbeni sadržaj (oglašivač) ili svaka agencija koja zakupljuje promidžbeni sadržaj u svoje ime i za svoj račun (agencija), a ima registrirano obavljanje takve djelatnosti.

Promidžbeni sadržaj je prostor emitiranja za oglasni i posebni sadržaj.

Ugovor je „cost per point“ ugovor sklopljen između RTL-a i Naručitelja. Pojmovi koji su navedeni, ali nisu definirani ovim Općim uvjetima, imat će značenje koje im je dodijeljeno ugovorom.

RTL je RTL Hrvatska d.o.o. za usluge, Krapinska 45,10000 Zagreb.

Narudžba je prijedlog koji sadrži sve potrebne sastavnice promidžbene kampanje (vrijeme, trajanje, sadržaj itd.) i koji naručitelj dostavlja RTL-u kao osnovu za određivanje plana emitiranja.

OUP su ovi Opći uvjeti poslovanja.

Posebni sadržaj je opći pojam koji se odnosi na sve ostale oblike predstavljanja marki, proizvoda ili usluga u sklopu televizijskog programa, koji se ne smatraju oglasnim sadržajem u užem smislu.

2. Opće odredbe

2.1. OUP-ima se uređuju poslovni odnosi između naručitelja i RTL-a, koji se temelje na načelima povjerenja, savjesnosti, poštenja i obostrane koristi. OUP se primjenjuju na ukupni poslovni odnos između RTL-a i naručitelja, a odnose se na emitiranje promidžbenog sadržaja u RTL-ovim terminima emitiranja. Opći uvjeti poslovanja koje naručitelj primjenjuje u svom poslovanju nemaju nikakvog učinka na poslovni odnos uređen ovim OUP-ima i ne primjenjuju se na isti.

2.2. OUP tvore sastavni dio ugovora, osim ako ugovorom nije izričito određeno drukčije, te kao takvi dopunjuju posebne odredbe utvrđene ugovorom.

2.3. U slučaju bilo kakvog međusobnog neslaganja, prvenstvo imaju posebne ugovorne odredbe, zatim ovi OUP, a tek potom mjerodavne zakonske odredbe kojima se uređuju ugovorni odnosi.

2.4. Ovi OUP, kao i sve izmjene i dopune istih, stavljaju se na uvid naručitelju i drugim zainteresiranim osobama u prostorijama RTL-a i na RTL-ovim internetskim stranicama.

2.5. Izmjene i dopune OUP-a donose se u skladu s potrebama poslovne prakse i pravnim zahtjevima.

2.6. Sve izmjene i dopune OUP-a koje se primjenjuju na pojedine poslovne odnose stavljaju se na uvid naručitelju na njegov zahtjev u pisanom obliku.

2.7. Smatra se da je naručitelj prešutno prihvatio izmjene i dopune OUP-a ako, u roku od osam (8) dana računajući od dana kada je naručitelju izmjene i dopune stavio na uvid, RTL od njega ne primi nikakav prigovor na izmjene i dopune pojedinih odredaba OUP-a. U slučaju prigovora, poslovni se odnos raskida u primjerenom roku i na način kojim se jamči jednaka zaštita pravnih interesa RTL-a i naručitelja. Smatra se da su izmjene i dopune OUP-a stavljene na uvid naručitelju kada budu izvještene, izložene ili na koji drugi način dostupne naručitelju.

3. Narudžbe

3.1. Naručitelj je RTL-u dužan dostaviti narudžbu najkasnije četiri (4) dana prije željenog dana emitiranja.

3.2. Narudžba emitiranja mora u najmanju ruku sadržati sljedeće podatke:

- oglašivač
- proizvod
- datum početka i završetka promidžbene kampanje
- naziv i trajanja televizijskog spota (spotova)

3.3. Naručitelj može zatražiti od RTL-a posebno pozicioniranje spotova u stanci za promidžbene sadržaje, uz uvjet da je takva pozicija raspoloživa. Na narudžbe za takva posebna pozicioniranja spotova primjenjuju se indeksni pozicije.

| Pozicija | Indeks pozicije |
|------------|-----------------|
| Prva | 130 |
| Druga | 120 |
| Predzadnja | 120 |
| Zadnja | 130 |

3.4. Promotivni sadržaji koji sadrže informacije i/ili prikaz više od jedne robne marke, proizvoda ili usluge biti će podložna povećanju cijene od 30% za svaku dodatnu marku, proizvod ili uslugu.

