

FEM3, PRO4, SUPERTV2 ÁLTALÁNOS SZERZŐDÉSI FELTÉTELEK

I. Bevezető rendelkezések

1. A jelen Általános Szerződési Feltételek („ÁSZF”) az Egyesült Királyságban bejegyzett CEE Broadcasting Ltd., mint médiaszolgáltató szerkesztői felelősségével és ellenőrzésével, az Egyesült Királyság médiahatósága („Ofcom”) által kibocsátott licencek alapján működő „FEM3” (licenc száma: TLCS 748), a „SuperTV2” (licenc száma: TLCS 1678) és PRO4 (licenc száma: TLCS 1541) magyar nyelvű, kizárólag Magyarország területén terjesztett, kódolt, lineáris audiovizuális műsorszolgáltatások - a továbbiakban együttesen Médiaszolgáltatás(ok), külön-külön: FEM3, PRO4, STV2 - reklámidejének értékesítésére vonatkoznak.

A CEE Broadcasting Ltd. (korábbi nevén SBS Hungary Broadcasting Ltd) – a továbbiakban: Médiaszolgáltató - 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 Médiaszolgáltatások reklámidejét és kereskedelmi felületeit kizárólagos jelleggel az MTM-SBS Televízió Zrt. – a továbbiakban: MTM-SBS Zrt. – jogosult értékesíteni. Az MTM-SBS Zrt. a jelen ÁSZF szerint közvetített szolgáltatást nyújt.

A fenti szerződés szerint az MTM-SBS Zrt. a Médiaszolgáltatások reklámidejének értékesítése tárgyában a Médiaszolgáltató nevében és képviselőként teljes körűen eljárva jogosult az ajánlattételre, annak elfogadására, a megrendelések befogadására és visszaigazolására, egyéb jognyilatkozatok tételére, a Médiaszolgáltatásokban reklámsugárzás és egyéb kereskedelmi közlemények bemutatásának vállalására. Az MTM-SBS Zrt. jogosult továbbá az ezekre vonatkozó szerződések megkötésére, a szolgáltatás ellenértékéért fizetendő díj teljesítésének elfogadására.

A megrendelő (reklámozó, illetve reklámszolgáltató) MTM-SBS Zrt.-hez az előzőekben meghatározott tárgyban intézett jognyilatkozatait, illetve az MTM-SBS Zrt. által tett jognyilatkozatok, a létrejött szerződések – értelemszerűen - a Médiaszolgáltatóval szemben is hatályosak.

A jelen ÁSZF tárgyában az MTM-SBS Zrt. részéről az MTM-SBS Zrt. Kereskedelmi és Üzletfejlesztési igazgatósága jár el. Az MTM-SBS Kereskedelmi igazgatósága ezt a jogát – részben vagy egészben – harmadik személyre a vele kötött szerződés alapján átruházhatja. Az ilyen átruházás a megrendelővel szemben akkor hatályos, ha erről az MTM-SBS Zrt. a megrendelőt írásban tájékoztatta. Az MTM-SBS Zrt. jogosult a belső szervezeti egységei között a hatáskörök átrendezésére, amelyről a megrendelőt írásban értesíti.

2. A jelen ÁSZF – az ezzel ellenkező kikötés hiányában - a Médiaszolgáltatások reklámidejének (értékesítési formától független), műsortámogatás, termék megjelenítés (ide értve a nyereménybemutatót is) értékesítési tevékenységébe tartozó valamennyi ajánlat, visszaigazolás és szerződés elválaszthatatlan részét képezik. A jelen ÁSZF a vonatkozó rendelkezéseknek megfelelően irányadó a Médiaszolgáltatásokban teljesített televíziós vásárlásokra, (magyar törvények szerinti) társadalmi célú reklám (TCR) sugárzásokra. A jelen ÁSZF megfelelően irányadó a Médiaszolgáltatásokban teljesített televíziós vásárlásokra, továbbá más szolgáltatásokkal összefüggő, de a Médiaszolgáltatásokban teljesítendő a jelen ÁSZF tárgyát képező kereskedelmi közleményekre is, ha a felek a szerződésben ezzel ellenkezőleg írásban nem rendelkeznek.

3. Az ajánlat elfogadásával, illetve a megrendelő elküldésével a megrendelő részéről a jelen ÁSZF tartalmát megismertnek és elfogadottnak kell tekinteni, tekintettel arra, ezt az MTM-SBS Zrt. a megrendelők részére elérhetővé tette, továbbá az ÁSZF az MTM-SBS Zrt. által küldött ajánlatok részét képezi.
4. Az ÁSZF a szokásos szerződési gyakorlattól eltérő rendelkezéseket is tartalmaz, illetve tartalmazhat, egyrészt a reklámidő, műsortámogatás és termékmegjelenítés értékesítésének speciális jellege folytán, másrészt mivel a Médiaszolgáltatások brit joghatóság alatt működnek, ezért a magyar reklámjogi szabályok mellett, a Code of Broadcasting Advertising (BCAP Code), illetve a műsortámogatás/termékmegjelenítés tekintetében a Broadcasting Code 9. fejezete vonatkoznak rá. Az MTM-SBS Zrt. erre a körülményre a megrendelők figyelmét ajánlattételkor külön is felhívja.
5. 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 reklámra vonatkozó szabályai érvényesek.
6. Külön írásos szerződés, illetve szerződési okirat hiányában a jelen ÁSZF a megrendeléssel és azzal megegyező tartalmú (a mindenkori utolsó) visszaigazolással együtt képezi az MTM-SBS Zrt. és a megrendelő között létrejött szerződést a Médiaszolgáltatásokban közzé tett kereskedelmi közlemény tárgyában. Kivételt képez a termékmegjelenítés és a televíziós vásárlási műsorablak, amely egy okiratban foglalt írásos szerződés tárgyát kell, hogy képezze, hacsak az előbbiek tárgyában ettől eltérően a felek között erről nincs írásos megegyezés. A reklámszolgáltatás, támogatás és nyereménymegjelenítés tárgyában létrejött egy okiratban foglalt szerződésnek is elválaszthatatlan részét képezi a jelen ÁSZF, illetve az egy okiratban foglalt szerződés szövege a jelen ÁSZF-fel együttesen képezi a felek között megkötött szerződést.
7. 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 ezeket nem utasította vissza, vagy nem kifogásolta.
8. 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).
9. Minden nem a Médiaszolgáltatásokban teljesített szolgáltatás (ide értve a merchandising, rendezvény, egyéb platformokon teljesített szolgáltatás) valamint a 60 mp-et meghaladó hosszúságú televíziós vásárlások, a televíziós vásárlási műsorablak közzétételének feltételei mindig egyedi, külön szerződésben kerülnek szabályozásra.
10. Az MTM-SBS Zrt. a megrendelőknek biztosítja az „elkülönült értékesítés” lehetőségének az igénybe vételét. Az elkülönült értékesítés igénybe vételének biztosítása azt jelenti, hogy a megrendelők részére ésszerű piaci áron és indokolatlan megkülönböztetés nélkül a Médiaszolgáltatások reklámidéje külön-külön is elérhető, illetve azokban egymástól függetlenül, önállóan, ésszerű piaci áron reklám- és egyéb kereskedelmi közlemények sugárzása megrendelhető, költségi és egyéb vállalások tehetők. Másrészt tekintettel arra a körülményre, hogy az MTM-SBS Zrt. a „TV2” elnevezésű, országos lineáris audiovizuális médiaszolgáltatás jogosultja, médiaszolgáltatója és kereskedelmi felületeinek kizárólagos értékesítője elkülönült értékesítés az olyan értékesítés is, amely értékesítési csomag a TV2-t nem tartalmazza, amely értékesítési csomag megrendelő részéről történő választására az MTM-SBS Zrt. reális piaci áron és feltételekkel mindenkor lehetőséget biztosít.

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

II. Értelmező rendelkezések

A jelen Általános Szerződési Feltételekben:

- **ASA: (Advertising Standards Authority):** független (kormánytól és az iparágtól) 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;
- **Alkoholital reklámja:** az olyan alkoholos italt tartalmazó reklám, amely italnál az alkoholtartalom legalább 0,5%. Alacsony alkoholtartalmú ital 0,5-1,2% közötti alkoholtartalmú ital. Az 1,2% feletti alkoholtartalmú ital 18 éven aluliaknak nem reklámozható, a kifejezetten 18 éven aluliaknak készült/szánt műsorok környezetében nem reklámozható, ilyen műsort nem támogathat;
- **Árjegyzéki vagy listaáron történő értékesítési rendszer:** az olyan értékesítési forma, amelynél a reklámidő értékesítése a jelen ÁSZF részét képező árjegyzéki áron vagy a szerződésben meghatározott áron történik GRP teljesítési vállalás nélkül;
- **ÁSZF:** a jelen Általános Szerződési Feltételek, amelyek a Médiaszolgáltatásokban közzétett, illetve közzétetni kívánt reklámok, műsor/műsorsáv/médiaszolgáltatás támogatása, termék megjelenítés – ide értve a kellék- és nyereménybemutató üzenetek szerződéses feltételeit szabályozzák. Az ÁSZF 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, közzé tételére 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 (UK Code of Broadcast Advertising):** valamennyi Ofcom licenc alapján működő médiaszolgáltatásban (televízió és rádió) közzétett reklámra, elsődleges jelleggel azok tartalma, az abban foglalt kereskedelmi kommunikációra vonatkozó, azok tekintetében érvényes szabályrendszer, amely szabályrendszer célja a fogyasztók védelme. A kódex részét képezi a reklámok műsorrendbeli elhelyezésének a szabályai is (32. fejezet: Scheduling). A BCAP Code-ot az ezzel a jogkörrel felhatalmazott CAP (Committee of Advertising Practice), illetve a BCAP (Broadcasting Committee of Advertising Practice) alakította ki, illetve dolgozta ki;
- **Broadcasting Code: (Médiaszolgáltatási Kódex)** az Ofcom licenccel működő médiaszolgáltatások médiaszolgáltatói által a médiaszolgáltatási tevékenysége során követendő és betartandó a szerkesztett tartalmak (műsorok) tartalmi és műsorrendbeli elhelyezés szabályait tartalmazó kódex. Ennek a 9. fejezete tartalmazza a műsorokban megjelenített és az ahhoz kapcsolódó kereskedelmi közlemények/utalások, úgymint termék megjelenítés, kellék megjelenítésre, támogatás és a műsorban megjelenő, a műsor tartalmából származtatható egyéb kereskedelmi jellegű tartalmakra vonatkozó szabályokat;
- **Burkolt kereskedelmi közlemény:** a műsorszámban termékre, szolgáltatásra vagy védjegyre történő utalás vagy hivatkozás, amely a médiaszolgáltató szándéka szerint reklámcélokat szolgál és ez a körülmény a nézők számára nem kerül egyértelműen jelzésre, illetve jellegét tekintve félrevezetheti a nézőket. Amennyiben ilyen utalás, hivatkozás fizetés vagy más hasonló ellenszolgáltatás ellenében történik, akkor az nagy valószínűséggel burkolt kereskedelmi közlemény. Burkolt kereskedelmi közlemény (reklám) közzététele tilos;
- **CAP (Committee of Advertising Practice):** amelyet az ASA igazgatása alatt működik,

és amely egyik megalkotója a BCAP kódexnek, reklámfelügyeletként a monitoring szolgálata ellenőrzi és figyeli a média reklámszolgáltatását, kivizsgálja az ezzel kapcsolatos panaszokat és jogsértés esetén szankciókat alkalmaz;

- **Célcsoport:** a magyar lakosságnak egy csoportja, a műszeres nézettséget mérő gazdasági társaság (az ÁSZF kibocsátásakor a Nielsen Közönségmérő Kft.) adatszolgáltatása szerinti bontásban;
- **Cost/GRP: (30"):** Cost per GRP, 1% nézettségre eső költség Ft, illetve ár Ft-ban/30 mp hosszúságú reklámfilm;
- **Deal Memo:** egy okiratba foglalt előszerződés, amelyben a megrendelő meghatározott időszakon belüli meghatározott Költsési és/vagy Share vállalásra, míg az MTM-SBS Zrt. vállalás teljesítésének lényeges feltételeire, különös tekintettel a sugárzási díjakra, napszaki megosztásra (ha az eltér a természetes napszaki megosztástól), esetleges blokkpozícióra vállal kötelezettséget, a jelen ÁSZF a Deal memo elválaszthatatlan részét képezi;
- **Értékesítés:** a Médiaszolgáltatásokban bármilyen formában megjelenő reklám, támogatás és termékmegjelenítés (kellék-és nyereménymegjelenítés) értékesítése, szervezése és bonyolítása;
- **Értékesítési rendszer:** a Médiaszolgáltatások reklámideje értékesítése során alkalmazott rendszerek úgymint: „Fix C/GRP” értékesítési rendszer és az árjegyzéken (listaáron) történő értékesítés;
- **FEM3:** az ilyen elnevezés/védjegy alatt a Médiaszolgáltató szerkesztői felügyeletével és ellenőrzésével Ofcom licenc alapján működő, kódolt, csak a műsorterjesztői rendszerek útján programcsomagban terjesztett, előfizetői díj fizetése mellett hozzáférhető, elsősorban nőknek szóló általános szórakoztató lineáris audiovizuális médiaszolgáltatás, amely naponta minimum 20 maximum 24 óra műsoridőben sugároz műsort;
- **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 (megrendelő ügynökség) nevének első három betűje,
 - a filmkód 4. és 5. száma az adott évet jelöli,
 - a filmkód 6., 7. és 8. betűjele a Reklámozó (hirdető) 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
- **Fttv.:** a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. évi törvény;
- **Fogyasztóvédelmi műsor (consumer advice programme):** fogyasztóvédelmi tanácsadó műsor, illetve árukat, szolgáltatásokat értékelő, azokat bemutató műsor;
- **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);
- **Gyártási díj:** a kereskedelmi közlemény (reklám, támogatói üzenet, nyereménybemutató elkészítésének költségei), ha annak elkészítését a megrendelő az MTM-SBS Zrt-től rendeli meg, illetve a termékmegjelenítéssel kapcsolatban a műsor gyártójának, illetve filmelőállításának vagy az MTM-SBS Zrt-nek. a műsorba foglalásával felmerült költségei;
- **Gyerekek, illetve kiskorúak:** a 16 éven aluliak, illetve a Broadcasting Code szerint 15 éven aluliak;
- **Gyerekeknek szánt vagy gyermekeket is vonzó termékek/szolgáltatások** olyan termékek/szolgáltatások, amelyek alapvetően a gyerekek érdeklődési körébe tartoznak,

illetve az olyan termékek és szolgáltatások, amelyek a gyerekek számára is valószínűleg vonzóak, de nem kizárólag az ő érdeklődési körükbe tartoznak, illetve őket célozzák meg;

- **Gyerekműsor** (children program): olyan műsorok, amelyek elsődlegesen a 16 év alatti nézők számára készültek (készülnek), illetve készítenek;
- **Hatóság(ok)**: a Gazdasági Versenyhivatal (GVH), a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság (NFH), NMHH Médiatanács, Pénzügyi Szervezetek Állami Felügyelete (PSZÁF), és az Ofcom licenc alapján működő médiaszolgáltatások felett felügyeletet és hatósági jogkört ellátó brit hatóságok (ASA, Ofcom);
- **HFSS áru/termék**: magas zsír-, só- és cukor tartalmú termék;
- **Hírműsor**: az olyan műsor, amely helyi, nemzeti és nemzetközi híreket tartalmazó műsor;
- **Idegen termék**: ugyanazon reklámfilmbe a reklámozó termék-, ill. szolgáltatáskörén kívül eső termék vagy szolgáltatás megjelenítése és/vagy népszerűsítése;
- **Időszerű tájékoztató műsor** (current affairs programme): olyan műsor, amely időszerű események és kérdések elemzését, értékelését, magyarázatát tartalmazza, mutatja be, ide értve politikai, közpolitikai, gazdasági vitákkal foglalkozó műsorokat is;
- **Kampány**: a megrendelő által egy hónapon belüli az adott Médiaszolgáltatásban sugárzásra megrendelt egy adott terméket/márkát/áru/szolgáltatást népszerűsítő, illetve megjelenítő reklámszpotok, támogatási-, nyereményüzenetek sorozata (ez utóbbinál kampáynak tekinthető az is, ha a támogatási/nyereményüzenetek több nem ugyanazon műsorhoz kapcsolódnak és ugyanaz a kereskedelmi üzenetük);
- **Kampánybűdzs**: a megrendelt reklám -, illetve támogatási kampány díja;
- **Kellékmegjelenítés** (prop placement): jelentéktelen, csekély értékű termék vagy szolgáltatás azok védjegyének vagy azokra való utalás műsorban való megjelenítése, ha ezek megjelenítéséért, bemutatásáért a Médiaszolgáltató vagy kapcsolt vállalkozás (ide értve az MTM-SBS Zrt-t is) nem részesül pénzbeli vagy egyéb ellenszolgáltatásban eltekintve a termék/szolgáltatásnak a rendelkezésre bocsátását a műsor elkészítéséhez;
- **Kereskedelmi főműsoridő**: FEM3 és PRO4 tekintetében: 17:00-23:59, a SuperTV2 tekintetében: 18:00-22:59 közötti időtartam;
- **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, a televíziós vásárlás és televíziós vásárlási műsorablak;
- **Kiemelt vagy prémium kategóriájú műsorszám vagy műsor**: a Médiaszolgáltatásban közzé tett, kiemelt költségvetésű, vagy beszerzési költségű a Médiaszolgáltató által ilyen kategóriájúként minősített műsor, amelynek a környezetében, illetve az abban megjelenő kereskedelmi közlemény sugárzásának, illetve megjelenítési díja a többi, azonos vagy közel azonos műsornapon és műsorsávban közzétett műsorban történő megjelenéshez képest magasabb összegben kerül megállapításra. A kiemelt/ prémium jelleg napszakokra, sugárzási napokra és időszakokra is vonatkozhat, amelynél valamilyen szempontból az adott napszakban, sugárzási napban és időszakban sugárzott műsorok vagy műsorfolyam a Médiaszolgáltatáson belül megkülönböztető jelleggel bírnak
- **Költési- vagy volumenvállalás**: a megrendelő által a Médiaszolgáltatásban és/vagy a Médiaszolgáltatásokban együttesen meghatározott időszak alatt reklámsugárzás és médiaszolgáltatás/műsörtámogatás/termékmegjelenítés elköltésére vállalt nettó vagy netnet összeg. A támogatási/termékmegjelenítési költségek külön szerződés tárgyát képezik. A Költsési vállalásba - ezzel ellenkező kikötés hiányában - csak pénzbeli ellenszolgáltatással az MTM-SBS Zrt-nek (mint a Médiaszolgáltatások kereskedelmi felületeit kizárólag értékesítő közvetített szolgáltatást nyújtónak) fizetett reklám- és támogatói/termékmegjelenítési költségek, számítanak be (a barterköltségek nem). Ennek megfelelően a Költsési vállalásba nem számítandók be: a nem az MTM-SBS Zrt-nek közvetlenül fizetett műsor/médiaszolgáltatás támogatási és termékmegjelenítési

költségek/összegek, a gyártási díjak, a barterköltségek, technikai díjak és felárak, kötbérek, a szponzor, illetve a reklámozó/támogató) által finanszírozott műsorköltség, azaz a szponzorfinanszírozott műsorra (advertiser-funded program („AFP”)) fordított gyártási költség. A szponzorfinanszírozott műsor támogatási díja – ha az a gyártási díjtól elkülöníthető, beszámít a Költsési vállalatba. Szintén nem képezik a Költsési vállalat részét a televíziós vásárlás műsorablak, a 60 mp-nél hosszabb televíziós vásárlás, a reklámszolgáltatón (megrendelő ügynökségen) kívül más harmadik személy által közvetített reklámmegrendelések, valamint nem a Médiaszolgáltatásban igénybe vett szolgáltatások költségei (merchandising, internet, stb.). A társadalmi célú reklámköltségek akkor számítanak be a Költsési vállalatba, ha ezt a szerződés így rendezi. A Költsési vállalat a vonatkozó szerződéstől (ide értve a megrendelést és annak visszaigazolását, Deal memót is) függően vonatkozhat a jelen ÁSZF szerint egy adott Médiaszolgáltatásra és/vagy több Médiaszolgáltatásra.

