

# ÁLTALÁNOS SZERZŐDÉSI FELTÉTELEK 2011



## 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” és „PRO4” elnevezések alatt működtetett, Magyarországon terjesztett magyar nyelvű kódolt (ún. basic tv.) lineáris audiovizuális műsorszolgáltatások, reklámidejének értékesítésére vonatkoznak. A FEM3 és a POR4 általános szórakoztató médiaszolgáltatás – továbbiakban: együttesen és külön is Médiaszolgáltatás.

A SBS Broadcasting Networks Limited – továbbiakban: Médiaszolgáltató - és az MTM-SBS TELEVÍZIÓ ZÁRTKÖRŪEN MŰKÖDŐ RÉSZVÉNYTÁRSASÁG (székhelye: 1145 Budapest, Róna u. 174., Cg: 01-10-043174; adószáma: 12168295-2-44) között létrejött szerződés alapján a Médiaszolgáltatások 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 Médiaszolgáltatás reklámidejének értékesítése tárgyában a Médiaszolgáltató nevében és képviselőjében 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 Médiaszolgáltatóval szemben is hatályosak.

A jelen ÁSZF – az ezzel ellenkező kikötés hiányában - a Médiaszolgáltatás 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 Médiaszolgáltatás brit joghatóság alatt működik, ezért a magyar reklámjogi szabályok mellett, az Ofcom, illetve az ASA BCAP (Broadcast Advertising Code) szabályok is vonatkoznak rá.

Az olyan televíziós vásárlásra, amely tartalmában távollévők közötti kereskedésben értékesített terméket népszerűsít, egyebekben nem különbözik a klasszikus reklámtól és időtartama nem haladja meg a 60 mp-et - külön hivatkozás nélkül is - a jelen ÁSZF (klasszikus) reklámra vonatkozó szabályai érvényesek.

Külön írásos szerződés, illetve szerződési okirat hiányában a jelen ÁSZF a megrendeléssel és a (mindenkori utolsó) visszaigazolóval együtt képezik az MTM-SBS Zrt. és a megrendelő között létrejött szerződést a Médiaszolgáltatás reklámideje értékesítése, illetve az ott sugárzandó reklámok tárgyában. Az ÁSZF-től bármely eltérés csak akkor érvényes, ha azt az MTM-SBS Zrt. írásban elfogadta, vagy 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, vagy deal memo vagy bármely olyan írásos forma – akár elektronikus levelezés - is).

A média- és műsortámogatás (szponzoráció), merchandising, illetve a reklámsugárzástól eltérő vállalkozás, a rendezvény, továbbá a 60 mp-et meghaladó hosszúságú televíziós vásárlások, a televíziós vásárlási műsorablak közzétételének feltételei mindig egyedi, külön szerződésben kerülnek szabályozásra. Ezek tekintetében a jelen ÁSZF csak azokkal összefüggésben teljesítendő klasszikus reklámsugárzásokra és az előzőek szerinti (60 mp-et nem meghaladó) televíziós vásárlásokra vonatkoznak.

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

## 2. Értelmező rendelkezések

A jelen Általános Szerződési Feltételekben:

- **ASA: (Advertising Standards Authority):** független (kormánytól és az iparától) hatósági feladatokat ellátó szervezet, amely ellenőrzi és figyeli az Ofcom licenc alatt működő médiaszolgáltatásokban közzétett reklámokat is, eljár a fogyasztói panaszoknál, az ASA ezt a tevékenységét a brit kormány, az Ofcom és bíróság elismerése (felhatalmazása) mellett, illetve alapján végzi;
- **Árjegyzéki értékesítési rendszer:** 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
- **ÁSZF:** a jelen Általános Szerződési Feltételek, amelyek a „FEM3” lineáris audiovizuális kódolt médiaszolgáltatásban közzétett, illetve közzétenni kívánt reklámok és televíziós vásárlások – a továbbiakban: reklámok - szerződéses feltételeit szabályozzák, és amelynek elválaszthatatlan részét képezik az ÁSZF-hez csatolt mellékletek és mintanyomtatványok;
- **Ágazati külön jogszabályok:** az egyes árukra, szolgáltatásokra vonatkozó azon magyar jogszabályok, amelyek ezen áruk/szolgáltatások reklámozására, fogyasztók tájékoztatására a gazdasági reklámtevékenységről és a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen gyakorlatról szóló törvényeken túl részletesebb és esetleg szigorúbb szabályokat írnak elő. A brit szabályozásban ezeket a nem általános szabályokat is a BCAP Code – kódex tartalmazza.
- **BCAP Code vagy kódex:** valamennyi Ofcom licenc alapján működő médiaszolgáltatásban (televízió és rádió) közzétett reklámra – elsősorban annak tartalmára, illetve tiltott reklámokra - vonatkozó, azok tekintetében érvényes szabályrendszer – ide értve a BCAP a televíziós reklámok műsorrendbeli elhelyezésének kódexét is (BCAP rules on the scheduling of television advertisements) -, amelyet az ezzel a jogkörrel felhatalmazott CAP (Committee of Advertising Practice) alakította ki, illetve dolgozta ki,
- **CAP:** Committee of Advertising Practice (lásd: az előzőekben);
- **Célcsoport:** a magyar lakosságnak egy csoportja, a műszeres nézettséget mérő gazdasági társaság (az ÁSZF kibocsátásakor az AGB Nielsen Médiakutató Kft.) adatszolgáltatása szerinti bontásban;
- **Cost/GRP: (30”):** Cost per GRP, 1% nézettségre eső költség Ft, illetve ár Ft-ban/30 mp hosszúságú reklámfilm;
- **Értékesítési rendszer:** a Médiaszolgáltatás reklámideje értékesítése során alkalmazott rendszerek úgymint: C/GRP értékesítési rendszer és az árjegyzéken történő értékesítés;
- **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

- **Fix C/GRP értékesítési rendszer:** az olyan értékesítési forma, amelynél a kampány-büdzsé értékéért az adott célcsoportban meghatározott mennyiségű GRP teljesítésének a vállalása történik
- **Fttv.:** a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. évi törvény;
- **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;
- **Grtv.:** a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól szóló 2008. évi XLVIII. törvény (amelynek hatálya kiterjed a Magyarországon közzétett reklámokra);
- **GVH:** Gazdasági Versenyhivatal
- **HFSS áru/termék:** magas zsír-, só- és cukor tartalmú termék;
- **Idegen termék:** ugyanazon reklámfilmben a reklámozó termék-, ill. szolgáltatókörén kívül eső termék vagy szolgáltatás megjelenítése és/vagy népszerűsítése;
- **Kereskedelmi közlemény:** olyan kereskedelmi célú tartalom, amely gazdasági tevékenységet folytató természetes vagy jogi személy, illetve jogi személyiséggel nem rendelkező gazdasági társaság árujának, szolgáltatásának vagy arculatának közvetlen vagy közvetett népszerűsítése. Az ilyen tartalmak fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében, vagy önreklámozás céljából kísérik a médiatartalmakat, vagy szerepelnek abban. A kereskedelmi közlemény formái közé tartozik többek között a reklám, a támogatási üzenet, termékmegjelenítés (ez utóbbi 2011. február 28-tól engedélyezett az Ofcom licenc alatt működő médiaszolgáltatásokban), a televíziós vásárlás és televíziós vásárlási műsorablak;
- **Költési- vagy volumenvállalás:** a megrendelő által a Médiaszolgáltatásban meghatározott időszak alatt **reklámsugárzás** elköltésére vállalt nettó vagy netnet összeg azzal, hogy ez utóbbi – összhangban az előzőekkel mindig külön szerződés, illetve megállapodás tárgya. Ezzel ellenkező (írásos) megállapodás hiányában a Költési vállalás a FEM3 és a PRO4 tekintetében külön-külön kezelendő. A megrendelő által a FEM3-on és PRO4-en történő költési vállalása csak akkor tekinthető összevont Költési vállalásnak, ha ez írásos formában is megerősítésre került;
- **Megrendelő:** a reklámozó vagy a reklámszolgáltató gazdálkodó szervezet (Ptk. 685.§. c. pontja) és gazdasági és szakmai tevékenysége keretében eljáró természetes személy, aki/amely a reklámsugárzásközzétételét a Médiaszolgáltatásban megrendeli
- **Médiaszolgáltatás:** a FEM3 és a PRO4 elnevezés alatt működő audiovizuális lineáris kódolt magyar nyelvű, Magyarország területén terjesztett médiaszolgáltatások;
- **Médiaszolgáltató:** az SBS Broadcasting Networks Limited (lásd: fent);
- **Műsor:** műsorszámokból és kereskedelmi közleményekből azok sorrendiségével a Médiaszolgáltató által megszerkesztett és annak szerkesztői felelősségével és ellenőrzése alatt a Médiaszolgáltatásban közzétett műsor;
- **Műsorrend, illetve a műsortükör:** az, amely a műsorszám típusok (esetleg műsorcímek) és kereskedelmi közlemények egymás utáni tervezett sorrendjét és hosszát tartalmazza;