4. Prihvata narudžbe

4.1. Smatra se da je RTL prihvatio narudžbu naručitelja u sljedećim slučajevima: a) kada RTL potvrdi primitak naručiteljeve narudžbe u pisanom ili elektroničkom obliku (putem elektroničke pošte) ili b) emitiranjem naručenog promidžbenog sadržaja ako do potvrde iz točke a) dođe tek poslije emitiranja.

4.2. Narudžbe agencija prihvaćaju se samo za točno određene naručitelje koji se oglašavaju (oglašivači). Agencija je na zahtjev RTL-a dužna predočiti dokaz o svojoj ovlaštenosti za zastupanje gore navedenih oglašivača, a ako to ne učini, narudžba će biti odbijena. Termine emitiranja koje su rezervirale za jednog oglašivača agencija ne može prenijeti na drugog oglašivača ili promidžbenu agenciju.

5. Odbijanje emitiranja

5.1. Bilo prije ili nakon prihvata narudžbe, RTL zadržava pravo da u bilo kojem trenutku odbije emitiranje promidžbenog sadržaja, poglavito iz tehničkih, pravnih ili moralnih razloga, zbog kršenja OUP-a, općih odredaba i pravila RTL-a, odredaba mjerodavnih pozitivnih propisa Republike Hrvatske ili iz nekog drugog sličnog razloga, a posebice ako sadržaj promidžbenog materijala nije u skladu s interesima RTL-a, ako naručitelj nije regulirao autorska i druga srodna prava i o tome dostavio dokaz itd. Ako je emitiranje odbijeno kako je predviđeno ovim stavkom, naručitelj nema pravo na naknadu štete ni na bilo kakvo drugo potraživanje prema RTL-u.

5.2. U načelu, nije dopušteno skupno oglašavanje, tj. promidžbeni sadržaji u kojima se istodobno promiču proizvodi, marke ili usluge više oglašivača. Iznimke su moguće samo uz suglasnost RTL-a.

6. Emitiranje

6.1. Emitiranje promidžbenih sadržaja u skladu s ugovorom i ovim OUP-ima obavlja se na cijelom području na kojem je RTL ovlašten emitirati.

6.2. RTL na daje nikakva jamstva da će se određeni promidžbeni sadržaji emitirati unutar promidžbenog programa prema točno određenom redosljedu, niti da umjesto promidžbenog programa predviđenog programskom shemom neće ponuditi neki drugi promidžbeni program. Unutar promidžbenog bloka, RTL ne jamči nikakvo isključivo pravo emitiranja oglašivačima iz određene gospodarske grane.

6.3. Neovisno o ugovorenom vremenu emitiranja, promidžbeni sadržaj koji nije prikladan za djecu ili mlade ili u kojem se promiču proizvodi koji nisu prikladni za djecu ili mlade moći će se emitirati u terminima u kojima je njegovo emitiranje dopušteno. Ostala ograničenja i prava na odbijanje predviđena člankom 5. i važećim propisima Republike ostaju nepromijenjena.

6.4. Ugovoreno vrijeme emitiranja poštivat će se prema mogućnostima promidžbenog programa. Pomicanje vremena emitiranja, uz primjenu ugovorenog cjenovnog razreda, moguće je ako u pisanom obliku nije dogovoreno drukčije. Dan emitiranja počinje u 02:00 h, a završava u 02:00 h sljedećeg kalendarskog dana.

6.5. Ako RTL promijeni redosljed emisija uslijed aktualnih događaja, izravnog prijenosa športske priredbe, koncerta ili kakvog drugog sadržaja, tehničkih razloga, više sile (izvanrednog stanja, dana žalosti na državnoj razini, udara groma, tuče, poplave, političkih nemira, rata, nestanka struje i sličnih okolnosti), štrajka ili zakonskih razloga i zbog toga nije u mogućnosti emitirati promidžbeni program u ugovorenom terminu, RTL ga ima pravo emitirati prije ili poslije ugovorenog termina. U slučaju odgode termina emitiranja, RTL je o tome dužan obavijestiti naručitelja,

osim ako se ne radi o neznatnoj odgodi. Neznatnom odgodom se smatra odgoda emitiranja unutar istog programskog konteksta.