- **Megrendelő:** a reklámozó vagy a reklámszolgáltató gazdálkodó szervezet (Ptk. 685.§. c. pontja) és gazdasági és szakmai tevékenysége keretében eljáró természetes személy, aki/amely kereskedelmi közlemény vagy egyéb kereskedelmi kommunikáció közzétételét a Médiaszolgáltatás(ok)ban megrendeli;
- **Médiaszolgáltatás:** a FEM3, a SUPERTV2 és a PRO4 külön-külön és együttesen is;
- **Médiaszolgáltató:** a CEE Broadcasting Limited ;
- **Műsor:** a Médiaszolgáltató által megszerkesztett és annak szerkesztői felelősségével és ellenőrzése alatt a Médiaszolgáltatásban nyilvánosan és folyamatosan közzétett műsorszámok és kereskedelmi közlemények sorozata, illetve a Médiaszolgáltatás megkülönböztető neve/védjegye alatti műsorfolyam, a műsor a szöveg kontextusában a műsorszámot is jelenti, jelentheti;
- **Műsorral összefüggő kereskedelmi jellegű anyag:** (program-related material „PRM”): a műsor alatt vagy annak környezetében a műsor tartalmából közvetlenül származtatható termék vagy szolgáltatás promóciója, ha ez a promóció szerkesztőileg indokolt, ha a nézőknek is előnyös vagy lehetőséget a műsorral történő interaktivitásra;
- **Műsorrend, illetve a műsortükör:** a Médiaszolgáltató által a Médiaszolgáltatás megszerkesztett műsora, illetve a műsortükre - ez utóbbi a műsorcímetek vagy típusokat és reklámblokkok egymás utáni tervezett sorrendjét azok hosszának és előreláthatólag tervezett kezdési időpontjának megjelölését vagy napszaki sugárzási tervét tartalmazza;
- **Műsorszám:** hangok, illetőleg hangos vagy néma mozgóképek sorozata, amely a Médiaszolgáltató által kialakított műsorrendben vagy kínálatban önálló egységet alkot, és amelynek formája és tartalma a rádiós vagy televíziós médiaszolgáltatáshoz hasonlítható;
- **Napszaki megoszlás:** a megrendelt, illetve leszállított GRP napszakonkénti aránya, illetve az árjegyzéki értékesítésnél megrendelt/teljesített reklámszpot sugárzások napszaki arányának mutatója. A Médiaszolgáltatásokban az MTM-SBS Zrt. a jelen ÁSZF IV. fejezete szerinti napszakokra fogad be reklámmegrendelést.
- **Netnet összeg vagy Költsési vállalat:** az ügynökségi engedmény nélküli nettó összeg vagy Költsési vállalat;
- **Net vagy nettó összeg vagy vállalat:** a megrendelőnek biztosított összes kedvezménnyel csökkentett Áfa nélküli összeg vagy Költsési vállalat, amely összegből, illetve vállalatból – ha a megrendelő reklámszolgáltató/megrendelő ügynökség – a jelen ÁSZF szerinti 15% ügynökségi engedmény még nem került levonásra;
- **Nézettségi mutatók:** a műsor célcsoport körében elért nézettségi % a Nielsen Közönségmérés Kft. által mért és feldolgozott adatok alapján az MTM-SBS Zrt. MediaPro elnevezésű saját értékesítési szoftverében;
- **Nyereményfelajánló:** a nyereménybemutatást megrendelő, illetve az a személy (gazdasági társaság vagy természetes, amely/aki a bemutatott nyereményt/nyereménytárgyat biztosítja, illetve amelynek/akinek érdekében kerül sor a nyereménybemutatásra;
- **Nyereménybemutatás formája:** a nyereményt bemutató üzenet Médiaszolgáltatásban, illetve a műsorban történő megjelenési/közzé tételi módja (így a műsor/műsorok

megnevezésre, amelyben megjelennek, megjelenések száma/műsor, a megjelenés/üzenet időtartama/műsor, megjelenés vizuális és akusztikus tartalma, stb.).

- **Nyereményüzenet:** a műsorban (esetleg műsorelőzetesben) a megnyerhető termék, szolgáltatást bemutató kereskedelmi közlemény. A nyereményüzenet a nyeremény értékétől és a bemutatás ellenszolgáltatásától függően vagy kellékmegjelenítés, vagy termékmegjelenítés;
- **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 műsorokban a kereskedelmi közlemények, kereskedelmi utalások közzétételére, megjelenítésére vonatkozó szabály együttese (9. fejezet), a Code on the Scheduling of Advertising (reklámok beszerkesztésének szabályai), valamint a BCAP Code (ide értve annak részét képező szabályai a televíziós reklámok műsorba szerkesztéséről), valamint a vonatkozó iránymutatások. Az érvényes szabályok elérhetők az Ofcom, valamint az ASA honlapján;
- **Osztott képernyős reklám:** az audiovizuális mediaszolgáltatásban a műsorszám közzététele alatt közzétett, a képernyő meghatározott részét betöltő reklám, amelyet műsorszámtól vizuálisan jól felismerhetően kerül közlésre a reklám jellegének feltüntetése mellett;
- **PRO4:** az ilyen elnevezés/védjegy alatt a Médiaszolgáltató szerkesztői felügyeletével és ellenőrzésével Ofcom licenc alapján működő, kódolt, csak a műsorterjesztői rendszerek útján programcsomagban terjesztett, előfizetői díj fizetése mellett hozzáférhető, elsősorban férfiaknak szóló általános szórakoztató lineáris audiovizuális mediaszolgáltatás, amely naponta minimum 18 maximum 24 óra műsoridőben sugároz műsort;
- **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:** a Médiaszolgáltatásban adott naptári hónapon belül sugárzásra megrendelt egy adott terméket/márkát/áru/szolgáltatást/brandet, illetve a reklámozó azonos tevékenységét népszerűsítő reklámok, illetve reklámszpotok sorozata;
- **Reklámozó vagy Hirdető:** akinek/amelynek az érdekében a reklám közzétételre kerül, illetve aki/amely a reklám közzétételét saját érdekében megrendeli;
- **Reklám közlétevője:** 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 Médiaszolgáltatásokban történő kereskedelmi közlemény közzétételének megrendeléseknél;
- **SevenOne Media:** A ProSiebenSat1 A.G. transznacionális médiacsoport (amelynek az MTM-SBS Zrt. is a tagvállalkozása) kereskedőháza, és amelynek elnevezését védjegyhasználati megállapodás alapján az MTM-SBS Zrt. kereskedelmi tevékenysége körében, mint márkanév használja, amely márkanév (brand) alatt az ilyen tevékenységét – így többek között a Médiaszolgáltatások kereskedelmi felületeinek az ékesítést is – végzi

Share vállalás vagy költési arány: a Médiaszolgáltatás és/vagy a Médiaszolgáltatások részesedése a megrendelő tárgyévi a magyarországi magyar nyelvű audiovizuális mediaszolgáltatásokban történő televíziós költségéből százalékban megállapítva. A Share vállalásba, illetve annak teljesülése megállapításánál azok a költségek számítandók be, amelyek a Költési vállalásba. Ezzel ellenkező írásbeli kikötés hiányában a Share vállalás a Médiaszolgáltatások tekintetében külön-külön kezelendő. A Médiaszolgáltatások tekintetében együttes Költési vállalásnál a Share vállalás is így tekintendő. A Share vállalás csak akkor minősül teljesültnek, ha megrendelő televíziós(költségre vetítve megfelel a vállalt százalékos aránynak, függetlenül a Költési vállalás felül-, vagy alulteljesítésétől;

- **SuperTV2 (STV2):** az ilyen elnevezés/védjegy alatt a Médiaszolgáltató szerkesztői felügyeletével és ellenőrzésével Ofcom licenc alapján működő, kódolt, csak a műsorterjesztői rendszerek útján programcsomagban terjesztett, előfizetői díj fizetése mellett hozzáférhető, általános szórakoztató lineáris audiovizuális médiaszolgáltatás, amely naponta minimum 18 maximum 24 óra műsoridőben sugároz műsort. Az STV2 műsorjele SD és HD formátumban is előállításra, illetve kibocsátásra kerül ugyanazzal a műsorral, illetve műsorfolyammal;
- **Támogatás:** olyan hozzájárulás, illetve finanszírozás, amelyet valamely köz- vagy magánvállalkozás vagy természetes személy nyújt azzal a céllal, hogy terméket, szolgáltatását, védjegyét, tevékenységét a médiaszolgáltató népszerűsítse;
- **Támogatott műsor/médiaszolgáltatás:** olyan műsor – ide értve annak szegmensét, műsorblokkot, médiaszolgáltatást – amelynek költségeit teljesen vagy részben a támogató finanszírozza. Ilyen támogatott műsor a szponzor/reklámozó által finanszírozott (AFP) műsorok. Ez utóbbi költség/finanszírozás költsége csak akkor képezi a Költsési vállalás részét, ha a vonatkozó szerződés vagy a felek közötti megállapodás kifejezetten így rendelkezik;
- **Támogató:** az a (nem audiovizuális médiaszolgáltató vagy filmelőállító/műsorkészítő) köz- vagy magánvállalkozás, illetve gazdasági és szakmai tevékenysége körében eljáró természetes személy, amely/aki hozzájárul a műsor/annak szegmense/műsorblokk/médiaszolgáltatás finanszírozásához vagy teljes egészében finanszírozza azt/azokat abból a célból, hogy a termékét, szolgáltatását, védjegyét és/vagy tevékenységét népszerűsítse;
- **Támogatói díj:** az díj, illetve hozzájárulás, költségvállalás, amelyet a Támogató teljesít, illetve biztosít a műsor elkészítési és/vagy közzé tételi költségeihez, illetve a műsor annak szegmense, a műsorblokk, a médiaszolgáltatás Támogató által fedezett költséghányada, illetve a felek megállapodása szerinti – megrendelés és utolsó visszaigazolás – szerint a műsortámogatói forma szerinti közléséért fizetendő díj;
- **Támogatási forma:** a támogatás, illetve a támogatói üzenet/üzenetek Médiaszolgáltatásban történő megjelenési/közzé tételi módja (pl.: műsor előtt, műsorral egyidejűleg, illetve a műsorban, műsormegszakítás után, műsor után, támogatási üzenet időhossza, megjelenés szám, stb.);
- **Támogatói vagy támogatói üzenet/utalás:** minden a műsortámogató termékére, szolgáltatására, védjegyére való utalás, illetve az ezeket tartalmazó kereskedelmi üzenet.
- **Tárgyhó vagy tárgydőszak, támogatási/megjelenési időszak:** a megrendelt reklám sugárzási hónapja, illetve támogatás/nyeremény/termékmegjelenítés megrendelt időszaka;
- **Társadalmi célú reklám (TCR):** nem politikai reklámnak minősülő, üzleti érdekeltséget nem tartalmazó, nem ingyenesen közzé tett, reklám- és kereskedelmi célokat nem szolgáló, valamilyen közhasznú vagy más közérdekű, jótékonyági cél/tevékenység támogatására vagy ilyen cél megvalósulását veszélyeztető magatartásra hívja fel a figyelmet, illetve az ilyen célokat szolgáló szervezetek ilyen vonatkozású hirdetései;
- **Televíziós költség:** a megrendelő tárgyévi reklám- és támogatási költsége azokban a médiaszolgáltatásokban (illetve médiaszolgáltatásoknak nyújtott/fizetett költsége), amelyek vonatkozásában a megrendelői Share vállalás történt. A televíziós költségbe a megrendelői Költsési vállalásba számított költségek számítódnak be;
- **Televíziós reklám:** bármilyen olyan – műsorszámon kívüli - tájékoztatás (és vagy megjelenési mód), amelyet köz- vagy magánvállalkozás vagy természetes személy fizetés vagy hasonló ellenszolgáltatás ellenében vagy önreklámozás céljából egy szakma, üzlet, foglalkozás vagy hivatás tekintetében kerül sugárzásra/közzé tételre annak érdekében, hogy előmozdítsa áruk, szolgáltatások értékesítését, ide értve ingatlanokét, jogok és kötelezettségeket is. Nem tekinthető televíziós reklámnak, illetve nem számít be a megengedett reklámidő mennyiségbe a saját médiaszolgáltatás, a műsorok, a médiaszolgáltatással kapcsolatos szolgáltatások (broadcast related services), mint médiaszolgáltatás/médiaszolgáltató saját brandjeinek (termékeinek) – ide értve a brandelt aktivitásokat, eseményeket is – (nem a műsorszámon belüli) népszerűsítése. Más

médiaszolgáltató műsorszámának előzetese viszont reklámnak tekintendő, kivételt képez ez alól az ún. Cross Promotion Code (kereszt-promóciós kódex) által megengedett promóció (a pénzmozgás nélküli ugyanazon médiaszolgáltató másik médiaszolgáltatásának/műsorainak vagy abban legalább 30%-os tulajdoni vagy szavazati joggal rendelkező médiaszolgáltató médiaszolgáltatásának/műsorainak promóciós szpotjai – ezek nem terhelik a reklám-időkeretet, illetve a megengedett reklámidőt);

- **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, a televíziós vásárlás időtartama beszámít a megengedett reklámidőbe (12 perc/óra, amelyből a reklám 9 perc lehet);
- **Televíziós vásárlási műsorablak:** legalább 15 perc hosszúságú televíziós vásárlás, amely nem számít be a reklámidőbe, sem időbeli, sem darab számú korlát nincs;
- **Termékmegjelenítés:** a műsorban megjelenő termék/szolgáltatás, ezekre történő képi és/vagy hangi utalás, ha bemutatás a médiaszolgáltatónak vagy a műsorkészítő producernek történő pénzfizetés vagy neki nyújtott jelentékeny ellenszolgáltatás ellenében történik;
- **Termékfa:** az MTM-SBS Zrt. által a reklámértékesítésére kialakított kategória rendszer, amelybe a reklám annak tartalma, témája, népszerűsíteni kívánt terméke (szolgáltatása) alapján besorolásra kerül (termékfa az ÁSZF 8. sz. melléklete);
- **Tpvt.:** A tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. tv. ;
- **Virtuális reklám:** a műsorjelbe injektált vagy utólagosan illesztett reklám, ennek használatát a nézőknek jelezni kell, meglévő reklámot cserél át;

III. Ajánlati Rend

1. Az MTM-SBS Zrt. a Médiaszolgáltatásokkal kapcsolatos kereskedelmi értékesítési tevékenységénél csak írásbeli ajánlatot, illetve ajánlati felhívást fogad el. Ha az ajánlattevő reklámszolgáltató, illetve megrendelő ügynökség, akkor a tárgyévi első ajánlatkérése mellé a reklámozó/támogató, megbízási nyilatkozatát is mellékelni kell. Nem szükséges az ilyen megbízási nyilatkozatot mellékelni, ha az MTM-SBS Zrt. már a tárgyévre vonatkozólag rendelkezik (akkor más jogviszonyból eredően) ilyen nyilatkozattal. Ilyen nyilatkozat hiányában az MTM-SBS Zrt. nem ad ajánlatot. Állandó jellegű reklámozói megbízási esetén a további ajánlatokhoz, illetve ajánlati felhívásokhoz a megbízási nyilatkozatot nem kell mellékelni.
2. Ha az ajánlati felhívás szóban történt és azt a megrendelő 48 órán belül írásban nem erősíti meg, akkor az MTM-SBS Zrt. az ajánlati felhívást tárgytalannak tekinti. Az MTM-SBS Zrt. az ajánlati felhívásra ajánlati kötelezettség (ajánlat adása) nem terheli.
3. 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 - 7 munkanap. Az ajánlatban nem szereplő feltételek tekintetében a jelen ÁSZF az ajánlat részét képezi.
4. Az ajánlattól eltérő tartalmú elfogadás – bármelyik fél részéről - új ajánlatnak tekintendő.
5. Külön a jelen ÁSZF tárgyi hatálya alá tartozó írásos szerződés hiányában a felek által teljesítendő, vállalt szolgáltatásokat és egyéb lényeges feltételeket egybehangzóan tartalmazó megrendelés és visszaigazolás a jelen ÁSZF-fel együtt képezi a felek között létrejött szerződést. Lényeges feltétel a reklámidő értékesítésnél a kampánybűdzs, a kampányidőszak, árak (lista vagy C/GRP), engedmények/árcsökkentő tényezők (ha vannak ilyenek). A támogatásnál a támogatási forma és az ahhoz kapcsolódó támogatási díj. Egyéb feltételek, úgymint Költsési és/vagy Share vállalás - ha az ajánlat és annak elfogadásában van ilyen vállalás, illetve ezek, mint árcsökkentő tényezők figyelembe vételre kerültek - a határozott idejű megállapodások esetén szintén lényeges feltételnek minősülnek.
6. Az MTM-SBS Zrt. fenntartja a jogot arra, hogy saját döntése alapján mindkét értékesítési rendszerben a jelen ÁSZF szerinti árcsökkentő tényezőkhöz kívül egyedi árcsökkentő vagy

növelő tényezőket érvényesítsen, illetve a reklámidőt egyéb értékesítési rendszerben nyújtsa.

7. A megrendelő reklámszolgáltató/médiaügynökség köteles a magyarországi reklámszolgáltatók (médiaügynökségek) számára a reklámozó által kiírt tenderen való részvétel előtt az MTM-SBS Zrt-től a Médiaszolgáltatásokban történő reklámkampányok és támogatás sugárzási feltételei tekintetében információt kérni, és pályázatában ezeket a feltételeket prezentálni. A megrendelő médiaügynökség köteles arra is, hogy az ő ügyfélkörébe tartozó reklámozó által kiírt tenderen való indulás előtt tájékoztassa az MTM-SBS Zrt-t a részvételéről és előzetesen egyeztessen az MTM-SBS Zrt-vel a pályázatában közzét a Médiaszolgáltatásokkal kapcsolatos feltételek tekintetében. Az MTM-SBS Zrt. által megadott feltételek tájékoztató jellegűek, és az MTM-SBS Zrt. a konkrét ajánlat vagy ajánlati felhívás ismeretében jogosult ezekről eltérni.

IV. Megrendelés

1. Az MTM-SBS Zrt. csak írásos megrendelést fogad el, reklámsugárzás megrendelésénél a 1. sz. mintanyomtatvány alapján. Az írásos megrendelő elküldésével – akkor is, ha az nem kitöltött mintanyomtatvánnyal történik, amely befogadására az MTM-SBS Zrt. saját döntése alapján jogosult - a megrendelő részéről az ÁSZF-et megismertnek és elfogadottnak kell tekinteni. Ez a rendelkezés úgyis is értelmezendő, hogy megrendelő az első megrendelés elküldésével a jelen ÁSZF-et megismerte és azt elfogadta.
2. Új – a Médiaszolgáltatásokban még nem hirdetett – megrendelő köteles a cégjegyzék szerinti nevét, cégjegyzék számát, székhelyét, adószámát megadni. Egyéni vállalkozó a vállalkozási igazolványszámát és annak igazolását, hogy vállalkozási tevékenysége körében jár el. 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/támogatói üzenet 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 a megrendelőtől a fenti adatok iránti kérelemről eltekinteni, illetve anélkül is az írásos megrendelést befogadni, ha a cégbírósági adatokat - más jogviszonyból eredően – már nyilvántartásba vette.
3. Áru illetve szolgáltatás reklámjának, illetve ezt tartalmazó támogatási üzenet – a továbbiakban: áru-reklám – közzétételének megrendelésekor (ha a vonatkozó áru reklámja még a Médiaszolgáltatásokban nem került közzétételre) a megrendelőnek a 2. 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 a mintanyomtatvány kitöltésének megkövetelésétől, ha előzetesen – más hirdetési jogviszony alapján – a nyilatkozat az MTM-SBS Zrt. rendelkezésére áll.
4. Az MTM-SBS Zrt. jogosult a Grtv. vagy egyéb magyar jogszabályok, illetve Ofcom szabályok szerinti egyéb okirat bemutatását, vagy a hirdetett áru termékjellemzőinek/tulajdonságainak igazolását is kérni a megrendelőtől (nem vényköteles gyógyszer, TB támogatásba nem befogadott gyógyszer, gyógyászati segédeszköz, alkoholtartalom, stb.).
5. A megrendeléssel a megrendelő visszavonhatatlanul vállalja, hogy az MTM-SBS Zrt. által visszaigazolt kampánybüdzsének megfelelő összeg Médiaszolgáltatásban (Médiaszolgáltatásokban) történő elköltését és megfizetését.
6. Reklámmegrendelésnél, ha az írásos megrendelés első reklámszpotjának sugárzási időpontját megelőzően az MTM-SBS Zrt. Kereskedelmi Igazgatóság Értékesítési Osztályához (1145 Budapest, Róna u. 174., fax: +36-1-467-6442, e-mail: sales@sevenonemedia.hu) az alábbi megrendelési határidőkkel megérkezik és azt az MTM-

SBS Zrt. visszaigazolja, akkor az MTM-SBS Zrt. az árjegyzéki értékesítésnél minden visszaigazolt feltételt garantál azzal a kiegészítéssel, hogy a sugárzások meghatározott időpontjai változhatnak. A fix C/GRP értékesítésnél az MTM-SBS Zrt. a C/GRP díjat és az egyéb visszaigazolt szerződés feltételeket – amely egyéb szerződési feltételeket a Deal Memo vagy más elnevezésű okiratok tartalmazzák – a jelen ÁSZF szerinti jogosítványai figyelembe vételével - teljesíteni vállalja.

