PRAVIDLA SPONZOROVÁNÍ NA TELEVIZNÍCH KANÁLECH NOVA

Praha, leden 2025

Základní pojmy

Právní regulace sponzoringu

- zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání („Mediální zákon“)
- zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů
- zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy

Co je to sponzorování

Sponzorováním je **jakýkoliv příspěvek** od osoby, která neprovozuje rozhlasové nebo televizní vysílání, neposkytuje audiovizuální mediální služby na vyžádání, ani nevyrábí audiovizuální díla, **poskytnutý k přímému nebo nepřímému financování rozhlasového nebo televizního programu nebo pořadu s cílem propagovat své jméno nebo název, ochrannou známku, výrobky, služby, činnosti nebo obraz na veřejnosti.**

Základním účelem sponzorování je vytvoření dobrého jména, pověsti právnické či fyzické osoby či jeho výrobků (tzv. goodwill). Tento účel proto musí sloužit jako odlišující kritérium pro reklamu a sponzorování, protože tam, kde by sponzorský vzkaz vybízel ke koupi určitého výrobku podnikatele, by se již nejednalo o sponzorský vzkaz, nýbrž o reklamu.

Základní pojmy

Způsoby sponzorování

Sponzor pořadu

Pořadem se pro účely sponzorování v televizním vysílání rozumí pohyblivá obrazová sekvence se zvukem nebo bez zvuku, která svým obsahem, formou a funkcí tvoří uzavřený celek vysílání a představuje samostatnou položku v programovém schématu.

Pořadem vysílaným na programech Nova Group se rozumí: seriály, eventy, filmy, reality show sportovní přenosy (např. Ulice, Specialisté, Jedna rodina, Tescoma s chutí, Snídaně, Hell´s Kitchen Česko, SuperStar…).

Sponzor programu

Programem se rozumí záměrné časové uspořádání jednotlivých televizních pořadů a dalších částí vysílání. Další části vysílání nemají povahu pořadu a jsou zařazovány mezi pořady nebo jsou jimi pořady provázeny nebo přerušovány.

Programem pro účely sponzorování se rozumí TV stanice Nova, Nova Cinema, Nova Fun, Nova Lady, Nova Action, Nova Gold, Nova Sport 1, Nova Sport 2, Nova Sport 3, Nova Sport 4, Nova Sport 5, Nova Sport 6.

Základní pojmy

Rozdíl mezi reklamou a sponzoringem:

- účelem reklamy na straně zadavatele reklamy (klienta) je podporovat prodej, nákup či pronájem výrobků a služeb, reklamní spot směřuje primárně k propagaci výrobků a služeb;
- reklama je vysílána jen v reklamních blocích, zřetelně oddělených od pořadů;
- reklamní sdělení je vysílané za úplatu;
- reklama ve srovnání se sponzorským vzkazem na diváka působí intenzivněji, a snaží se jej zpravidla přímo přesvědčit ke koupi produktu tím, že vychvaluje jeho konkrétní vlastnosti, může použít srovnání s konkurencí, nadsázku, příběhy apod.
- evidentně reklamní bude sdělení informující o ceně výrobku, nabízených slevách nebo přímo srovnávající určitý produkt s konkurencí.

Sponzorský vzkaz může obsahovat obchodní sdělení v širším slova smyslu, tj. sdělení veřejně prezentující obchodní firmu, výrobek, zboží či službu, a dále i slogan, tj. určité slovní spojení charakterizující podnikatele či jeho výrobek, zboží nebo službu.

Základní pojmy

Nelze sponzorovat

Zpravodajské a politicko-publicistické pořady (viz § 53 odst. 6 Mediálního zákona).

Omezení týkající se subjektů sponzorů

- pořady a programy nesmějí sponzorovat osoby, jejichž hlavním předmětem činnosti je výroba nebo prodej cigaret nebo jiných tabákových výrobků a výroba a pronájem výrobků nebo poskytování služeb, které nesmějí být podle zákona předmětem reklamy;
- při sponzorování pořadů a programů osobami, jejichž předmět činnosti zahrnuje výrobu nebo distribuci léčivých přípravků nebo léčebné postupy,
- nelze propagovat léčivé přípravky nebo postupy vázané v České republice na lékařský předpis;
- pořady pro děti a mládež nesmějí sponzorovat osoby, jejichž předmět činnosti zahrnuje výrobu nebo prodej alkoholických nápojů;
- při volbě sponzora je třeba přihlížet k jeho vhodnosti vzhledem k obsahu, případné zaměření sponzorovaného pořadu. Sponzor nesmí ovlivňovat obsah ani časové uspořádání pořadu a dalších částí vysílání.