6.6. U slučaju programskih promjena iz razloga različitih od onih iz stavka 6.5., RTL je u najvećoj mogućoj mjeri dužan prilagoditi žanr i valjanost programskog konteksta prvotno ugovorenom. Ako naručitelj u roku od tri dana od primitka obavijesti o promjeni uloži pisani prigovor na tu promjenu, RTL mu je dužan ponuditi novi naknadni termin emitiranja. U slučaju da naručitelj ne odgovori u predviđenom roku, smatra se da je dao svoju suglasnost. Ako naručitelj ne prihvati novu ponudu, svoju narudžbu može povući bez potraživanja oštete ili naknade.

6.7. O možebitnim prigovorima vezanim uz promidžbeni sadržaj, naručitelj je dužan obavijestiti RTL tijekom ili neposredno nakon emitiranja, i to u pisanom obliku i odmah ili najkasnije dva tjedna nakon emitiranja. Po isteku navedenog roka, izvršenje narudžbe će se smatrati potpunim, valjanim i bez ikakve manjkavosti.

6.8. RTL ni po kojoj osnovi nije odgovoran ako promidžbene spotove nije bio u mogućnosti emitirati krivnjom ili nepažnjom naručitelja.

6.9. U slučaju da promidžbeni sadržaj nije uopće emitiran ili nije emitiran na način ugovoren s naručiteljem, a to se dogodilo krivnjom RTL-a, odgovornost RTL-a je ograničena isključivo na naknadno emitiranje u sličnom programskom kontekstu. RTL je dužan pravodobno obavijestiti naručitelja o novom terminu emitiranja. Ako naknadno emitiranje bude neuspješno ili na koji drugi način manjkavo, naručitelj ima pravo na smanjenje cijene emitiranja. Pored smanjenja cijene, naručitelj nema pravo na naknadu bilo kakve štete uslijed povrede ugovora ili manjkavosti, kao ni na bilo kakvo drugo potraživanje prema RTL-u. Ova se ograničenja ne primjenjuju ako su manjkavosti pri emitiranju promidžbenog sadržaja prouzročene namjerom ili grubom nepažnjom RTL-a.

6.10. U slučaju više sile, RTL pridržava pravo promjene rasporeda emitiranja promidžbenog sadržaja ili odustajanja od emitiranja promidžbenih sadržaja u svojim programima. U takvim okolnostima, naručitelj nema pravo zahtijevati naknadni termin prikazivanja u skladu sa stavkom 6.9. OUP-a, kao ni pravo na naknadu bilo kakve štete ili kakvo drugo potraživanje prema RTL-u.

7. Cijene

7.1. RTL primjenjuje cjenik koji je na snazi u trenutku prihvata narudžbe. Izračun cijene emitiranja promidžbenih sadržaja RTL temelji na prihvaćenom planu emitiranja. Uzastopno emitirani promidžbeni sadržaji u kojima se promiču isti ili slični proizvodi ili usluge ili u kojima naručitelj oglašava više svojih proizvoda i/ili usluga računaju se kao posebni pojedinačni spotovi.

7.2. Cijene po sekundi se primjenjuju na oglasne sadržaje u trajanju od 20 do 60 sekundi. Za oglasne sadržaje u trajanju od 5 do 19 sekundi, cijena po sekundi se uvećava za 20%. Za promidžbene sadržaje duže od 60 sekundi, cijena se ugovara posebno.

7.3. Cijene posebnih sadržaja (npr. pokroviteljstva programskih sadržaja) ugovaraju se posebno.

7.4. RTL pridržava pravo na promjenu cijena. Za ugovorene i prihvaćene narudžbe, promjena cijene postaje važeća tek nakon slanja odgovarajuće obavijesti naručitelju. U slučaju promjene cijene, naručitelj ima pravo povući narudžbu u roku od sedam (7) dana od primitka obavijesti o predmetnoj promjeni cijene. Promjena cijene stupa na snagu osam (8) dana od dana kada naručitelj zaprimi obavijesti o promjeni cijene.