Megrendelési határidők/határnapok:

Sugárzási hónap	Megrendelési határidő (éjfélig)
2013. április	2013. március 1. péntek
2013. május	2013. április 2. kedd
2013. június	2013. május 3. péntek
2013. július	2013. május 31. péntek
2013. augusztus	2013. július 3. szerda
2013. szeptember	2013. augusztus 2. péntek
2013. október	2013. szeptember 2. hétfő
2013. november	2013. október 3. csütörtök
2013. december	2013. október 31. csütörtök

7. A támogatásnál a megrendelési határidő/határnap az együttes ajánlat elfogadásától számított 10 munkanap, de legkésőbb a megrendelni kívánt támogatási forma szerint a támogatói üzenet első közlését megelőzően 5 munkanap. A megrendelő megküldésével a megrendelő részéről a támogatott műsor (műsorsáv, stb.) jellemzőit (szerkesztési elveit, koncepcióját, tartalmát, megjelenítését, arculatát a megrendelő részéről megismertnek kell tekinteni.
8. A vissza nem igazolt megrendelés tekintetében nincs teljesítési kötelezettség.
9. A megrendelési határnapon túl beérkezett megrendeléseknél az MTM-SBS a szerződéses feltételeket nem garantálja és ilyen esetben jogosult a felárzásra is, a felárak megállapítása a kampányérték/büdzs 5-15% közötti értékben történik, a reklámmegrendeléseknél az alábbi táblázat szerint. A változtatások csak akkor érvényesek, ha azt/azokat a megrendelő ezek kézhezvételétől számított 2 munkanapon belül írásban visszaigazolja. Ha nincs visszaigazolás, vagy az határidőn túl érkezik, akkor az MTM-SBS Zrt-nek nem köteles a megrendelés teljesítésére, kivéve, ha a felek ettől eltérően megállapodtak.

Sugárzási hónap	5% felár	10% felár	15% felár
Április	március 4.	március 11.	március 18.
Május	április 3.	április 10.	április 17.
Június	május 6.	május 13.	május 20.
Július	június 3.	június 10.	június 17.
Augusztus	július 4.	július 11.	július 18.
Szeptember	augusztus 5.	augusztus 12.	augusztus 19.
Október	szeptember 3.	szeptember 10.	szeptember 17.
November	október 4.	október 11.	október 18.
December	november 4.	november 11.	november 18.

10. A (reklám) megrendelésnek tartalmaznia kell:
 - i) a megrendelő (cég) nevét (ha a megrendelő reklámszolgáltató/megrendelő ügynökség, akkor reklámozó nevét is);
 - ii) a hirdetendő/reklámozott vagy szolgáltatás nevét, alkoholreklám esetén a reklámozott ital alkoholtartalmát, HFSS termék reklámja esetén ennek jelzését, illetve minden olyan a reklámban szereplő terméktulajdonságot, amely a BCAP kódex és a magyar reklámjogi

rendelkezők szerint a reklámok műsorbeli elhelyezését befolyásolja;

- iii) a Médiaszolgáltatás megnevezését, amely tekintetében a reklámsugárzás, kampánymegrendelés történik;
 - iv) kampány/sugárzás időszakát, különös tekintettel az első és utolsó sugárzási napra; továbbá, ha megrendelő által kívánt műsorkörnyezetet, sugárzási napokat, napszaki megoszlást (ha az eltér a jelen ÁSZF szerinti napszaki megoszlástól) azzal, hogy ha a felek közötti szerződés ettől eltérően nem rendelkezik, az MTM-SBS Zrt. ez utóbbi tényezők teljesítési vállalása esetén felárat alkalmazhat;
 - v) a reklámkampány keretében sugárzásra kerülő reklámfilm (több reklámfilm esetében külön-külön reklámfilmekként) azok adatait (hosszát, címét, filmkódját, ha már sugárzott reklámfilmről van szó). Ha a Médiaszolgáltatásokban korábban még nem sugárzott reklámfilm a megrendelés tárgya, akkor ezt a körülményt;
 - vi) a kampánybüdzsét Ft-ban és azt, hogy ez a kampánybüdzsé a teljes és Share vállalás szerinti televíziós reklámkampány költségéből milyen részt képvisel;
 - vii) az egyedi éves szerződésben megállapodott, vagy az ajánlat szerint árcsökkentő vagy árnövelő tényezőket (ha vannak ilyenek);
 - viii) a megrendelő szerinti termékfa szerinti kategória besorolást, amelyet az MTM-SBS Zrt. felülbírálnak, ha álláspontja szerinti besorolás eltér a megrendelő besorolásától. Ugyanakkor jelen fejezet 17. pontja szerint ez exkluzivitás biztosításával nem jár.
 - ix) mindazokat az információkat, amelyek a kampánymegrendelés szerződésszerű, illetve a felek között előzetesen létrejött megállapodás szerinti teljesítéséhez szükségesek.
11. A fix C/GRP értékesítési rendszerben teljesítendő megrendelésnél a fentiekén túl az alábbi adatokat kell, hogy a megrendelő még tartalmazza:
- i) a kampányban reklámozott áru vásárlási célcsoportját (figyelemmel VIII. fejezet 1.8 pontjára (befogadott célcsoport megrendelés),
 - (ii) az egyedi szerződés szerint megállapított C/GRP árat, és az ehhez kapcsolt szerződés szerinti napszaki megoszlását (ha van ilyen), illetve amennyiben ettől vagy az alábbi napszaki megoszlástól eltérni kíván a megrendelő, akkor a megrendelni kívánt napszaki megoszlást, melyről tudomásul veszi, hogy ez az igény felár alkalmazását jelentheti;
12. Egyedi reklámozási forma (single szpot, osztott képernyő, virtuális reklám, stb.) megrendelésénél a megrendelni kívánt egyedi reklámozási forma megnevezése és azzal kapcsolatos egyedi igények. Az ilyen reklámozási forma teljesítésének vállalása mindig egyedi árképzéssel történik és a megrendelési határidők is eltérhetnek/eltérnek az ajánlat szerint a fentiek szerinti megrendelési határidőtől.
13. A támogatás megrendelésénél a megrendelőnek az alábbi információkat kell tartalmaznia:
- (i) a megrendelő nevét és (reklámmegrendelésnél megkövetelt) cégadatait, ha a megrendelő reklámszolgáltató/megrendelő ügynökség, akkor támogató nevét is – ha még a Médiaszolgáltatásokban vagy az MTM-SBS Zrt-vel folytatott más jogviszony alapján a támogató még nem ismert az MTM-SBS Zrt. részére, akkor támogató cégadatait is;
 - (ii) a terméket/szolgáltatást/tevékenységet/márkát, amellyel a támogatási üzenetben megjelenni kíván;
 - (iii) a műsor(ok), műsorszegmens, műsorsáv, médiaszolgáltatás megnevezése, amelyek támogatását a megrendelő megrendeli;
 - (iv) megrendelt támogatási időszak és támogatási forma, különös tekintettel a megjelenési számot és helyét, sugárzási gyakoriságot, az üzenet hossza, több eltérő tartalmú vagy hosszúságú támogatói üzenet esetén a kért rotáció, illetve megosztás, illetve a különböző hosszúságú üzenet elhelyezési igényét azzal, hogy a műsoron belül rövid, emlékeztető üzenet lehet csak, amely a műsor támogatott jellegére utal;
 - (v) támogatási díjat;
 - (vi) minden egyéb olyan körülményt – ide értve a tranzakciós konstrukciót (csak pénzbeli ellenszolgáltatás, barterrel vegyes pénzbeli ellenszolgáltatás, csak barter) -, amely a megrendelt támogatás teljesítéséhez szükséges.
14. Ha a megrendelésben a (reklám) kampánybüdzsé vagy a támogatási díj devizában kerül megállapításra, úgy az MTM-SBS Zrt. a megrendelés (Ft) értékét a megrendelés napján az MTM-SBS Zrt. számlavezető bankja szerinti eladási árfolyamon számítja át.

15. A hiányos megrendelőt az MTM-SBS Zrt. csak hiánypótlás után igazolja vissza, és az MTM-SBS Zrt. ilyenkor is jogosult arra, hogy fenti 9. pont szerint járjon el, ha a megrendelési határidőre a kijavított/kiegészített megrendelő nem érkezik meg. A hibás vagy hiányos filmkód vagy egyéb hibásan megadott adatok, információk miatti károkért való a felelősség a megrendelőt terheli.
16. A közzétételre megrendelhető reklámszpot/reklámfilm és támogatási üzenet legrövidebb ideje 5 másodperc, a leghosszabb ideje reklámnál ideje 60 másodperc, támogatási üzenetnél 10 mp. Az MTM-SBS Zrt. egyedi reklámozási formáknál, illetve az emlékeztető támogatási üzenetnél 5 mp-nél rövidebb reklámfilm/támogatási üzenetet is – egyedi döntés alapján – befogadhat. A 60 másodpercnél hosszabb reklámfilmek, illetve a 10 mp-nél hosszabb támogatási üzenetek befogadása szintén egyedi elbírálás alapján történik.
17. A Médiaszolgáltatás műsor- és reklámstruktúráját (ide értve a reklámblokkok hosszát) a Médiaszolgáltató a vonatkozó Ofcom szabályok betartásával saját belátása alapján alakítja ki. Az így kialakított reklámstruktúra szerinti reklámblokkokon belüli reklámsugárzások, illetve több támogató esetén a műsorhoz kapcsolódó támogatási üzenetek sorrendjét az MTM-SBS Zrt. határozza meg a vonatkozó felár fizetése hiányában. Az MTM-SBS Zrt. ugyanakkor törekszik arra, hogy ugyanabban a reklámblokkban termékfa kategória szerint több azonos kategóriába besorolású reklám ne kerüljön beszerkesztésre, de ilyen kötelezettséget nem vállal. Támogatás esetében a szerződés szerint kikötött szektorkizárólagosság esetén vállal ilyen irányú kötelezettséget az MTM-SBS Zrt.
18. A megrendelő tudomásul veszi, hogy a reklámsugárzások ideje – a jelen ÁSZF vagy a vonatkozó szerződés szerinti napszakmix, illetve napszaki megoszlás betartásával történik. Ettől eltérő napszakmix/napszaki megoszlás, illetve naphasználati, vagy műsorkörnyezeti megjelenési igény teljesítése felárfizetés ellenében vállal az MTM-SBS Zrt. – felárfizetés ellenében történik.
19. Az MTM-SBS Zrt. a következő napszakokra fogad be megrendelést:

	I.	II.	III.
SuperTV2	02:00-17:59	18:00-22:59	23:00-23:59
FEM3	02:00-16:59	17:00-23:59	23:59-23:59
PRO4	02:00-16:59	17:00-23:59	23:59-23:59

20. Az MTM-SBS Zrt. a 30 másodperctől eltérő reklámfilm hosszánál, időtartamnál a sugárzási díjat/árat mind a C/GRP értékesítési formában, mind az árjegyzéki/listaáras értékesítésnél az alábbi szpohossz indexek szerint számolja el:

Szpothossz index:

Szpot hossza	Index mértéke
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%

21. A reklámkampányban megrendelt/visszaigazolt reklámidő, illetve támogatási felület felhasználási joga nem ruházható át. A megrendelt reklámidő/támogatási felület csak annak

a reklámozó reklámjának, illetve támogató üzenetének a sugárzására használható fel, amelynek érdekében a megrendelés történt. A reklámszolgáltató/megrendelő ügynökség az ügyfélkörébe tartozó más reklámozó/támogató érdekében megrendelt reklámidőt/támogatási felületet csak akkor használhatja fel, ha ehhez előzetesen az MTM-SBS Zrt. írásban – saját diszkrecionális jogkörében - hozzájárult. A jelen pontban foglalt rendelkezés a termékmegjelenítésre és a nyereménybemutatásra is megfelelően irányadó.

22. Médiaszolgáltatások között sem cserélhetők a megrendelt reklámok/támogatási üzenetek, egyén kereskedelmi közlemények. Minden ilyen jellegű igény új ajánlatnak, illetve megrendelésnek tekintendő, amely a jelen ÁSZF szerinti felárfizetés, technikai költség, illetve lemondási kötbér vagy módosítási díj hatálya alá eshet.

V. Visszaigazolás

1. Az MTM-SBS Zrt. a megrendelési határidőre beérkezett reklámkampány megrendelés szerinti kampánybüdzsét és az egyéb feltételeket – ha a megrendelés megfelel az előzőek szerinti feltételeknek - a megrendelési határidőt követő 2 munkanapon belül igazolja vissza. Kivételt képeznek ez alól a januári és a februári teljesítésű megrendelések. A visszaigazolás mindenkor írásban történik. A támogatás megrendelésének írásos visszaigazolása a megrendelés megérkezését követő 3 munkanapon belül történik.
2. A reklámsugárzás megrendelésének részletes szpotlista formátumú visszaigazolása a megrendelés megérkezésétől dátumától függően legkorábban a reklám közzétételének hónapját megelőzően 15 (tizenöt) munkanappal, de legkésőbb a kampány indulását megelőzően 5 (öt) munkanappal történik. Az árjegyzéki/listaáron történő értékesítésnél a visszaigazolás már tartalmazza a sugárzási díjat/árakat. 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. A „Fix C/GRP” értékesítési rendszerrel a spotlista alapú visszaigazolás annyiban tájékoztató jellegű, hogy a napszakmix megoszlás megtartása mellett, attól el lehet térni.
3. Az MTM-SBS minden két hétben új visszaigazolást küld a megrendelőnek, amennyiben a szpotlistában változás következett be.
4. Abban az esetben, ha a megrendelő lényeges feltételek tekintetében eltér a megrendelő és az MTM-SBS Zrt. által együttesen elfogadott ajánlattól, akkor amennyiben ennek megfelelően a megrendelő a megrendelést az MTM-SBS Zrt. szerint közölt határidőben nem korrigálja, akkor az MTM-SBS Zrt. a megrendelőt tárgytalannak tekinti, kivéve, ha időközben az együttesen elfogadott ajánlat a megrendelőben foglaltak szerint időközben nem módosult.
5. A megrendelő tudomásul veszi, hogy a Médiaszolgáltató fenntartja a műsorváltozás jogát. A műsorváltozás folytán a reklámnak a vállalt napszakmix megoszlás betartásával más műsorkörnyezetben, reklámblokkban vagy sugárzási időpontban történő sugárzásnál a megrendelő sem a Médiaszolgáltatóval, sem az MTM-SBS Zrt.-vel szemben nem léphet fel semmilyen igénnyel vagy követeléssel tekintettel arra a körülményre, hogy arra nézve nincs kötelezettségvállalás, hogy a reklámfilm sugárzása adott reklámblokkban/blokkokban, illetve műsorkörnyezetben történik. Ugyanakkor, amennyiben meghatározott vagy kiemelt műsorkörnyezeti vagy reklámblokk sugárzási vállalásnál az ilyen felár nem kerül felszámításra, ha a műsorváltozás miatt a reklám nem az ilyen vállalás szerint kerül közzétételre. Amennyiben a műsorváltozás a műsortámogatást és/vagy a nyereményt bemutató üzenetet érinti, és ennek következtében a támogatási-/nyereményüzenet sugárzása alacsonyabb médiaértékű sávba kerül és/vagy a visszaigazolt támogatási forma/nyereményüzenet bemutatási forma a műsorváltozás következtében nem teljesíthető – ide értve az érintett műsor megszűnését vagy sugárzásának felfüggesztését -, akkor a médiaérték különbségében, illetve az elmaradt sugárzás médiaértékében a megrendelőt az MTM-SBS Zrt. kompenzálja. A kompenzálás a visszaigazolt támogatási, illetve nyeremény bemutatási forma szerinti sugárzásokhoz képest a Médiaszolgáltatásban többletsugárzások teljesítésével a vonatkozó műsorhoz (ide értve a műsorelőzetest is) vagy más műsorhoz kapcsolódóan történik a megrendelővel történő előzetes egyeztetés mellett. A médiaérték

tekintetében a Médiaszolgáltatás reklámárjegyzéki, illetve listaára az irányadó. A megrendelő ezen kompenzációs igényen kívül egyéb igényt műsorváltozás folytán a Médiaszolgáltatóval, illetve az MTM-SBS Zrt-vel szemben nem érvényesíthet.

VI. Felelősségvállalás a médiaszolgáltatásban közölt reklámért és támogatási üzenetért

1. A megrendelő tudomásul veszi, hogy a Médiaszolgáltatásokban sugárzott reklámokra, támogatásokra, nyeremény bemutatására – ide értve azokkal szembeni tartalmi és vizuális megjelenést, az abban foglalt kereskedelmi kommunikációt/gyakorlatot - az Ofcom szabályok – elsődlegesen a BCAP kódex (lásd: értelmező rendelkezések), illetve a Broadcasting Code az érvényesek. A reklámokra, illetve a támogatási/nyereményüzenetben foglalt a kereskedelmi kommunikációra, tilalmakra az Ofcom szabályok mellett és azokon túl a magyar reklámjogi szabályok (Grtv., Fttv., ágazati jogszabályok) is hatályosak.
2. A Médiaszolgáltatások reklámstruktúrája, reklámok műsorkörnyezeti beszerkesztése, ide értve a műorszámok reklámmal történő megszakítását, a szerkesztett tartalom és a reklámok elválasztása, klasszikus reklámblokkoktól eltérő reklámozási technikák, illetve új reklámozási formák alkalmazása a vonatkozó Ofcom szabályok előírásainak megfelelően történik. A támogatási üzenetek műsorhoz kapcsolására, illetve ezek és a nyeremény bemutatási üzenet műsorban való megjelenítésére az Ofcom szabályok az irányadók, ezek közzétételénél, illetve műsorhoz, műsorszegmens, műsorblokkhoz való illesztésénél, a műsorban való közlésénél, valamint a médiaszolgáltatás támogatásánál a Médiaszolgáltató ezen szabályok betartásával jár el.
3. A Médiaszolgáltató és az MTM-SBS Zrt. kizárják a felelősségüket a reklám/támogatási/nyereményüzenet – továbbiakban együttesen kereskedelmi közlemény - tartalmáért, tényállításaiért, az ebben foglalt kereskedelmi gyakorlatért és/vagy kereskedelmi kommunikációért (ide értve megtévesztő volta), ezek vizuális és akusztikus megjelenítéséért, illetve a reklámoknak/támogatási/nyereményüzenetek az Ofcom és a magyar reklámjogi szabályoknak történő megfeleltetéséért. Mindezekért kizárólag a megrendelő felelős.
4. A megrendelő kizárólagos felelőssége tehát az 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 rendelkezéseknek való teljes körű megfelelés. A megrendelő kötelezettsége, hogy a szakmai gondosság követelménye szerint vizsgálja meg és biztosítsa, hogy a reklám/támogatási-, illetve nyereményüzenet mind tartalmi, mind vizuális és akusztikus megjelenése vonatkozásában megfeleljen ezeknek az előzőekben említett szabályoknak. A megrendelő felelős azért, hogy a kereskedelmi közlemény a fentiekben túlmenően ne sértsen alkotmányos és emberi alapjogokat, a közérkölcset és közizlést. A megrendelő tudomásul veszi, hogy az Ofcom szabályok külön is hangsúlyozzák a reklámpiaci szereplők – ide értve a támogatók és nyereményfelajánlók (termékmegjelenítőket), mint hirdetőket – kereskedelmi kommunikációjukkal kapcsolatos társadalmi felelősségét, amelyre külön is utal egyes szabályoknál, de általános elvként leszögezi, hogy a kereskedelmi közlemények/kommunikációknak nemcsak a szabályok szó/betű szerinti tartalmának, de azok szellemiségének is meg kell felelniük.
5. A megrendelő tudomásul veszi, hogy az MTM-SBS Zrt. (és a Médiaszolgáltató) nem köteles a kézbesített kereskedelmi közleményt annak sugárzása, illetve műsorba szerkesztése előtt megtekinteni és jogszabályi (ide értve az Ofcom szabályok és a magyar reklámjogi szabályoknak) való megfeleltetését vizsgálni. Ezért a megrendelő a kereskedelmi közlemény által, a vonatkozó szabályok megszegéséért való felelősségét nem mentheti ki azzal, hogy az MTM-SBS Zrt. vagy a Médiaszolgáltató nem a kellő szakmai gondossággal járt el ezek sugárzásra történő befogadásánál, illetve, hogy nem figyelmeztette őt ezek jog-, illetve szabálysértő voltáról.
6. Az MTM-SBS Zrt. – nem átvállalva a fentiek szerinti megrendelői felelősséget – jogosult arra, hogy az Ofcom szabályok és a magyar reklámjogi és ágazati jogszabályok szerint tiltott árut népszerűsítő kereskedelmi közlemény közzé tétele megrendelésének a visszaigazolását visszautasítsa, amennyiben a megrendelőből már ez a körülmény kiderül. Amennyiben ez a megrendelőből nem derül ki, akkor ezzel a visszautasítási joggal az MTM-SBS Zrt. a

kereskedelmi közlemény adásanyagának hozzá történő megérkezését követően is élhet. Az MTM-SBS Zrt. a visszautasítási jogát az általa bármely okból vélelmezett jog-, illetve szabálysértő kereskedelmi közleménnyel kapcsolatban is gyakorolhatja. A sugárzás vállalásának visszautasításáról a megrendelőt az MTM-SBS Zrt. az adásanyag kézvétele követő 2 munkanapon belül írásban értesíti. A megrendelő - ha kereskedelmi közlemény jogsértése olyan, hogy az kijavítható -, vagy ha a megrendelő azt kicseréli és, ha a kijavított/kicserélt adásanyag annak kézbesítésére megállapított határidő napjáig beérkezik az MTM-SBS Zrt.-hez, akkor az MTM-SBS Zrt. a megrendelővel szemben nem alkalmaz jogkövetkezményt. Ha késve érkezik meg, de még a zárás előtt(1/A. melléklet), akkor az MTM-SBS Zrt. késedelmi díjat számít fel a jelen ÁSZF erre vonatkozó rendelkezései szerint. Abban az esetben viszont, ha a sugárzás kereskedelmi közlemény jog- illetve szabálysértő visszautasításának eredményeként marad el (nem történt kijavítás/kicserélés), akkor a sugárzás elmaradása miatti kárért teljes egészében a megrendelő tartozik felelősséggel. A felelőssége körében köteles az ezen okból elmaradt sugárzás(ok) sugárzási, illetve támogatási, nyeremény bemutatás díjának 100%-ban történő megtérítésére, az MTM-SBS Zrt. ezen összegről kibocsátott számlájának rendezésére. A megrendelő tudomásul veszi, hogy az MTM-SBS Zrt. fenntartja a jogát az ezen felüli közvetlen és közvetett kárának az érvényesítésére is.