- **Műsorszám:** hangok, illetőleg hangos vagy néma mozgóképek sorozata, mely egy médiaszolgáltató által kialakított műsorrendben vagy műsorkínálatban önálló egységet alkot, és amelynek formája és tartalma a rádiós vagy televíziós médiaszolgáltatáshoz hasonlítható (Audiovizuális szolgáltatásokról szóló EU Irányelv – AVMS);
- **NFH:** Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság
- **Napszaki megoszlás:** a megrendelt, illetve leszállított GRP napszakonkénti aránya, illetve az árjegyzéki értékesítésnél megrendelt/teljesített reklámszpot sugárzások napszaki arányának mutatója;
- **Netnet összeg vagy vállalás:** Az ügynökségi engedmény nélküli nettó összeg vagy költési vállalás
- **Net vagy nettó összeg vagy vállalás:** a megrendelőnek biztosított összes kedvezménnyel csökkentett Áfa nélküli összeg vagy költési vállalás, amely összegből, illetve vállalásból – ha a megrendelő reklámszolgáltató a reklámozó megbízásából jár el – a jelen ÁSZF szerinti 15% ügynökségi engedmény még nem került levonásra;
- **Ofcom: Office of Communication,** az Egyesült Királyság független kommunikációs iparági (rádió, televízió, telekommunikáció) szabályozó média- és versenyhatósága
- **Ofcom szabályok:** Az Ofcom Broadcasting Code (Médiaszolgáltatási Kódex), illetve ennek a kereskedelmi közlemények közzétételére vonatkozó részei, a Code on the scheduling of advertising (reklámok beszerkesztésének szabályai), valamint az Ofcom szabályok alatt értendők még külön megnevezés nélkül is a BCAP és a BCAP rules on the scheduling of television advertisements (BCAP szabályai a televíziós reklámok beszerkesztéséről), valamint a vonatkozó iránymutatások. Az érvényes szabályok elérhetők az Ofcom, valamint az ASA honlapján;
- **Osztott képernyős reklám:** audiovizuális médiaszolgáltatásban a műsorszám közzététele alatt közzétett, a képernyő meghatározott részét betöltő reklám, amelyet műsorszámtól vizuálisan jól felismerhetően kerül közlésre a reklám jellegének feltüntetése mellett;
- **PSZÁF:** Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete;
- **Reklám:** a reklámozó általi olyan tájékoztatás (és vagy megjelenési mód) – ide értve a reklámszpotot és a műsorszámon kívüli, a médiaszolgáltató promóciója a reklámozóról azzal együtt vagy anélkül, amely pénzbeli vagy egyéb vagyoni értékkel bíró ellenszolgáltatás ellenében kerül közzétételre azért, hogy a reklámozó termékének/szolgáltatásának (ide értve pénzt, értékpapírt, pénzügyi szolgáltatást, ingatlant, vagyoni értékű jogot) eladását (vagy más módon történő igénybe vételét) ösztönözze, illetve e céllal összefüggésben a reklámozó nevét, tevékenységét, stb. népszerűsítse. A Médiaszolgáltató saját brandjeinek (termékeinek) – ide értve a brandelt aktivitásokat, eseményeket is (úgy mint a weboldala, pólók, koncertek), amelyek a közönséggel való interaktivitást, illetve bevonását segítik elő és nem profit elérését szolgálják vagy a kereskedelmi együttműködést, nem minősülnek reklámnak. Szintén nem tekinthető reklámnak a Médiaszolgáltató saját műsorszámaival, valamint az azokból származó merchandising termékek, a támogatói üzenetek és a termék megjelenítés. Más médiaszolgáltató műsorszámának előzetese a BCAP szerint viszont reklámnak tekintendő, kivételt képez ez alól az ún. Cross Promotion Code (kereszt-promóciós kódex) által megengedett promóció;
- **Reklámfilm vagy reklámszpot:** a reklámkampány keretében sugárzásra kerülő egy egységet képező reklám (függetlenül attól, hogy a közzététele reklámblokkban, egyedi reklámként vagy teljes képernyőn, vagy osztott képernyőn történik);
- **Reklámkampány vagy kampány:** egy adott naptári hónapon belüli sugárzásra megrendelt egy adott terméket/márkát/árut/szolgáltatást/brandet, illetve a reklámozó azonos tevékenységét népszerűsítő reklámok, illetve reklámszpotok sorozata;

- **Reklámozó:** akinek az érdekében a reklám közzétételre kerül;
- **Reklám közvétevője:** a Médiaszolgáltató;
- **Reklámszolgáltató vagy megrendelő ügynökség:** az, aki/amely önálló gazdasági tevékenysége körében a reklámot megalkotja, létrehozza, illetve ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt, különösen a reklámozó megbízásából, mint közvetítő szolgáltató jár el a Médiaszolgáltatásban történő reklámsugárzásokkal (vagy egyéb kereskedelmi vagy más jellegű kommunikáció vagy tájékoztatás közzétételével) kapcsolatos megrendeléseknél;
- **Share vállalás vagy költési arány:** a megrendelő (a reklámozó, vagy a reklámozó megbízásából a reklámszolgáltató/megrendelő ügynökség) által a Médiaszolgáltatásban vállalt éves reklámköltés százalékos aránya az alábbi Magyarországon terjesztett magyar nyelvű lineáris audiovizuális médiaszolgáltatásokban tervezett reklámsugárzásra és szponzorációra fordított költésből.

Médiaszolgáltatások: .....

A Share vállalás teljesülésének megállapítása mindenkor a fenti magyarországi audiovizuális lineáris médiaszolgáltatásban történő költésre vetítve történik.

A Share vállalás tekintetében is érvényesül, hogy erre vonatkozó írásos megállapodás vagy okirat hiányában a vállalás a FEM3 és PRO4 tekintetében külön-külön kezelendő.

