

# ÁLTALÁNOS SZERZŐDÉSI FELTÉTELEK 2010



## 1. Bevezető rendelkezések

A jelen Általános Szerződési Feltételek („ÁSZF”) az Egyesült Királyság médiahatósága („Ofcom”) által TLCS 748 számon az SBS Broadcasting Networks Limited (seat: Floor 1, Building 5. Chiswick Park, 566 Chiswick High Road, London W4 5YL) műsorszolgáltatónak kiadott licenc alapján „FEM3” elnevezés alatt működtetett, Magyarországon terjesztett magyar nyelvű kódolt (ún. basic tv.) lineáris műsorszolgáltatás reklámidejének értékesítésére vonatkoznak. A FEM3 általános szórakoztató műsorszolgáltatás.

A SBS Broadcasting Networks Limited – továbbiakban: Műsorszolgáltató - és az MTM-SBS TELEVÍZIÓ ZÁRTKÖRŰEN MŰKÖDŐ RÉSZVÉNYTÁRSASÁG (székhelye: 1145 Budapest, Róna u. 174., Cg: 01-10-043174; adószáma: 12168295-2-44) között létrejött szerződés alapján a FEM3 – a továbbiakban: Műsorszolgáltatás - reklámidejét kizárólagos jelleggel, - az MTM-SBS Televízió Zrt. – a továbbiakban: MTM-SBS Zrt. – jogosult értékesíteni.

A fentiekben hivatkozott szerződés szerint az MTM-SBS Zrt. a FEM3 reklámidejének értékesítése tárgyában a Műsorszolgáltató nevében és képviselőként eljárva jogosult ajánlattételre és ajánlat elfogadására, egyéb jognyilatkozatokra, a reklámsugárzási, illetve szolgáltatási szerződés megkötésére és reklámszolgáltatás, illetve reklámsugárzás ellenértékéért fizetendő sugárzási díj teljesítésének elfogadására. A megrendelő (reklámozó, illetve reklámszolgáltató) MTM-SBS Zrt.-hez az itt meghatározott tárgyban intézett, a szerződés megkötésére irányuló ajánlat és/vagy a szerződéssel, annak teljesítésével illetve a reklámszolgáltatással kapcsolatos jognyilatkozatai – értelemszerűen - a Műsorszolgáltatóval szemben is hatályosak.

A jelen ÁSZF – az ezzel ellenkező kikötés hiányában - a „FEM3” reklámidejének értékesítési tevékenységébe tartozó valamennyi – értékesítési formától független – ajánlat és szerződés elválaszthatatlan részét képezik. A szerződés aláírásával (illetve az ajánlat elfogadásával) a megrendelő részéről annak tartalmát megismertnek és elfogadottnak kell tekinteni, tekintettel arra, hogy az a szerződés aláírása (illetve az ajánlat megrendelői elfogadása) előtt a megrendelő számára elérhetővé vált. Az MTM-SBS zrt. szóbeli úton is még a szerződés létrejötte előtt

tájékoztatja a megrendelőt, hogy az ÁSZF a szokásos szerződési gyakorlattól eltérő rendelkezéseket is tartalmaz(nak) egyrészt a reklámidő értékesítés speciális jellege folytán, másrészt mivel a FEM3 brit joghatóság alatt működik, ezért az Ofcom szabályok is vonatkoznak rá.

Külön írásos szerződés, illetve szerződési okirat hiányában a jelen ÁSZF a megrendeléssel és a (mindenkori utolsó) visszaigazolással együtt képezik az MTM-SBS Zrt. és a megrendelő között létrejött szerződést a FEM3 reklámidője értékesítése tárgyában. Az ÁSZF-től bármely eltérés csak akkor érvényes, ha azt az MTM-SBS Zrt. írásban elfogadta, vagy az az írásos szerződésben rögzítésre került. Ez vonatkozik a megrendelő által egyoldalúan megállapított feltételekre akkor is, ha azokat az MTM-SBS Zrt. külön nem utasította vissza, vagy nem kifogásolta.

Szóbeli megállapodás csak akkor érvényes, ha az írásban is megerősítésre került (amely lehet írásos megrendelő és annak írásban történő visszaigazolása is).

A műsortámogatás (szponzoráció), termék- és kellékelhelyezés (amely az Ofcom szabályok szerint az azokban rögzített korlátokkal megengedett 2010. április 16-tól), merchandising, illetve a klasszikus reklámsugárzástól eltérő vállalkozás, a rendezvény, továbbá a televíziós vásárlási műsorablak és a televíziós vásárlás mindig egyedi, külön szerződésben kerül szabályozásra. Ezek tekintetében a jelen ÁSZF csak azokkal összefüggésben teljesítendő klasszikus reklámsugárzásokra és televíziós vásárlásokra vonatkoznak, ez utóbbiaknál a szerződésben külön nem szabályozott kérdésekre terjednek ki.

Az MTM-SBS Zrt. a megrendelővel kötött egyedi szerződésben eltérhet a jelen ÁSZF-től.

## **2. Értelmező rendelkezések**

A jelen ÁSZF-ben:

- a megrendelő: a reklámozó (akinek érdekében a reklám közzétételre kerül, illetve aki saját érdekében a sugárzást megrendeli) vagy a reklámszolgáltató (médiavásárló ügynökség – amely a reklámozó megbízásából jár el), aki (amely) a klasszikus reklámsugárzást vagy televíziós vásárlás közzétételét megrendeli.
- a műsorszolgáltatás: FEM3
- a reklám közzétevője: a Műsorszolgáltató
- a reklám: ellenérték vagy ellenszolgáltatás fejében közzétett tájékoztatás,

amely a megnevezett vagy ábrázolt áru (ide értve az ingatlant is) szolgáltatás, jog, kötelezettség értékesítését vagy más módon történő igénybe vételét, illetve a reklámozó a vállalkozás népszerűsítését kívánja előmozdítani.

- a klasszikus reklám: minden olyan reklám, amely nem minősül televíziós vásárlásnak vagy televíziós vásárlási műsorablaknak.
- a televíziós vásárlás: az a reklám, amely árunak (beleértve ingatlant is), szolgáltatásnak, jogoknak és kötelezettségeknek – a kereskedelmi elosztóval vagy szolgáltatóval való kapcsolatteremtés útján történő – (táv)értékesítésre vagy más módon történő igénybe vételére tartalmaz ajánlatot.
- a televíziós vásárlási műsorablak: legalább 15 perc időtartamú televíziós vásárlás.
- HFSS áru/termék: magas zsír-, só- és cukor tartalmú termék
- A társadalmi célú reklám vagy közérdekű közlemény (TCR): nem politikai cél előmozdítására közzétett olyan műsorszám, amely közérdekű cél támogatására szólít fel, ilyen eseményt vagy célt népszerűsít, továbbá az ilyen cél megvalósulását veszélyeztető körülményre hívja fel a figyelmet
- a reklámkampány vagy kampány: egy adott hónapon vagy ennél rövidebb időszakon belüli sugárzásra megrendelt egy adott terméket, márkát/brandet, szolgáltatást vagy a népszerűsíteni kívánt vállalkozás nevét, tevékenységét megjelenítő reklámok, illetve reklámszpotok sorozata.
- a GRP: Gross Rating Point: a sugárzott reklám, illetve reklámkampány által az adott célcsoport körében elért nézettségi százalék, illetve a kampányban sugárzott reklámok adott célcsoportban elért összesített nézettsége
- a C/GRP (30"): Cost per GRP: 1% nézettség díja
- a célcsoport: a magyar lakosság egy csoportja a műszeres nézettséget mérő gazdasági társaság (jelenleg az AGB Nielsen Médiakutató Kft.) adatszolgáltatása szerinti bontásban
- a költségi vállalás: a megrendelő által egyedi szerződésben a Műsorszolgáltatásban (FEM3) egy adott időszak tekintetében klasszikus reklámsugárzásra vállalt költségi összeg
- a fix C/GRP értékesítés: az olyan értékesítési forma, amelynél a kampánybűdzsé értékéért az adott célcsoportban meghatározott mennyiségű GRP teljesítésének a vállalása történik
- az árjegyzéki értékesítés: az olyan értékesítési forma, amelynél a reklámidő értékesítés a jelen ÁSZF részét képező árjegyzéki áron vagy az egyedi szerződésben meghatározott áron történik GRP teljesítési vállalás nélkül
- a nettó összeg: a megrendelőnek biztosított összes kedvezménytel csökkentett Áfa nélküli összeg, amely összegből – ha a megrendelő reklámszolgáltató a reklámozó megbízásából jár el - a 15% ügynökségi engedmény még nem került levonásra.

- A net összeg vagy vállalás: Az ügynökségi engedmény nélküli nettó összeg vagy költsési vállalás
- a tárgyhó vagy tárgydőszak: a megrendelt reklám sugárzási hónapja, ill. decemberben a december 1-23. és december 24-31. időszak
- a Grtv.: A gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény
- az Fttv.: A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény
- a Tptv.: A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. tv.
- a GVH: Gazdasági Versenyhivatal
- az Ofcom: Office of Communication, az Egyesült Királyság kommunikációs (rádió, televízió, telekommunikáció) független szabályozó média- és versenyhatósága
- a BCAP kódex: Ofcom licence alapján működő televíziós műsorszolgáltatókra vonatkozó a reklámozási szabályokat tartalmazó hatályos reklámkódex (BCAP Television Advertising Standards Code 2004.)
- az Ofcom szabályok: az előzőkben említett BCAP kódex, valamint egyéb Ofcom vagy általa delegált más szervezetek televíziós reklámokra vonatkozó szabályok (különösen a reklámidő, reklámok műsorrendbe való elhelyezésére vonatkozó rendelkezések – Code on Scheduling of Television Advertising).
- a filmkód: a felek által közösen használt, a reklámfilm azonosítására szolgáló 15 jegyű, betűkből (ékezet nélküli nagybetűk) és számokból álló kód, amely a reklám sugárzásával kapcsolatos mindennemű dokumentumon, beleértve a hirdetési anyag címkéjét is, megjelenik az alábbiak szerint:
  - a filmkód első három betűjele a Reklámszolgáltató nevének első három betűje,
  - a filmkód 4. és 5. száma az adott évet jelöli,
  - a filmkód 6., 7. és 8. betűjele a Reklámozó nevének első három betűje,
  - a filmkód 9., 10. és 11. betűjele a hirdetendő termék első három betűje,
  - a filmkód 12. és 13. száma a reklámfilm verziószáma,
  - a filmkód 14. és 15. száma a reklámfilm hosszát jelöli.