7. A BCAP Kódex által legfontosabb áru kategóriák, amelyek televízióban nem reklámozhatók a jelen ÁSZF-hez csatolt 7. sz. melléklet tartalmazza. Azok az áruk, amelyek nem reklámozhatók, támogatási/nyereményüzenetben sem jelenhetnek meg úgysem, hogy azokra utalás történik.
8. A megrendelő teljes körűen helytállni tartozik a Médiaszolgáltatóval és/vagy az MTM-SBS Zrt.-vel szemben a brit és/vagy a magyar hatóságok által az Ofcom szabályok, illetve a magyar reklámjogi szabályok megsértése alkalmazott joghátrányokért. A helytállási kötelezettsége a megrendelőnek akkor is fennáll, ha jogsértés nem reklámozható áru reklámja/támogatási/nyereményüzenete, tekintettel arra a körülményre, hogy az MTM-SBS Zrt. nem vállal kötelezettséget a kereskedelmi közlemény előzetes megtekintésére, tartalmi vizsgálatára.
9. A megrendelő tudomásul veszi, hogy ha az angol reklámfelügyeleti szerv és/vagy az Ofcom, illetve a magyar hatóság a Médiaszolgáltatót, illetve az MTM-SBS Zrt.-t, (mint közvetítő szolgáltatót) felszólítja a kereskedelmi közlemény sugárzásának beszüntetésére, mert annak tartalma vagy sugárzási időpontja, műsorkörnyezeti elhelyezése vagy egyéb ok miatt jog-, illetve szabálysértő, akkor a Médiaszolgáltató a felhívás/felszólítás/határozat kézhezvételét követően haladéktalanul megszünteti ezek sugárzását az egyéb esetleges hatóság által megállapított jogkövetkezmények érvényesítési jogának fenntartása mellett. A sugárzás beszüntetéséről az MTM-SBS Zrt. a megrendelőt haladéktalanul írásban értesíti. A megrendelő köteles a sugárzás elmaradása miatti kár 100%-ban való megtérítésére az MTM-SBS Zrt., illetve a Médiaszolgáltató ezen kárán túli kára érvényesítési jogának fenntartása mellett. Amennyiben a jogsértés orvosolható azzal, hogy – megrendelővel egyeztetve – a Médiaszolgáltató más időpontban/műsorkörnyezetben sugározza a reklámot, illetve támogatási/nyereményüzenet más műsorhoz kapcsolható, illetve műsorban bemutatható, akkor a módosításra megállapított felár kerül érvényesítésre. Az elmaradt sugárzás díjának megtérítési vagy felár fizetésének kötelezettsége alól a megrendelő csak akkor mentesül, ha megrendelőben jelezte a reklám beszerkesztésének műsorkörnyezeti, illetve időpontbeli korlátait, illetve támogatásnál/nyereménybemutatásnál az ilyen irányú információkat és az MTM-SBS Zrt., illetve a Médiaszolgáltató ezeket a körülményeket nem vette figyelembe, és ennek folytán az ilyen irányú jogsértés igazolhatóan és kifejezetten a Médiaszolgáltató és/vagy az MTM-SBS Zrt. felróható magatartásának a következménye. A megrendelő továbbá tudomásul veszi, hogy a tartalmi/tényállítási okok miatti jogsértő kereskedelmi közlemény újbóli sugárzása (a kampánysugárzás folytatása) csak abban az esetben történik, illetve az MTM-SBS Zrt. a Médiaszolgáltatásban sugárzásra befogadásra csak akkor vállalja, ha az az angol reklámfelügyeleti szerv/Ofcom vagy a magyar hatóság iránymutatása szerint kijavításra került. Ha a jogsértés a kereskedelmi közlemény műsorbeli, illetve a műsorban való elhelyezésének a következménye, akkor a Médiaszolgáltató az új megrendelésnél már csak a vonatkozó műsorrendbeli elhelyezési/műsorhoz

kapcsolható/műsorban való bemutatási szabályok, betartásával, jogsértést nem eredményező módon teszi közzé a kereskedelmi közleményt. A Médiaszolgáltató, illetve az MTM-SBS Zrt. a kereskedelmi közlemény (kampány) sugárzását már akkor is leállíthatja/leállíthatja, illetve felfüggesztheti/felfüggesztetheti – költség-, kártalanítás- és kártérítési fizetés nélkül -, ha értesül arról, hogy a brit reklámfelügyeleti szerv/Ofcom és/vagy a magyar hatóság eljárást indít. A leállításról vagy felfüggesztésről az MTM-SBS Zrt. az eljárásról történő tudomásszerzését követően a megrendelőt haladéktalanul írásban értesíti a hatóság általi vélelmezett jogsértés megnevezésével. Az ilyen leállítás miatti kárviselés is teljes egészében a megrendelőt terheli.

10. Ha az angol reklámfelügyeleti szerv a jogsértő reklám ismételt és/vagy folyamatos közzététele, illetve annak időpont- és/vagy műsorkörnyezetbeli jogsértő elhelyezése miatt az Ofcom-hoz utalja a jogsértés miatti eljárást, vagy az Ofcom a támogatási/termékmegjenítési szabályok megsértése miatt eljár a Médiaszolgáltatóval szemben, a megrendelő – az előző pont szerinti fizetési kötelezettségén túl - az Ofcom/brit bíróság által megállapított bírság összegét, vagy ezek által megállapított egyéb joghátrány miatt a Médiaszolgáltatónak, illetve az MTM-SBS Zrt-nek okozott kár összegét - ide értve az eljárással kapcsolatos igazolt költségeket - is megtéríteni tartozik az MTM-SBS Zrt. ez irányú írásbeli felszólítását követő 8 banki napon belül. Az MTM-SBS Zrt. jogosult arra, hogy a brit bíróság előtti eljárást csak akkor kezdeményezze, ha az alábbi pontban foglaltak szerint a megrendelő a bírság vagy egyéb joghátrány miatti kárösszeget a várható eljárás és ügyvédi költséggel együtt letétbe helyezi vagy erre vonatkozóan egyéb biztosítékot ad vagy ezek átvállalásáról tartozás elismerő nyilatkozatot bocsát ki. Az MTM-SBS Zrt. saját mérlegelése alapján arra is jogosult, hogy ha a jogsértés miatti eljárás az Ofcom-hoz utalja a reklámfelügyeleti szerv, akkor az eljárást csak akkor vállalja, ha a megrendelő az eljárás költségeit megelőlegezi vagy letétbe teszi.
11. A megrendelő a magyar hatóság (NFH, GVH, PSZÁF vagy egyéb hatóság) által a jogsértő kereskedelmi közlemény miatt végrehajtható határozatában az MTM-SBS Zrt-vel (mint közvetett szolgáltatást teljesítő szolgáltatóval) szemben megállapított bírság összegét vagy egyéb joghátrány megállapításából okozott kárért is helytállni tartozik. A határozat bírósági felülvizsgálatáról – a megrendelővel történő konzultáció mellett – a Médiaszolgáltatóval együtt az MTM-SBS Zrt. saját hatáskörükben döntenek. A felülvizsgálat költségei is megrendelőt terhelik, kivéve, ha a megrendelő írásos nyilatkozatában a felülvizsgálatot kifejezetten ellenzi, és ha a joghátrányért való helytállás (a bírság összegének vagy az egyéb joghátránnyal okozott kár) megfizetése a megrendelő részéről teljes körűen megtörtént. Felülvizsgálati eljárás esetén (ha a bíróság a bírság megfizetését vagy egyéb joghátrány alkalmazását felfüggeszti), akkor a megrendelő a közigazgatási határozat jogerős bírósági ítéletben történő helybenhagyását (vagy részleges helybehagyást) követően tartozik a bírság összegét vagy az egyéb joghátrányból származó kárt és az eljárás igazolt költségeivel az MTM-SBS Zrt-nek megfizetni az MTM-SBS Zrt. erre irányuló írásbeli felszólításától számított 8 banki napon belül. Ha 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 kötelezettségvállaló, illetve tartozás elismerő nyilatkozatot ír alá a határozat szerinti bírság- vagy kárösszeg és az eljárás költségek megfizetéséről. Az MTM-SBS Zrt. jogosult arra is, hogy a felülvizsgálati eljárás előtt ezen összegek letétbe helyezését, vagy egyéb más biztosítékot kérjen. A határozat részbeni vagy teljes egészében történő az MTM-SBS Zrt. javára történő jogerős megváltoztatása esetén, ha ez érinti a megrendelő által kifizetett bírságot is, akkor az MTM-SBS Zrt. a visszafizetett bírságösszeget - annak megérkezését követően haladéktalanul - a megrendelőnek visszafizeti. Ez vonatkozik a már kifizetett kárösszegekre is. A megrendelő tudomásul veszi ugyanakkor, hogy a magyar hatóság által indított eljárás esetén az MTM-SBS Zrt. törekszik arra az ehhez szükséges lépések megtételével, hogy az eljárás közvetlenül a megrendelővel szemben történjen.
12. A megrendelő külön is vállalja, hogy fentiek szerinti jogsértés megszüntetése, illetve jogsértéssel 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 bocsátja. Az MTM-SBS Zrt. is

köteles a megrendelővel együttműködni és az eljárási cselekményekről folyamatosan a megrendelővel konzultálni, ezekről tájékoztatni.

13. Szintén a megrendelőt terheli a felelősség és helytállási kötelezettség az olyan árut vagy szolgáltatást népszerűsítő kereskedelmi közleményért, 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, ezt nem így ítéli meg. A megrendelő már ebben a körben tudomásul veszi, hogy az ilyen kereskedelmi közlemény megrendelése esetén az MTM-SBS Zrt. a megrendelés visszaigazolását a megrendelő által olyan 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 Zrt. erről az igényéről a megrendelőt a megrendelés kézhezvételét követően legkésőbb 10 munkanapon belül értesíti. Az MTM-SBS Televízió Zrt. mindaddig, amíg kézhez nem vette a megrendelő ilyen cégszerűen aláírt okiratát, nem köteles a reklámkampány/támogatási üzenet sugárzására, illetve a reklám/támogatási üzenet sugárzásainak 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 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 (ügymint a megrendelő készfizető kezességi megállapodása - ha a reklámszolgáltató a megrendelő -, óvadék nyújtása, ügyvédi letét, stb.) állapítson meg az esetleges jogkövetkezmények miatti kárának megtérülésére.
14. Ha a kereskedelmi közlemény kapcsán az MTM-SBS Zrt. és/vagy a Médiaszolgáltató a megrendelőtől eltérően úgy ítéli meg, hogy az, vagy annak kért sugárzási időpontja, vagy adott műsorhoz kapcsolása/abban megjelenítése/közlése valószínűsíthetően jogsértő, akkor a sugárzás bevállalását az előző pont szerinti tartozás elismerő nyilatkozat megtételéhez vagy egyéb biztosítékhoz kösse a visszaigazolást. Ennek hiányában az MTM-SBS Zrt. a megrendelést nem igazolja vissza. A tartozásátvállalási nyilatkozat, illetve biztosíték adás iránti igényéről az MTM-SBS Zrt. a megrendelőt a megrendelés kézhezvételétől számított 10 munkanapon belül írásban értesíti.
15. Visszautasítható a kereskedelmi közlemény sugárzása - bármilyen kár vagy költségtérítés nélkül - akkor is, ha a kézbesített közlemény hosszabb, mint a megrendelő szerinti hossz. Az ilyen okból történő visszautasítás esetén, ha a megrendelő ezt orvosolja és a zárás napján (lásd: 1/A. melléklet) 11:00 óráig szállítja, akkor a visszaigazolás szerint sugározza a Médiaszolgáltató a kereskedelmi közleményt. Ezekben az esetekben az MTM-SBS Zrt. a jelen ÁSZF szerinti vonatkozó késedelmi díjat érvényesít.
16. A Médiaszolgáltató és az MTM-SBS Zrt. ugyancsak kizárják mindennemű felelősségüket a kereskedelmi közlemény, illetve abban felhasznált szellemi vagy egyéb jogi oltalom alatt álló elemek reklámcélú felhasználási jogainak megléte (ide értve a védjegy felhasználási és sugárzási jogosultságot is) tekintetében, azoknak a személyhez fűződő jogok megsértéséért, ide értve a személyes adatok sérelmét is. A megrendelő tudomásul veszi, hogy az ezekkel kapcsolatos mindennemű követelésért harmadik személyek irányában közvetlenül kell helytállnia. Ha esetleg ennek ellenére 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. A megrendelő jogi nyilatkozatot is köteles kiállítani (3. sz. mintanyomtatvány). Ennek kitöltésével, aláírásával, illetve kézbesítésével a megrendelő többek között igazolja, hogy megszerezte a kereskedelmi közleménnyel kapcsolatos szerzői- és szomszédos jogi felhasználási jogosultságát, illetve, hogy rendelkezik ezekkel a jogokkal. Igazolja továbbá azt is, hogy a kereskedelmi közlemény a Médiaszolgáltatásban (kódolt, műsorterjesztői rendszeren keresztül előfizetői díj fizetésével hozzáférhető ún. „Basic TV” vagy „Basic Pay TV”) sugározható, és a sugárzás harmadik személyek jogait nem sérti, illetve harmadik személynek nincs olyan joga, amely a megrendelés szerinti sugárzást akadályozná vagy korlátozná.
17. A Médiaszolgáltató, illetve az MTM-SBS Zrt. kizárják felelősségüket a Médiaszolgáltatás

műsorterjesztésének technikai minősége miatti, illetve Médiaszolgáltatás terjesztésében (ide értve a terjesztői hálózatban) keletkezett hiba folytán a kereskedelmi közlemény nem elvárt technikai minőségben történő közzétételéért, továbbá azért is, ha a visszaigazolt kereskedelmi közlemény közzétételének elmaradása vagy hibás teljesítése a műsorterjesztő rendszerben történő meghibásodás/jelkimaradás 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/ kártérítési igényel nem léphet fel.

VII. A megrendelt és visszaigazolt adásidők lemondása

1. A megrendelő a visszaigazolt reklámkampány megrendelést kizárólag írásban a sugárzási díj alábbi 2. pontban meghatározott százalékanak megfizetése mellett mondhatja le. A lemondott sugárzások után fizetendő díj vetítési alapja mindenkor a megrendelt és visszaigazolt kampányértékből (büdzséből) lemondott volumen. A lemondott adásidőt a megrendelő nem jogosult másik megrendelőnek átengedni, és a reklámszolgáltató (megrendelő ügynökség) nem jogosult arra sem, hogy azt másik reklámozó érdekében használja fel.
2. A lemondott sugárzások után fizetendő díj (kötbér) mértéke a fentiek szerinti vetítési alapra számítva a következő, de minimum 10,000 Ft + áfa:

Ha a lemondás a lemondott sugárzási hónap első napját megelőzően:

Lemondási díjak	A kampány értékére vetítve
28 naptári napon belül érkezik	25%
14 naptári napon belül érkezik	50%
7 naptári napon belül érkezik	100%

3. Az MTM-SBS Zrt. fenntartja a jogot arra, hogy esetenként – elsődlegesen a még szabad reklám inventory függvényében - a fentiektől eltérő lemondási határidőket és díjat számítsa fel.
4. A lemondás csak írásban történhet. A fenti határidők a reklámkampány sugárzási hónapjának első napjához képest a lemondási nyilatkozat MTM-SBS Zrt. általi kézvételeitől számíthatódnak.
5. A támogatás/nyereménybemutatás lemondása tekintetében az alábbi szabályok érvényesülnek:

A megrendelt és visszaigazolt (ide értve értelemszerűen a megkötött szerződés szerinti) támogatás és nyereménybemutatás csak írásban 90 naptári nappal mondható le anélkül, hogy a lemondás díj, illetve bánatpénz fizetését vonna maga után. A 90 naptári napos lemondási határidő számítása, illetve megállapítása a támogatási/nyereményüzenet első alkalommal történő sugárzási napja hónapjának első napjához képest történik.

A lemondás napjának a lemondásról szóló értesítés MTM-SBS Zrt-hez történő megérkezését, illetve az MTM-SBS Zrt. általi kézhezvételi napját kell tekinteni.

A fentiek szerinti határidőn túli lemondás is csak írásban történhet a lemondott sugárzások érintett sugárzások díjával egyenértékű díj, illetve bánatpénz fizetése mellett, Nyereménybemutatás lemondása esetén a lemondási díj, illetve bánatpénz összege a lemondott nyereményértékkel növelve kerül kiszámításra.

Több műsor támogatásának, illetve több műsorban való nyeremény megjelenés megrendelése esetén a lemondást műsorokként külön-külön kell tekinteni, kivéve, ha több műsor támogatása, illetve azokban a nyeremény megjelenés a megrendelő és az MTM-SBS

Zrt. szerint kampánynak minősül. Kampánynak akkor minősül a Médiaszolgáltatásban több műsor támogatása, illetve a nyereménybemutatás, ha a támogatási/nyereményüzenetek sugárzása ugyanazon hónapban történik, a támogatási/nyereményüzenetben ugyanaz a termék/szolgáltatás vagy imázs kommunikáció jelenik meg akkor is, ha a támogatási üzenetek, illetve a nyereményüzenetek sugárzása nem műsor specifikusan, de a megrendelés/visszaigazolás szerinti rotáció alapján kerül közzé tételre és a támogatási, illetve nyereménybemutatási díj nem műsorokként kerül megállapításra.

VIII. A megrendelt és visszaigazolt adásidők módosítása

1. A megrendelő jogosult a megrendelt és visszaigazolt reklám kampánybűdzsé, illetve a sugárzási időszak módosítását írásban kérni az alábbi feltételekkel:
 - i) amennyiben a módosítás folytán a havi kampány bűdzsé csökken, úgy a megrendelt és visszaigazolt adásidők módosítására a fentiek szerinti, a lemondására megállapított határidők és díjfizetési szabályok lépnek érvénybe;
 - ii) amennyiben a módosítással a havi kampány bűdzsé növekszik, és a módosítás a megrendelési határidőn túl érkezik, úgy az MTM-SBS Zrt. a – megrendelési határidőn túl érkezett megrendelésre vonatkozó szabályok/díjak figyelembe vételével - a piaci viszonyok, a kereslet-kínálat függvényében állapítja meg a növekmény miatti többletsugárzás feltételeit és a sugárzási díját;
 - iii) amennyiben a módosítás nem jár a kampánybűdzsé változásával, a módosítással kizárólag a sugárzási hónap változik, és kampány vagy annak része a következő hónapra tolódik, akkor a következő hónapra áttolt kampányérték 10%-a számítható fel;
 - iv) kizárólag a tárgyhónapon belül módosítás technikai költsége 50,000Ft + áfa/módosítás;
 - v) kizárólag a reklámfilm-hossz módosítás technikai költsége 50,000Ft + áfa/módosítás;
 - vi) kizárólag a kreatív módosítás nem jár költséggel, amennyiben még nem lezárt napot érint;
2. Amennyiben az előzőekben i.-vi. alpontok alatt felsorolt módosítások közül több is megvalósul, akkor a technikai költségek összeadódnak.
3. Az MTM-SBS Zrt. fenntartja a jogot, hogy egyedi elbírálás alapján a fentiektől eltérő összegű technikai költséget számoljon fel.
4. Az MTM-SBS Zrt. a technikai költséget a sugárzást megelőző hónap 12-én, vagy azután kért módosításokra számítja fel.
5. Módosításra kizárólag még nem lezárt napban van lehetőség. (ld. 1/A.sz. melléklet – zárási rend).
6. Függetlenül a fentiek szerint felszámítható technikai költségtől 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 kérelem kézhezvételétől számított 2 munkanapon belül írásbeli visszajelzést küld. A megrendelési határidőn túl érkező módosítás elfogadása az MTM-SBS Zrt. diszkrecionális jogköre.
7. A támogatás/nyereményüzenet közlésének módosítása csak írásban történhet az előző fejezet szerint az erre vonatkozó lemondási határidők szerint azzal, hogy módosítás ezen határidők mellett akkor tekinthető elfogadottnak, ha azt a MTM-SBS Zrt. kifejezetten írásban visszaigazolja. Az MTM-SBS Zrt. csak akkor fogadja el/igazolja vissza a módosítást, ha a módosítás nem veszélyezteti az adásbiztonságot, ha nincs olyan megállapodás harmadik személlyel, amely akadályozza a módosítást és/vagy van szabad támogatási vagy nyereménybemutatási felület módosítás teljesítésére és, ha a kért módosítás nem sért Ofcom vagy magyar szabályt. A módosítás visszaigazolása vagy elutasítása az MTM-SBS Zrt. részéről a kérelem beérkezését követő 3 munkanapon belül történik. Ha módosítási igény a támogatási/nyereménymegjelenítési díj csökkentését is eredményezné, akkor arra az ilyen módosítás lemondásnak tekintendő, és arra a lemondás szabályai alkalmazandók.