Náležitosti sponzorského vzkazu

Povinný obsah sponzorského vzkazu vysílaného na kanálech Nova Group

Povinný obsah sponzorského vzkazu sponzora pořadu

- sdělení, že pořad je sponzorován – titulek **„sponzor pořadu“** musí být součástí dodaného sponzorského vzkazu (viz Technické podmínky inzerce);
- jméno nebo název, obrazový symbol (logo) nebo jiná značka sponzora, kterou se rozumí zejména odkaz na jeho výrobky, služby nebo na jejich charakteristický znak.

Povinný obsah sponzorského vzkazu sponzora programu

- sdělení, že program je sponzorován - titulek **„sponzor programu**“ musí být součástí dodaného sponzorského vzkazu (viz Technické podmínky inzerce);
- jméno nebo název sponzora
- hlavní předmět činnosti sponzora (ze které vyplývá nejvíce výnosů a příjmů). Např. firma XY, a.s., výrobce automobilů.

Náležitosti sponzorského vzkazu

Umístění sponzorského vzkazu

Umístění sponzorského vzkazu sponzora pořadu

Sponzorský vzkaz **musí být umístěn** vždy na začátku sponzorovaného pořadu a dále v jeho průběhu nebo na konci každého sponzorovaného pořadu.

Umístění sponzorského vzkazu sponzora programu

Sponzorský vzkaz sponzora programu **nelze umístit**:

- bezprostředně před začátkem pořadu
- bezprostředně po ukončení pořadu
- v průběhu pořadu
- v průběhu upoutávek na pořad

Stopáž sponzorského vzkazu - běžná stopáž sponzorského vzkazu je 10“

nova nova CINEMA nova FUN nova LADY nova ACTION nova GOLD nova SPORT TN nova INTERNATIONAL VOYO nova.cz

Náležitosti sponzorského vzkazu

Co lze komunikovat ve sponzorském vzkazu:

- základní informace o sponzorovi, případně o jeho ochranné známce, výrobku, službě či jinému výkonu;
- informace o ocenění sponzora, jeho výrobků či služeb, či výkonů (např. Sponzorem pořadu je XY, banka roku 2015);
- slogan, ať již v podobě obrazové či zvukové
- slogan, který je registrovanou značkou lze použít, pokud neobsahuje zřetelné vybídky, superlativy, vyvyšování se nad jiné produkty (tj. např. nejlepší cena, nejrychlejší cesta k Vám, záruka nejvyšší kvality, nejflexibilnější hypotéka); chytré řešení
- kontaktní spojení, které odkazuje na podrobnější informace o sponzorovi prostřednictví webových stránek či teletextu;
- sponzorský vzkaz může obsahovat výslovné upozornění na spojení mezi pořadem a sponzorem (např. parafráze, typické prostředí pořadu, nadsázka)
- poděkování, přání (děkujeme za Vaši důvěru, děkujeme za Vaši věrnost, partner Vašich Vánoc, partner Vaší dovolené);
- sponzorský vzkaz je nutné posuzovat jako celek, obrazovou i zvukovou stránku společně se slovním sdělením!

Sponzorský vzkaz nesmí obsahovat:

- informace o ceně;
- druh reklamního příběhu (vyznění sponzorského vzkazu musí být spíše statičtější než dynamické);
- srovnání užitných vlastností značky, produktu či výkonu s konkurencí, hodnocení předností značky, produktu či výkonu, výhod spojených s jejich používáním či koupí;
- přímé pobídky k nákupu nebo pronájmu zboží nebo služeb, zejména zvláštním zmiňováním zboží nebo služeb za účelem propagace;
- ve vztahu ke sponzorovi, jeho produktům či výkonům nesmí sponzorský vzkaz obsahovat žádné superlativy či komparativy, které by sponzorovu značku, produkt či výkon stavěly nad jiné značky, produkty či výkony (tj. např. „nejlepší na trhu“, „nejnižší ceny“, „nejmodernější výbava“, „kompletní servis“);
- zobrazení spotřebitele bezprostředně před, při či bezprostředně po konzumaci produktu, který je spotřebovatelný (potraviny, kosmetika);
- manipulace s produktem – demonstrace funkcí a užitných vlastností produktu, otevírání produktu a ukazování jeho dalších detailů, obsahu, složení, účinku, jeho výhod;
- datum konání jednorázových prodejních akcí, které nemají širší společenský či kulturní přesah;
- informace o prodejním místu, adresu, telefonní číslo.