A Share vállalás csak akkor minősül teljesültnek, ha fentiek szerinti médiaszolgáltatásokban történő költésre vetítve megfelel a vállalt százalékos aránynak, függetlenül a Költési vállalás felül-, vagy alulteljesítésétől;

- **Támogatás (szponzoráció):** olyan hozzájárulás, amelyet audiovizuális médiaszolgáltatás nyújtásával vagy ilyen alkotások készítésével nem foglalkozó köz- vagy magánvállalkozás vagy természetes személy nyújt audiovizuális médiaszolgáltatás vagy műsorszám finanszírozására azzal a céllal, hogy népszerűsítse nevét, védjegyét, arculatát, tevékenységét vagy termékeit. Támogatható műsorszám és a médiaszolgáltatás is azok teljes vagy részbeni költségéinek finanszírozásával, nem támogatható hírműsor és aktuális politikai kérdésekkel foglalkozó műsorszámok (médiaszolgáltatás) és nem reklámozható termék (vállalkozás) nem lehet támogató sem. A Médiaszolgáltatás vagy annak műsorszámának támogatása mindig külön megállapodás tárgya akkor is, ha az erre fordított összeg beszámít a megrendelő Költési vállalásába;
- **Társadalmi célú reklám (TCR – charities):** nem politikai reklámnak minősülő, üzleti érdekeltséget nem tartalmazó, reklám- és kereskedelmi célokat nem szolgáló, valamilyen közhasznú vagy más közérdekű cél/tevékenység támogatására vagy ilyen cél megvalósulását veszélyeztető magatartásra hívja fel a figyelmet, illetve az ilyen célokat szolgáló szervezetek ilyen vonatkozású hirdetései. A jótékonyági felhívás is TCR-nek tekintendő;
- **Termékmegjelenítés:** a műsorszámokban megjelenő termék vagy szolgáltatás, ha ez a bemutatás a médiaszolgáltatónak vagy a műsorszám készítő producernek történő fizetés vagy neki nyújtott jelentékeny ellenszolgáltatás ellenében történik, ha nincs pénzbeli ellenszolgáltatás és az ellenszolgáltatás nem jelentékeny, és megjelenítésnek sincs jelentékeny értéke, akkor ez ún. kellék termékmegjelenítés (prop placement);
- **Televíziós vásárlás:** az a reklám, amely közvetlen ajánlatot (a kereskedelmi elosztóval vagy szolgáltatóval való kapcsolatteremtés útján történő) tartalmaz árunak (beleértve ingatlant is), szolgáltatásnak, jogoknak és kötelezettségeknek az igénybe vételére pénzbeli ellenszolgáltatás ellenében;
- **Televíziós vásárlási műsorablak:** legalább 15 perc hosszúságú televíziós vásárlás;
- **Tárgyhó vagy tárgyhóidőszak:** a megrendelt reklám sugárzási hónapja, ill. decemberben a december 1-23. és december 24-31. időszak;
- **Tpvt.:** A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. tv.

### 3. Ajánlati Rend

- 3.1 Az MTM-SBS zrt., mint a Médiaszolgáltatás reklámidejének értékesítője 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 a jelen 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 a Médiaszolgáltatásra 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 díjtól eltérni.

### 4. Megrendelés

- 4.1 Az MTM-SBS zrt. csak írásos megrendelést fogad el. Új – a Médiaszolgáltatásban 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 az 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 cégszempontok - más jogviszonyból eredően – nyilvántartásba vette már.
- 4.2 Áru illetve szolgáltatás reklámjának – a továbbiakban: árureklám - megrendelésekor (ha a vonatkozó áru reklámja még a Médiaszolgáltatásban 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 nem rendelkező gyógyászati segédeszközre vonatkozó reklámkampány megrendelésének elfogadásakor a megrendelés elfogadásának feltételeként az MTM-SBS zrt. kérheti, hogy a megrendelő a forgalomba hozatali engedély bemutatásával 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 segédeszköznél pedig, hogy társadalombiztosítási támogatásban nem részesül. Alkoholreklámok megrendelése

esetén az MTM-SBS zrt. a megrendelés visszaigazolása előtt kérheti a megrendelőt, hogy írásban tájékoztassa a reklámozni kívánt alkoholtartalmának értékéről. Azok az italok, amelyek alkoholtartalma kevesebb, mint 0,5%, nem minősülnek szeszes-, illetve alkohol itálnak. A 0,5-1,2% közöttiek alacsony alkoholtartalmú italok, az ezt meghaladó alkoholtartalmúak pedig csak olyan műsorszámok környezetben sugározhatók, amelyek 18 éven felülieknek szólnak, illetve nem tehetők közzé elsődlegesen 18 éven aluliaknak szánt, vagy nagy valószínűséggel 18 éven aluliak által nézett műsorszámok környezetében.

- 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); [megrendeles@pro4.hu](mailto:megrendeles@pro4.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 nevét; ha alkoholreklám, akkor a 4.4 pont szerinti alkoholtartalmát, 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 Médiaszolgáltatásban 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;
  - ha egyedi, speciális reklámozási formára szól a megrendelés – úgymint osztott képernyős reklám vagy egyedi (single) szpot – akkor ennek jelzése azzal, hogy az ilyen reklámozási forma mindig egyedi ármegállapodás tárgya;
  - amennyiben egy megrendelésben több különböző reklámfilm szerepel, vagy a megrendelés korábban még nem vetített reklámfilmre vonatkozik, ezt a megrendelésben fel kell tüntetni;

– annak külön jelzése, hogy a reklám televíziós vásárlás, és ebben az esetben 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/reklámfilm legrövidebb ideje 5 másodperc, a leghosszabb ideje 60 másodperc. A 60 másodpercnél hosszabb reklámfilmek befogadása egyedi elbírálás alapján történik.
- 4.11 A megrendelő tudomásul veszi, hogy 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 szporthossz 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, de legkésőbb a kampány első reklámszpotjának sugárzását 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 Médiaszolgáltatót megilleti a műsorváltozás joga. A műsorváltozás kapcsán a reklám más műsorkörnyezetben történő sugárzása miatt a megrendelő sem a Médiaszolgáltatóval, sem az MTM-SBS zrt-vel szemben nem léphet fel semmilyen igényvel 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. Napszak megosztási vállalásnál a sugárzások teljesítése a vállalt napszaki megosztást keretén belül történik műsorváltozás esetén is.
- 5.4 Az MTM-SBS zrt. a reklámblokkon belüli szektor kizárólagosságra nem vállal kötelezettséget.