Példa: UGY07HIRTER0220.

### 3. Ajánlati Rend

- 3.1 Az MTM-SBS Zrt. csak írásbeli ajánlatot, illetve ajánlati felhívást fogad el. Ha az ajánlattevő reklámszolgáltató (médiavásárló vagy egyéb kereskedelmi ügynök, aki/amely a reklámozó megbízásából jár el), akkor a reklámkampány sugárzására irányuló ajánlati felhíváshoz a reklámozó megbízási nyilatkozatát is mellékelni kell. Ennek hiányában az MTM-SBS Zrt. nem ad ajánlatot. Állandó jellegű reklámozói megbízás esetén a további ajánlatokhoz, illetve ajánlati felhívásokhoz a megbízási

nyilatkozatot nem kell mellékelni. A szóbeli ajánlati felhívást a megrendelő 48 órán belül írásban köteles megerősíteni, ennek hiányában az MTM-SBS Zrt. az ajánlati felhívást tárgytalannak tekinti. Az ajánlati felhívásra adott ajánlatban szereplő árak és egyéb feltételek az ajánlati kötöttség időtartamán belül érvényesek. Az ajánlati kötöttség – ha az ajánlatban ettől eltérő ajánlati kötöttség nem szerepel - 20 munkanap. Az ajánlatban nem szereplő feltételek tekintetében az ÁSZF az ajánlat részét képezik.

- 3.2 Az ajánlattól eltérő tartalmú elfogadás új ajánlatnak tekintendő.
- 3.3 Abban az esetben, ha a megrendelő reklámszolgáltató a reklámozó által kiírt tenderen indul, akkor a pályázatában az MTM-SBS Zrt. által e célból előzetesen megadott sugárzási díjak prezentálását vállalja. A jelen pont szerint a pályázathoz adott sugárzási díjak tájékoztató jellegűek és az MTM-SBS Zrt. a konkrét ajánlat vagy ajánlati felhívás ismeretében jogosult ezektől a díjaktól eltérni.

#### **4. Megrendelés**

- 4.1 Az MTM-SBS Zrt. csak írásos megrendelést fogad el. Új – a FEM3-on még nem hirdetett – megrendelő köteles a cégjegyzék szerinti nevét, cégjegyzék számát, székhelyét, adószámát megadni. Természetes személy megrendelő a személy igazolványát és lakcímkártyáját köteles bemutatni, amelyekről az MTM-SBS Zrt. másolatot készít. Külföldi – belföldi telephellyel nem rendelkező – megrendelő a vállalkozását az illetősége szerinti cégbírósági nyilvántartásban szereplő teljes nevén kell, hogy megnevezze, be kell, hogy mutassa az adószámát és cégjegyzék számát, belföldi telephellyel rendelkező pedig ennek adatait. Az MTM-SBS Zrt. ezekről adatokról nyilvántartást vezet, amelyet a reklám első közzétételétől számított 5 évig őriz meg. Az adatokban bekövetkező változásokat a következő megrendelés alkalmával a megrendelő köteles az MTM-SBS Zrt.-nek bejelenteni. Az MTM-SBS Zrt. jogosult az „új” hirdetőnél a fenti adatok iránti kérelemtől eltekinteni, illetve anélkül is az írásos megrendelést elfogadni, ha a cégadatokat - más jogviszonyból eredően – nyilvántartásba vette már.
- 4.2 Áru illetve szolgáltatás reklámjának – a továbbiakban: árureklám - megrendelésekor (ha a vonatkozó áru reklámja még a FEM3-on nem került közzétételre) a megrendelőnek az 1. sz. mintanyomtatvány kitöltésével nyilatkoznia kell arról, hogy az árunak a forgalomba hozatala feltételeként a külön jogszabályban meghatározott előzetes minőségi, vagy megfelelőségi vizsgálatot elvégezték, és ennek alapján az áru forgalomba hozható. Ha az áru nem esik ilyen tanúsítási kötelezettség alá, akkor ezt a tényt kell a nyilatkozatnak tartalmaznia. Ebben a vonatkozásban is el lehet tekinteni az 1. sz. mintanyomtatvány kitöltésének megkövetelésétől, ha előzetesen – más hirdetési jogviszony alapján – a nyilatkozat az MTM-SBS Zrt. rendelkezésére áll.

- 4.3 A megrendelés befogadásának feltétele a fenti 4.1 és 4.2 pontokban rögzített feltételek teljesülése.
- 4.4 Nem vényköteles gyógyszerre vagy társadalombiztosítási támogatással nemrendelkező gyógyászati segédeszközre vonatkozó reklámkampány megrendelésének elfogadásakor a megrendelés elfogadásának feltételeként az MTM-SBS Zrt. kérheti, hogy a megrendelő a forgalomba hozatali engedélybemutatásával igazolja, hogy az engedélyező hatóság a készítményt orvosi rendelvény (diagnózis), illetve a kezelés megfigyelése nélkül kiadható gyógyszernek nyilvánította, illetve annak igazolását, hogy a reklámozott gyógyszer a társadalombiztosításba be nem fogadott gyógyszer, a gyógyászati segédeszköznel pedig, hogy társadalombiztosítási támogatásban nem részesül.
- 4.5 Megrendelés csak írásos formában (fax, e-mail) történhet a 6. sz. mintanyomtatvány alapján. Az írásos megrendelés megküldésével az ÁSZF-et a megrendelő részéről megismertnek és elfogadottnak kell tekinteni.
- 4.6 Amennyiben az írásos megrendelés legkésőbb 4 héttel a tárgyhónap/tárgyidőszak első napját megelőzően, az alábbi megrendelési határnapokkal érkezik meg az MTM-SBS Zrt. Kereskedelmi Igazgatóság Értékesítési Osztályához (cím: 1145 Budapest, Róna u. 174., Fax: 4676-442, e-mail: [megrendeles@fem3.hu](mailto:megrendeles@fem3.hu)), úgy az MTM-SBS Zrt. – ha a megrendelést visszaigazolja – az árjegyzéki értékesítésnél minden szerződéses feltételt, a Cost/GRP rendszerű értékesítésnél – az ár kivételével – az egyéb szerződéses feltételeket garantálja. A vissza nem igazolt megrendelés tekintetében az MTM-SBS Zrt.-t teljesítési kötelezettség nem terheli.
- 4.7 Az írásos megrendelőnek legkésőbb 4 héttel a kampány első reklámszpotjának sugárzást megelőzően kell az MTM-SBS Zrt.-hez megérkeznie. Az MTM-SBS Zrt. jogosult arra, hogy ettől a határidőtől saját belátása szerint és a rendelkezésre álló szabad reklámidő függvényében eltérjen, és ennél az időpontnál később beérkező megrendelést is visszaigazoljon.
- 4.8 A megrendelési határidőn túl érkező kampánymegrendelések esetében az MTM-SBS Zrt. az alábbiak szerinti felárat számíthatja fel:

Ha a megrendelés a sugárzási hónap első napját megelőzően

28-21 naptári napon belül érkezik, a megrendelt kampányérték:	5 %-a
20-14 naptári napon belül érkezik, a megrendelt kampányérték:	10 %-a
13 naptári napon belül érkezik, a megrendelt kampányérték:	15 %-a

- 4.9 A megrendelésnek a fenti 4.1-4.4 pontokban előírtak mellett tartalmaznia kell még:
- a reklámozott áru vagy szolgáltatás nevét; ha a reklámozott áru alkohol, akkor annak alkoholtartalma, ha élelmiszer, akkor annak jelzése, hogy HFSS termék, továbbá, ha termék megnevezéséből közvetlenül nem következtethető, akkor annak jelzése is, hogy a termék fogyókúra célú, továbbá minden olyan

terméktulajdonság, amely befolyással lehet a reklám műsorkörnyezeti elhelyezésére az Ofcom szabályok (lásd: BCAP Rules on the Scheduling of Television Advertisements) és a magyar szabályok (Grtv.) szerint.

- a reklámkampány keretében sugárzásra kerülő reklámfilm adatait (hosszát, címét, filmkódját, ha már sugárzott reklámfilmről van szó);
- a megrendelni kívánt sugárzás időszakát, különös tekintettel az első és utolsó sugárzási nap feltüntetésére;
- a kampány megrendelés összegét, filmenként;
- az egyedi éves szerződésben (ha van ilyen) a megállapodott kedvezményeket és felárakat;
- ha a FEM3-on eddig még nem reklámozott áru, akkor ennek jelzését;
- fix C/GRP alapú megrendelés esetén a kampányban reklámozott áru vásárlási célcsoportját, a megrendelni kívánt napszaki megoszlását és a kampány büdzsét
- mindazokat az információkat, amelyek a megrendelés teljesítéséhez szükségesek;
- amennyiben egy megrendelésben több különböző reklámfilm szerepel, vagy a megrendelés korábban még nem vetített reklámfilmre vonatkozik, ezt a megrendelésben fel kell tüntetni;
- televíziós vásárlás esetén a reklámozó megnevezésén, székhelyén vagy állandó telephelyének megnevezésén kívül a külön jogszabályban meghatározott nyilvántartásba vételi számát.

Amennyiben a megrendelés összege devizában kerül megállapításra, úgy MTM-SBS Zrt. a megrendelés (Ft) értékét a megrendelés napján érvényes MNB-árfolyama alapján számítja át.