Náležitosti sponzorského vzkazu

Specifické skupiny produktů ve sponzoringu

Doplňky stravy

- jsou potravinou určenou k přímé spotřebě, která se odlišuje od ostatních potravin obsahem vitamínů, minerálů atd., aby příznivě působila na zdravotní stav spotřebitele;
- nejsou léčivým přípravkem – doplněk stravy může obsahovat léčivou látku, ale na rozdíl od léčivých přípravků ji neobsahuje v tak velkém množství (tzv. farmakologicky významné množství)
- Ve spojení s potravinovým doplňkem nesmí být použity následující výrazy: léčit, hojit, odstraňovat, zastavovat, napravovat, ošetřovat, vlastnosti prevence, obnovovat, opravovat, eliminovat atd. – nesmí naznačovat léčebný účel
- V případě sponzoringu ze strany výrobců a distributorů potravinových doplňků musí být ve sponzorském vzkazu viditelné označení „prodejný „**potravinový doplněk“ či „doplněk stravy“ či „potravina pro zvláštní výživu“.**

Léčivé přípravky

- Lze propagovat sponzora pořadu či programu, jehož předmětem činnosti je výroba a distribuce léčivých přípravků nebo léčebné postupy i jeho konkrétní produkty, ale nelze propagovat přímo léčivé přípravky nebo léčebné postupy vázané na předpis.
- např. *„sponzor pořadu Dolgit krém a Dolgit gel od PROD.MED.CS“* s tím, že Dolgit nesmí být vázán na lékařský předpis.
- např. *„sponzor programu Ibuprofen“* + titulek *„Zentiva výrobce léčivých přípravků a látek“* (hlavní předmět činnosti sponzora Zentivy) s tím, že Ibuprofen nesmí být vázán na lékařský předpis.
- Je třeba uvést, že se jedná o **léčivo/lék**, název léčiva musí být uveden v souladu s registrovaným názvem
- U léků obsahujících jen jednu léčivou látku musí být iveden i běžný název této látky
- V případě sponzoringu ze strany výrobců a distributorů volně prodejných léků musí být ve sponzorském vzkazu viditelné označení **„volně prodejný lék“** a rovněž **výzva k pečlivému přečtení příbalového letáku** případně i "**o užívání se poraďte se lékárníkem**".

Odpovědnost za obsah sponzorského vzkazu a za zařazení do vysílání

Odpovědnost za obsah sponzorského vzkazu

- za obsah sponzorského vzkazu odpovídá vysílatel: TV Nova s.r.o.
- TV Nova s.r.o. schvaluje obsah sponzorského vzkazu před jeho zařazením do vysílání

Právní, technické a další podmínky pro vysílání sponzorských vzkazů

Obsah sponzorských vzkazů a jejich vysílání musí být v souladu s právním řádem České republiky, zejména pak se zákonem č. **231/2001 Sb., provozování rozhlasového a televizní vysílání** a zákonem č. **40/1995 Sb., o regulaci reklamy**, se zákonem. č. **634/1992 Sb. na ochranu spotřebitele** a se zákonem **č. 121/2000 Sb., o právu autorském**

Podmínky pro vysílání sponzorských vzkazů se řídí těmito dokumenty:

- Všeobecné podmínky propagace na TV kanálech Nova, Cenové podmínky propagace na TV kanálech Nova
- Technické podmínky, Seznam schválených dodavatelů
- Veškeré dokumenty dostupné na webu: https://novagroup.cz/obchod/sponzoring

Tento dokument je stručný souhrn informací určený pro orientaci zájemců o sponzorování pořadu či programu na televizních kanálech Nova a nezakládá sám o sobě práva či povinnosti žádné ze stran.
Tento účinek bude mít až případná smlouva a související dokumentace uzavřená mezi smluvními stranami.

KONTAKT

E-mail: obchod@nova.cz

TV Nova s.r.o.,
Kříženeckého nám. 1078/5,
152 00 Praha 5