## **6. Felelősségvállalás a médiaszolgáltatásban közölt reklámért**

- 6.1 A megrendelő tudomásul veszi, hogy a médiaszolgáltatásban sugárzott reklámokra az Ofcom szabályok (lásd: értelmező rendelkezések) és a magyar reklámjogi szabályok egyaránt érvényesek. A Médiaszolgáltatás reklámstruktúrája, reklámok műsorkörnyezeti beszerkesztése, ide értve a műsorszámok reklámmal történő megszakítását, a szerkesztett tartalom és a reklámok elválasztása, klasszikus reklámblokkoktól eltérő reklámozási technikák alkalmazása a vonatkozó Ofcom szabályoknak megfelelően történik.
- 6.2 A Médiaszolgáltató 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 kizárólagos 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 megrendelő kötelezettsége, hogy a szakmai gondosság követelménye szerint vizsgálja meg és biztosítsa, hogy a reklám mind tartalmi, mind vizuális és akusztikus megjelenése vonatkozásában megfeleljen az Ofcom szabályoknak és magyar jogszabályoknak - ide értve a reklám tárgya okán a speciális adott reklámkategóriára vonatkozó szabályokat is - és, hogy a reklám ezen túlmenően sem sértsen alkotmányos és emberi alapjogokat, a közérkölcst és közízlést. (Az Ofcom szabályok, ide értve a BCAP kódex - ide értve a műsorrendbeli beszerkesztés/elhelyezés szabályai - az Ofcom honlapjáról, illetve ez utóbbi az ASA honlapjáról is letölthetők.).
- 6.4 A megrendelő tudomásul veszi, hogy az MTM-SBS zrt. nem köteles a reklámfilmlet annak sugárzása előtt megtekinteni és jogszabályi (ide értve az Ofcom szabályok és a magyar reklámjogi és az ágazati jogszabályokban előírt reklámszabályoknak) való megfelelésségét vizsgálni. Ezért a megrendelő a felelősségét a reklám jogszabályi megfelelésségéért nem mentheti ki azzal, hogy az MTM-SBS zrt. vagy a Médiaszolgáltató nem a kellő szakmai gondossággal járt el a reklámnak a sugárzásra történő befogadásánál.
- 6.5 Az MTM-SBS zrt. a BCAP kódex és a magyar reklámjogi és ágazati jogszabályok szerint tiltott reklámok sugárzására való megrendelést visszautasítja, amennyiben a megrendelőből kiderül, hogy a sugárzásra megrendelni kívánt reklám televíziós sugárzás tekintetében tiltott reklámkategóriába esik. A BCAP kódex szerint ilyen kifejezetten tiltott reklámkategóriák: alkoholszonda, illetve az alkoholos befolyásoltság leplezését célzó eszközök, fogadási sémák és tipprendszerek, mindenfajta dohányreklám, fegyver- és lövészközlő-, valamint támadó eszközök reklámja, pornográf és szexuális masszázs reklámok, obszcén tartalmú reklámok, alkohol- és illegális anyagoktól való függőség gyógykezelési reklámok, piramis játékok, illetve ilyen elvű eladásösztönző rendszert tartalmazó reklámok, őrző-védő szervezetek reklámjai, továbbá minden olyan reklám, amely az itt felsorolt tiltott kategóriák tekintetében utalást tesz (pl.: ezek weboldalainak,

vagy ha egy weboldal túlnyomórészt ilyen termékeket hirdet). Az itt felsoroltakon kívül a BCAP kódex az egyes reklámkategóriáknál (úgy mint gyerekeknek szóló reklámok, otthoni munka, gyógyszerek és gyógyászati segédeszközök, stb.) is meghatároz tiltásokat különös tekintettel azok tartalma és megjelenítése tekintetében. Ha a megrendelőből ez, és/vagy a magyar reklámjogi szabályok szerinti tiltott (televíziós) reklámsugárzás nem derül ki csak utólag, már a megrendelés visszaigazolása után vagy a reklámfilm szállításakor, vagy a sugárzás előtt, akkor a sugárzás elmaradása miatti igazolt kárt a megrendelő köteles az MTM-SBS zrt-nek megtéríteni. Mivel az MTM-SBS zrt. a reklámfilm sugárzás előtti megtekintésére nem köteles, ha ilyen tiltott kategóriájú reklám sugárzásra kerül, és ezen okokból a brit és/vagy a magyar reklámszabályok megsértése miatt bármelyik brit és/vagy magyar hatóság/bíróság a Médiaszolgáltatóval vagy az MTM-SBS zrt-vel (mint reklámszolgáltatóval) szemben joghátrányt alkalmaz, akkor e tekintetben is a megrendelő tartozik teljes körűen helytállni a Médiaszolgáltatót és az MTM-SBS zrt-t ért kárért.

6.6 A megrendelő – összhangban az előzőekkel - tartozik teljes körűen helytállni a Médiaszolgáltatóval és/vagy az MTM-SBS zrt-vel szemben akár a brit, akár magyar reklámjogi szabályok megsértése miatt alkalmazott joghátrányokért. Ennek keretében, ha a CAP vagy az ASA vagy magyar hatóság a Médiaszolgáltatót felhívja a jogsértő reklám sugárzásának beszüntetésére, illetve ha a jogsértés a reklám nem szabályoknak megfelelő műsorkörnyezeti vagy időpontbeli sugárzásából adódik, akkor a reklám, illetve kampány sugárzások elmaradása miatt vagy a sugárzási idő módosítási kényszere miatt a Médiaszolgáltatót és az MTM-SBS zrt-t ért kárt (elmaradt sugárzás 100%-os díja, egyéb károk) a megrendelő köteles megtéríteni. A megtérítési kötelezettsége alól a megrendelő csak akkor mentesül, ha megrendelőben jelezte a reklám beszerzésének műsorkörnyezeti, illetve időpontbeli korlátait, és a médiaszolgáltató ezeket a körülményeket nem vette figyelembe, és jogsértés a Médiaszolgáltató és/vagy az MTM-SBS zrt. ilyen irányú felróható magatartásának a következménye. A megrendelő továbbá tudomásul veszi, hogy az ilyen reklám újbóli sugárzását, illetve a kampány sugárzás folytatását a Médiaszolgáltató csak abban az esetben vállalja, illetve az MTM-SBS zrt. a Médiaszolgáltatásban sugárzásra csak akkor fogadja be, ha a jogsértő reklám a CAP vagy az ASA vagy a magyar hatóság iránymutatása szerint kijavításra került, illetve amennyiben a jogsértés a műsorbéli elhelyezésének következménye, akkor csak a vonatkozó műsorrendbeli elhelyezési szabályok betartásával teszi közzé a reklámot. A Médiaszolgáltató, illetve az MTM-SBS zrt. a reklámkampány sugárzását már akkor is leállíthatja, illetve felfüggesztheti – költség-, kártalanítás- és kártérítési fizetés nélkül -, ha akár a brit, akár a magyar hatósági eljárás megindult. A leállításról vagy felfüggesztésről az MTM-SBS zrt. a megrendelőt haladéktalanul írásban értesíti a hatóság általi vélelmezett jogsértés megnevezésével. Ha a CAP vagy az ASA a jogsértő reklám ismételt vagy folyamatos közzététele miatt az Ofcom-hoz utalja a jogsértés miatti eljárást, akkor a megrendelő a reklámsugárzás beszüntetéséből eredő káron túl az Ofcom által megállapított bírság összegét vagy az egyéb joghátránnyal a Médiaszolgáltatónak okozott kárt is teljes egészében – ide értve az eljárással kapcsolatos költségeket, valamint az MTM-SBS zrt-t ért kárt is – megtéríteni köteles. Az itt rögzített megtérítési kötelezettség a brit bíróság által megállapított joghátrányokra és az eljárással kapcsolatos költségekre (ide értve az ügyvédi költségeket) is vonatkozik.