IX. Reklámértékesítési formák, sugárzási díjak, kedvezmények, engedmények, felárak

1. „Fix C/GRP” értékesítés

- 1.1 Azoknak a megrendelőknek, akik a szerződésben éves vagy annál rövidebb időszakra a Médiaszolgáltatásokban külön-külön minimum nettó 500,000 Ft, vagy a Médiaszolgáltatásokban – az MTM-SBS Zrt. által felajánlott elkülönült értékesítés lehetőségének és az együttes vállalás üzleti előnyei mérlegelésével - együttesen nettó 1,500,000 Ft Költségi vállalást vállalnak a reklámértékesítés „Fix C/GRP” alapú értékesítési formában történhet, ha ezt az értékesítési formát választják. Ebben a tekintetben is szerződésnek tekinthető az ilyen tartalmú megrendelés és annak megegyező tartalommal történő visszaigazolása. A megrendelő jogosult az elkülönült értékesítési lehetőségre utólag is visszatérni az MTM-SBS Zrt.-nek intézett tartalmú írásbeli nyilatkozattal, hogy elfogadja az elkülönült értékesítésre adott ajánlatban foglalt feltételeket, és a továbbiakban a megrendeléseire ezt kéri irányadónak tekinteni. Az elkülönült értékesítésre adott ajánlati feltételekre a visszatérés akkor válik érvényessé, ha azt az MTM-SBS Zrt. írásban visszaigazolja. A visszatérés ennek az igénynek az elfogadása esetén a visszaigazolás dátumától történik.
- 1.2 A „Fix C/GRP” megállapodású értékesítésnél a kampánybüdzsé összegéért meghatározott mennyiségű GRP teljesítésének vállalása történik. Ebben az értékesítési formában a 30 másodperces szpottal elért GRP ára, illetve sugárzási díja kerül meghatározásra.
- 1.3 A „Fix C/GRP” sugárzási díjaknál is érvényesítésre kerül az alábbi 3. pont szerinti szezonális index.
- 1.4 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, úgy a kampányérték (Ft-ban) korrigálására kerül 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 tárgyévben nincs folytatása), akkor az MTM-SBS Zrt. az elszámolásról esetenként külön-külön egyeztet a megrendelővel. Túlteljesítés esetén lehetséges a visszaigazolt kampányt alkotó szpotok sugárzásából szpot sugárzás törlése.
- 1.5 A C/GRP értékesítési rendszer szerinti értékesítésnél a reklámok (visszaigazolt) sugárzási időpontja megváltoztatható a szerződés, illetve a jelen ÁSZF szerinti napszakmix megoszlás betartása mellett, kivéve, ha a felek között megállapodott speciális feltételek (pl.: műsorkörnyezeti, stb. vállalás) ezt nem teszik lehetővé.
- 1.6 Amennyiben a Médiaszolgáltatások tekintetében együttesen történik a Költségi vállalás, akkor a Költségi vállalás megtételénél reklámköltségre az egyes Médiaszolgáltatásokra megállapodott százalékos aránynak megfelelően kerül a GRP megoszlás megállapításra, hacsak a felek ezzel ellenkezőleg nem állapodnak meg, illetve ha a megrendelőben kifejezetten meghatározott Médiaszolgáltatásra történik a megrendelés, és ha a megrendelési értékkel az adott Médiaszolgáltatásra vállalt százalékos arány nem kerül túllépésre.
- 1.7 A megrendelő tudomásul veszi és elfogadja, hogy a teljesített GRP mennyiség folyamatos ellenőrzése az Nielsen Közönségmérés Kft. által mért és feldolgozott percenkénti adatok alapján történik, illetve az MTM-SBS Zrt. MediaPro elnevezésű értékesítési szoftverében.
- 1.8 A Médiaszolgáltatásokban az alábbi célcsoportokra rendelhetők meg reklámsugárzások:
 - i) STV2:

Célcsoport
18-49
F18-49
MS18-49
18-49ppABC
18-59ppABC

4-14

ii) FEM3:

Célcsoport
18-49
F18-49
F18-39
F18-59
MS18-49

iii) PRO4:

Célcsoport
18-49
MS18-49
M18-49
M18-39

- 1.9 A „Fix C/GRP” értékesítési formának a speciális, sajátos feltételei a megrendelővel kötött szerződésben kerülnek meghatározásra. Ez a szerződés tartalmazza a megrendelő Share vállalását, amennyiben ilyen vállalás történik.
- 1.10 A reklámpiaci kereslet és kínálati viszonyokon kívül a megrendelőre megállapított (fix) C/GRP sugárzási díjat a megrendelő Költsési vállalása, (esetleges) Share vállalása, a fentiek szerinti célcsoportok közül célcsoport választás, és minden olyan egyéb körülmény, amely a Médiaszolgáltatás reklámidejének értékesítését előnyösön vagy hátrányosan érinti, ide értve a felek közötti áralkú is - befolyásolja. Sugárzási díjcsökkentő tényező a Médiaszolgáltatásokban az együttes Költsési és Share vállalás, továbbá ha az együttes Költsési vállaláson belül az MTM-SBS Zrt. a Médiaszolgáltatások költsési részesedését, és ennek megfelelően a sugárzások megoszlását a szabad kéz alapján állapíthatja meg. Az MTM-SBS Zrt. a szerződésekben egyéb árcsökkentő tényezőket is érvényesíthet.
- 1.11 Share vállalás esetén a megrendelő már a Share vállalás megtételével kötelezettséget vállal arra, hogy legkésőbb a tárgyévét követő év január 20.-ig olyan végleges adatot(okat) ad az MTM-SBS Zrt-nek, amely adat(ok)ból megállapítható a Share vállalás teljesülése (Értelmező rendelkezések szerinti televíziós költség és ebből a Médiaszolgáltatás(ok)ban teljesült költség), továbbá kötelezettséget vállal az adatok az alábbi pont szerinti ellenőrzésének biztosítására. A megrendelő a fentiek szerinti adatszolgáltatáson túlmenően azt is vállalja, hogy az MTM-SBS Zrt. ez irányú egyedi, évközi írásbeli kérése esetén az előzőekben meghatározott időpont előtt is ilyen adatszolgáltatást nyújt az MTM-SBS Zrt-nek.
- 1.12 A megrendelő egyúttal kötelezettséget vállal arra is, hogy biztosítja, hogy az MTM-SBS Zrt. a megrendelő fenti tárgyév tekintetében megküldött adatszolgáltatását az adatszolgáltatás valódiságának megállapítására a megrendelő (reklámozó vagy reklámszolgáltató) székhelyén vagy könyvvizetési telephelyén, előzetesen egyeztetett időpontban az általa megbízott könyvvizsgálóval a jelen ÁSZF-hez 6. sz. mellékleteként csatolt „Televíziós költség/share vállalás ellenőrzésére kibocsátott iránymutatás” - a továbbiakban Iránymutatás – szerint, az abban foglaltaknak megfelelően ellenőrizze. Az ellenőrzés elvégzéséhez az MTM-SBS Zrt. nem köteles a megrendelő – ide értve a vonatkozó reklámozó - külön előzetes hozzájárulását kérni, csak előzetes időpont kötelezettsége áll fenn, mivel a Share vállalás esetén – figyelemmel annak árcsökkentő tényező jellegére – a megrendelő a vállalás megtételével, az ellenőrzéshez a hozzájárulását adja. Amennyiben a megrendelő reklámszolgáltató igazolja és szavatolja, hogy az Iránymutatás szerinti adatok az ő könyveiből, illetve dokumentumaiból is ellenőrizhetők, akkor a könyvvizsgáló az ellenőrzést ezekből a könyvekből, dokumentumokból végzi el. Abban az esetben, ha a megrendelő adatszolgáltatása a könyvvizsgálói ellenőrzés szerint nem valósak és/vagy a Share vállalás

nem teljesülését mutatja, akkor a könyvvizsgálói ellenőrzés költségeit a megrendelő viseli, és az MTM-SBS Zrt. ezt a megrendelőnek kiszámlázza. Az ellenőrzés költségeinek megrendelőre való terhelésén túl az MTM-SBS Zrt. a Share vállalás nem teljesülése miatti, jelen ÁSZF, illetve a szerződés szerinti jogkövetkezményeket is alkalmazhatja.

- 1.13 A megrendelő tudomásul veszi, hogy a fentiek szerinti ellenőrzés (audit) megtagadása vagy annak olyan akadályoztatása, amely lehetetlenné teszi annak elvégzését azzal jár, hogy az MTM-SBS Zrt. ezt a körülményt a Share vállalás nem teljesülésének tekinti és a XII. fejezetben a Share vállalás nem teljesülésére vonatkozó jogkövetkezményeket alkalmazza.

2. Árjegyzéken, illetve listaáron történő értékesítés:

- 2.1 Azon megrendelők számára, akik nem felelnek meg a „Fix C/GRP” értékesítési forma fentiek szerinti feltételeinek, vagy nem azt választják, a reklámidő értékesítése árjegyzéki/listaáron az alábbi mellékletek szerinti árjegyzéki díjakon az erre az értékesítési formára megállapított alábbi feltételekkel történik. Az árak 30”-s szpotra vonatkoznak, az árak az áfa-t nem tartalmazzák, azok külön tételként kerülnek felszámításra.

- i) STV2 listaárak: 2. sz. melléklet;
- ii) FEM3 listaárak: 3. sz. melléklet;
- iii) PRO4 listaárak: 4. sz. melléklet;

- 2.2 Árjegyzéki áron történő értékesítés esetén is a listaárak a szezonális index szerint meghatározott mértékében módosulnak.

- 2.3 A Médiaszolgáltató, illetve az MTM-SBS Zrt. fenntartják az évközi árváltoztatás jogát. Az árváltoztatás lehet csak időszakos jellegű, és/vagy vonatkozhat csak valamely napszakra és/vagy műsorkörnyezetre (korlátozott árváltozás). Az árváltoztatás jelentheti a kategóriaváltozást is, több kategória kialakítását, illetve a kategória (idő)határok módosítását. Árváltozás esetén (ha az nem korlátozott árváltozás) a jelen ÁSZF módosításra kerül, amely árváltozás az ÁSZF módosításának a módosított ÁSZF szerinti hatályba lépésétől érvényes.

- 2.4 Az MTM-SBS Zrt. az árváltozásról legkésőbb a tárgyhónap megrendelési határideje/határnapja előtt 14 nappal a megrendelőket írásban külön is értesíti. Az ár- és kategóriaváltozások azok életbelépésétől a már érvényes egyedi szerződésekre is vonatkoznak, ennek megfelelően az ilyen szerződések alapján megrendelt sugárzásoknál is már az új ár- és kategóriák kerülnek alkalmazásra.

- 2.5 Áremelés és kategóriaváltozás esetén – ez utóbbi esetében, ha ez a körülmény áremeléssel jár - az új ár közlésétől számított 14 munkanapig a megrendelt és visszaigazolt sugárzás díjmentesen mondható le, vagy módosítható. Azt követően csak a visszaigazolt megrendelések lemondására, vagy módosítására vonatkozó szabályok szerint.

- 2.6 A korlátozott árváltozásról az MTM-SBS Zrt. az erről szóló döntés meghozatala után haladéktalanul, de legkésőbb azok hatályba lépését megelőzően 14 nappal írásban értesíti az érintett megrendelőket hírlevél, illetve közlemény vagy egyedi értesítő formájában. 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.

- 2.7 A Médiaszolgáltatás műsorstruktúrájának megváltozása miatti árváltoztatás nem minősül áremelésnek, és így nem vonatkozik rá a fentiek szerinti előzetes értesítési kötelezettség. Az ilyen árváltozásról az MTM-SBS Zrt. a Médiaszolgáltató által a műsorstruktúra-változás elhatározását követően haladéktalanul értesítést küld a műsorstruktúra változása miatt 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.

- 2.8 Az árjegyzéki értékesítésnél árcsökkentő tényezők lehetnek a megrendelői írásos Költségi vállalás, a televíziós költségből a Médiaszolgáltatás tekintetében tett Share vállalás (az Értelmezői rendelkezések szerint), illetve egyéb a jelen ÁSZF szerinti kedvezmények. A Médiaszolgáltatások tekintetében tett együttes Költségi és/vagy Share vállalás, együttes vállalás esetén a reklámsugárzásoknak a Médiaszolgáltatásokban való szabad kéz elve alapján történő elhelyezése további árcsökkentési lehetőség. Share vállalás esetén az árjegyzéki értékesítésre is vonatkozik a fix C/GRP értékesítési rendszer 1.11-1.13 pontokban foglalt rendelkezései.
- 2.9 Az MTM-SBS Zrt. a szerződésekben ennél az értékesítési formánál is egyéb árcsökkentő tényezőket is érvényesíthet.
- 2.10 Ennél az értékesítési rendszerenél nincs GRP szállítási garanciavállalás, minden GRP-val kapcsolatos előrejelzés, szállítás, teljesítés csak tájékoztató jellegű információ.

3. Szezonális index:

A „Fix C/RP” és az árjegyzéki listaáras értékesítési formában is az árak az alábbi szezonális index szerint módosulnak:

Szezonális index

Szezonális index	Mértéke
Január	55%
Február	65%
Március	85%
Április	105%
Május	105%
Június	95%
Július	70%
Augusztus	70%
Szeptember	120%
Október	130%
November	130%
December	100%

4. Engedmények és kedvezmények:

4.1 Az árjegyzéki értékesítési formánál érvényesíthető engedmények és kedvezmények:

i) Mennyiségi engedmény

Azok a megrendelők, akik egyedi szerződésben a Médiaszolgáltatás tekintetében 2013-ra vagy ha a jelen ÁSZF a 2013. december 31-e után is hatályban marad, akkor az ÁSZF hatálya alatt éves Költségi vállalást tesznek, 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%

A mennyiségi engedmény megállapításának alapját képező Költségi vállalásba a hagyományos szpot alapú költségek számítanak be. A fenti Költségi vállalás és az ahhoz tartozó mennyiségi engedmény a Médiaszolgáltatások tekintetében külön-külön kezelendők. Amennyiben a megrendelő a Médiaszolgáltatások vonatkozásában együttesen tesz Költségi

vállalást, akkor az MTM-SBS Zrt. a fenti mennyiségi engedmény mértékétől eltérő mennyiségi engedményt is megállapíthat.

A szerződéses okirat létrejötte előtt is igénybe vehető a mennyiségi engedmény, ha a megrendelő írásos jognyilatkozatot küld a Költsési vállalásról és a jognyilatkozatban a jelen ÁSZF elfogadásáról is nyilatkozik.

A mennyiségi engedmény vetítési alapja a megrendelő nettó reklámköltsége.

Tekintettel arra a körülményre, hogy a mennyiségi engedmény a megrendelő részéről az előzőek szerint a Költsési vállalást tartalmazó nyilatkozattétel után azonnal igénybe vehető, amennyiben a megrendelő jogosulatlanul vette igénybe a mennyiségi engedményt, illetve nem a teljesült Költsési vállaláshoz tartozó, hanem annál nagyobb mértékű mennyiségi engedményt kapott, akkor megrendelő köteles a jogosulatlanul igénybe vett mennyiségi engedmény összegét 2014. január 31-ig az MTM-SBS Zrt. kibocsátott számlája ellenében visszafizetni. A visszafizetés nem érinti az alábbi XIV. fejezet szerinti jogkövetkezményeket, amelyeket az MTM-SBS Zrt. jogosult ilyen esetben is érvényesíteni.

A mennyiségi engedmény egyéb kedvezményekkel nem összevonható.

4.2 Mindkét értékesítési formában adható engedmények, kedvezmények:

i) Üdvözlő kedvezmény

Üdvözlő kedvezményben részesülhet az új megrendelő, illetve a Médiaszolgáltatásban még nem hirdetett termék/áru/szolgáltatás első reklámkampánya. Új megrendelő, illetve a Médiaszolgáltatásban nem hirdetett termék/áru/szolgáltatás alatt a tárgyévben és a tárgyévet megelőzően 2 évben nem hirdető megrendelő, illetve hirdetett termék/áru/szolgáltatás értendő.

A kedvezmény mértéke: 15%

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

Annak megállapítása, hogy a megrendelő új megrendelő-e, illetve a hirdetendő termék valóban új termékkategóriát képez-e mindig egyedi elbírálás tárgya.

Első kampánynak minősül az új megrendelő által megrendelt vagy új termékkategória reklámkampánya, ha annak megrendelt összege legalább eléri a nettó 500,000Ft-ot és a kampány sugárzási időszaka maximum 1 hónap.

Az üdvözlő kedvezmény csak 100% fölötti szezonindexű hónapokban vehető igénybe. Az üdvözlő kedvezmény vetítési alapja az első reklámkampány egyéb engedményekkel/kedvezményekkel csökkentett összege.

Az üdvözlő kedvezmény felhasználásához elengedhetetlen feltétel az Üdvözlő kedvezmény nyilatkozat kitöltése.

4.3 Egyéb kedvezmény:

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

4.4 Ügynökségi engedmény:

Az a megrendelő, amely a reklámozó megbízásából jár el - tehát a reklámszolgáltató, illetve megrendelő ügynökség – mindenféle és fajta kedvezménnyel és engedménnyel csökkentett áfa nélküli számlaösszege vetítve 15 (tizenöt) százalék ügynökségi engedmény illeti meg, ha:

- ii) az árjegyzéki értékesítésnél: ügynökségi megállapodást köt a Médiaszolgáltatásban történő reklámozásról (lásd: jelen ÁSZF 2. sz. mintanyomtatvány);
- iii) a „Fix C/GRP” alapú értékesítésnél: szerződést köt Médiaszolgáltatásban történő reklámozásra.

Az ügynökségi engedmény a reklámszolgáltató megrendelőt a támogatási díj, termék megjelenítési díj – ide értve a nyeremény bemutatásért fizetendő díjat is – nem barter része után is megillető, ha a vonatkozó szerződés vagy megállapodás ezzel ellenkezőleg nem rendelkezik.

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

- 5. A jelen ÁSZF és a szerződés szerinti és az adott kampányban igénybe vett engedmények/kedvezmények nem adódnak össze, hanem egymás után kerülnek levonásra a kampány nettó értékéből. A megrendeléskor a megrendelő az engedményre (ide értve annak típusát is) való jogosultságát jelezni köteles, amely jogosultságot az MTM-SBS Zrt. ellenőrizi, és csak akkor biztosíthatja, ha az ellenőrzése során megállapítja a jogosultságot.

6. Felárak:

6.1 Mindkét értékesítési formánál:

- | | |
|--|---------|
| i) reklámblokkon belüli első, második és utolsó, utolsó előtti hely | +15% |
| ii) reklámfilm ismétlése ugyanazon a blokkon belül: | +15% |
| ii) reklámfilm belüli saját reklámozott termék mellett idegen termék annak hossza 10%-át meghaladó mértékben egyedi ajánlat szerint, de min. | +15% |
| iii) reklámfilmben a reklámozó két külön márkához tartozó terméke: | +10% |
| iv) szpotlistás felár: | +25% |
| v) prime felár (napszakmix megoszlástól való eltérés): | +25% |
| vi) duo/összetett szpot egy blokkon belül: | +20% |
| vii) egyedi szpot elhelyezéssel kapcsolatos igények teljesítése: | +25-50% |

- 6.2 A felárak vetítési alapja a kampánymegrendelés net összege. A felárak nem adódnak össze, hanem egymás után kerülnek felszámításra.

- 6.3 Egy reklámfilmben maximum két idegen termék jelenhet meg felár fizetése nélkül, kivételt képeznek ez alól az üzletláncok reklámjai, amelyekben felár fizetése nélkül három idegen termék jelenhet meg, ha ezek együttes időtartama nem haladja meg a reklámhossz 10%-át. Az idegen termék fogalma tágran értelmezendő, minden, a reklámfilmben szereplő idegen termék, téma, szponzor megjelenés, szponzor logó 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.

8. Egyedi reklámozási formák

A Médiaszolgáltatásban a (klasszikus) reklámblokkon kívüli reklámsugárzások – így többek

között az osztott képernyős reklám, egyedi – single – reklámszpot sugárzás, virtuális reklám, vagy olyan az Ofcom szabályok szerint megengedett egyéb reklámszpot sugárzás, amelyhez gyártási szolgáltatás is kapcsolódik – mindenkor egyedi elbírálás szerint, egyedi árképzéssel kerül vállalásra. A gyártási szolgáltatás/díj és egyéb technikai költségek az ajánlatban és a visszaigazolásban külön tételként kerülnek közlésre, illetve felszámításra. A gyártási díj vagy egyéb költségek nem részei a Költsési/Share vállalásnak, valamint ezek nem számítanak be az engedmények, kedvezmények vetítési alapjába, ide értve az ügynökségi engedmény vetítési alapját is. Csak kifejezett erre irányuló írásos megállapodás esetén lehet ettől eltérni. Az MTM-SBS Zrt. az ajánlati megkeresésre küldött válasz ajánlatában az ilyen egyedi reklámozási formára a IV. fejezet 8. pontjától eltérő megrendelési határidőt, és a VI. fejezet szerinti lemondási/módosítási feltételektől eltérő – szigorúbb - lemondási feltételeket ír, illetve írhat elő. Az ilyen reklámok esetében a reklám szállítási határideje is eltérő. Az eltéréseket az MTM-SBS Zrt. a megrendelő ilyen megjelenési igényre vonatkozó ajánlati felhívásra küldött ajánlata már tartalmazza, és ezeket kell irányadónak tekinteni.