7.5. U slučaju promjene cijena, naručitelj plaća naknadu po cijeni koja vrijedi na dan izvršenja usluge, osim ako nije drugačije ugovoreno.

7.6. RTL može posebnim cjenicima i ponudama odrediti cijene emitiranja promidžbenih spotova unutar određenih programskih sadržaja.

7.7. Porez na dodanu vrijednost nije uključen u cijenu i zaračunava se dodatno i posebno u skladu sa zakonom.

7.8. Popusti, ukoliko su ugovoreni i/ili navedeni u cjeniku ili ponudi, odobravaju se na sveukupni iznos vrijednosti promidžbenog sadržaja unutar ugovorenog razdoblja. Standardnu agencijsku proviziju kao vrstu popusta RTL može odobriti samo na naručeni promidžbeni sadržaj u sekundama te se u tom slučaju ona iskazuje na svakom računu kojeg RTL ispostavlja odnosnom naručitelju.

8. Uvjeti plaćanja

8.1. Naručilatelj obavlja plaćanje u korist RTL-a na temelju ispostavljenog računa. RTL ispostavlja račune na temelju emitiranja promidžbenih sadržaja. Račun se može dostaviti u pisanom ili elektroničkom obliku, ali u potonjem se slučaju u roku od najviše tri (3) dana mora dostaviti i izvornik računa u pisanom obliku.

Naručilatelj ima pravo uložiti RTL-u prigovor na izdani račun u roku od sedam (7) dana o njegovog primitka. Po isteku tog razdoblja, račun se smatra valjanim, potpunim i prihvaćenim od strane naručilatelja. Iznos računa, ako na istom nije drukčije naznačeno, dostiže u roku od petnaest (15) dana od primitka računa.

8.2. U slučaju naknadnih promjena narudžbe, RTL na posebnom računu navodi razliku u odnosu na prvobitni račun ispostavljen za određeno razdoblje emitiranja ili izdaje odgovarajuću potvrdu.

8.3. Ukoliko se po završetku ugovorenog perioda obračunom utvrdi da naručilatelj nije ispunio uvjete za ugovoreni i/ili odobreni popust tijekom istog perioda, RTL iznova obračunava popuste i tereti naručilatelja za razliku.

8.4. Naručilatelj obavlja plaćanje virmentskim nalogom, čekom ili drugim dopuštenim oblicima plaćanja u skladu s propisima Republike Hrvatske. Negotovinska plaćanja se smatraju obavljenim tek kada sredstva budu odobrena u korist računa RTL-a. Troškove podizanja i isplate sredstava, kao i naknade za storniranje i druge bankovne troškove, snosi naručilatelj. Naručilatelj obavlja plaćanja isključivo na račun RTL naznačen na ispostavljenom računu.

8.5. Osim ako u pojedinačnom slučaju nije drukčije određeno, smatra se da naručilatelj kasni s plaćanjem ako iznos nije odobren u korist računa RTL-a do dana dostižeća naznačenog na ispostavljenom računu. U slučaju zakašnjelog plaćanja, RTL zaračunava zakonsku zateznu kamatu.

8.6. Potvrda o primljenoj telefaks-poruci smatra se dokazom o primitku računa koji se naručilatelju šalje telefaksom. U slučaju kašnjenja s plaćanjem, RTL ima pravo odgoditi izvršenje narudžbe, a naručilatelj gubi sva stečena prava. Isto tako, u slučaju kašnjenja s plaćanjem, RTL može odbiti nove narudžbe za emitiranje promidžbenog sadržaja od istog naručilatelja.

8.7. Plaćanje emitiranja promidžbenog sadržaja predujmom uređuje se posebnim ugovorom između naručilatelja i RTL-a.

9. Dokumentacija/materijali za emitiranje

9.1. Naručilatelj je dužan najkasnije četiri (4) dana prije prvog željenog dana emitiranja dostaviti RTL-u dokumentaciju i materijale neophodne za emitiranje promidžbenih spotova. Za emitiranje se prihvaćaju isključivo formati sukladni Tehničkim standardima RTL-a koji se nalaze na internet stranici www.rtl.hr/standards/. RTL ne može jamčiti propisno emitiranje ako se materijal dostavi kasno ili se naknadno promijeni. Trajanje promidžbenog sadržaja ne smije biti kraće od pet (5) sekundi.