6.7 Hasonlóan az előzőekhez a megrendelő a magyar hatóság (NFH, GVH, PSZÁF vagy egyéb hatóság) által a jogsértő reklám miatt végrehajtható határozatában az MTM-SBS zrt-vel (mint reklámszolgáltatóval) szemben megállapított bírság összegéért vagy egyéb joghátrányért (sugárzás beszüntetése) is helytállni tartozik. A határozat bírósági felülvizsgálatáról – a megrendelővel történő konzultáció mellett – az MTM-SBS zrt. saját hatáskörében dönt. A felülvizsgálat költségei is megrendelőt terhelik, kivéve, ha a megrendelő írásos nyilatkozatában a felülvizsgálatot kifejezetten ellenzi, és ha a joghátrányért való helytállás (bírság összegének a megfizetése vagy a sugárzás beszüntetése miatti kár megtérítése) megtörtént. Amennyiben az MTM-SBS zrt. a bírósági felülvizsgálat mellett dönt és a bíróság a bírság megfizetését vagy egyéb joghátrány alkalmazását felfüggeszti, akkor a megrendelő a közigazgatási határozat jogerős bírósági ítéletben történő helybenhagyását (vagy részleges helybenhagyást) követően tartozik a

bírság összegét vagy az egyéb joghátrányból származó kárt az MTM-SBS zrt-nek megfizetni. Amennyiben a megrendelő írásos nyilatkozatában kifejezetten a közigazgatási határozat felülvizsgálatát igényli, akkor az MTM-SBS zrt. ennek az igénynek csak akkor köteles eleget tenni, ha a megrendelő a határozat szerinti bírságösszeg megfizetésén túl az eljárási illetéket is megfizeti, illetve azt az felülvizsgálati eljárás előtt letétbe helyezi, vagy írásos kötelezettségvállalásban vállalja ezek megfizetését.

- 6.8 A megrendelő a bírság összegének vagy az egyéb a Médiaszolgáltatót és/vagy az MTM-SBS zrt. kárát az MTM-SBS zrt. ez irányú írásbeli felszólítása kézbesítésétől számított 8 banki napon köteles megfizetni. A felszólításhoz az MTM-SBS zrt. a határozatot is mellékeli.
- 6.9 A megrendelő vállalja, hogy fentiek szerinti jogsértés megszüntetése, illetve az azzal kapcsolatos eljárásban az MTM-SBS zrt-vel, illetve a Médiaszolgáltatóval együttműködik – többek között azzal, hogy az eljárásban kért adatokat és dokumentációt az MTM-SBS zrt. és/vagy a médiaszolgáltató rendelkezésére bocsájtja. Az MTM-SBS zrt. is köteles a megrendelővel együttműködni és az eljárási cselekményekről folyamatosan a megrendelővel konzultálni, ezekről tájékoztatni.
- 6.10 Szintén a megrendelőt terheli a felelősség és helytállási kötelezettség az olyan árut vagy szolgáltatást népszerűsítő reklámokért, amely áru vagy szolgáltatás előállítása vagy forgalmazása és reklámozása mind a megrendelő, mind az MTM-SBS zrt. megítélése szerint Magyarországon nem ütközik magyar jogszabályokba, de az illetékes magyar hatóság/bíróság ezzel ellenkezőleg, a jogszabályba ütközést állapítja meg. A megrendelő már ebben a körben tudomásul veszi, hogy az ilyen reklám megrendelése esetén az MTM-SBS Televízió zrt. a megrendelés visszaigazolását a megrendelő által olyan írásbeli jognyilatkozatának illetve tartozás elismerési nyilatkozat kibocsátásához kötheti, amely szerint a megrendelő teljes körűen helytáll az MTM-SBS zrt-vel (illetve a Médiaszolgáltatóval szemben az ilyen jogsértő reklám miatt alkalmazott jogkövetkezményekért. Az MTM-SBS Televízió zrt. mindaddig, amíg kézhez nem vette a megrendelő ilyen cégszerűen aláírt okiratát, nem köteles a reklámkampány sugárzására, illetve a reklámsugárzások megkezdésére (akkor sem, ha visszaigazolás megtörtént, és beállt már a visszaigazolás szerinti teljesítési időpont, de az okiratot a megrendelő még nem küldte meg). A reklámsugárzás ilyen okból való elmaradása esetén az MTM-SBS Televízió zrt. a visszaigazolt feltételek szerinti sugárzási díj 100%-át számlázza ki. Az MTM-SBS zrt. jogosult arra is, hogy az előzőek szerinti jognyilatkozaton túl a sugárzás megkezdésének feltételül további biztosítékadást (úgy mint a reklámozó készfizető kezességi megállapodása - ha a reklámszolgáltató a megrendelő -, óvadék nyújtása, ügyvédi letét, stb.) állapítson meg az esetleges jogkövetkezmények miatti kárának megtérülésére. Az MTM-SBS zrt. a megrendelés visszaigazolásában közli már a megrendelővel az ilyen - biztosíték adására - irányú igényét és azt a határidőt, amíg a feleknek meg kell állapodniuk a biztosítékadás módjában és feltételeiben. A megrendelő részéről kifejezett ezen többletfeltételek határidőn belüli írásos elfogadása hiányában a felek között nem jön létre a szerződés, illetve az MTM-SBS zrt. ajánlathoz való kötöttsége is megszűnik.
- 6.11 Ha egy adott reklám kapcsán az MTM-SBS zrt. és/vagy a Médiaszolgáltató a megrendelőtől eltérően úgy ítéli meg, hogy az, vagy annak kért sugárzási időpontja jogsértő, akkor az MTM-SBS zrt. a megrendelés visszaigazolása előtt olyan igénnyel élhet, hogy a megrendelő írásban külön is kötelezettséget vállaljon arra, hogy az esetleges jogsértésből (brit vagy magyar hatóság) által megállapított joghátrányokért teljes körűen helytáll. A nyilatkozat kibocsátásának megtagadása vagy elmulasztása esetén az MTM-SBS zrt. megrendelést nem köteles visszaigazolni.
- 6.12 Amennyiben az MTM-SBS zrt. jogsértés okán a már visszaigazolt sugárzást visszautasítja – ha a visszaigazolás a reklámfilm szállítása előtt már megtörtént -, akkor erről a reklámfilm átvételét követő második munkanapon, de legkésőbb a visszaigazolt sugárzás előtt legalább 2 munkanappal írásban értesíti a megrendelőt. Az ilyen okból történő visszautasítás miatt az MTM-SBS zrt-t, illetve a médiaszolgáltatót a megrendelővel szemben költség-, kártalanítási-, vagy kártérítési fizetési kötelezettség nem terheli.
- 6.13 Visszautasítható a reklámsugárzás – előző pontban foglalt eljárás és jogkövetkezmények

nélkül - akkor is, ha a szállított reklámfilm hosszabb, mint a megrendelő szerinti reklámfilmhossz. Mind a jelen pont, mind az előző pont(ok) szerinti visszautasítás esetén, ha a megrendelő a kifogásolt jogsértést vagy a hosszat orvosolja, és ennek megfelelően a reklámfilmét kijavítja és a zárás napján (lásd: 1/a. melléklet) 11:00 óráig szállítja, akkor a visszaigazolás szerint sugározza a Médiaszolgáltató a reklámot, illetve a reklámkampányt.

- 6.14 A Médiaszolgáltató 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 kell helytállnia. Ha az MTM-SBS zrt. vagy a Médiaszolgáltató áll helyt, akkor a megrendelő köteles megtéríteni az MTM-SBS zrt. és a médiaszolgáltató harmadik személlyel szembeni helytállásából fakadó teljes kárát és költségét.
- 6.15 A Médiaszolgáltató, illetve az MTM-SBS zrt kizárják felelőségüket a médiaszolgáltatás műsorterjesztésének 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 Médiaszolgáltató és/vagy az MTM-SBS zrt. szándékos vagy súlyosan gondatlan magatartásának következménye - kártalanítási-, költség vagy kártérítési igényel 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 százalékának 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.

Az MTM-SBS zrt. fenntartja a jogot arra, hogy esetenként a fentiekől eltérő lemondási díjat számítsa fel.