A gyártási szolgáltatásokat igénylő az ilyen reklámozási formáknál ezeket a szolgáltatásokat MTM-SBS Zrt. vagy az általa megbízott alvállalkozó végzi el, amelyhez a szükséges kép-és hanganyagot a megrendelő biztosítja. A megrendelő már ebben a körben szavatolja, hogy az általa biztosított kép-és hanganyag átruházható felhasználási jogosultságával rendelkezik, és azok felhasználása a reklámban és a Médiaszolgáltatásban történő sugárzása harmadik személy joga (szerzői-, szomszédos – védjegy vagy egyéb polgári joga) nem akadályozza vagy korlátozza. A megrendelő azt is szavatolja, hogy ezek az anyagok nem sértenek törvényt vagy jogszabályt. A szavatosságvállalásaiért a megrendelő a jelen ÁSZF felelősségi szabályai szerint helytállni tartozik.

Amennyiben a gyártási szolgáltatás révén olyan a Médiaszolgáltató vagy az MTM-SBS Zrt. jogvédett anyagok kerülnek felhasználásra, akkor ezen anyagok tekintetében azok jogai a Médiaszolgáltatónál/MTM-SBS Zrt-nél maradnak (ha nincs ezzel ellenkező tartalmú megállapodás). Az ilyen anyagok bármely egyéb felhasználásához a Médiaszolgáltató/MTM-SBS Zrt. írásbeli hozzájárulása szükséges (értelemszerűen a Médiaszolgáltatásban történő felhasználáson kívül).

Amennyiben az új reklámozási forma olyan, hogy az annak egyedi és eredetisége, vagy elnevezése folytán szerzői- vagy szomszédos-, vagy védjegyjogi védelmet élvez, illetve olyan know-how-t, vagy vagyoni értékkel bíró szellemi alkotás, amely még nem vált közkinccsé, akkor a felhasználási jogok az MTM-SBS Zrt-t vagy a Médiaszolgáltatót illetik, és az MTM-SBS Zrt/Médiaszolgáltató írásbeli hozzájárulása nélküli felhasználása jogsértést valósít meg.

8. Televíziós vásárlás és televíziós vásárlási műsorablak

8.1 Televíziós vásárlás:

A 60 mp alatti televízió vásárlásokra a reklámsugárzásokra – ellenkező kikötés hiányában az árjegyzéki értékesítési formára - vonatkozó feltételek az irányadók, és nem kell, hogy külön, kifejezetten televíziós vásárlásra vonatkozó egyedi szerződés tárgyát képezzék, értelemszerűen GRP szállítási vállalat nélkül.

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. Ezek tekintetében a jelen ÁSZF szerinti reklámértékesítési formák, sugárzási díjak, kedvezmények, engedmények, felárak nem érvényesek azzal, hogy a vonatkozó szerződésben nem szabályozott feltételek tekintetében a jelen ÁSZF rendelkezései az irányadók. Az ilyen televíziós vásárlás költsége csak akkor számít be a Költsési vállalásba, ha a szerződés ezt kifejezetten rögzíti.

8.2 Televíziós vásárlási műsorablak

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

A televíziós műsorablak közzé tételére fordított költség a Költségi vállalásba nem számít be. A televíziós vásárlási műsorablak ilyen jelzés mellett kerül közzé tételre.

9. Társadalmi célú reklám (TCR)

9.1 Az Ofcom szabályok szerint a pénzbeli vagy nem pénzbeli ellenszolgáltatás ellenében közzé tett TCR reklámnak tekintendő.

9.2 Mivel a TCR közcélú üzenetet népszerűsít, vonatkozik rá az a szabály, hogy a TCR forrásának, illetve annak a szervezetnek, amelynek érdekében közzé tételre kerül, a saját országa szerinti törvényeknek, illetve jogszabályai szerint, azoknak megfelelően jogszerűen kell működnie. 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 teljesítők fogadhatók el TCR-nek:

- i) 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;
- ii) 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;
- iii) 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.

9.2 A TCR forrását a TCR-ben egyértelműen meg kell nevezni, ennek hiányában a TCR 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.

9.3 A 9.1 pont szerinti feltételek teljesülése esetén is az MTM-SBS Zrt. - a Médiaszolgáltatóval történt konzultáció/egyeztetés mellett - fenntartja a jogot, hogy egyedi elbírálás szerint fogadjon el vagy utasítson el TCR sugárzásra megrendelést. Az elutasítást az MTM-SBS Zrt. nem köteles indokolni.

9.4 Műsorkészítés céljából adományok gyűjtésére felhívó közlemény közzé tétele nem megengedett. Vallási karitatív szervezetek, illetve alapítványok adománygyűjtési felhívása/közleménye akkor tehető közzé, ha az adománygyűjtés nem a vonatkozó vallás népszerűsítését szolgálja, hanem valamely hátrányos helyzet segítségét. Az adományok gyűjtését szolgáló felhívások befogadása is egyedi elbírás szerint történik. A felhívásnak egyértelműen tartalmaznia kell az adománygyűjtés célját. A Médiaszolgáltató, illetve az MTM-SBS Zrt. jogosult arra, hogy amennyiben ilyen felhívást befogad, akkor attól, amelynek érdekében a felhívás közzé tételre kerül, igazolást kérjen arról, hogy a felhívás eredményeként összegyűjtött összeg tényleg a felhívásban foglalt célra kerül felhasználásra.

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

- 9.6 A TCR megrendelésekre az árjegyzéki értékesítési forma az érvényes. A 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, ha a közcélú cél ezt indokolja. A TCR sugárzása a szabad kéz alapján történik, GRP vállalás nélkül. A TCR költség után engedmény - ide értve a megrendelő ügynökséget megillető ügynökségi engedményt is – nem jár. A TCR lemondása csak a sugárzási díj 100%-nak megfizetése mellett lehetséges függetlenül attól, hogy a lemondás mikor történt. A TCR költség általában beszámít a Költségi vállalásba, kivéve az ezzel ellenkező írásos rendelkezés esetén. Egyebekben a jelen ÁSZF árjegyzéki értékesítésre vonatkozó szabályai az irányadók.
- 9.7 Jótékonyági felhívás sugárzását a Médiaszolgáltató csak kivételes esetben vállalja, akkor, ha a felhívásban foglalt üzenet témája és mondanivalója széles társadalmi rétegeket érint, és ha megbizonyosodik arról, hogy a felhívás forrása (akinek/amelynek érdekében a felhívás közzé tételre kerül) felhívásban foglalt cél teljesülése érdekében és törvényesen tevékenykedik. A jótékonyági felhívás közléséért a Médiaszolgáltató nem kér ellenértéket.

X. Támogatás külön szabályai

1. A támogatás megrendelése az MTM-SBS Zrt. és a megrendelő által elfogadott ajánlat alapján a megrendelő által jelen ÁSZF IV. fejezet 13. pontja szerinti tartalommal küldött írásos megrendelő és annak visszaigazolása alapján történik. A megrendelőt – IV. fejezet 7. pontjában leírtaknak megfelelően - az együttesen elfogadott ajánlat dátumától (ha nem egy dátummal történt az együttes elfogadás, akkor a későbbi dátumtól) számított 10 munkanapos ajánlati kötöttségi határidőn belül kell megküldeni, az ajánlati kötöttség után érkező megrendelést az MTM-SBS Zrt. indoklás nélkül visszautasíthatja. Az ajánlati kötöttségtől el lehet térni, ha az ajánlat az eltérést tartalmazza, de a megrendelőnek legkésőbb a IV. fejezet itt hivatkozott 7. pontja szerinti megrendelési hatánapig meg kell az MTM-SBS Zrt.-hez érkeznie. Csak az a megrendelő tekinthető az MTM-SBS Zrt. által elfogadottnak és teljesítendőnek, amelyet az MTM-SBS Zrt. visszaigazolt. A vissza nem igazolt megrendelésnél nincs teljesítési kötelezettség.
2. A megrendelő már az ajánlat írásbeli visszaigazolásával vállalja az ajánlat szerinti támogatás megrendelését az ajánlat szerinti támogatási formának megfelelően és a támogatási díj megfizetését.
3. A támogató a műsor tartalmát, annak műsorrendbeli elhelyezését nem befolyásolhatja oly módon, hogy az sértse a Médiaszolgáltató felelősségét és szerkesztői függetlenségét.
4. Hírműsor és időszerű tájékoztató műsor nem támogatható. Nem lehet támogató, illetve támogatói üzenetben nem jelenhet meg olyan termék/szolgáltatás, amely az Ofcom szabályok, valamint a magyar reklámjogi szabályok szerint Magyarországon nem reklámozhatók.
5. A műsorokon kívül, műsorrész, műsorblokk, műsor előzetes és a médiaszolgáltatás is támogatható – a továbbiakban: együttesen műsor. A szponzor (reklámozó által) finanszírozott műsor is támogatásnak tekintendő. A támogatásnak mindenkor transzparensnek kell lennie abból a szempontból, hogy a néző tisztában legyen azzal, hogy az adott műsor, műsorrész, stb. támogatott. Támogatási üzenet a műsoron belül is közzé tehető. Az olyan termék/szolgáltatás, amelynek termék megjelenítése tilos, az a műsoron belül támogatóként nem jelenhet meg.
6. A támogatási üzenet hossza 5 mp, 10 mp és 15 mp lehet, illetve kivételes esetben ennél hosszabb támogatási üzenet is befogadható, ha a fenti 1. pont szerinti ajánlat/megrendelés/visszaigazolásban ez a megállapodás. A támogatási üzenetnek a műsortól azonosítható módon megkülönböztethetőnek kell lennie. A műsor alatt sugárzott támogatási üzenet csak rövid, vizuális és verbális szerkesztettségében a támogatásra emlékeztető, statikus grafikát, a támogató nevét, logóját és egyéb megkülönböztető jelzését tartalmazó üzenet lehet. A műsor előtt és után közölt támogatói üzenet sem tartalmazhat olyan elemet, amely termék/szolgáltatás vásárlására/igénybe vételére ösztönző, amely

reklámjellegű információ – ide értve elérhetőséget, árinformációt, terméktulajdonságot, elsőbbségi állítást, promóciós nyelvezetet, a termék csomagolására való fókuszálást – az üzenet célja a támogató, illetve a támogatás tényének azonosíthatósága kell, hogy legyen. Az üzenet az internet, facebook, twitter és az SMS elérhetőséget tartalmazhatja, ha nincs felhívás ezek használatára. A műsorelőzetesben megjelenő támogatási üzenetnek szintén rövidnek és másodlagosnak kell lennie.

7. A támogatás egyedi szerződés tárgyát képezi. A szerződés létrejön a megrendelés és azzal azonos tartalmú visszaigazolással is. A szponzorfinanszírozott műsoroknál viszont az egy okiratban foglalt egyedi szerződés szükséges.
8. A támogatás tekintetében GRP vállalás nincs, minden GRP (tervezett vagy teljesített) szállításra vonatkozó információ csak tájékoztató jellegű. Az MTM-SBS Zrt. a támogatási üzenetek nézettségi mérést sem vállalja. A támogatási forma és díj egyedi megállapodás alapján kerül megállapításra.
9. A támogató csak akkor kizárólagos támogatója a műsornak, ha az írásban (megrendelő/visszaigazolás, szerződés) kifejezetten ki lett kötve, ez a szektorkizárólagosságra is vonatkozik.
10. Az olyan visszaigazolt támogatási üzenet sugárzása visszautasítható mindennemű költség és kártérítés nélkül, a támogatási díj 100%-os felszámítása mellett, amely támogatói üzenet hosszabb, mint azt a megrendelés/visszaigazolás tartalmazza.
11. Ellenkező megállapodás hiányában az adáskész támogatási üzenetet a megrendelő szállítja a jelen ÁSZF XIV. fejezete szerint kézbesítési móddal és műszaki minőségi feltételekkel. A támogatási üzenet jogszerűségéért a megrendelő tartozik teljes körű felelősséggel és helytállással, a megrendelő felelősségére és helytállására a jelen ÁSZF VI. fejezetének rendelkezéseit kell alkalmazni.
12. Az MTM-SBS Zrt. a támogatási üzenetek előzetes megtekintésére szintén nem vállal kötelezettséget, az üzeneteket azok jogszerűsége tekintetében nem vizsgálja, erre nem kötelezhető.
13. Abban az esetben, ha a megrendelő véleményezés céljából az adáskész üzenetet vagy az üzenet story board-ját megküldi az MTM-SBS Zrt.-nek és azt az MTM-SBS Zrt. észrevételezi, amely észrevételezésre kötelezettséget nem vállal, akkor az nem jelenti azt, hogy a felelősség az MTM-SBS Zrt-re szállna át. A megrendelő az MTM-SBS Zrt.-vel szemben nem érvényesíthet költség vagy kártérítési igényt azért, mert a story boardot átküldte véleményezésre, és azzal szemben az MTM-SBS Zrt. kifogást nem emelt és story board alapján készített támogatási üzenet jogsértő. Az MTM-SBS Zrt. felelőssége kizárólag csak akkor állapítható meg, ha az adáskész támogatási üzenetet a megrendelő az MTM-SBS Zrt. észrevétele alapján kijavította és a sugárzott üzenetnél a jogsértése kifejezetten és igazolhatóan az üzenet MTM-SBS Zrt. által észrevételezett és eszerint kijavított eleme tekintetében kerül megállapításra. Ebben az esetben is az MTM-SBS Zrt. csak a végrehajtható jogerős határozat szerint alkalmazott anyagi joghátrányért tartozik felelősséggel, egyéb közvetlen vagy közvetett kárért, költségért nem. Az MTM-SBS Zrt. ugyanakkor jogosult arra, hogy az általa jogsértőnek minősített támogatói üzenet Médiaszolgáltatásban történő közzé tétele visszautasítsa költség- kártérítési fizetés nélkül. A visszautasítást az MTM-SBS Zrt. írásban indokolni köteles. Ha a megrendelő ebben az esetben nem vállalja a kijavítást, akkor az ilyen ok miatt elmaradt sugárzás utáni támogatási díjat 100%-ban az MTM-SBS Zrt.-nek megfizetni tartozik.
14. Amennyiben a felek megállapodása szerint az MTM-SBS Zrt. (vagy alvállalkozója) készíti el a támogatási üzenetet, akkor a megrendelő és az MTM-SBS Zrt. viszonylatában annak jogszerűsége tekintetében a felelősség az MTM-SBS Zrt-t terheli. Az MTM-SBS Zrt. csak olyan támogatói üzenet készítését vállalja, amely mindenben megfelel az Ofcom és a magyar (jogszabályoknak, amelynek vizuális és vokális tartalma és egyéb lényegi jellemzői tekintetében előzetesen írásos megállapodás (megrendelő/visszaigazolás) jött létre. Az MTM-SBS Zrt. az üzenet elkészítéséért gyártási díjat számíthat fel. Ha az üzenet megfelel ezeknek a jellemzőknek, és azt a megrendelő nem fogadja el, illetve csak olyan kijavítással, amely az Ofcom szabályokat sért, akkor a megrendelő a gyártási díj megfizetésén túl az elmaradt sugárzás utáni támogatási díj 100%-át is megfizetni tartozik és az MTM-SBS Zrt. fenntartja az ezen kívüli kárának az érvényesítési jogát is.

XI. Termékmegjelenítés és nyeremény felajánlás, illetve bemutatás

1. A termékmegjelenítés mindenkor a megrendelő és az MTM-SBS Zrt. által közösen elfogadott írásos ajánlat alapján történik. A közösen elfogadott és a megrendelő által aláírt ajánlat elküldésével és/vagy az ajánlat írásbeli visszaigazolásával a megrendelő már kötelezettséget vállal az ajánlat szerinti termékmegjelenítésre és a termékmegjelenítés szerinti termék biztosítására (amely termék lehet szolgáltatás is), a termékmegjelenítés díjának és a termékmegjelenítés műsorba foglalása, integrálása költségének (gyártási díjának) megfizetésére. Az ajánlat jelen pont szerinti megküldése/visszaigazolása mellett a megrendelő a közösen elfogadott ajánlat alapján a termékmegjelenítésre vonatkozóan is megrendelőt kell, hogy küldjön. Ez a megrendelő megnevezésén, cégadatain (székhely, cégjegyzék száma és adószáma) kívül a termékmegjelenítés tárgyát, a műsor megnevezését, termékmegjelenítési együttműködési időszakot, a termékmegjelenítés közösen elfogadott ajánlat szerinti módját és lényeges feltételeit, a megrendelő által a termékmegjelenítéshez biztosított termékeket/szolgáltatásokat, a termékmegjelenítés megállapodott díját és költségeit kell, hogy tartalmazza. Amennyiben reklámszolgáltató a megrendelő, akkor megrendelő reklámszolgáltató (megrendelő ügynökség) cégadatain kívül annak a társaságnak a cégadatait is fel kell tüntetni a megrendelőben, amelynek érdekében történik a termékmegjelenítés. A megrendelő a közösen elfogadott ajánlat az MTM-SBS Zrt-hez történő megérkezését követő 10 munkanapon belül küldendő. Az MTM-SBS Zrt. a megrendelőt 3 munkanapon belül igazolja vissza. A vissza nem igazolt megrendelő az MTM-SBS Zrt. részéről nem tekinthető elfogadottnak.
2. A termékmegjelenítésről a közösen elfogadott ajánlat és megrendelő/visszaigazolás szerinti tartalommal egy okiratban foglalt szerződés készül. A kellékmegjelenítésnél a megrendelés és annak visszaigazolása a felek között létrejött szerződésnek tekintendő.
3. A megrendelő a megrendelés/visszaigazolás, illetve a szerződés szerinti határidőben köteles az ezekben rögzített mennyiségben és minőségben a megjelenítendő terméket az MTM-SBS Zrt-nek, illetve a műsort készítő gyártó társaságnak átadni, szállítani. Ha nincs határidő megállapítva, akkor ezeket a termékmegjelenítés beforgatási, illetve felvételi/rögzítési napja előtt legalább 3 munkanappal szállítani kell a megadott szállítási helyszínre. Ha termékek a megállapított határidőben nem kerülnek szállításra, illetve a termékmegjelenítés tárgyát képező szolgáltatás, helyszín stb. nincs a forgatásra megállapodott határidőben forgatásra/felvételre alkalmas állapotban, akkor az MTM-SBS Zrt. mentesül a termékmegjelenítési kötelezettsége alól, és jogosult a termékmegjelenítési díj és gyártási díj valamint egyéb költségeinek megtérítését a megrendelőtől követelni.
4. Az Ofcom szabályok szerint termékmegjelenítés filmekben, televíziós sorozatokban, sportműsorokban és szórakoztató műsorokban lehetséges. Hírműsorban, időszzerű tájékoztató műsorban és gyermekműsorban (akkor is, ha az előbbiek szerinti műfajú műsor), fogyasztóvédelmi műsorban és vallási műsorban nem megengedett.
5. Dohánytermékek, az olyan vállalkozás, amely főtevékenysége szerint ilyen termékek előállításával vagy értékesítésével foglalkozik és orvosi vényre kapható gyógyszer, valamint a magyar szabályok értelmében a társadalombiztosítás által támogatott gyógyszer, és állami adóhatóság engedélye nélküli szerencsejáték termékmegjelenítésként nem jelenhetnek meg. Az angol joghatóság alatt készült műsorokban az előzőek szerinti tiltásokon kívül alkoholos italok, HFSS élelmiszerek és italok, szerencsejáték (akkor sem, ha állami adóhatóság által engedélyezett), bármely gyógyszer, tápszerek, elektromos cigaretta, öngyújtó, cigarettapapír, pipa és minden olyan termék nem mutatható be (ide értve a képi és szóbeli utalást is) termékmegjelenítésként, amelynek reklámozása az Ofcom szabályok szerint nem megengedett. Angol joghatóság szerint készült műsornak (mozi vetítési céllal készült filmalkotás kivétel) az a műsor tekintendő, amely angol joghatóság alatt működő médiaszolgáltató, illetve kapcsolt vállalkozása megrendelésére készül vagy bármely más által készített műsor, ha ennek első eredeti sugárzására ilyen joghatóság alatti televíziós médiaszolgáltatásban kerül sor. Ezen rendelkezésnek megfelelően a tiltások a független producerek által készített műsorokra is vonatkoznak, ha a műsor a Médiaszolgáltató vagy a Médiaszolgáltató megbízása alapján vagy anélkül is az MTM-SBS Zrt. megrendelésére a

Médiaszolgáltatásban történő sugárzás céljából készül.