- 4.10 A reklámkampány keretében sugárzásra kerülő, illetve megrendelhető reklámszpot legrövidebb ideje 5 másodperc, a leghosszabb ideje 60 másodperc. A 60 másodpercnél hosszabb reklámfilmek befogadása egyedi elbírálás alapján történik.
- 4.11 A reklámblokkon belül a reklámok sorrendjét az MTM-SBS Zrt. határozza meg a vonatkozó felár fizetés hiányában.
- 4.12 MTM-SBS Zrt. a 30 másodperctől eltérő reklámfilm hosszánál, időtartamnál a sugárzási díjat mind a C/GRP értékesítési formában, mind az árjegyzéki értékesítésnél az alábbi szpotohossz indexek szerint számolja el:

## Szpotindex

5	Mp	–	30%
10	Mp	–	50%
15	Mp	–	65%
20	Mp	–	80%
25	Mp	–	90%
30	Mp	–	100%
35	Mp	–	117%
40	Mp	–	133%
45	Mp	–	150%
50	Mp	–	167%
55	Mp	–	183%
60	Mp	–	200%

- 4.13 A reklámkampányban megrendelt/visszaigazolt reklámidő felhasználási joga nem ruházható át. A reklámszolgáltató megrendelő a reklámidőt annak a reklámozó reklámjának a sugárzására használhatja fel, amelynek érdekében a reklámszolgáltató, mint közvetítő szolgáltató a reklámidőt megrendelte. A reklámszolgáltató a megrendelt reklámidőt más reklámozó érdekében csak akkor használhatja fel, ha ehhez előzetesen az MTM-SBS Zrt. írásban hozzájárult. Ez a rendelkezés vonatkozik az olyan esetekre is, ha a másik reklámozó a reklámszolgáltató ügyfélkörébe tartozik, tehát, ha a másik reklámozó megbízásából is a reklámszolgáltató jár el.

## 5. Visszaigazolás

- 5.1 Az MTM-SBS Zrt. a reklámkampány-megrendelést írásban igazolja vissza. A megrendelés részletes szpotlista formátumú visszaigazolása a megrendelés megérkezésének dátumától függően legkorábban a reklám közzétételének hónapját megelőzően 15 (tizenöt) munkanappal, legkésőbb a sugárzást megelőzően 5 (öt) munkanappal történik. A megrendelő a visszaigazolás megérkezésétől számított 2 munkanapon belül, de legkésőbb a reklámblokk zárásáig (1/a melléklet) jogosult írásban a visszaigazolást észrevételezni. Ennek hiányában a visszaigazolást elfogadottnak kell tekinteni.
- 5.2 A reklámkampány sugárzás teljesítése a mindenkori legutolsó visszaigazolásnak megfelelően történik.
- 5.3 A megrendelő tudomásul veszi, hogy a Műsorszolgáltatót megilleti a műsorváltás joga. A műsorváltás kapcsán a reklám más műsorkörnyezetben

történő sugárzása miatt a megrendelő sem a Műsorszolgáltatóval, sem az MTM-SBS Zrt-vel szemben nem léphet fel semmilyen igénnyel vagy követeléssel, tekintettel arra, hogy a reklámsugárzás teljesítése körében valamely konkrét adott reklámblokkban/blokkokban, illetve műsorkörnyezetben való elhelyezésére nem történik kötelezettségvállalás, hacsak az e tárgyban létrejött szerződés másként nem rendelkezik. Ugyanakkor a kiemelt műsorkörnyezeti felár nem kerül felszámításra, ha a műsorváltozás miatt a reklám nem a kiemelt műsor környezetében kerül sugárzásra.

- 5.4 Az MTM-SBS Zrt. a reklámblokkon belüli szektor kizárólagosságra nem vállal kötelezettséget.

## **6. Felelősségvállalás**

- 6.1 A megrendelő tudomásul veszi, hogy a (FEM3) Műsorszolgáltatásban sugárzott reklámokra az Ofcom szabályok és magyar reklámjogi szabályok egyaránt érvényesek.
- 6.2 A Műsorszolgáltató és az MTM-SBS Zrt. kizárják a felelősségüket a reklám tartalmáért, tényállításaiért, a reklámban foglalt kereskedelmi gyakorlatért és/vagy kereskedelmi kommunikációért, a reklám vizuális és akusztikus megjelenítéséért, mindezekért kizárólag a megrendelő felelős.
- 6.3 A megrendelő felelőssége az BCAP kódex és egyéb Ofcom szabályok, a Grtv., Fttv. szabályainak, illetve amennyiben a (magyar) ágazati jogszabályok a reklám tárgyát képező árura, szolgáltatásra szigorúbb ismérveket írnak elő, akkor ezen előírásoknak való megfelelés. A megrendelőt terheli, hogy a szakmai gondosság követelménye szerint vizsgálja meg és biztosítsa, hogy a reklám mind tartalmi, mind megjelenése vonatkozásában megfeleljen az előbb hivatkozott Ofcom és magyar jogszabályoknak, ide értve a reklám tárgya okán a speciális szabályoknak és, hogy a reklám ezen túlmenően sem sértsen alkotmányos és emberi alapjogokat, a közérkölcset és közizlést. (Az Ofcom szabályok, ide értve a BCAP kódexet, az Ofcom honlapjáról letölthetők.)
- 6.4 Szintén a megrendelőt terheli a felelősség és helytállási kötelezettség az olyan árut/szolgáltatást népszerűsítő reklámokért, amely áru/szolgáltatás előállítására/forgalmazására mind a megrendelő, mind az MTM-SBS Zrt. megítélése szerint (Magyarországon) nem ütközik jogszabályba és ezért reklámozásuk sem tilos, de az illetékes hatóság/bíróság ezzel ellenkezőleg, a jogszabályba ütközést állapítja meg. A megrendelő kötelezettséget vállal már ebben a körben arra, hogy az MTM-SBS Zrt. ez irányú írásbeli felszólítására írásbeli jognyilatkozatot bocsát ki arról, hogy mentesíti az MTM-SBS Zrt-t, illetve teljes körűen helytáll az MTM-SBS Zrt-vel szemben az ilyen jogsértő reklám miatti joghátrányoktól, illetve joghátrányokért. Az MTM-SBS Zrt. jogosult arra, hogy ezt a felelősségvállalási és

helytállás vállalási jognyilatkozatot az MTM-SBS Zrt-t a sugárzás/közzé tétel miatt ért kárért még a megrendelt és visszaigazolt reklámsugárzás előtt kérje a megrendelőtől, és ennek (a nyilatkozat kibocsátásának) megtagadása esetén a sugárzásra tett vállalat ne teljesítse. Az ilyen okból elmaradt sugárzás miatti kár teljes egészében a megrendelőt terheli.

- 6.5 Szintén a megrendelő kizárólagos felelőssége az, hogy a reklám a (magyar) magatartási kódex szabályainak megfeleljen.
- 6.6 A Műsorszolgáltató és az MTM-SBS Zrt. ugyancsak kizárják mindennemű felelősségét a reklámfilm, vagy a reklámfilmben felhasznált jogi oltalom alatt álló elemek vagyoni felhasználási jogainak megléte tekintetében, valamint a reklámfilm által történő személyhez fűződő jogok megsértéséért, ideértve a személyes adatok sérelmét is. A megrendelő tudomásul veszi, hogy az ezekkel kapcsolatos mindennemű követelésért harmadik személyek irányában közvetlenül helyt kell állnia, illetve köteles megtéríteni a Műsorszolgáltató és/vagy az MTM-SBS Zrt. harmadik személlyel szembeni esetleges helytállásából fakadó teljes kárát és költségét.
- 6.7 A megrendelő a fenti pontok szerinti reklámért való felelőssége, illetve helytállási kötelezettsége körében (függetlenül attól, hogy megrendelő nem bocsátott ki helytállásáról jognyilatkozatot) köteles a magyar közigazgatási hatóság Fogyasztóvédelmi Felügyelőség, Versenyhivatal, PSZÁF, egyéb hatóság), bíróság az MTM-SBS Zrt-vel, mint közvetítő reklámszolgáltató és az Ofcom által a Műsorszolgáltatóval szemben a magyar reklámjogi szabályokat, illetve az Ofcom szabályokat megsértő reklám közzé tétele miatt alkalmazott joghátrányból származó kárát teljes körűen (ide értve az eljárással kapcsolatos költségeit) is megtéríteni.
- 6.8 Az MTM-SBS Zrt. és a Műsorszolgáltató a felelősség fenti szabályaitól, illetve a megrendelő helytállási kötelezettségétől függetlenül fenntartják a jogot akár magyar reklám-, akár Ofcom szabályt sértő reklám, a magatartási kódexet sértő reklám sugárzásának visszautasítására. Ugyanakkor a megrendelő tudomásul veszi, hogy sem az MTM-SBS Zrt., sem a Műsorszolgáltató nem vállalnak kötelezettséget arra, hogy a reklámfilm annak sugárzása előtt megtekintik, illetve azt az itt említett szabályoknak való megfelelés szempontjából megvizsgálják.
- 6.9 Ha az MTM-SBS Zrt., (illetve a Műsorszolgáltató) él a fenti 6.8 pont szerinti jogosítványával, akkor az MTM-SBS Zrt. a jogsértő reklám sugárzásának visszautasításáról a reklámfilm átvételét követően a megrendelőt legkésőbb a reklámfilm átvételét követő második munkanapon, de a visszaigazolt sugárzási időpont előtt írásban értesíti. A visszautasítás bármilyen, az MTM-SBS Zrt., illetve a Műsorszolgáltató részéről teljesítendő kártérítés, költség vagy kompenzáció nélkül az MTM-SBS Zrt. által visszaigazolt reklámkampány-megrendelésekre is vonatkozhat. Az MTM-SBS Zrt. ezekben az esetekben fenntartja a jogot, hogy az

elmaradt sugárzási díjon túl a sugárzás elmaradása miatt őt és a Műsorszolgáltatót ért kárt is a megrendelővel szemben érvényesítse.