## **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 kampánybűdzsé 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 kampánybűdzsé 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 fentiekől 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 írásban 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 a Médiaszolgáltatásban minimum nettó 1.000.000 Ft költséi vállalatot vállalnak, a reklámértékesítés fix C/GRP alapú értékesítési formában történhet.

A fix C/GRP megállapodás keretében történő értékesítésnél a kampány bűdzsé 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.

### 9.1.1 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%

9.1.2 2011-ben az MTM–SBS zrt. a FEM3 tekintetében kizárólag az alábbiakban felsorolt célcsoportokban fogad el megrendelést:

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

A PRO4 tekintetében az alábbi célcsoportokban fogad el megrendelést az MTM-SBS zrt.

18+
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 30" szpotra és 100%-os indexre:

- FEM3

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

- PRO4

Napszakok	Kategória	Spot ár 30"
07:00-16:59	I.	48 400
17:00-23:59	II.	100 000
24:00-25:59	III.	48 400

Az árak az Áfát 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 Médiaszolgáltató, illetve 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 (napszaki vagy műsorkörnyezeti) 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 visszaigazolásához időben lehető legközelebb eső még szabad (el nem adott) az eredeti megrendelésnek és visszaigazolásnak megfelelő árkategória szerinti reklámidőben történik.
- 9.2.7 A Médiaszolgáltatás 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 Médiaszolgáltató által történő műsorstruktúraváltozás elhatározását követően haladéktalanul értesítést küld az érintett megrendelőknél. 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 Médiaszolgáltatás tekintetében 2011. évre vállalat tesznek nettó keretösszeg (reklámköltés + támogatás) elköltésére – Költsési vállalat -, az alábbi mennyiségi engedményben részesülnek:

Költsési vállalat (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%

(A Költsési vállalat – összhangban az Értelmező rendelkezésekkel a FEM3 és a PRO4 tekintetében külön-külön kezelendő és ezzel ellenkező megállapodás híján, nem vonható össze a mennyiségi engedmény százalékos megállapításánál sem!)

Az egyedi szerződéses okirat létrejötte előtt is igénybe vehető a mennyiségi kedvezmény, ha a megrendelő írásos jognyilatkozatot küld a Költsési vállalatról és a jognyilatkozatban a jelen ÁSZF elfogadásáról is nyilatkozik. A mennyiségi engedmény a szerződés létrejöttét vagy az írásbeli nyilatkozat kézhezvételét követő klasszikus reklámsugárzásokra jár. Ezzel összhangban – hacsak nem történt ezzel ellenkező megállapodás – a műsor, illetve médiatámogatásra fordított költség nem képezi a vetítési alapot, amely alapján a

kedvezmény kiszámításra kerül.

A kedvezmény vetítési alapja a megrendelő által vállalt kedvezményekkel csökkentett reklámsugárzási nettó költség.

Amennyiben a megrendelő a Költsési vállalását nem teljesíti, akkor a megrendelő köteles az általa jogosulatlanul igénybe vett mennyiségi engedmény összegét 2012. január 31-ig az MTM-SBS zrt. kibocsátott számlája ellenében visszafizetni (az alábbi 14. 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, illetve kedvezmények:

#### Üdvözlő kedvezmény

A Médiaszolgáltatásban még nem hirdetett megrendelőnek (új megrendelő) és új termékkategóriák (nem hirdetett áru/szolgáltatás) első reklámkampányának megrendelésére üdvözlő kedvezmény nyújtható (vetítési alapja az első kampány nettó értéke):

- Az új megrendelő üdvözlő kedvezmény mértéke: 15 %
- Az új termékkategória üdvözlő kedvezmény mértéke: 5%

Nem minősül új termékkategóriának az, amikor jogutódlás vagy átalakulás (cégegyesülés, szétválás) folytán kerül a megrendelőhöz az új termékkategória, illetve termék.

Minden esetben egyedi elbírálás alapján kerül megállapításra, hogy a hirdetendő termék valóban új termékkategóriát képez-e.

Első kampánynak minősül az új megrendelő által megrendelt vagy új termékkategória reklámkampánya, ha annak megrendelt összege legalább eléri a nettó 500.000 Ft-ot ? és a kampány sugárzási időszaka maximum 1 hónap.

Az üdvözlő kedvezmény csak 100% fölötti szezonindexű hónapokban vehető igénybe.

Az üdvözlő kedvezmény felhasználásához elengedhetetlen feltétel az Üdvözlő kedvezmény nyilatkozat (lásd: 5. sz. minta nyomtatvány) kitöltése.

### 9.4 Egyéb kedvezmény:

Az MTM-SBS zrt. mindkét értékesítési formánál fenntartja a jogot arra, hogy a Médiaszolgáltatás reklámidő értékesítésénél a megrendelővel kötött egyedi szerződésben a megrendelőnek a fentiekén 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, illetve megrendelő ügynökségeket – , mindenféle és fajta kedvezménnyel és engedménnyel csökkentett Áfa nélküli számlaösszege vetítve 15 (tizenöt) százalék ügynökségi engedmény illeti meg, ha:

- az árjegyzéki értékesítési formában történő értékesítésnél ügynökségi megállapodást kötnek a médiaszolgáltatásban 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:

- reklámblokkon belüli első, második és utolsó, utolsó előtti hely 15%
- reklámfilm ismétlése ugyanazon blokkon belül 10%
- Idegen termék szpoton belül annak hosszának 10 %-át meghaladó mértékben egyedi ajánlat szerint, de minimum 15%
- reklámblokkon belüli szektorkategória exkluzivitás: 10%
- szpotlistás megrendelés felár: 25%
- prime felár (a természetes – fenti napszakmixtől való eltérés): 25%
- egyedi szpotelhelyezéssel kapcsolatos igények teljesítése: 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 felár fizetése nélkül. 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 termék a reklámban, mint vásárlást ösztönző nyeremény, ajándék, akció folytán tartalmazza, vagy ha az idegen termék maximum a reklámfilm hosszának 10%-áig szerepel.

## 11. Egyedi reklámozási formák

Az MTM-SBS zrt. a Médiaszolgáltatásban a klasszikus reklámblokkon kívüli reklámsugárzások – így többek között az osztott képernyős reklám, egyedi – single – reklámszpot sugárzás vagy olyan reklámszpot sugárzás, amelyhez gyártási szolgáltatás is kapcsolódik – tekintetében az árképzést egyedi elbírálás alapján készíti a megrendelővel történő egyedi megállapodás keretében.

## 12. Televíziós vásárlás és televíziós vásárlási műsorablak

### 12.1 Televíziós vásárlás

A televíziós vásárlás, ha annak időtartama nem haladja meg a 60 mp-et, akkor arra a (klasszikus) reklámsugárzásokra vonatkozó feltételek az irányadók, és nem kell, hogy külön egyedi szerződés tárgyát képezzék.

Az MTM-SBS zrt. és a megrendelő ugyanakkor megállapodhatnak, hogy az ilyen televíziós vásárlások vonatkozásában is az alábbiak – külön szerződési feltételek - érvényesüljenek.

A 60 mp-et meghaladó televíziós vásárlás sugárzásának vállalása minden esetben egyedi külön szerződés alapján történik, egyedileg megállapított sugárzási díjak ellenében GRP teljesítési garancia nélkül.

A 60 mp-nél hosszabb televíziós vásárlás tekintetében a jelen ÁSZF szerinti reklámértékesítési formák, sugárzási díjak, kedvezmények, engedmények, felárak nem

érvényesek azzal, hogy az egyedi külön szerződésben nem szabályozott feltételek tekintetében a jelen ÁSZF rendelkezései az irányadók. 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.