9.2. Svaki promidžbeni sadržaj potrebno je dostaviti na zasebnoj kazeti. RTL-u se na zahtjev dostavlja i druga kopija. Kopije se dostavljaju na adresu društva. Ako jedna kazeta sadrži više od jednog spota, RTL može zaračunati troškove razdvajanja i obrade prema vlastitoj odluci. Ako RTL ustanovi da materijali ne odgovaraju prihvaćenim standardima, o tome je dužan obavijestiti naručilatelja. Naručilatelj snosi odgovornost za dostavu dokumentacije i materijala za emitiranje. Uz promidžbeni sadržaj na mediju odgovarajućeg formata, naručilatelj dostavlja i pisanu dokumentaciju koja sadrži neophodne podatke u vezi s nosačem zvuka, a posebice o producentu, skladatelju, naslovu i duljini korištene glazbe, te potvrdu o plaćanju naknade za autorska prava radi ograničavanja odgovornosti RTL-a. Dokumentaciju i materijale za emitiranje RTL pohranjuje i vraća ih naručilatelju isključivo na njegov zahtjev, i to u roku od devedeset (90) dana od posljednjeg predviđenog emitiranja.

Ako se materijal ne koristi više od devedeset (90) dana, RTL ga ima pravo uništiti ili na koji drugi način poništiti materijal i dokumentaciju bez suglasnosti naručilatelja.

10. Posebni sadržaj (pokroviteljstvo)

10.1. U posebnim okolnostima, RTL zadržava pravo da pojedine emisije uz prethodnu najavu isključi iz pokroviteljskog paketa. To se pravo odnosi na sve emisije, a osobito na serije ili tematski uređene emisije.

10.2. Prema potrebi, RTL može proizvoditi najave pokroviteljstva. Troškovi proizvodnje tih najava zaračunavaju se naručilatelju. Naručilatelj je najkasnije tri (3) tjedna prije emitiranja dužan dostaviti RTL-u na pregled cjelokupni sadržaj najave pokroviteljstva.

11. Prava korištenja

11.1. U svrhu izvršenja narudžbe, naručilatelj je na RTL dužan prenijeti sva potrebna prava vezana uz emitiranje i ostalo potrebno korištenje promidžbenog sadržaja, i to u mjeri u kojoj je to neophodno za izvršenje narudžbe. Ta prava, a posebice televizijska prava, prava obrade i arhiviranja, RTL ima pravo prenijeti na treću osobu koju odabere za obavljanje tih poslova. Televizijsko se pravo u tim slučajevima prenosi neograničeno, a emitiranje se odobrava u svim poznatim oblicima televizijskog emitiranja, uključujući i prijenos putem Interneta.

12. Pravna odgovornost naručilatelja

12.1. Naručilatelj ovime jamči da je nositelj i ovlaštenik svih autorskih i srodnih prava potrebnih za emitiranje promidžbenog sadržaja. Naručilatelj je odgovoran za reguliranje svih autorskih i drugih srodnih prava pri udruženjima koja su u Republici Hrvatskoj nadležna za njihovu zaštitu te snosi sve s time povezane troškove. Na zahtjev RTL-a, naručilatelj mu je odmah dužan dostaviti dokaze o reguliranju autorskih i drugih srodnih prava u vezi s emitiranjem promidžbenog sadržaja.

12.2. Naručilatelj jamči da se pridržava svih mjerodavnih propisa o elektroničkim medijima i telekomunikacijama, kao i ostalih mjerodavnih važećih propisa Republike Hrvatske.