- 6.10 Az MTM-SBS Zrt. fenntartja azt a jogot is, hogy anélkül, hogy szerződésszegést követne el, a megrendelőnek kár- és költségtérítés megfizetése nélkül az olyan reklámkampány sugárzását még a kampány sugárzási időszaka alatt leállítsa, amely reklámkampány, illetve a kampányban sugárzott reklám(ok) vélelmezett jogsértő volta miatt vele vagy a Műsorszolgáltatóval szemben hatósági vagy bírósági eljárás indul. A leállításról az MTM-SBS Zrt. a megrendelőt írásban lehetőség szerint még a kampány sugárzásának leállítása előtt, de legkésőbb a leállítással egyidejűleg haladéktalanul írásban értesíteni köteles.
- 6.11 Az MTM-SBS Zrt. akár a magyar reklámjogi, akár az Ofcom szabályok által egyértelműen tiltott reklám sugárzására nem tesz vállalást.
- 6.12 A megrendelő tudomásul veszi, hogy a Műsorszolgáltató a reklámstruktúra kialakításánál, és ezen belül is a reklám reklámblokkokba történő elhelyezésénél, az Ofcom szabályok szerint jár el. Ennek megfelelően a reklámblokk, illetve kivételes esetben egyedi reklámok műsorrendbe történő elhelyezésénél az Ofcom kereskedelmi televízió csatornákra vonatkozó reklámidő szabályok (ide értve az óránként, illetve napi megengedett reklámperc, műsor megszakítási szabályai) kerülnek alkalmazásra. A reklám műsorkörnyezeti elhelyezése szintén az Ofcom vonatkozó szabályai betartásával történik, különösen az alkohol, szerencsejáték, vallási és világnézeti, fogyókúra termékek és a HFSS termékek/szolgáltatások reklámok esetében. A reklámok műsorkörnyezeti elhelyezésénél a magyar reklámjogi szabályok (különösen a kiskorúak védelme okán hozott tiltások és korlátok) is figyelembe vételre kerülnek. A megrendelő tudomásul veszi, hogy abban az esetben, ha a megrendelőben nem jelzi a reklámozott termékkel kapcsolatos 4.9 pont szerinti terméktulajdonságot, és ennek elmulasztása folytán a reklám elhelyezése jogsértő, akkor ezért az Ofcom által a Műsorszolgáltatóval szembeni, illetve az MTM-SBS Zrt-vel (mint közvetítő reklámszolgáltatóval) szemben magyar hatóság/bíróság által alkalmazott joghátrányból származó kárát teljes körűen megtéríteni köteles.
- 6.13 Visszautasítható a sugárzás akkor is, ha a sugározni kívánt reklámfilm hosszabb, mint a reklámkampány-megrendelésben szereplő filmhossz.
- 6.14 Visszautasítás esetén, ha megrendelő a kifogásoknak megfelelően átdolgozza és legkésőbb az 1./a sz. mellékletben szereplő zárasi rendnek megfelelően a zárás napjának 11:00 órájáig az MTM-SBS Zrt-nek átadja, akkor a reklám a visszaigazolásnak megfelelően sugározásra kerül. Az MTM-SBS Zrt. ugyanakkor ezekben az esetekben is jogosult a leadási késedelem miatt késedelmi naponként a késedelmi pótdíjat felszámítani.
- 6.15 Amennyiben az érdekelt harmadik személy jogsértésre hivatkozva kéri egy reklám sugárzásának felfüggesztését, az MTM-SBS Zrt. vállalja, hogy a felek között

egyeztetést kísérel meg. Ennek eredménytelensége esetén a jogvita eldöntéséig a reklám sugárzását egyedi elbírálás alapján a Műsorszolgáltató – költség-, kártalanítási- és kárfizetési felelősség nélkül az MTM-SBS Zrt. kereskedelmi igazgatójának az ide vonatkozó írásbeli nyilatkozata alapján felfüggesztheti.

- 6.16 Amennyiben a megrendelő a már teljesített kampánysugárzás ellenértékét annak fizetési esedékességének lejárta ellenére nem utalja át (fizetési késedelembe esik), akkor az MTM-SBS Zrt-nek jogában áll az új reklámkampány-megrendelés el-, illetve befogadását – visszaigazolását – visszautasítani. Az MTM-SBS Zrt. jogosult arra is, hogy ilyen esetben a már visszaigazolt sugárzás teljesítését leállítsa, illetve felfüggesztesse mindaddig, amíg a fizetés – beleértve a késedelmi kamatot is – meg nem történik. Az MTM-SBS Zrt. jogosult arra is, hogy ilyen esetben az új reklámkampány megrendelés befogadását és a Műsorszolgáltatásban történő teljesítését a sugárzási díj előrefizetéséhez kösse, illetve a még esedékes megrendelt és visszaigazolt sugárzások teljesítése csak - az MTM-SBS Zrt. és a Műsorszolgáltató oldalán felmerülő kára érvényesítési jogának fenntartása mellett - a késedelmi kamattal megnövelt lejárt tartozások teljes körű rendezése után történjen. A jelen pontban felsorolt jogok az MTM-SBS Zrt-t a megrendelővel szemben akkor is megilletik, ha arra okot nem közvetlenül a megrendelő, hanem vele adójogi szempontból, úgynevezett kapcsolt vállalkozásnak minősíthető megrendelő szolgáltatott bármely korábbi kapcsolatában az MTM-SBS Zrt-vel, valamint ha a megrendelőnek vagy a kapcsolt vállalkozásnak nem a Műsorszolgáltatással összefüggésben és/vagy a Műsorszolgáltatással összefüggésben, de más szolgáltatás - nem reklámsugárzás - nem fizetéséből eredő lejárt bármilyen jellegű és jogviszonyból származó tartozása van az MTM-SBS Zrt-vel szemben.
- 6.17 A Műsorszolgáltató, illetve az MTM-SBS Zrt, amely a Műsorszolgáltatás reklámidő értékesítése tekintetében – a Bevezető rendelkezésekben foglaltaknak megfelelően a Műsorszolgáltató nevében és képviselőjében jár el – kizárják a felelősségüket műsorterjesztés technikai minősége miatti, illetve a műsorterjesztésben keletkezett hiba folytán a reklámok nem elvárt technikai minőségben történő közzétételéért, valamint ha a visszaigazolt reklámsugárzás elmaradása vagy hibás teljesítése a műsorterjesztő rendszerben történő meghibásodás következménye. A megrendelő tudomásul veszi, hogy a jelen pontban foglalt okok miatti hibás teljesítés esetén – kivéve, ha ez a hibás teljesítés a Műsorszolgáltató és/vagy az MTM-SBS Zrt. szándékos vagy súlyosan gondatlan magatartásának következménye - kártalanítási-, költség vagy kártérítési igénnyel nem léphet fel.

## 7. A megrendelt és visszaigazolt adásidők lemondása

- 7.1 A megrendelő a visszaigazolt kampánymegrendelést kizárólag írásban a zárási határnapig, a sugárzási díj alábbiakban meghatározott százalékanak megfizetése mellett mondhatja le. A lemondott sugárzások után fizetendő díj vetítési alapja mindenkor a megrendelt és visszaigazolt kampányértékből lemondott volumen (lemondott sugárzások díja).
- 7.2 A lemondott sugárzások után fizetendő díj mértéke a következő:

Ha a lemondás a lemondott sugárzási napot megelőzően

28-15 naptári napon belül érkezik, a vetítési alap	25 %-a
14-8 naptári napon belül érkezik, a vetítési alap	50 %-a
7 naptári napon belül érkezik, a vetítési alap	100 %-a.

## 8. A megrendelt és visszaigazolt adásidők módosítása

- 8.1 A megrendelő jogosult a megrendelt és visszaigazolt büdzsé, illetve a sugárzási időszak módosítását írásban kérni az alábbi feltételekkel:
- amennyiben a módosítás a havi kampány büdzsé csökkenését jelenti, úgy a megrendelt és visszaigazolt adásidők lemondására megállapított díjfizetési szabályok lépnek érvénybe;
  - amennyiben a módosítás a havi kampány büdzsé növekedését jelenti, és a módosítás a megrendelési határidőn túl érkezik, úgy az MTM-SBS Zrt. a piaci viszonyok, a kereslet-kínálat függvényében szabhatja meg a többletsugárzás feltételeit és a sugárzási díjat;
  - amennyiben a módosítás nem jár a kampánybüdzsé vagy a sugárzási hónap változásával, hanem kizárólag a hónapon (december bontott időszakai külön hónapnak számítanak – lásd: 2. fejezet értelmező rendelkezések) belüli időzítés/sugárzás megváltozására vonatkozik, úgy az MTM-SBS Zrt. a havi kampányban történő módosításért alkalmanként **35.000,-Ft** + ÁFA technikai költséget számol fel;
  - amennyiben a módosítás nem jár a kampánybüdzsé vagy a sugárzási hónap változásával, hanem kizárólag reklámfilm-hosszváltozásra vonatkozik, úgy az MTM-SBS Zrt. a havi kampányban történő módosításért alkalmanként **70.000,-Ft** + ÁFA technikai költséget számol fel.
  - amennyiben a módosítás nem jár a filmhossz megváltozásával, hanem kizárólag a kreatív anyagok cseréjére vonatkozik, úgy az MTM-SBS Zrt. a havi kampányban történő módosításért alkalmanként **15.000,-Ft** + ÁFA technikai költséget számol fel.

- amennyiben a módosítás az előbb felsorolt lehetőségek közül többet is érint, úgy a technikai költségek összeadódnak.
  - Az MTM-SBS Zrt. fenntartja a jogot, hogy egyedi elbírálás alapján a fentiektől eltérő technikai költséget számoljon fel.
- 8.2 Az MTM-SBS Zrt. a technikai költséget a sugárzást megelőző hónap 15-én, vagy azután kért módosításokra számítja fel.
- 8.3 Módosításra kizárólag még nem lezárt napban van lehetőség. (ld. 1/a.sz. melléklet – zárási rend)
- 8.4 Függetlenül a fentiekben alkalmazható jogkövetkezményektől a módosítás csak akkor tekinthető elfogadottnak, ha azt az MTM-SBS Zrt. írásban, a módosítás kérelem kézhezvételétől számított 2 munkanapon belül visszaigazolta. Amennyiben a módosítást az MTM-SBS Zrt. nem fogadja el, úgy a módosítási kérés kézhezvételétől számított 2 munkanapon belül írásbeli visszajelzést küld. A megrendelési határidőn túl érkező módosítás elfogadása az MTM-SBS Zrt. diszkrecionális jogköre.