A televíziós vásárlás sugárzására fordított költség akkor számít be a Költsési és Share vállalásba – függetlenül a televíziós vásárlás hosszától – ha ez írásban rögzítésre került.

## 12.2 Televíziós vásárlási műsorablak

A televíziós vásárlási műsorablak (amelyek időtartama nem számít be az Ofcom szabályok szerinti reklámidő keretbe és sem időtartam és darabszám/nap sincs korlátozva) közzétételének a vállalása mindenkor külön szerződés tárgyát képezi, és televíziós vásárlási műsorablakra 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.

A televíziós műsorablak közzé tételére fordított költség a Költsési és Share vállalásba nem számítanak be.

## 13. Társadalmi célú reklám (TCR)

Az Ofcom szabályok szerint a TCR forrásának, illetve annak a szervezetnek, amelynek érdekében közzé tételre kerül a saját országa szerinti törvényeknek, illetve jogszabályai szerint, azoknak megfelelően jogszerűen kell működni, és a médiaszolgáltató 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 teljesítőket fogadhatók el TCR-nek:

- ha az üzenet 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 okirátát, 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 Médiaszolgáltatóval 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 Médiaszolgáltatóval történő egyeztetés mellett fenntartja a jogot, hogy ennél nagyobb mértékű engedményt biztosítson, illetve térítésmentesen fogadja be a médiaszolgáltatásban 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, de sugározható reklámblokkban is, reklámfőcímek között is.

A TCR költségek csak akkor számíthatók be a Költsési és Share vállalásba, ha erről írásos rendelkezés van.

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

- 14.1 Az a megrendelő, aki/amely az MTM-SBS zrt-vel a Médiaszolgáltatásban történő reklám- és médiaszolgáltatás, illetve műsortámogatásra költsésre – Költsési vállalásra - 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 költsési 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 30 naptári nap.
- 14.2 Abban az esetben, ha megrendelő oldalán az egyedi határozott idejű szerződésben vállalt Költsési 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 az alábbiak szerint:

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.

- 14.3 A bánatpénz mértéke az egyedi szerződésekben eltérhet a fentiekől akkor, ha a szerződésben rögzített egyéb feltételek a szerződés időbeli hatályának lejártával a megrendelő felróható magatartása okán nem teljesülnek.
- 14.4 A bánatpénz összegéről a számlát az MTM-SBS zrt. a szerződés megszűnésének, illetve hatályának lejártát követően állítja ki, a számla rendezésének esedékessége a számla kiállításától számított 30 naptári nap.
- 14.5 Ha megrendelő részéről az egyedi szerződésben az értelmező rendelkezések szerinti

értelemben Share vállalás is történt, és a megrendelő reklámszolgáltató által biztosított adatok vagy az egyedi szerződés szerinti az MTM-SBS zrt. általi audit szerint a Share vállalás a szerződés lejártával nem teljesül, akkor az MTM-SBS zrt. jogosult arra, hogy a Share vállalásra tekintettel biztosított engedmények és a vállalás nem teljesülésének arányában bánatpénz fizetését igényelje, amely mértékét az egyedi szerződés tartalmazza.

- 14.6 Az a megrendelő, amelyik a Médiaszolgáltatás tekintetében Share vállalást tett, hozzájárul ahhoz, hogy az MTM-SBS zrt. független könyvvizsgáló útján a Share vállalás teljesülését 2012. március 15-ig bezárólag a megrendelőnél, illetve ha megrendelő reklámszolgáltató és a Share vállalás a reklámozóra történt, akkor reklámozónál ellenőrizze és az ellenőrzés eredményéről az MTM-SBS zrt-t írásban tájékoztassa, illetve e tekintetben nyilatkozzon. A tájékoztatás, nyilatkozat az aluteljesítés mértékére is vonatkozik. A könyvvizsgáló ellenőrzési joga csak a Share vállalás teljesülésének vagy nem teljesülésének megállapítására, valamint nem teljesülés esetén annak elmaradási mértéke tekintetében szükséges információk és nyilvántartás vizsgálatára szorítkozik. Nem teljesülés esetén a könyvvizsgálással kapcsolatos igazolt költségeit az MTM-SBS zrt. a megrendelőnek kiszámlázza.

## **15. Számlázás és fizetési feltételek**

- 15.1 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.
- 15.2 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. Az ilyen értékesítési formánál a számla mellékleténél szállított GRP mennyiség feltüntetése csak tájékoztató jellegű.
- 15.3 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.
- 15.4 A számla rendezésének esedékessége a számla keltétől számított 30. naptári nap. A fizetés abban az időpontban minősül teljesítettnek, amikor a tárgybeli összeg az MTM-SBS zrt. számláján jóváírásra kerül. A számla rendezésével kapcsolatos bankköltségek mindenkor a megrendelőt terhelik
- 15.5 Késedelmes fizetés esetén az MTM-SBS zrt. a Ptk. szerinti késedelmi kamatot számítja fel.
- 15.6 Abban az esetben, ha a megrendelő határidőben nem tesz eleget a fizetési kötelezettségének és az MTM-SBS zrt. fizetési felszólítására sem rendezi a késedelmi kamattal megnövelt lejárt tartozását, akkor az MTM-SBS Zrt. jogosult arra, hogy amennyiben a megrendelővel szemben fizetési kötelezettsége van - akár más jogviszonyból eredően – akkor a beszámítással éljen a lejárt tartozás késedelmi kamattal növelt összeg tekintetében.