12.3. Naručilatelj preuzima potpunu odgovornost za sadržaj promidžbene poruke.

12.4. Naručilatelj snosi isključivo odgovornost za sve tražbine trećih osoba u vezi s autorskim i srodnim pravima, kao i za druge tražbine trećih osoba po bilo kojoj osnovi, a koje su vezane uz emitiranje programskih sadržaja, te je RTL-u dužan nadoknaditi štetu i osloboditi ga od svake odgovornosti za svu štetu ili gubitke, reklamacije, tužbe ili druge možebitne tražbine prema RTL-u, njegovim radnicima, direktorima, članovima društva, predstavnicima, sljednicima i/ili primateljima prava, bilo da su te tražbine utemeljene ili neutemeljene, kao i u odnosu na sve obveze, presude, optužbe, odvjetničke i/ili druge naknade i ine troškove bilo koje naravi, a koje RTL pretrpi uslijed protupravnog postupanja naručilatelja i/ili kršenja obveza iz OUP-a ili ugovora, bez obzira na naručilateljevu stvarnu krivnju.

13. Otkazivanje narudžbe

13.1. Naručilatelj može otkazati narudžbu pisanim putem najkasnije sedam (7) dana prije ugovorenog emitiranja. Ako se narudžba otkáže u roku od:

- 72 sata prije emitiranja, naručilatelj je RTL-u dužan isplatiti 50% ugovorene vrijednosti narudžbe;
- 48 sati prije emitiranja, naručilatelj je RTL-u dužan isplatiti 80% ugovorene vrijednosti narudžbe;
- 24 sata prije emitiranja, naručilatelj je RTL-u dužan isplatiti 100% ugovorene vrijednosti narudžbe.

13.2 U slučaju izrade posebnog sadržaja za potrebe naručilatelja, narudžba se može otkazati najkasnije četrnaest (14) dana prije emitiranja, pri čemu se naplaćuje 50% ugovorene vrijednosti narudžbe. U slučaju kasnijeg otkazivanja, naplata se obavlja u punoj vrijednosti.

13.3 Pravo naručilatelja da otkáže narudžbu ne utječe na ukupnu obvezu naručilatelja da naruči količinu rejtinga u punom ugovorenom iznosu te potroši ukupno potpisanu novčanu obvezu za oglašavanje na programima RTL-a u definiranom periodu.

14. Čuvanje tajnosti/zaštita podataka

14.1 Sadržaj ugovora i svi podaci razmijenjeni prije ili tijekom njegovog sklapanja i provedbe smatraju se tajnim i ugovorne ih stranke ne smiju iznositi trećim osobama. Ugovorne stranke snose odgovornost za štetu nastalu uslijed njihovog iznošenja, osim ako obvezujućim odredbama važećih propisa nije drukčije predviđeno.

14.2 Obveza čuvanja tajnosti sadržaja ugovora i svih razmijenjenih podataka u skladu s prethodnim stavkom ovoga članka ostaje na snazi čak i po isteku ugovora, i to bez ikakve zastare.

14.3 Naručilatelj ovime daje RTL-u suglasnost da sve podatke koje mu je dao koristi za unutarnje potrebe, a posebice za potrebe istraživanja tržišta.

15. Završne odredbe

15.1 Oglašivač/agencija nemaju pravo prenijeti prava i obveze iz ovih OUP-a ni na koju pravnu ili fizičku osobu bez pisane suglasnosti RTL-a.

15.2. Izmjene ili dopune OUP-a te svi dodatni dogovori moraju biti sastavljeni u pisanom obliku da bi se smatrali pravovaljanim. Ova se odredba primjenjuje i na izmjene u obliku teksta.

15.3. U slučaju da je neka od odredaba ovih OUP-a nevaljana ili postane nevaljana, isto ne utječe na valjanost ostalih odredaba. Ugovorne stranke su nevaljanu odredbu dužne zamijeniti valjanom odredbom koja je svojim sadržajem i ekonomskim učinkom najbliža nevaljanju odredbi.

15.4. Na OUP-e se primjenjuje hrvatsko pravo, a možebitni sporovi proizašli iz istih potpadaju pod isključivu nadležnost sudova u Zagrebu.

Ovi Opći uvjeti poslovanja primjenjuju se od 01.01.2011. godine.

U Zagrebu, 28.12.2010.

Johannes Züll, predsjednik Uprave

Ivan Lovreček, član Uprave