6. A műsor tartalmát és műsorrendbeli elhelyezését a termék megjelenítést megrendelő a Médiaszolgáltató szerkesztői felelősségét és függetlenségét érintő módon nem befolyásolhatja. A termék megjelenítés nem lehet reklám, illetve promóciós jellegű, ilyennek tekintendő különösen: közvetlen vagy közvetett ösztönzés a termék/szolgáltatás vételére, pozitív/előnyös terméktulajdonságok vagy erre utalás, árinformációk, szlogen és minden termék erősíti információ, ide értve a reklámból vett állításokat is. A termék megjelenítésnek a műsor tartalmával összefüggésben indokoltnak kell lennie, és tartalomtól nem igazolható hangsúlyt nem kaphat.
7. A kellékmegjelenítésre is megfelelően vonatkoznak az előzők szerinti szabályok.
8. Az ajánlatban vagy egyéb írásbeli dokumentumban, szóbeli közlésben a termék megjelenítés műsorbeli gyakoriságára, időtartamára, és egyéb bemutatás módjára vonatkozó megállapítások tájékoztató jellegűek, ezekre nézve az MTM-SBS Zrt. konkrét kötelezettségeket nem vállal, a termék megjelenítés az Ofcom szabályoknak megfelelően a műsortartalomtól eredően, igazolhatóan és indokoltan történik. Az MTM-SBS a termék megjelenítés tekintetében nézettségi garanciát, illetve GRP szállítást sem vállal, ahogy a termék megjelenítés nézettségi mérését sem vállalja. Minden ilyen jellegű információ csak tájékoztató jellegű.
9. A termék megjelenítés jogszerűsége tekintetében a megrendelő és az MTM-SBS Zrt. viszonylatában az MTM-SBS Zrt. akkor tartozik felelősséggel, ha a termék megjelenítés műsorba foglalása az MTM-SBS Zrt. vagy alvállalkozója részéről történik. A megrendelő tudomásul veszi és elfogadja, hogy az MTM-SBS Zrt. (illetve az alvállalkozója) csak jogszerű termék megjelenítés befoglalását, készítését vállalja, és a megrendelő az MTM-SBS Zrt.-vel és Médiaszolgáltatóval szemben (sem) terjeszthet elő igényt vagy követelést, ha a műsor (illetve a műsorok a vállalt termék megjelenítési együttműködési időszak alatt) a vállalt termék megjelenítést tartalmazza, de annak médiaértéke nem a megrendelő által elvártak szerint teljesül.
10. A termék megjelenítés díja mindig egyedileg kerül megállapításra. A termék megjelenítés díja, ha annak megfizetése az MTM-SBS Zrt.-nek közvetlenül történik, akkor beszámít a megrendelő Költsési/Share vállalásába. A gyártási díj/költség – ha ilyen szolgáltatás is szükséges a termék megjelenítéshez külön kerül meghatározásra, és ez nem része a Költsési/Share vállalásnak. Ha a megrendelő reklámszolgáltató, akkor ügynökségi engedmény akkor illeti meg a megrendelőt a termék megjelenítési díj után, ha közösen elfogadott ajánlat ez alapján a megrendelő/visszaigazolás, illetve a létrejött szerződés ezt kifejezetten rögzíti.
11. A nyereménybemutatás a nyeremény értékétől függően termék megjelenítés vagy kellékmegjelenítés, és termék megjelenítés vagy a kellékmegjelenítés szabályai vonatkoznak rá.
12. A nyeremény felajánlás, illetve bemutatás bonyolítására és díjára a jelen fejezet 1., 2 és 10. pontjai megfelelően irányadók azzal, hogy a mindenkori a nyereménytárgy értékkel csökkent díj számít be a Költsési/Share vállalásba, illetve az MTM-SBS Zrt. jogosult arra, egyéb költségével is csökkentse a beszámítandó díjat.
13. A nyereményüzenet hossza 3 és 5 mp, kivéve, ha a felek – kivételes esetben - ennél hosszabb üzenet hosszban nem állapodnak meg. A nyereményüzenet lehet mozgóképes is.
14. A nyereményfelajánló, illetve annak megrendelője – függetlenül attól, hogy számviteli szempontból nem ő minősül kifizetőnek – a nyereményátadás teljesítéséért – ha a megrendelő és az MTM-SBS Zrt. közötti megállapodás ezzel ellentézőleg nem rendelkezik – a megrendelő tartozik felelősséggel és helytállási kötelezettséggel az MTM-SBS Zrt.-vel (és a Médiaszolgáltatóval) szemben. A nyereményfelajánló, illetve a megrendelő a nyeremény tekintetében kellékszavatossággal is, illetve ha a nyereménytárgy tartós fogyasztási termék, amelyre a vonatkozó jogszabály jótállási kötelezettséget ír elő, akkor legalább a jogszabály szerinti jótállással tartozik.
15. A nyereménybemutatói üzenet adáskész elkészítése és szállítása – ha a felek ezzel ellentézőleg nem állapodtak meg - a megrendelő kötelezettsége. Az adáskész nyereményüzenet szállítására (kézbesítésére), a megrendelő üzenetnek a jogszerűségéért való felelősségére és helytállására az adáskész támogatási üzenet szállítása, illetve a jelen

ÁSZF VI. fejezete szerinti felelősség és helytállás rendelkezései az irányadók, illetve alkalmazandók. Az üzenet esetleges MTM-SBS Zrt. általi esetleges észrevételezésére a támogatási üzenet észrevételezésével kapcsolatos rendelkezések az érvényesek.

16. Amennyiben a megrendelővel történő megállapodás szerint a nyereményüzenetet az MTM-SBS Zrt. (vagy alvállalkozója) készíti, akkor az MTM-SBS Zrt. jogosult ezért külön gyártási díjat felszámítani. A nyereményüzenet elkészítéséhez szükséges anyagok szállítási határidejére a megrendelő/visszaigazolás, illetve a szerződés vonatkozó rendelkezései az irányadók. Késedelmes szállítás esetén az MTM-SBS Zrt. nem köteles a nyereményüzenet elkészítésére és a nyereményüzenet bemutatására és a megrendelő köteles a nyereménybemutatás díját és az MTM-SBS Zrt. nyereményüzenet elkészítése és bemutatása meghiúsulásából eredő igazolt közvetlen és közvetett kárát megtéríteni.
17. A nyereménybemutatás vállalása adott műsorban akkor kizárólagos (más nyeremény nem kerül bemutatásra), illetve szektorkizárólagos, ha ezt kifejezetten a megrendelő/visszaigazolás, illetve a szerződés rögzíti.
18. A termékelhelyezés Ofcom szabályoknak megfelelően történő jelzése a Médiaszolgáltató felelőssége.
19. Mind a termékmegjelenítésnél, mind a nyereménybemutatásnál is a Médiaszolgáltató fenntartja a műsorváltozás jogát. Amennyiben a műsorváltozás a termékmegjelenítési, illetve nyereménybemutatási vállalást érinti, akkor az V. fejezet 6. pontja az irányadó.

XII. Elállás, költési- vállalás nem teljesülésének jogkövetkezményei (bánatpénz)

1. Az a megrendelő, amely a Médiaszolgáltatásban (illetve a Médiaszolgáltatásokban együttes) Költési és/vagy Share vállalásra határozott idejű szerződést (ide értve a Deal Memo-t, megrendelést/visszaigazolást is) köt a szerződés határozott idejének lejártá előtt elállhat a szerződéstől. Az elállás feltétele csak Költési vállalásnál, hogy a megrendelő olyan tartalmú írásos nyilatkozatot küldjön az MTM-SBS Zrt.-nek, amelyben vállalja, hogy a szerződésben meghatározott a jognyilatkozat kézbesítési időpontjában a még nem teljesült Költési vállalás 4. pont szerint meghatározott részét megfizeti (bánatpénz). Ha a Költési vállalás mellett Share vállalás is történt, akkor a nyilatkozatnak tartalmaznia kell azt is, továbbá tudomásul veszi és elismeri az MTM-SBS Zrt. az a jogát, hogy a Share vállalás nem teljesülése esetén a Share vállalásra tekintettel nyújtott árcsökkentő tényezők/kedvezményekből származó jogosulatlanul igénybe vett árelőnyt az MTM-SBS Zrt. a megrendelőtől követelheti és vállalja annak bánatpénzként történő megfizetését. Ha csak Share vállalás történt, akkor a bánatpénz összege az előzőek szerinti a Share vállalásra tekintettel biztosított árelőnyök szerinti alakul, illetve az árelőnyökből szerzett jogosulatlan előnyt követeli vissza az MTM-SBS Zrt. és az elállási nyilatkozatnak ezen árelőny(ök) megfizetésének vállalását kell tartalmaznia. A bánatpénz mértékére az alábbi 4. pontban foglaltak az irányadók.
2. 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.
3. Abban az esetben, ha megrendelő oldalán a határozott idejű szerződésben vállalt Költési vállalás és/vagy Share 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.
4. A Költési vállalás nem teljesülése esetén a megrendelő alábbi bánatpénz fizetési kötelezettségét vonja maga után az alábbiak szerint:

A Költési vállalás nem teljesülésének mértéke

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

A Share vállalás nem teljesülése esetén a bánatpénz a szerződés szerinti nettó Költési

vállalás 15%-a.

Ha sem a Költsési vállalás, sem a Share vállalás nem teljesül, akkor Költsési vállalás nem teljesülésére előzőek szerint megállapított és a Share vállalás nem teljesülésére megállapított bánatpénz összeadódik.

5. A nettó alulköltség mértékének kiszámítási alapja a szerződés szerinti Költsési vállalás, és ez a nettó Költsési vállalás a bánatpénz fentiek szerinti százalékanak vetítési alapja. A bánatpénz ügynökségi engedménnyel nem csökkenthető.
6. A bánatpénz összege a megrendelővel kötött szerződésben eltérhet a fentiektől.
7. A bánatpénz összegéről a számlát az MTM-SBS Zrt. megszűnésének, illetve hatályának lejártát követően állítja ki, a számla rendezésének esedékessége a számla kiállításától számított 30 naptári nap.

XIII. Számlázás és fizetési feltételek

1. A havi reklámkampány megrendelése alapján 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.
2. Az árjegyzéki formában történő értékesítésnél a díj megállapítása mindig a reklámblokk sugárzásának kezdési időpontjának 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.
3. A „Fix C/GRP” formában történő értékesítésnél erre az értékesítési formára jellemző eltérésekkel a fentiek szerint történik a számlázás, a számlázásra kerülő nettó érték megegyezik a kampány megrendelésekor meghatározott és visszaigazolt nettó kampányértékkel. Alulteljesítés esetén, amikor további kompenzációra nincs lehetőség, a felek külön egyeztetnek a számlázandó összegről, és szükség esetén az MTM-SBS Zrt. helyesbítő számlát vagy ezzel egy tekintet alá eső okiratot küld. 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.
4. A TCR számlázásának módja megegyezik az árjegyzéki rendszerű reklámkampány számlázási módjával.
5. Támogatás tekintetében is a kampány szempontú számlázás történik, a tárgyhóban ugyanazon műsorhoz/műsorban (ide értve annak műsorelőzeteseit is) vagy több műsorhoz kapcsolódóan (ha ez a jelen ÁSZF szerint kampánynak tekinthető) közzé tett támogatási üzenetek kerülnek a tárgyhavi teljesítést követően számlázásra. A kampánynak nem minősülő támogatásnál a számlázás a teljesítést követően, illetve ha szerződés ettől eltérő fizetési ütemezést ír, akkor ennek megfelelően történik. GRP mennyiség – ha a számlán, illetve a mellékletben ez fel van tüntetve – tájékoztató jellegű.
6. Szintén kampány szempontú a kellékmegjelenítésnek minősülő nyereménymegjelenítés számlázása is, ha a nyereménymegjelenítések kampánynak minősíthetők. Egyéb esetekben az előző pont szerinti számlázási mód az irányadó. A termékmegjelenítés, televíziós vásárlási műsorablak számlázása, a számlák kiállítási és fizetési üzemezésre a vonatkozó szerződés az irányadó.
7. A támogatásnál és nyereménymegjelenítésnél az általános szabály, hogy a megrendelt/visszaigazolt nettó kampányérték (támogatási/nyeremény megjelenítési díj) kerül számlázásra, a műsorváltozás miatti nem teljesülések esetén a kompenzáció a jelen ÁSZF vonatkozó rendelkezései szerint történik.
8. 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.

9. Késedelmes fizetés esetén a megrendelőt a Ptk. szerinti késedelmi kamatfizetési kötelezettség terheli. Az MTM-SBS Zrt. az esedékessé vált késedelmi kamat összegét minden hónapban ráterheli a késedelmesen fizető megrendelőre.
10. Abban az esetben, ha a megrendelő nem tesz eleget a fizetési kötelezettségének annak esedékességével és az MTM-SBS Zrt. írásbeli fizetési felszólítására, a felszólítás szerinti határnapkal 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 összege tekintetében.
11. Ha a megrendelő nem tesz eleget a fizetési kötelezettségének annak esedékességével, és az MTM-SBS Zrt. fizetési felszólítására az abban foglalt határidővel sem rendezi a késedelmi kamattal megnövelt lejárt tartozását, és az MTM-SBS Zrt. nem él vagy nem tud élni a fentiek szerinti beszámítással, akkor az MTM-SBS Zrt. jogosult a megrendelő reklámkampányának, támogatási üzenetének, nyereménybemutatásának, termék megjelenítésének a Médiaszolgáltatásban történő sugárzását – a megrendelő írásbeli értesítése mellett – leállítani. Ilyen esetben új megrendelés befogadása csak a lejárt tartozás késedelmi kamatokkal növelt összegben történő rendezése után történik. A leállítás miatti kár teljes egészében a megrendelőt terheli.
12. Az MTM-SBS Zrt. jogosult arra is, hogy amennyiben a fizetési felszólítás szerinti határidőben nem történik meg a késedelmi kamatokkal növelt lejárt tartozás rendezése, a fenti jogkövetkezményeken túl megtegye a jogi lépéseket a követelésének érvényesítésére – ide értve a felszámolási eljárás kezdeményezését, a követelése engedményezését is. Amennyiben a lejárt tartozást 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.
13. Az MTM-SBS Zrt. a következő esetekben jogosult előrefizetést, a teljesítését megelőzően a szolgáltatás ellenértékét kérni:
 - i) a Médiaszolgáltatásban még nem hirdetett megrendelő esetén, különös tekintettel akkor, ha megrendelő az MTM-SBS Zrt. által értékesített más médiaszolgáltatásban sem hirdetett még;
 - ii) ha az egyedi szerződés így rendelkezik;
 - iii) 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);
 - iv) ha a céginformáció alapján nem ítéltető meg a megrendelő cég pénzügyi helyzete, illetve fizetőképessége;
14. 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 a Médiaszolgáltató nem köteles a sugárzás/szolgáltatás teljesítésére mindaddig, amíg a fizetés rendezése nem történt meg, illetve, ha a teljesítés már megkezdődött, akkor jogosult arra, hogy a teljesítést leállítsa, mindkét esetben a kártérítési igénye fenntartása mellett. Az előleg teljesítésének időpontja az előlegkérő levélen feltüntetett összeg beérkezése/jóváírása az MTM-SBS Zrt. bankszámlájára. Az MTM-SBS Zrt. az előleg beérkezése után haladéktalanul előlegszámlát állít ki és küld a megrendelőnek. A végszámlát az MTM-SBS Zrt. a jelen ÁSZF számlázási szabályai szerint állítja ki.
15. A megrendelő lejárt tartozása esetén az MTM-SBS Zrt. arra is jogosult, hogy a már visszaigazolt sugárzások teljesítését is azok előre történő megfizetéséhez kösse, vagy a visszaigazolt és már megkezdett szolgáltatás teljesítését a tartozás rendezéséig felfüggesztesse.
16. 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. A fenti pontokban meghatározott jogkövetkezmények

alkalmazása mellett az MTM-SBS Zrt. fenntartja a jogot a megrendelői magatartásából származó Médiaszolgáltató és az ő oldalán keletkezett kárának az érvényesítésére.

17. 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.
18. 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.
19. A számlával kapcsolatos kérdéseket, kifogásokat, annak kézhezvételétől számított 8 naptári napon belül írásban kell közölni. E határidőn túl reklamációnak helye nincs.

XIV. Adásanyagok szállítása

1. Az MTM-SBS Zrt. kizárólag a fájl formátumban küldött adásanyagot fogad el. Ettől csak kivételes esetben, írásos megállapodás vagy az MTM-SBS Zrt. ilyen irányú visszaigazolása esetén lehet eltérni. Adásanyag alatt értendő a reklámfilm/szpot, TCR, támogatási üzenet és nyereményüzenet adáskész anyaga is. Egy fájl csak egy, a vonatkozó reklámfilm, illetve támogatási/nyereménybemutató üzenet (adáskész) anyagot tartalmazhat. A televíziós vásárlási műsorablak szállítási feltételeit az erre vonatkozó szerződés rögzíti azzal, hogy ennek adásanyaga is fájl formátumban a Műszaki Média Specifikáció szerinti műszaki paraméterekkel kézbesítendő az MTM-SBS Zrt-nek.
2. A reklámfilm/anyagot tartalmazó fájlt (legkésőbb) a 1/B. melléklet szerinti leadási határidőben kell az MTM-SBS Zrt-nek kézbesíteni. Amennyiben az adásanyag a Médiaszolgáltatásban már sugárzásra került vagy az MTM-SBS Zrt. birtokában van – figyelemmel az alábbi 18. pontra –, akkor elegendő a megfelelő filmazonosító/filmkód megadása, ha ebben az MTM-SBS Zrt-vel előzetesen a megrendelő megállapodott.
3. A támogatási/nyeremény üzenet kézbesítési határideje legkésőbb annak első sugárzását megelőzően 5. munkanap.
4. Az elvárt fájl formátum és annak műszaki technikai paraméterei a Műszaki Média Specifikációban vannak meghatározva. Az MTM-SBS Zrt. a FEM3, PRO4 Médiaszolgáltatásban SD, míg az STV2 Médiaszolgáltatásban történő sugárzásra SD és HD jelformátumú adásanyagot is befogad. A kézbesítés az MTM-SBS Zrt. által elfogadott módon történhet. A kézbesítési módokat az itt hivatkozott Műszaki Média Specifikáció, illetve a kézbesítési módokról és lehetőségekről az MTM-SBS Zrt. által kiadott iránymutatások/tájékoztatók tartalmazzák, ide értve az MTM-SBS Zrt. által javasolt fájl feltöltő/kézbesítő szolgáltatókat – továbbiakban: elektronikus futárszolgálat. A Műszaki Média Specifikáció a jelen ÁSZF elválaszthatatlan 5. sz. melléklete.
5. Az elektronikus futárszolgálattal a megrendelő köteles az adásanyagok MTM-SBS Zrt-nek történő kézbesítéséről saját költségére és felelősségére a megállapodásokat megkötni, illetve ezeket a kézbesítéssel megbízni. Ennek megfelelően az MTM-SBS Zrt. FTP szerverére a kézbesítés (esetleg feltöltés), az SD jelformátumról a HD jelformátumra a konverzió, az esetleges műszaki/technikai hibák kijavítási költsége kizárólag a megrendelőt terheli. Szintén a megrendelő felelős - a megrendelő és az MTM-SBS Zrt. viszonylatában - a késedelmes kézbesítésért.
6. Kézbesítés alatt a jelen fejezet vonatkozásában az adásanyag MTM-SBS Zrt-hez történő szállítása értendő, a kézbesítés teljesülési időpontjának az az időpont tekintendő, amely időpontban az anyag (csatolandó dokumentumok) az MTM-SBS Zrt. FTP szerverére megérkeznek.
7. A megrendelő az adásanyag kézbesítésével egyidejűleg köteles a jelen ÁSZF mintanyomtatványaként csatolt általa kitöltött videó kísért és jogi nyilatkozatot is kézbesíteni. A kitöltött videó kísért az adásanyag jellemzőivel kapcsolatos információkat tartalmazza. A kézbesített kitöltött jogi nyilatkozattal pedig a megrendelő azt jelenti ki és szavatolja, hogy rendelkezik az adásanyag kereskedelmi közleménye (reklám vagy támogatói üzenet vagy nyereményüzenet) rögzítéséhez, többszörözéséhez és

sugárzásához, valamint ezen jogok átengedéséhez szükséges felhasználási jogokkal. A kitöltött videó kísérő és jogi nyilatkozat kézbesítése hiányában az MTM-SBS Zrt. jogosult az adásanyag kézbesítése ellenére a kézbesítést úgy tekinteni, mintha a kézbesítés nem határidőben történt volna meg, és mindaddig a kézbesítést nem befejezettnek tekinteni, míg a kitöltött videó kísérő és jogi nyilatkozat nem érkezik meg hozzá.