## **9. Reklámértékesítési formák, sugárzási díjak, kedvezmények, engedmények, felárak**

### 9.1 Fix C/GRP megállapodás alapján történő értékesítés

Azoknak a megrendelőknek, akik egyedi külön szerződésben éves vagy annál rövidebb időszakra minimum net 1.000.000 Ft Költsési vállalatot vállalnak, a reklámértékesítés fix C/GRP alapú értékesítési formában történhet.

A fix C/GRP megállapodás keretében történő értékesítésnél a kampány büdzsé összegéért meghatározott mennyiségű GRP teljesítésének vállalása történik. Ebben az értékesítési formában a 30 másodperces szpottal elért GRP ára kerül meghatározásra.

A kampány során az MTM-SBS Zrt. folyamatosan figyelemmel kíséri a teljesített GRP mennyiséget annak érdekében, hogy a teljes kampányidőszakra vonatkozóan a teljesített kampányérték ne térjen el a visszaigazolttól. Amennyiben a tényleges, teljesített adatok ettől eltérést mutatnak, alul- vagy felülteljesítés esetén az MTM-SBS Zrt. köteles a kampányérték (Ft-ban) korrigálására még a kampány időszaka alatt, amennyiben erre nincs mód, a megrendelővel történő közös megegyezés alapján a következő kampány során. Amennyiben a fentiek szerint nincs mód a kampányérték korrigálására (pl.: a kampány véget ér és három hónapon belül nincs folytatása), akkor az MTM-SBS Zrt. az elszámolásról esetenként külön-külön egyeztet a megrendelővel. Túlteljesítés esetén az MTM-SBS Zrt. fenntartja a jogot, hogy a visszaigazolt sugárzásokból – egyeztetés mellett - töröljön.

A megrendelő tudomásul veszi és elfogadja, hogy a teljesített GRP mennyiség folyamatos ellenőrzése az AGB Nielsen Médiakutató Kft. által mért és feldolgozott percenkénti adatok alapján történik, illetve az MTM-SBS Zrt. MediaPro elnevezésű értékesítési szoftverében.

Ennek az értékesítési formának a speciális, sajátos feltételei az egyedi szerződésekben kerülnek meghatározásra.

### 9.1.2 Szezonális index

Mértéke:

Január	85%
Február	90%
Március	110%
Április	120%
Május	125%
Június	120%
Július	85%
Augusztus	85%
Szeptember	120%
Október	125%
November	120%
December 1-23	110%
December 24-31	85%

9.1.3 2010-ben az MTM–SBS Zrt. a Műsorszolgáltatás tekintetében kizárólag az alábbiakban felsorolt célcsoportokban fogad el megrendelést:

Fem 18-39
Fem 18-49
MS 18-49

### 9.2 Árjegyzéken történő értékesítés:

Azon megrendelők számára, akik nem felelnek meg a fix C/GRP megállapodás alapján történő értékesítési forma feltételeinek, vagy nem ezt választják, a reklámidő értékesítése az alábbi árjegyzék szerinti sugárzási díjakon az erre az értékesítési formára megállapított alábbi feltételekkel történik.

### 9.2.1 Az árjegyzéki árak:

Napszakok	Kategória	Spot ár 30"
07:00-16:59	I.	75 000
17:00-23:59	II.	155 000
24:00-25:59	III.	75 000

Az árak az általános forgalmi adót nem tartalmazzák, azok külön felszámításra kerülnek.

- 9.2.3 Árjegyzéki áron történő értékesítés esetén is a listaárak a szezonális index szerint meghatározott mértékében módosulnak (lásd: 9.1.2 pontot).
- 9.2.4 A Műsorszolgáltató és az MTM-SBS Zrt. fenntartják az árváltoztatás jogát. Az árváltoztatás lehet csak időszakos jellegű, és/vagy vonatkozhat csak valamely napszakra és/vagy műsorkörnyezetre (korlátozott árváltozás).
- 9.2.5 Az árváltozásról legkésőbb a tárgyhónap megrendelési határideje/határnapja előtt 2 munkanappal a megrendelőket írásban értesíteni kell. Az ár- és kategóriaváltozások életbelépésétől a már érvényes egyedi szerződésekre is az új, illetve a módosított árjegyzék vonatkozik. Áremelés esetén a díjkieléstől számított 14 munkanapig díjmentesen mondható le, vagy módosítható a megrendelés, azt követően csak a visszaigazolt megrendelések lemondására, vagy módosítására vonatkozó díjhányad megfizetése mellett.
- 9.2.6 A korlátozott árváltozásról az MTM-SBS Zrt. az erről szóló döntés meghozatala után haladéktalanul, de legkésőbb azok hatályba lépését megelőzően 6 héttel írásban értesíti az érintett megrendelőket. Ha a megrendelő az értesítés kézhezvételétől számított 5 munkanapon belül írásban nem igazolja vissza a korlátozott árváltozás elfogadását, akkor a reklám sugárzása az eredeti megrendelés és visszaigazoláshoz időben lehető legközelebb eső még szabad (el nem adott) az eredeti megrendelésnek és visszaigazolásnak megfelelő árkategória szerinti reklámidőben történik.
- 9.2.7 A Műsorszolgáltatás műsorstruktúrájának megváltozása miatti árváltoztatás nem minősül áremelésnek, és így nem vonatkozik rá a 6 hetes előzetes értesítési kötelezettség. Az ilyen árváltozásról az MTM-SBS Zrt. a Műsorszolgáltató által történő műsorstruktúra-változás elhatározását követően haladéktalanul értesítést küld a megrendelőknek. Ha az ilyen műsorstruktúra változása miatt a megrendelt és visszaigazolt sugárzás magasabb árkategóriába esik, a megrendelő az erről szóló értesítés kézhezvételét követő 3 munkanapon belül jogosult a sugárzást jogkövetkezmények nélkül írásban lemondani, ennek hiányában a magasabb ár kerül számlázásra. Ha alacsonyabb árkategóriába kerül a sugárzás, akkor a tényleges sugárzási árkategória szerint történik a számlázás.

### 9.2.8 Az árjegyzéki értékesítési formánál érvényesíthető engedmények és kedvezmények:

#### Mennyiségi engedmény

Azok a megrendelők, akik egyedi szerződésben a Műsorszolgáltatás tekintetében 2010. évre garanciát vállalnak nettó keretösszeg elköltésére – Költségi vállalásra -, az alábbi mennyiségi engedményben részesülnek:

Költségi vállalás (nettó Ft összeg)	Kedvezmény
- 999.999	5%
1.000.000 - 4.999.999	10%
5.000.000 - 9.999.999	15%
10.000.000 -	20%

Az egyedi szerződéses okirat létrejötte előtt is igénybe vehető a mennyiségi kedvezmény, ha a megrendelő írásos jognyilatkozatot küld a költségi vállalásról és a jognyilatkozatban a jelen ÁSZF elfogadásáról is nyilatkozik. A mennyiségi engedmény a szerződés létrejöttét vagy az írásbeli nyilatkozat kézhezvételét követő klasszikus reklámsugárzásokra jár.

Nettó éves keretösszeg alatt a megrendelő által garantált, kedvezményekkel csökkentett, ÁFA nélküli volumen (költség) értendő, amelybe kizárólag a klasszikus reklámokra fordított költség számít bele, ez tekinthető a mennyiségi kedvezmény vetítési alapjának.

Amennyiben a megrendelő a költségi vállalását nem teljesíti, akkor a megrendelő köteles az általa jogosulatlanul igénybe vett mennyiségi engedmény összegét 2011. január 31-ig az MTM-SBS Zrt. kibocsátott számlája ellenében visszafizetni (az alábbi 13. pontban foglalt jogkövetkezményeken túl).

A mennyiségi engedmény egyéb kedvezményekkel nem összevonható.

### 9.3 A fix C/GRP értékesítési és az árjegyzéki értékesítési formában is adható engedmények és kedvezmények

- Új termékkategória kedvezmény

Az új termékkategóriák (nem hirdetett áru/szolgáltatás) első reklámkampányának megrendelésére kedvezményt nyújtható, melynek mértéke: 5%

Vetítési alapja: a megrendelés nettó összege

Első kampánynak minősül az adott új termékkategória maximum 1 hónapon keresztül történő, minimum nettó 500.000 Ft értékű reklámsugárzás/kampányának a megrendelése 100% fölötti szezonindexű

hónapokban.

Nem minősül új termékkategóriának, illetve az új termékkategória kedvezmény a következő esetekben nem vehető igénybe:

- továbbfejlesztett termékek, amelyek a korábbi márkanéven szerepelnek;
- olyan termékek, amelyeknél a termék azonos, csak a kiszerelés, méret, vagy íz változott;
- ugyanazon termék különböző célcsoportokhoz szóló változatai;
- áruházlánc nevével ellátott különböző márkák;
- filmforgalmazók, gyorséttermek, bankok, biztosítók, mobiltelefon szolgáltatók stb. állandóan változó akciói, kivéve, ha bizonyíthatóan új termékkel jelentkeznek.

Az termékkategória kedvezmény felhasználásához elengedhetetlen feltétel az Új termékkategória kedvezmény nyilatkozat (lásd: 5. számú minta nyomtatvány) kitöltése.

#### 9.4 Egyéb kedvezmény:

Az MTM-SBS Zrt. fenntartja a jogot arra, hogy mindkét értékesítési formánál, hogy a Műsorszolgáltatás reklámidő értékesítésénél a megrendelővel kötött egyedi szerződésben a megrendelőnek a fentiekben túl további vagy más típusú kedvezményeket biztosítson.