- 15.7 A Megrendelő tudomásul veszi továbbá, hogyha a megrendelő határidőben nem tesz eleget a fizetési kötelezettségének és az MTM-SBS zrt. fizetési felszólítására sem rendezi a késedelmi kamattal megnövelt lejárt tartozását, és az MTM-SBS zrt. nem él vagy nem tud élni, vagy csak részben tud élni a fentiek szerinti beszámítással, akkor az MTM-SBS zrt. jogi lépéseket tesz követelésének érvényesítésére – ide értve a felszámolási eljárás kezdeményezését, a követelése engedményezését is. Amennyiben a lejárt tartozást a Megrendelő csak részben fizeti ki, akkor az MTM-SBS a Megrendelő által kifizetett részbeli összeget a késedelmi kamatokra számolja és csak a fennmaradó összeggel csökkenti a tőketartozást.
- 15.8 Az MTM-SBS Zrt. jogosult arra is, hogy a fenti 15.7 pontban foglaltakon túl azon megrendelők reklámkampány sugárzását – a megrendelő írásbeli értesítése mellett - leállítsa, amely megrendelőnek lejárt tartozása van az MTM-SBS zrt-vel szemben és az emiatti kárát a megrendelővel szemben érvényesítse.
- 15.9 Az MTM-SBS zrt. a következő esetekben jogosult előrefizetést – tehát sugárzás teljesítését megelőzően annak ellenértékét kérni:
- új – a médiaszolgáltatásban még nem hirdető megrendelő esetén különös tekintettel akkor, ha a megrendelő az MTM-SBS zrt. által értékesített más médiaszolgáltatásban sem hirdetett még;
  - 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 médiaszolgáltatásban teljesített szolgáltatással kapcsolatban, de egyéb MTM-SBS zrt-vel fennálló jogviszony kapcsán is);
  - ha a céginformáció alapján nem ítélné meg a cég pénzügyi helyzete, illetve fizetőképessége;
- 15.10 Előrefizetés esetén a megrendelő köteles az előlegbekérő levélen feltüntetett összeget az ott lévő határidőn belül rendezni. Amennyiben a fizetés rendezése a megadott határnapiig nem történik meg, úgy az MTM-SBS zrt., illetve a Médiaszolgáltató fenntartja a jogot arra, hogy a sugárzás teljesítése mindaddig ne kezdődjön el, amíg a fizetés rendezése nem történik meg, illetve, ha a teljesítés már megkezdődött, akkor a teljesítést leállítsa, mindkét esetben a kártérítési igényének fenntartása mellett.
- 15.11 Az előleg teljesítésének időpontja az előlegkérő levélen feltüntetett összeg beérkezése/jóváírása az MTM-SBS zrt. bankszámlájára.
- 15.12 A megrendelő tudomásul veszi, hogyha a teljesített reklámszolgáltatásokkal kapcsolatban lejárt tartozása van az MTM-SBS zrt-vel (nemcsak a Médiaszolgáltatás tekintetében), akkor az MTM-SBS zrt. a Médiaszolgáltatás vonatkozásában is 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. arra is jogosult, hogy a már visszaigazolt sugárzások teljesítését azok előre történő megfizetéséhez kösse, vagy a kampány sugárzását a tartozás megfizetéséig felfüggeszse.
- 15.13 Az MTM-SBS zrt. a fenti pontok szerinti jogosítványaival akkor is élhet, ha a lejárt tartozás a megrendelővel adójogi szempontból úgynevezett kapcsolt vállalkozásnak minősíthető megrendelő oldalán áll fenn. Az ezekben a pontokban meghatározott jogkövetkezmények alkalmazása mellett az MTM-SBS zrt. fenntartja a jogot a lejárt tartozások utáni késedelmi kamat, valamint a megrendelői magatartásából származó médiaszolgáltató és az ő oldalán keletkezett kárának az érvényesítésére.
- 15.14 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 bankköltségek is a megrendelőt terhelik.

- 15.15 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.
- 15.16 A számlával kapcsolatos kérdéseket, kifogásokat, annak kézhezvételétől számított 8 naptári napon belül írásban kell közölni. E határidőn túl reklamációnak helye nincs.

## 16. Reklámanyagok szállítása

- 16.1 A sugárzandó reklámanyagot/reklámfilmet a médiaszolgáltatásra megállapított „Műszaki média specifikáció” elnevezésű dokumentumában rögzített technikai előírásoknak megfelelő minőségben 625/50 DigitBeta hordozón legkésőbb 4 munkanappal a visszaigazolt kampánysugárzás megkezdése, illetve a vonatkozó reklám sugárzása előtt (1/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 médiaszolgáltatásban már sugárzásra került, elegendő a megfelelő filmazonosító/filmkód megadása. Az MTM-SBS zrt. jogosult a megfelelő filmazonosító/filmkód megadása esetén a reklámfilm-anyag megrendelői szállítási kötelezettségétől eltekinteni, ha birtokában van az adott reklámfilm. Amennyiben a reklámanyag/reklámfilm sugárzása egy időben más olyan médiaszolgáltatásban is megrendelésre kerül, elégséges ezt egy példányban leadni (azonban szükséges a Médiaszolgáltatásra videó-kísérőt küldeni).
- 16.2 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 16.3 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 16.3 pont szerinti - jogkövetkezményeit alkalmazza megrendelővel szemben.

- 16.3 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 reklámfilmet, 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.

- 16.4 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, illetve a médiaszolgáltatóval szemben kártérítési felelősséggel tartozik, és az MTM-SBS zrt., a sugárzási díj 100%-ban történő megfizetésén túl az őt, illetve a Médiaszolgáltatót meghaladó kár megtérítését is követelheti.
- 16.5 A reklámfilm technikai-minőségi hibájából adódó sugárzás hibás teljesítéséért kizárja a felelősségét. Amennyiben a sugárzás hibás teljesítése az MTM-SBS zrt. és/vagy a Médiaszolgáltató felróható magatartásának következménye – ide nem értve a műsorterjesztés technikai hibáit, amelyért a felelősségi szabályok szerint sem az MTM-SBS zrt., sem a Médiaszolgáltató 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 Médiaszolgáltató.

## **17. Reklamáció**

- 17.1 A sugárással kapcsolatos reklamációt, a sugárást követő 5 munkanapon belül írásban kell előterjeszteni.
- 17.2 A Médiaszolgáltató, illetve az MTM-SBS zrt. a reklamáció kivizsgálása érdekében minden sugárzott reklámot, reklámblokkot 2 hétig megőrizz. Ezután benyújtott reklamációval az MTM-SBS zrt. (és a Médiaszolgáltató) nem tud foglalkozni.

## **18. Titoktartás**

- 18.1 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. A reklámszolgáltató megrendelő a reklámozóval, amelynek megbízásából eljár, a reklámozót érintő információk tekintetében nem köti a titoktartási kötelezettségét.
- 18.2 Az üzleti titoktartás kötelezettsége az MTM-SBS zrt. (és a Médiaszolgáltatót) is terheli azzal, hogy a Médiaszolgáltatóval szemben mindazon információk tekintetében, amelyek a Médiaszolgáltatót is érintik, a titoktartási kötelezettség nem érvényesül.
- 18.3 A titoktartási kötelezettség független a jelen ÁSZF időbeli hatályától, illetve az egyedi szerződés érvényességi idejétől.
- 18.4 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.

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

- 19.1 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.
- 19.2 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.

- 19.3 A megrendelő és az MTM-SBS zrt. egymás közötti jogviszonyára a magyar jog

alkalmazandó. A felek kijelentik, hogy a jelen megállapodásból eredő esetleges vitás ügyeiket megkísérik peren kívül, megegyezéssel rendezni. Csak akkor fordulnak (rendes) bírósághoz, ha vitás kérdés rendezése az egyeztető tárgyalások megkezdésétől számított 30 napon belül nem vezet megegyezésre.

- 19.4 Külföldi céggel való jogvita esetén a Magyar Gazdasági Kamara mellett nevezett Választott Bíróság az illetékes.
- 19.5 A jelen ÁSZF a jelen ÁSZF-et érintő esetleges jogszabályi – ide értve az Ofcom szabályokat is - pénzügyi előírási szabályok változása esetén az ÁSZF hatálya alatt, azoknak megfelelően az MTM-SBS zrt. részéről egyoldalúan megváltoztatható. Az MTM-SBS zrt. egyéb esetekben is jogosult az ÁSZF egyoldalú módosítására.
- 19.6 A jelen ÁSZF magyar nyelven készült. Annak idegen nyelvű változatai fordítás. Vita esetén a magyar nyelvű változat az irányadó.
- 19.7 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.
- 19.8 Az Általános Szerződési Feltételek közzétételének módjai:
  - [www.brandcare.hu](http://www.brandcare.hu) oldalon,
- 19.9 A jelen ÁSZF közzétételétől 2011. 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 FEM3 2011

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

Árjegyzéki árak PRO4 2011

Age 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>	41 100	43 500	53 200	58 100	60 500	58 100	41 100	41 100	58 100	60 500	58 100	53 200	41 100
<b>17:00-23:59</b>	85 000	90 000	110 000	120 000	125 000	120 000	85 000	85 000	120 000	125 000	120 000	110 000	85 000
<b>24:00-25:59</b>	41 100	43 500	53 200	58 100	60 500	58 100	41 100	41 100	58 100	60 500	58 100	53 200	41 100