8. A leadási határidőn túl, késve kézbesített adásanyag sugárzásra történő befogadása, illetve a már kézbesített adásanyag cseréje egyedi egyeztetéssel technikai felár/késedelmi pótdíj fizetése mellett történik. A késedelmesen kézbesített adásanyagnál – ide értve a már kézbesített adásanyag cserét is - az MTM-SBS Zrt. alkalmanként 20,000 forint technikai késedelmi pótdíjat, illetve technikai felárat számít fel, ha a reklámfilm/TCR a zárás napján 11.00 óráig, illetve a támogatási/nyeremény üzenet a fenti 3. pont szerinti határidőt lekésve, de az első sugárzást megelőzően 4 munkanappal az MTM-SBS Zrt-hez megérkezik.
9. Lezárt napban reklámfilm/TCR befogadása, cseréje kivételes esetekben és egyedi egyeztetéssel és 20,000 Ft/reklámfilm (TCR) késedelmi pótdíj/technikai költség felszámításával történik legkésőbb a sugárzást megelőző 3 munkanap 11:00 órájáig, ha ez az adásbiztonságot nem veszélyezteti. A támogatási üzenetek/nyereményüzeneteknél az egyedi egyeztetés melletti legkésőbbi kézbesítési határidő a jelen pont szerinti pótdíj/technikai költség felszámításával első sugárzást megelőzően 4 munkanap azzal, hogy tekintettel az adásbiztonságra az MTM-SBS Zrt. jogosult arra, hogy elutasítsa az adásanyag befogadását. Ezen határidők után kézbesített adásanyagot az MTM-SBS Zrt. - késedelmi pótdíj/technikai felár ellenében - sem fogad be sugárzásra és filmcserére sincs mód.
10. Az elektronikus futárszolgálat által kézbesített anyagokat az elektronikus futárszolgálat ellenőrzi a technikai megfelelőség szempontjából, az MTM-SBS Zrt. ilyenkor a megrendelés/visszaigazolás szerinti adáshosszat ellenőrzi ezek kézbesítését követő 2 munkanapon belül. A más módon kézbesített (a megrendelő által közvetlenül az MTM-SBS Zrt. FTP szerverére feltöltött) anyagokat – ha a felek előzetesen ennek lehetőségében megállapodtak - az MTM-SBS Zrt. technikai/műszaki paramétereknek történő megfelelőségük tekintetében is megvizsgálja.
11. Ha a kézbesített adásanyag hossza eltér a megállapodástól (megrendelés, illetve visszaigazolástól), annál hosszabb vagy rövidebb, és/vagy az nem felel meg a technikai követelményeknek, akkor az MTM-SBS Zrt. azt kijavításra/kicserélésre visszaküldi a megrendelőnek, illetve ezt írásban jelzi megrendelőnek, ha ezt a zárási határidő vagy támogatási/nyereményüzenet leadási határidő lehetővé teszi. A kijavított vagy kicserélt adásanyagot az erről szóló értesítéstől számított 24 órán belül, de a zárási/leadási határidő előtt, illetve ha ez nem lehetséges, akkor legkésőbb egyedi egyeztetés mellett a lezárt napra, illetve a fenti 9. pont szerinti végső leadási határidőre vonatkozó szabály szerint kell kézbesíteni az MTM-SBS Zrt.-nek. Az MTM-SBS Zrt. ilyenkor is jogosult a késedelmi pótdíj, illetve felár felszámítására, illetve a megrendelőtől ennek megfizetését igényelni.
13. A késedelmi pótdíjat, illetve technikai felárat az MTM-SBS Televízió zrt. külön tételként számlázza.
14. A megrendelő tudomásul veszi, hogy az adásanyag késedelmes kézbesítése folytán a sugárzás elmaradása miatt az MTM-SBS Zrt.-vel szemben kártérítési felelősséggel tartozik, és az MTM-SBS Zrt. a sugárzási/támogatási/nyereménybemutató díj 100%-ban történő megfizetési igényén túl az MTM-SBS Zrt. jogosult a többlet kárát is a megrendelővel szemben érvényesíteni.
15. A Médiaszolgáltató és az MTM-SBS Zrt. is a sugárzás vételéért, valamint a műsorszórásért, az átviteli láncban, a műsorterjesztésben/elosztásban (átvitelében bármilyen technikai eljárással és platformon) bekövetkező hiba miatt kizárja a felelősségét.
16. Az MTM-SBS Zrt. csak a „Műszaki Média Specifikáció” szerinti technikai követelményeknek megfelelő üzenet tekintetében vállalja, hogy a Médiaszolgáltató érdekkörében sugárzás megfelel az elvárható technikai követelményeknek.
17. Ha a megrendelt kereskedelmi közlemény (reklám/TCR/támogatási/nyereményüzenet, illetve televíziós vásárlási műsorablak) a kifejezetten és egyértelműen a Médiaszolgáltatónak és/vagy az MTM-SBS Zrt.-nek felróható technikai ok miatt nem vagy hibásan kerül sugárzásra, akkor a megrendelővel történő egyeztetés mellett a megrendelő kára az

elmaradt vagy hibás sugárzás sugárzási értékével azonos értékű reklámidő/támogatási/nyeremény felület biztosításával kerül megtérítésre.

18. Az MTM-SBS Zrt. a sugárzásra küldött adásanyagot annak megrendelt utolsó sugárzási napjától számított maximum 6 hónapi időtartamban archiválja, illetve tárolja azzal, hogy a megrendelés teljesítését követően a kárveszély a megrendelőre száll át. A 6 hónapos időszakot követően az MTM-SBS Zrt. jogosult a szerverről az adásanyagot törölni.
19. Az egyedi reklámozási formáknál a sugárzandó reklámfilm vagy reklámanyagok esetében, ha ezek sugárzáshoz gyártási szolgáltatás is szükséges, akkor ennek elkészítéséhez a megrendelő által biztosítandó anyagok kézbesítése tekintetében a kézbesítési határidőt az egyedi megállapodás határozza meg. Az ott meghatározott határidőn túli anyagkézbesítés esetén az MTM-SBS Zrt. – ha a szerződés másként nem rendelkezik – jogosult a jelen pont szerinti késedelmi díjak/technikai költségek felszámítására azzal, hogy a legkésőbbi leadási határidő dátumát a szerződés rögzíti. Az ezt követő késedelmes kézbesítés és ennek következtében a gyártási szolgáltatások ellehetetlenülése, és a sugárzás elmaradása miatti kár teljes egészében a megrendelőt terheli és ezt köteles az MTM-SBS Zrt-nek megtéríteni. Ugyanez vonatkozik az MTM-SBS Zrt. által készített támogatási és nyereményüzenetekre.

XV. Reklamáció

1. A sugárzással kapcsolatos reklamációt, a sugárzást követő 5 munkanapon belül írásban kell, illetve lehet előterjeszteni.
2. A megrendelő tudomásul veszi, hogy a fenti határidő után sem az MTM-SBS Zrt. sem a Médiaszolgáltató nem fogad el reklamációt.

XVI. Titoktartás

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 kötelezettség.
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.
3. A titoktartási kötelezettség független a jelen ÁSZF időbeli hatályától, illetve az egyedi szerződés érvényességi idejétől.
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.

XVII. Általános- és záró rendelkezések

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.
2. A jelen ÁSZF vonatkozásában megérkezettnek, illetve kézbesítettnek akkor tekintendő a jognyilatkozat, ha:
 - i) az személyes kézbesítés útján történik, amikor a másik fél aláírásával igazoltan

átvette;

- ii) az postai úton történik, amikor a tértivevényt a jognyilatkozatot kibocsátó fél visszakapja;
- iii) az telefax útján történik, a visszaigazoló szelvény dátumával;
- iv) 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.

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.
4. Külföldi megrendelővel való jogvita esetén a Magyar Gazdasági Kamara mellett nevezett Választott Bíróság az illetékes, ha a felek közötti szerződés ezzel ellenkezőleg nem rendelkezik.
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 – értesítés nélkül - megváltoztatható.
6. Az MTM-SBS Zrt. egyéb esetekben is jogosult az ÁSZF egyoldalú módosítására. Az ilyen módosítást az MTM-SBS Zrt. annak hatályba lépését megelőzően legalább 15 nappal közzé teszi és az érintett megrendelőknek a módosításról írásbeli értesítést is küld. Az új megrendelőkre a módosítás annak hatályba lépését követően érvényes.
7. A módosítás azzal a megrendelővel szemben, amelyeknek már folyamatban lévő megrendelése van, akkor érvényes a módosítás, ha az elfogadja. Elfogadottnak akkor tekintendő a megrendelő részéről a módosítás, ha arról való értesítés kézbesítését követő 3 munkanapon belül a módosítás ellen írásban nem emel kifogást.
8. Korrupció ellenes rendelkezés:
Tekintettel arra körülményre, hogy Médiaszolgáltató angol joghatóság alatt működő szolgáltató és a Médiaszolgáltatás(ok) Ofcom licence(k) alapján működnek, és miután az MTM-SBS Zrt a Médiaszolgáltatóval kötött szerződése alapján jár el, mint közvetítő szolgáltató és így reá is kiterjed a Bribery Act 2010 valamint mindazokra, amelyekkel a Médiaszolgáltatás vonatkozásában szerződést köt, ezért a megrendelő kijelenti, hogy:
 - betartja és vezető tisztségviselőivel, munkavállalóival, megbízottjaival, alvállalkozóival, tanácsadóival betartatja a Bribery Act 2010 előírásait, avagy alkalmazza az ennek megfelelő bármely joghatóság alatt érvényes rendelkezéseket a jelen ÁSZF alá tartozó üzleti tevékenysége során,
 - tudomásul veszi, hogy az MTM-SBS Zrt. jogosult a megrendelővel létrejött szerződést azonnali hatállyal megszüntetni, amennyiben tudomására jut, hogy a megrendelő (vezető tisztségviselője, munkavállalója, megbízottja, alvállalkozója) megszegi a Bribery Act avagy bármely más joghatóság ezzel egyenértékű szabályait.
9. A jelen ÁSZF magyar nyelven készült. Annak idegen nyelvű változatai fordítás. Vita esetén a magyar nyelvű változat az irányadó.
10. A jelen ÁSZF-ben nem szabályozott kérdésekben a felek közötti jogviszony tekintetében a Ptk., és egyéb magyar jogszabályok, a reklám és támogatás tartalmi, műsorrendben történő elhelyezései kérdéseiben az Ofcom szabályok, illetve a reklámok tartalmi kérdéseiben a magyar reklámjogi szabályok is irányadóak.
11. Az Általános Szerződési Feltételek közzé tételének módja:
www.sevenonemedia.hu/aszf oldalon, illetve
az MTM-SBS Zrt. a megrendelőknek egyedileg is megküldi ilyen igény esetén
9. A jelen ÁSZF annak kihirdetésétől hatályos és visszavonásig érvényes. A jelen ÁSZF hatályba lépésével a korábban e tárgyban kialakított általános szerződési feltételek hatályukat veszítik.

Mellékletek:

- 1./A melléklet: Zárási rend (reklámfilmek);
- 1./B. melléklet: Reklámfilm kézbesítési határidők;
2. sz. melléklet: FEM3 árjegyzéki árak/sugárzási díjak;
3. sz. melléklet: PRO4 árjegyzéki árak/sugárzási díjak;
4. sz. melléklet: SUPERTV2 árjegyzéki árak/sugárzási díjak;
5. sz. melléklet: Műszaki Média Specifikáció;
6. sz. melléklet: Televíziós költség/share vállalás ellenőrzésére kibocsátott iránymutatás;
7. sz. melléklet: BCAP Code (Kódex) szerint nem reklámozható termékkategóriák;
8. sz. melléklet: Termékfa

Mintanyomtatványok:

1. sz. megrendelő minta;
2. sz. ügynökségi engedmény igénybe vételéhez szükséges ügynökségi megállapodás minta
3. sz. reklámozási tanúsítási mintanyomtatvány
4. sz. jogi nyilatkozat

1/a . számú Melléklet

Zárási rend

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

Ünnepnapokhoz kapcsolódó záras külön értesítés alapján történik.

1/b. számú Melléklet

Reklámfilm leadási rend

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

Ünnepnapokhoz kapcsolódó reklámfilm leadás külön értesítés alapján történik.

2-3-4 sz. Melléklet

Árjegyzéki árak 2013 (Ft-ban)

Listaárak	SUPER TV2	FEM3	PRO4
Prime			
Január	99 000	85 250	44 000
Február	117 000	100 750	52 000
Március	153 000	131 750	68 000
Április	189 000	162 750	84 000
Május	189 000	162 750	84 000
Június	171 000	147 250	76 000
Július	126 000	108 500	56 000
Augusztus	126 000	108 500	56 000
Szeptember	216 000	186 000	96 000
Október	234 000	201 500	104 000
November	234 000	201 500	104 000
December	180 000	155 000	80 000

Listaárak	SUPER TV2	FEM3	PRO4
Offprime			
Január	48 125	41 250	20 900
Február	56 875	48 750	24 700
Március	74 375	63 750	32 300
Április	91 875	78 750	39 900
Május	91 875	78 750	39 900
Június	83 125	71 250	36 100
Július	61 250	52 500	26 600
Augusztus	61 250	52 500	26 600
Szeptember	105 000	90 000	45 600
Október	113 750	97 500	49 400
November	113 750	97 500	49 400
December	87 500	75 000	38 000

Az Ofcom szabályok szerint (BCAP Kódex) nem reklámozható termékkategóriák:

- olyan szondák, eszközök, amelyeknek a célja, hogy az alkohol befolyásoltságot leplezze;
- fogadási sémák és termékek, amelyeknek célja, hogy megkönnyítsék a nyerést a szerencsejátékokban;
- minden és mindenfajta dohánytermék és azok a termékek és szolgáltatások, amelyeknek a neve vagy logója megegyezik a dohánytermékével, vagy amelyeken dohánytermék ábra jelenik meg, cigarettapapír, dohány (amellyel megtöltik a cigarettapapírt);
- puskák, lövész klubok, és az olyan támadó fegyverek, amelyek alkalmasak vagy alkalmassá tették arra, hogy sérülést okozzon;
- prostitúció, szexuális masszázs;
- obszcén anyagok, termékek;
- alkohol –és illegális anyagok függőségét gyógyító készítmények, kivéve az ilyen függőség terápiát ajánló reklámok, ha azok hipnózis, pszichiátriai, pszichoanalízis, pszichológiai alapúak, ha hitelt érdemlően bizonyítható, hogy az ilyen terápiához megfelelő szakértelem és szakembergárda áll rendelkezésre, biztosítása van, és kidolgozott mechanizmus a panaszok kezelésre, és a továbbképzések rendjére;
- piramis alapú szolgáltatások;
- őrzővédő szolgáltatás;
- a reklámokban olyan honlapok vagy egyéb publikációra vonatkozó utalások sem jelenhetnek meg, amelyek fentiek szerinti tiltott reklámkategóriába eső termékeket, szolgáltatásokat népszerűsítenek.

2. számú minta nyomtatvány

Ügynökségi megállapodás a SuperTV2, a FEM3 és a PRO4 médiaszolgáltatásokban teljesült reklámköltségek után biztosított ügynökségi engedménnyről

amely létrejött egyrészt az MTM-SBS Televízió Zrt. (1145 Budapest, Róna u. 174., nyilvántartást végző bíróság: Fővárosi Bíróság, mint Cégbíróság, cégjegyzék száma: 01-10-043174, bankszámlaszám: 10402142-21418684; adószám: 12168295-2-44) - amely a SuperTV2, a FEM3 és a PRO4 elnevezésű brit joghatóság alatt, Ofcom licenc alapján működő kódolt magyar nyelvű, Magyarországon terjesztett audiovizuális lineáris médiaszolgáltatások médiaszolgáltatójával kötött szerződés alapján a SuperTV2, a FEM3 és a PRO4 reklámidéjét kizárólagos jelleggel értékesíti -, a továbbiakban: MTM-SBS Zrt. és másrészről az alábbi megrendelő ügynökség között.

A Megrendelő ügynökség adatai:

Ügynökség neve:
Székhelye:
Postacíme:
Cégjegyzékszám:
Nyilvántartást végző bíróság:
Telefon száma:
Telefax száma:
E-mail címe:
Bankszámla betűjele és száma:
Adóigazgatási száma:
(Vezér) igazgató neve:
Média (kereskedelmi) igazgató neve:
Média menedzser neve:

1. Jelen ügynökségi megállapodás aláírásával a fent nevezett ügynökség – reklámszolgáltató – jogot szerez arra, hogy az általa a reklámozó/alvevő megbízásából a SuperTV2, a FEM3 és a PRO4 médiaszolgáltatásokban megrendelt teljesült megrendelések nettó értéke (mindenféle mennyiségi rabattal, és egyéb engedménnyel csökkentett sugárzási díj) után 15% ügynökségi engedmény jogcímen adott engedményben részesüljön. A megrendelések bonyolítása és a sugárzások teljesítése az itt megnevezett Médiaszolgáltatások reklámidéjének és egyéb kereskedelmi felületeinek értékesítésére vonatkozó Általános Szerződéses Feltételek 2013. – a továbbiakban: ÁSZF - szerint történik.
2. A jelen szerződésben használt kifejezések az ÁSZF-ben foglaltak szerint értendők.
3. Az ügynökségi engedmény elszámolása úgy történik, hogy az MTM-SBS Zrt. az ügynökségi engedménnyel csökkentett számlát bocsát ki az ügynökség részére.

4. Ezzel ellenkező írásbeli kikötés és/vagy megállapodás hiányában az ügynökség alvevője – a reklámozó - az ÁSZF részét képező, az egyes Médiaszolgáltatásokra vonatkozó árjegyzékben, illetve az ÁSZF-ben meghatározott kedvezményekre jogosult, abban az esetben, ha nevében, illetve a megbízásából az ügynökség bármelyik Médiaszolgáltatásban vagy a Médiaszolgáltatások tekintetében együttes éves Költsési vállalást tesz, illetve ha megfelel az adott kedvezmény biztosításának ÁSZF szerinti feltételeinek.
5. Jelen megállapodás alkalmazása szempontjából az ügynökség alvevőjének, illetve reklámozónak minősül az a gazdálkodó szervezet, amely saját márkái, termékei, vagy szolgáltatásai számára helyez/helyeztet el hirdetést, illetve akinek/amelynek érdekében a reklám közzé tétele történik, amelynek érdekében a reklám sugárzása megrendelésre kerül. Az anyavállalatok (kapcsolt vállalkozások) az összevont volumenre kaphatnak mennyiségi engedményt, ha igazolják leányvállalataikban való többségi (50%-ot meghaladó) tulajdoni részesedésüket.
6. Jelen megállapodás szerves és elválaszthatatlan részét képezi az ÁSZF, amely mindkét félre kötelező érvényű. A reklámszolgáltatás megrendelése, bonyolítása, teljesítése, a szolgáltatás ellenértékének megfizetése az ÁSZF szerint történik, illetve a reklámszolgáltatás biztosításának feltételeit az ÁSZF tartalmazza, szabályozza. Az ügynökség a jelen ügynökségi megállapodás visszaküldésével tanúsítja, hogy az ÁSZF-et a jelen megállapodás aláírása előtt megismerte és elfogadta az MTM-SBS Zrt. alábbi előzetes (alábbiakban részletezett) tájékoztatásának tudomásul vétele mellett.
7. Az MTM-SBS Zrt. tájékoztatta az ügynökséget arról, hogy az ÁSZF – tekintettel a televíziós médiaszolgáltatás és annak reklámidéje értékesítésének specifikumaira - a szokásos szerződési gyakorlatról, rendelkezésektől lényegesen eltérhet, illetve a korábbi évek és felek között a korábbi években történt megállapodás feltételeitől is eltérő feltételeket is tartalmazhat, különösen arra tekintettel, hogy reklámszolgáltatás teljesítése a fentiekben megnevezett Médiaszolgáltatásokban történik. Ezekre az eltérésekre az MTM-SBS Zrt. az ügynökség figyelmét külön is felhívta. Az MTM-SBS Zrt. az ügynökség figyelmét arra is külön felhívta, hogy mivel a Médiaszolgáltatások brit joghatóság alatt, Ofcom licenc alapján működnek, ezért ezekben a Médiaszolgáltatásokban közzétett reklámokra a magyar reklámszabályok mellett az Ofcom szabályok - különös tekintettel a BCAP Kódex (a reklámokra vonatkozó szabály-együttes) - is hatályosak, illetve alkalmazandók. A kódex előírásainak a sugárzott reklámoknak meg kell felelniük. A sugárzott reklámok tartalma, tényállítása, vizuális megjelenése tekintetében a felelősség az ÁSZF rendelkezései szerint az ügynökséget terheli, ide értve a BCAP kódex szabályainak való megfelelést is.
8. Jelen megállapodás a felek között az ügynökség által az ügyfélkörébe tartozó reklámozók (alvevők) megbízásából 2013-as évben a Médiaszolgáltatásokban megrendelt és bonyolított, illetve ott teljesített reklámokra, illetve ezekre történő költségére vonatkozik.
9. Az ÁSZF-től csak írásos megállapodásban (ide értve a megrendelést/visszaigazolást is) lehet eltérni.
10. A megállapodás annak aláírásától 2013. december 31-ig tartó hatállyal érvényes.
11. A jelen megállapodás csak az ÁSZF-el együtt érvényes. A megállapodás írásba foglalása az alábbi dátummal történt.

Budapest, 2013.

MEGRENDELŐ ÜGYNÖKSÉG

MTM-SBS Zrt.