#### 9.5 Ügynökségi engedmény

Azokat a megrendelő gazdasági társaságokat, amelyek a reklámozó(k) megbízásából járnak el - tehát a reklámszolgáltatókat – , mindenféle és fajta kedvezménnyel és engedménnyel csökkentett ÁFA nélküli számlaösszegre vetítve 15 (tizenöt) százalék ügynökségi engedmény illeti meg, ha:

- az árjegyzéki értékesítési formában történő értékesítésnél ügynökségi megállapodást kötnek a Műsorszolgáltatásban történő reklámozásról az MTM-SBS Zrt-vel – lásd: jelen ÁSZF 4. sz. melléklete, vagy
- fix C/GRP alapú értékesítésre egyedi szerződést kötnek.

Az ügynökségi engedmény elszámolása úgy történik, hogy az MTM-SBS Zrt. az ügynökségi engedménnyel csökkentett számlát bocsát ki a megrendelő ügynökség részére.

#### 9.6 A jelen ÁSZF szerinti és az adott kampányban igénybe vett engedmények/kedvezmények nem adódnak össze, hanem egymás után kerülnek

levonásra a kampány nettó értékéből.

## 10. Felárak

Mindkét értékesítési formánál:

10.1. Blokkon belüli első, második és utolsó, utolsó előtti hely	15%
10.2. Reklámfilm ismétlése ugyanazon blokkon belül	10%
10.3. Idegen termék szpoton belül a reklámfilm hosszának 10 %-át meghaladó mértékben:	egyedi ajánlat szerint, de min. 15%
10.4. Kategória exkluzivitás	10%
10.5. Szpotlistás felár	25%
10.6. Prime felár (természetes napszakmixtől való eltérés esetén)	25%
10.7. Egyedi szpotelhelyezéssel kapcsolatos igények	25-50%

A felárak vetítési alapja a megrendelés net összege.

A felárak nem adódnak össze, hanem egymás után kerülnek felszámításra.

Egy reklámfilmben maximum két idegen termék jelenhet meg. Az idegen termék fogalma tágan értelmezendő, minden, a reklámfilmben szereplő idegen termék, téma, szponzor megjelenés, szponzor logo stb. idegen terméknek tekintendő.

Nem kerül az idegen termék felár felszámításra, ha az idegen terméket a reklám különleges ajánlat volta miatt (vásárlást ösztönző nyeremény, ajándék, akció) tartalmazza, vagy ha az idegen termék maximum a reklámfilm hosszának 10%-áig szerepel.

## 11. Klasszikus reklámtól eltérő reklámok – televíziós vásárlás és televíziós vásárlási műsorablak

### 11.1 Televíziós vásárlás:

A televíziós vásárlás sugárzásának vállalása – a hatályos Ofcom szabályok szerint óránként megengedett időkeret (3 perc/óra) figyelembe véve - minden esetben egyedi külön szerződés alapján történik egyedileg megállapított sugárzási díjak ellenében GRP teljesítési garancia nélkül. A televíziós vásárlás tekintetében a jelen ÁSZF szerinti reklámértékesítési formák, sugárzási díjak, kedvezmények, engedmények, felárak nem érvényesülnek, viszont a televíziós vásárlásnál az egyedi külön szerződésben nem szabályozott feltételek tekintetében a jelen ÁSZF az érvényes. A televíziós vásárlás a reklámokra előírt a szerkesztett tartalomtól megkülönböztethető és könnyen felismerhető módon, reklámblokkban vagy azon

kívül (de mindenképpen a szerkesztett tartalomtól/műsorszámától megkülönböztethető módon) kerülnek közzé tételre.

## 11.2 **Televíziós vásárlási műsorablak**

Hasonlóan a televíziós vásárláshoz a televíziós vásárlási műsorablak sugárzásának a vállalása mindenkor külön szerződés tárgyát képezi, és televíziós vásárlási műsorablakra szintén nem vonatkoznak a jelen ÁSZF szerinti reklámértékesítési formák, sugárzási díjak, kedvezmények, engedmények, felárak. A televíziós vásárlási műsorablakok sugárzásának vállalása kizárólag a televíziós vásárlási műsorablakra megállapított külön árakon történik, GRP teljesítés vállalása nélkül.

## **12. Társadalmi célú reklám (TCR)**

Az Ofcom szabályok szerint a TCR-nek minden tekintetben meg kell felelnie annak az ország jogának, amelyben a műsorszolgáltatást terjesztik, de a műsorszolgáltató kötelezettsége annak megállapítása, hogy az a szervezet, amely a TCR forrása megfelel-e a közhasznú jogállásnak, illetve, hogy közhasznú célt szolgál a megrendelni kívánt közlemény és nem kereskedelmi célokat. A fentiekből következően, csak az alábbi ismérveket teljesítők fogadhatók el TCR-nek:

- ha az közvetett vagy burkolt formában sem ösztönöz áru vásárlására, szolgáltatás igénybe vételére, vagy ha nem népszerűsíti valamely gazdasági társaság tevékenységét, termékét a róla alkotott képet;
- ha megrendelő, illetve a forrás a közhasznú jogállású szervezet, amelyet közhasznú vagy kiemelkedően közhasznú szervezetként nyilvántartásba vettek a közhasznú szervezetekről szóló 1997. évi CLVI. törvényben foglalt feltételeknek megfelelően, és a megrendelő – a forrás - nyilvántartásba vételt ezzel az okirattal igazolja, vagy ha a nyilvántartásba vétel nem történt meg, akkor is megfelel a hivatkozott törvény szerint a közhasznú jogállású szervezet nyilvántartásba vételére megállapított feltételeknek;
- ha a megrendelő reklámszolgáltató, akkor a reklámszolgáltatónak a megrendeléshez a közhasznú jogállású szervezet a TCR kampány megrendelésére vonatkozó megbízását és a megbízó közhasznú szervezetként nyilvántartásba vételének okiratát, vagy annak igazolását is mellékelnie kell, hogy a megbízó megfelel a közhasznú jogállású szervezet feltételeinek.

A TCR forrását a TCR-ben egyértelműen meg kell nevezni, ennek hiányában a TCR jogsértő, ezért sugárzása visszautasítható. Ha a TCR sugárzás

visszaigazolása a konkrét TCR szpot/közlemény megtekintése nélkül történt, akkor az itt említett okok folytán a sugárzás elmaradása miatti kárt – a sugárzási díjat a megrendelőnek ki kell fizetnie.

A fenti feltételek fennállása esetén is az MTM-SBS Zrt. - a Műsorszolgáltatóval történő egyeztetés mellett - fenntartja a jogot arra, hogy egyedi elbírálás alapján döntsön TCR kampányoknak a Műsorszolgáltatásban sugárzásra való befogadásáról.

A TCR tartalmáért kizárólag csak a megrendelő, illetve a forrásként megjelölt szervezet tartozik felelősséggel.

A TCR kedvezményes sugárzási díjának megállapítása közhasznú cél ismeretében történik, és mértéke az árjegyzéki díj 20 százalékától 40 százalékáig terjedhet. Az MTM-SBS Zrt. a Műsorszolgáltatóval történő egyeztetés mellett fenntartja a jogot, hogy ennél nagyobb mértékű engedményt biztosítson, illetve térítésmentesen fogadja be a Műsorszolgáltatásban sugárzásra a TCR-t, ha a közcélú cél ezt indokolja.

A TCR megrendelés után a megrendelő reklámszolgáltatót ügynökségi engedmény sem illeti.

A társadalmi célú reklám sugárzása TCR főcímek között történik.

### **13. Elállás, Költséi- vállalás nem teljesülésének jogkövetkezményei mindkét értékesítési rendszer esetén (bánatpénz)**

- 13.1 Az a megrendelő, aki/amely az MTM-SBS Zrt-vel a Műsorszolgáltatásban történő reklámköltésre határozott idejű szerződést köt a szerződés határozott idejének lejártá előtt elállhat a szerződéstől, ha az MTM-SBS Zrt-nek intézett írásos jognyilatkozatban vállalja, hogy a szerződésben meghatározott a jognyilatkozat kézbesítési időpontjában még nem teljesült Költséi vállalás 40%-át (negyven százalék) megfizeti (bánatpénz). A bánatpénz összegéről az MTM-SBS Zrt. a számlát az elállási jognyilatkozat kézhezvétele után állítja ki, a fizetés esedékessége a számla dátumától számított 21 naptári nap.
- 13.2 Abban az esetben, ha megrendelő oldalán az egyedi határozott idejű szerződésben vállalt Költséi vállalás a vonatkozó szerződés hatálya alatt a megrendelőnek felróható módon nem teljesül, akkor ezt a körülményt a megrendelő részéről a nem teljesült vállalás tekintetében a szerződés hatályának lejártával beálló (részleges) elállásnak kell tekinteni, és a megrendelő alábbi bánatpénz fizetési kötelezettségét vonja maga után:

## A Költsési vállalás nem teljesülésének mértéke

A nettó alulköltés mértéke %-ban	A bánatpénz fizetési kötelezettség %-ban
0-19,99%	20%
20-100%	30%

- A bánatpénz kiszámításának alapja az eredeti – az egyedi szerződés szerinti - nettó alapú Költsési vállalás.
- A bánatpénz összegére ügynökségi engedmény nem alkalmazható, illetve a fizetendő bánatpénz az ügynökségi engedménnyel nem csökkenthető
- A bánatpénz fizetési kötelezettség rovatban szereplő százalékokat a vállalat csökkentő összegre kell alkalmazni.

13.3 A bánatpénz mértéke az egyedi szerződésekben eltérhet a fentiekől akkor, ha a szerződésben rögzített egyéb feltételek a szerződés időbeli hatályának lejáratával a megrendelő felróható magatartása okán nem teljesülnek.

13.4 A bánatpénz összegéről a számlát az MTM-SBS Zrt. a szerződés hatályának lejártát követően állítja ki, a számla rendezésének esedékessége a számla kiállításától számított 21 naptári nap.

## 14. Számlázás és fizetési feltételek

14.1 A havi kampánymegrendelés során sugárzásra kerülő reklámkampány tekinthető egy teljesítési egységnek. A reklámkampányt reklámszpotok alkotják, amelyek sugárzása önmagában még nem minősül teljesítésnek. A reklámkampány sugárzása akkor teljesül, amikor a havi kampányba tartozó visszaigazolás szerinti utolsó reklámszpot sugárzásra kerül.

14.2 Az árjegyzéki formában történő értékesítésnél a számlázásra, illetve a díj megállapítására mindig a reklámblokk sugárzásának kezdési időpontnak megfelelő árkategória szerinti árral kerül sor a blokkban lévő összes reklámsugárzásra vonatkozóan. A számlázás mindig a reklámfilm tényleges hossza alapján történik, megkezdett 5 másodpercenként, a különböző film, illetve időhosszakra megállapított szpot árindex, valamint a megrendelőt megillető engedmények, illetve kedvezmények, valamint felárak figyelembe vételével, a reklámkampány teljesülése, azaz a (havi) kampány utolsó reklámszpotjának sugárzása után. A hónapon belül teljesült kampányok számlázására a kampány utolsó szpotjának sugárzását követő héten kerül sor.

14.3 A C/GRP formában történő értékesítésnél erre az értékesítési formára jellemző eltérésekkel a fentiek szerint történik a számlázás. A havi számla bizonylatként

tartalmazza az adott hónapban sugárzásra került szpotokat, melyekhez az előre jelzett GRP érték mellett a ténylegesen teljesített GRP is feltüntetésre kerül.

- 14.4 Az MTM-SBS Zrt. a következő esetekben jogosult előrefizetést – tehát sugárzás teljesítését megelőzően annak ellenértékét kérni:
- új – a Műsorszolgáltatásban még nem hirdető ügyfél esetén
  - ha az egyedi szerződés így rendelkezik
  - ha a megrendelőnek lejárt tartozása van az MTM-SBS Zrt. felé és/vagy a korábbi számláit késedelmesen egyenlítette ki (nemcsak a Műsorszolgáltatásban teljesített szolgáltatással kapcsolatban, de egyéb MTM-SBS Zrt-vel fennálló jogviszony kapcsán is);
  - ha a céginformáció alapján nem ítéltető meg a cég pénzügyi helyzete, illetve fizetőképessége;
- 14.5 Előrefizetés esetén a megrendelő köteles az előlegbekérő levélen feltüntetett összeget az ott lévő határidőn belül rendezni. Amennyiben a fizetés rendezése a megadott határnapig nem történik meg, úgy az MTM-SBS Zrt. fenntartja a jogot arra, hogy a sugárzás teljesítését mindaddig ne kezdje meg, amíg a fizetés rendezése nem történik meg, illetve ha a teljesítés már megkezdődött, akkor a teljesítést leállítsa, mindkét esetben a kártérítési igényének fenntartása mellett.
- 14.6 A számla fizetésének esedékessége: a számla dátumától számított 21. (huszonegyedik) naptári nap. A fizetés teljesítésének időpontja a számla ellenértékének beérkezése/jóváírása az MTM-SBS Zrt. bankszámlájára. A számla rendezésével kapcsolatos bankköltségek a megrendelőt terhelik Késedelmes fizetés esetén - éves szinten - az MTM-SBS Zrt. 12% késedelmi kamatot számít fel.
- 14.7 A megrendelő tudomásul veszi, hogyha a teljesített reklámszolgáltatásokkal kapcsolatban lejárt tartozása van az MTM-SBS Zrt-vel (nemcsak a Műsorszolgáltatás tekintetében), akkor az MTM-SBS Zrt. új reklámkampány vagy egyéb reklámszolgáltatás megrendelés visszaigazolását mindaddig visszautasíthatja, amíg a megrendelő a késedelmi kamattal növelt tartozását hiánytalanul nem rendezi, vagy a visszaigazolást a sugárzási díj előre történő megfizetéséhez köti. A megrendelő azt is tudomásul veszi, hogy az MTM-SBS Zrt-vel szembeni (egyéb jogviszonyból eredő) lejárt tartozás esetén az MTM-SBS Zrt. arra is jogosult, hogy a már visszaigazolt sugárzások teljesítését azok előre történő megfizetéséhez kösse, vagy a kampány sugárzását a tartozás megfizetéséig felfüggeszse. Az MTM-SBS Zrt. ezekkel a jogosítványokkal akkor is élhet, ha a lejárt tartozás a megrendelővel adójogi szempontból úgynevezett kapcsolt vállalkozásnak minősíthető megrendelő oldalán áll fenn. Az ebben a pontban meghatározott jogkövetkezmények alkalmazása mellett az MTM-SBS Zrt. fenntartja a jogot megrendelői magatartásából származó Műsorszolgáltató és az ő oldalán keletkezett kárának az érvényesítésére is.

- 14.8 Külföldi megrendelők részére a számlák a sugárzási díjtétel forintértéke szerint kerülnek kiállításra a számlázás napján érvényes az MTM-SBS Zrt. számlavezető bankja devizavételi árfolyama alapján, a kívánt devizában. A számla ellenértékét a számla szerinti pénznemben kell rendezni. Külföldi megrendelés esetén a külföldi és a belföldi bankköltség is a megrendelőt terheli.
- 14.9 Egy számlában lévő egyedi tételekkel kapcsolatos kifogás esetén ez csak a vitatott tétel esedékes kifizetésének keltét érinti, a többi tételnek a fizetési esedékességén nem változtat.
- 14.10 A számlával kapcsolatos kérdéseket, kifogásokat, annak kézhezvételétől számított 8 naptári napon belül írásban kell közölni. E határidőn túl reklamációnak helye nincs.

## **15. Reklámanyagok szállítása**

- 15.1 A sugárzandó reklámanyagot/reklámfilmét az MTM-SBS Televízió zrt. „Műszaki média specifikáció” elnevezésű dokumentumában rögzített technikai előírásoknak megfelelő minőségben 625/50 DigitBeta hordozón legkésőbb 4 munkanappal a sugárzás előtt (2/b. Melléklet szerinti reklámfilm leadási rendben meghatározott határidőben) kell eljuttatni az MTM-SBS Zrt. Kereskedelmi Igazgatóságra. (Cím: MTM-SBS Zrt. 1145 Budapest, Róna u. 174.). Amennyiben a reklámanyag/reklámfilm a Műsorszolgáltatásban már sugárzásra került, elegendő a megfelelő filmazonosító/filmkód megadása. Az MTM-SBS Zrt. jogosult csak a megfelelő filmazonosító/filmkód megadása mellett a reklámfilm-anyag szállításától eltekinteni, ha birtokában van az adott reklámfilm. Amennyiben a reklámanyag/reklámfilm egy időben a TV2-n is sugárzásra kerül, elégséges ezt egy példányban leadni (azonban szükséges a FEM3-ra videó-kísérőt küldeni).
- 15.2 Az átadott hordozón csak a sugárzásra kerülő reklámfilm lehet. A reklámfilmet előzetesen fel nem használt szalagra kell rögzíteni. A hordozó címkéjén a következő adatokat kell feltüntetni:

- Reklámozó és a reklámfilm neve és idő kódja

Amennyiben a reklámfilm nem felel meg a szükséges technikai követelményeknek, úgy a megrendelő az MTM-SBS Zrt. ide vonatkozó felszólítására 24 órán belül köteles azt kicserélni, de legkésőbb a zárási rend szerinti határidőig. Az MTM-SBS Zrt. az ilyen csere esetén is jogosult az alábbi 15.3 pont szerinti késedelmi díjat felszámítani. A reklámanyaggal együtt át kell adni a hiánytalanul kitöltött videó-kísérő lapot – jelen ÁSZF 2. számú mintanyomtatványa - és a hiánytalanul kitöltött Jogi Nyilatkozatot is - jelen ÁSZF 3. számú mintanyomtatványa. A Jogi Nyilatkozat kiterjed az alábbiakra és tartalmazza a következőket:

- a.) Reklámozás céljára megrendelt mű/reklámfilm (szerzett zeneszám, dalszöveg, szlogen stb.) vonatkozásában a reklámozó vagy reklámszolgáltató nyilatkozatát arról, hogy a szerzői-, szomszédos- jogi oltalomban részesülő jogosultak reá, mint felhasználóra átruházták a televíziós felhasználáshoz – ide értve a kódolt sugárzást is -, a felhasználási jogok átengedéséhez szükséges vagyoni jogokat, illetve hogy rendelkezik a felhasználótól a jogok átengedéséhez szükséges engedéllyel és hozzájárulással. A nyilatkozatban fel kell tüntetni a felhasználási jog átruházásának, illetve az átengedésnek az időtartamát, területi hatályát és a televíziós sugárzást (ide értve az egyes televíziós felhasználásokat, a továbbközvetítést) érintő esetleges korlátozásokat.
- b.) Előzetesen meglévő mű esetén, ha a szerző és a reklámozó vagy reklámszolgáltató (a reklámfilm előállító) megállapodtak, hogy a reklámfilmben felhasznált művet (zeneszámot, dalszöveget, irodalmi művet, stb.) a reklámban történő felhasználás szempontjából reklámozás céljára megrendelt műnek tekintik, akkor az előző a.) pontban foglalt nyilatkozaton kívül, a szerzőknek erről a tényről a közös jogkezelőknek küldött értesítés másolatát is mellékelni kell.
- c.) A reklámban felhasznált, előzetesen meglévő (már nyilvánosságra) hozott - nem reklám céljából megrendelt - mű vonatkozásában a következő adatokat:
- a felhasznált zeneművek, vagy irodalmi művek zeneszerzője, illetve írója, eredetileg idegen nyelvű irodalmi mű esetében a fordító neve is;
  - felhasznált zeneművek, irodalmi mű címe, ha átdolgozott műről van szó, akkor az eredeti mű címe és szerzője, valamint az átdolgozott mű címe, szerzője és az átdolgozó neve is;
  - felhasznált zeneművek szövegírója, eredetileg idegen nyelvű szöveg esetén a fordító neve is;
  - felhasznált zeneművek előadói;
  - a CD kiadója;
  - a kiadás éve;
  - a felhasznált mű időtartama;
  - a reklámfilm előállítójának neve és címe;
  - ezen kívül egy olyan nyilatkozatot is, amely tartalmazza, hogy a felhasznált művek tekintetében a reklámfilmet előállító rendelkezik a szerzői-, szomszédos- jogi oltalomban részesülő jogosultak engedélyével és hozzájárulásával a mű felhasználása vonatkozásában.

A nyilatkozatoknak a hiánya hibás teljesítésnek minősül, és mindaddig, míg ezek átadására, illetve pótlására nem kerül sor, azt úgy kell tekinteni, mintha a reklámanyag átadása nem történt volna meg, és az MTM-SBS Zrt. az alábbiakban részletezett – az alábbi 15.3 pont szerinti - jogkövetkezményeit alkalmazza megrendelővel szemben.

- 15.3 A leadási határidőn túl, késve érkezett reklámanyagok átvételét, cseréjét kizárólag egyedi egyeztetés alapján, és késedelmi pótdíj felszámításával vállalja az MTM-SBS Zrt. a következők szerint:

A leadási határnap utáni szállítás esetén, vagy a már leadott reklámfilm cseréjénél (amely ebből a szempontból késedelmes leadásnak minősül) filmenként és késedelmi naponként a fizetendő késedelmi pótdíj összege 10.000 Ft+ÁFA.

A zárás napja után az MTM-SBS Zrt. - csak kivételes esetben – legkésőbb a sugárzást megelőző munkanap 11:00 óráig fogadja be a reklámfilmét, illetve vállalja a filmcserét. Lezárt napban történő csere esetén a késedelmi pótdíj összege cserélt megjelenésenként 45.000 Ft +ÁFA.

A pótdíjat az MTM-SBS Zrt. a vonatkozó kampányszámlában külön tételként számlázza.

- 15.4 A zárási határnap 12:00 óráját. követően a reklámfilm befogadására, reklámfilm módosításra, ideértve az esetleges filmcserét is már nincs lehetőség. A megrendelő tudomásul veszi, hogy az itt meghatározott ok folytán a sugárzás lehetetlenné válása miatt az MTM-SBS Zrt-vel szemben kártérítési felelősséggel tartozik, és az MTM-SBS Zrt. a sugárzási díj 100%-ban történő megfizetésén túl az ezt meghaladó kár megtérítését is követelheti.
- 15.5 A reklámfilm technikai-minőségi hibájából adódó sugárzás hibás teljesítéséért kizárja a felelősségét. Amennyiben a sugárzás hibás teljesítése az MTM-SBS Zrt. és/vagy a Műsorszolgáltató felróható magatartásának következménye – ide nem értve a műsorterjesztés technikai hibáit, amelyért a felelősségi szabályok szerint sem az MTM-SBS Zrt., sem a Műsorszolgáltató nem tartozik felelősséggel – az MTM-SBS Zrt. a megrendelővel történő egyeztetése mellett kompenzálja a megrendelőt a hibás sugárzással egyenértékű reklámsugárzás felajánlásával. Egyéb kompenzációra, valamint kár megfizetésére nem kötelezhető sem az MTM-SBS Zrt., sem a Műsorszolgáltató.

## **16. Reklamáció**

- 16.1 A sugárzással kapcsolatos reklamációt, a sugárzást követő 5 munkanapon belül írásban kell előterjeszteni.
- 16.2 A Műsorszolgáltató a reklamáció kivizsgálása érdekében minden sugárzott reklámot, reklámblokkot 2 hétig megőriz. Ezután benyújtott reklamációval az MTM-SBS Zrt. nem tud foglalkozni.

## **17. Titoktartás**

- 17.1 A megrendelő kötelezettséget vállal arra, hogy sem ő, sem a vele kapcsolatban (munkaviszonyban, munkavégzésre irányuló egyéb jogviszonyban, megbízási jogviszonyban, egyéb tevékenység folytatására irányuló jogviszonyban, teljesítési segédként stb.) álló jogi vagy természetes személy, jogi személyiséggel nem

rendelkező gazdálkodó szervezet, valamint a vele szerződéses jogviszonyban álló harmadik személyeken keresztül az ő - akár szándékos, akár gondatlan - magatartásával összefüggésben más harmadik illetéktelen személy semmilyen üzleti titkot képező információ birtokába nem kerül.

- 17.2 Az üzleti titoktartás kötelezettsége az MTM-SBS Zrt is terheli azzal, hogy a Műsorszolgáltatóval szemben mindazon információk tekintetében, amelyek a Műsorszolgáltatót is érintik, a titoktartási kötelezettség nem érvényesül.
- 17.3 A titoktartási kötelezettség független a jelen ÁSZF időbeli hatályától, illetve az egyedi szerződés érvényességi idejétől.
- 17.4 Üzleti titok alatt a PTK 81.§. (2)-ban foglaltakat kell érteni, ideértve az üzleti kapcsolatot, az üzletkötést megelőző tájékoztatást, tárgyalást, ajánlattételt is, akkor is, ha azt nem követi szerződéskötés. A titoktartás megsértése súlyos szerződésszegés.

## **18. Általános- és záró rendelkezések**

- 18.1 Írásos jognyilatkozat/nyilatkozat alatt a nyomtatott formában, kézbesítővel, postai úton (ajánlott tértivevénnyel), telefaxon vagy elektronikus úton küldött nyilatkozat értendő. A megrendelő és az MTM-SBS Zrt. is kijelentik, hogy biztosított az elektronikus nyilatkozat írásvédett mentése és annak archiválása, és ennek megfelelően azok ugyanúgy visszakereshetők és reprodukálhatók, mintha azok papír-alapúak lennének. Az a megrendelő, amelyik az elektronikus levelezés itt rögzített feltételeit nem tudja biztosítani, erről az MTM-SBS Zrt-nek írásos nyilatkozatot köteles tenni.
- 18.2 A jelen ÁSZF vonatkozásában megérkezettnek, illetve kézbesítettnek akkor tekintendő a jognyilatkozat, ha:
- az személyes kézbesítés útján történik, amikor a másik fél aláírásával igazoltan átvette,
  - az postai úton történik, amikor a tértivevényt a jognyilatkozatot kibocsátó fél visszakapja,
  - az telefax útján történik, a visszaigazoló szelvény dátumával,
  - az elektronikus úton történik, amikor a másik fél számára hozzáférhetővé válik.

A személyes, fax és elektronikus úton küldött nyilatkozatoknál, ha a kézbesítési dátum 17 óra utáni, vagy munkaszüneti nap, akkor a következő munkanap 9 órai időponttal tekintendő kézbesítettnek.

- 18.3 A felek (megrendelő és az MTM-SBS Zrt.) egymás közötti jogviszonyára a magyar jog alkalmazandó. A felek kijelentik, hogy a jelen megállapodásból eredő esetleges vitás ügyeiket megkísérlik peren kívül, megegyezéssel rendezni. Csak

akkor fordulnak (rendes) bírósághoz, ha vitás kérdés rendezése az egyeztető tárgyalások megkezdésétől számított 30 napon belül nem vezet megegyezésre.

- 18.4 Külföldi céggel való jogvita esetén a Magyar Gazdasági Kamara mellett nevezett Választott Bíróság az illetékes.
- 18.5 A jelen ÁSZF a jelen ÁSZF-et érintő esetleges jogszabályi, pénzügyi előírási szabályok változása esetén a szerződés hatálya alatt, azoknak megfelelően az MTM-SBS Zrt. részéről egyoldalúan megváltoztatható. Egyéb módosításoknál az MTM-SBS Zrt. a megrendelőt írásos formában tájékoztatja a módosításáról, és az elfogadottnak tekintendő a megrendelő részéről, ha a megrendelő 5 munkanapon belül írásban a módosítás ellen nem emel kifogást.
- 18.6 A jelen ÁSZF magyar nyelven készült. Annak idegen nyelvű változatai fordítás. Vita esetén a magyar nyelvű változat az irányadó.
- 18.7 A jelen ÁSZF-ben nem szabályozott kérdésekben – a reklámszolgáltatás tartalmi, reklám elhelyezési és egyéb a Műsorszolgáltatásban történő közzé tétele tekintetében az Ofcom szabályok és a magyar reklámjogi szabályok, a felek közötti jogviszony tekintetében a (magyar) Ptk. az irányadó.
- 18.8 Az Általános Szerződési Feltételek közzétételének módjai:
- [www.brandcare.hu](http://www.brandcare.hu) oldalon,
  - a megrendelőnek történő egyedi kézbesítéssel, amely történhet elektronikus úton is.
- 18.9 A jelen ÁSZF közzétételétől 2010. december 31-ig vagy visszavonásig érvényes.

1/a . számú Melléklet

Zárási rend

Zárandó nap	A zárás napja (11 óra)
Hétfő	megelőző hét csütörtök
Kedd	megelőző hét péntek
Szerda	tárgyhét hétfő
Csütörtök	tárgyhét kedd
Péntek	tárgyhét szerda
Szombat	tárgyhét szerda
Vasárnap	tárgyhét csütörtök

Ünnepnapokhoz kapcsolódó zárás külön értesítés alapján történik.

1/b. számú Melléklet

Reklámfilm leadási rend

Első sugárzás napja	Filmleadás határideje
Hétfő	megelőző hét kedd
Kedd	megelőző hét szerda
Szerda	megelőző hét csütörtök
Csütörtök	megelőző hét péntek
Péntek	sugárzás hetének hétfője
Szombat	sugárzás hetének keddje
Vasárnap	sugárzás hetének keddje

Ünnepnapokhoz kapcsolódó reklámfilm leadás külön értesítés alapján történik.

## 2. számú Melléklet

### Árjegyzéki árak 2010

18+	Január	Február	Március	Április	Május	Június	Július	Augusztus	Szeptember	Október	November	December 1-23	December 24-31
	85%	90%	110%	120%	125%	120%	85%	85%	120%	125%	120%	110%	85%
<b>07:00-16:59</b>	63 750	67 500	82 500	90 000	93 750	90 000	63 750	63 750	90 000	93 750	90 000	82 500	63 750
<b>17:00-23:59</b>	131 750	139 500	170 500	186 000	193 750	186 000	131 750	131 750	186 000	193 750	186 000	170 500	131 750
<b>24:00-25:59</b>	63 750	67 500	82 500	90 000	93 750	90 000	63 750	63 750	90 000	93 750	90 000	82 500	63 750