

# Opći uvjeti poslovanja

## 1. Određenja pojmova

**Oglasni sadržaj** je redakcijski uređen film (spot) u kojem se oglašava neka marka, proizvod ili usluga unutar promidžbenog programa u televizijskom programu. **Naručitelj** je svaka pravna ili fizička osoba koja namjerava emitirati neki promidžbeni sadržaj (oglašivač) ili svaka agencija koja zakupljuje promidžbeni sadržaj u svoje ime i za svoj račun (agencija), a ima registrirano obavljanje takve djelatnosti.

**Promidžbeni sadržaj** je prostor emitiranja za oglasni i posebni sadržaj.

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

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

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

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

## 2. Opće odredbe

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

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

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

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

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

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

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

## 3. Narudžbe

3.1. Naručitelj je RTL-u dužan dostaviti narudžbu najkasnije tri (3) radna dana prije željenog dana emitiranja. Ukoliko naručitelj dostavi narudžbu kasnije od 3 radna dana prije emitiranja dužan je dodatno platiti 10% iznosa prvih sedam (7) dana kampanje, a što je ujedno i minimalni period naručivanja kampanje.

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

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

Djelovi dana	Vrijeme emitiranja
early morning	02:00 - 09:59
daytime	10:00 - 13:59
early primetime	14:00 - 17:59
primetime	18:00 - 23:29
late night	23:30 - 01:59

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

Pozicija	Indeks pozicije
Prva	130
Druga	120
Predzadnja	120
Zadnja	130

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

## 4. Prihvat narudžbe

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

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

4.3. U sučaju da naručitelj ne potvrdi dobiveni plan emitiranja u roku od 48 sati, smatra se da je dao svoju suglasnost.

## 5. Odbijanje emitiranja

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

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

## 6. Emitiranje

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

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

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

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

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

6.6. U slučaju programskih promjena iz razloga različitih od onih iz stavka 6.5., RTL će obavijestiti Naručitelja o programskoj promijeni te mu ponuditi novi naknadni termin emitiranja. U slučaju da naručitelj ne odgovori u roku od jednog (1) dana, smatra se da je suglasan s ponuđenim terminom.

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

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

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

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

6.11. Obračun stvarno isporučenih rejtinga u odnosu na naručene vrši se temeljem podataka o ostvarenim rejtingima koje utvrđuje društvo AGB Nielsen Istraživanje Medija d.o.o. Ukupan iznos isporučenih rejtinga čini zbroj aktivnosti: Live + As Live + Guest view + TSV 1-3.

## 7. Cijene i ugovaranje cijena

7.1. Ugovaranje cijena/Sporazuma o oglašavanju za narednu kalendarsku godinu je potrebno definirati/potvrditi zaključno sa 31.12. tekuće godine. Proces ugovaranja cijena je nužno finalizirati prije samog procesa naručivanja kampanje, u suprotnom će prihvat narudžbi i emitiranje spotova biti moguće isključivo sukladno (prethodno) utvrđenim osnovnim cijenama po određenom vremenskom dijelu dana, tj. bez uključenih popusta.

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

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

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

7.5. RTL pridržava pravo na promjenu cijena. Za ugovorene i prihvaćene narudžbe, promjena cijene postaje važeća tek nakon slanja odgovarajuće obavijesti naručitelju.

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

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

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

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

## 8. Uvjeti plaćanja

8.1. Naručitelj obavlja plaćanje u korist RTL-a na temelju ispostavljenog računa. RTL ispostavlja račune na temelju emitiranja promidžbenih sadržaja. Naručitelj ima pravo uložiti RTL-u prigovor na izdani račun u roku od sedam (7) dana o njegovog primitka. Po isteku tog razdoblja, račun se smatra valjanim, potpunim i prihvaćenim od strane naručitelja. Iznos računa, ako na istom nije drukčije naznačeno, dostiže u roku od petnaest (15) dana od primitka računa.

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

8.3. Naručitelj obavlja plaćanje ugovorene obveze virtmanskim nalogom ili drugim dopuštenim oblicima plaćanja u skladu s propisima Republike Hrvatske. Negotovinska plaćanja se smatraju obavljenim tek kada sredstva budu odobrena u korist računa RTL-a. Naručitelj obavlja plaćanja isključivo na račun RTL-a naznačen na ispostavljenom računu.

8.4. Osim ako u pojedinačnom slučaju nije drukčije određeno, smatra se da naručitelj kasni s plaćanjem ako iznos nije odobren u korist računa RTL-a do dana dospjeća naznačenog na ispostavljenom računu. Naručitelj koji zakasni s ispunjenjem novčane obveze, duuguje, pored glavnice, i zakonske zatezne kamate.

8.5. U slučaju kašnjenja s plaćanjem, RTL ima pravo odgoditi izvršenje narudžbe, a naručitelj gubi sva stečena prava. Isto tako, u slučaju kašnjenja s plaćanjem, RTL može odbiti nove narudžbe za emitiranje promidžbenog sadržaja od istog naručitelja.

8.6. Plaćanje emitiranja promidžbenog sadržaja predujmom uređuje se posebnim ugovorom između naručitelja i RTL-a.

## 9. Dokumentacija/materijali za emitiranje

9.1. Naručitelj je dužan najkasnije jedan (1) dan prije prvog željenog dana emitiranja dostaviti RTL-u dokumentaciju i materijale neophodne za emitiranje promidžbenih spotova. Navedene materijale (promidžbeni sadržaj) potrebno je dostaviti na [www.ftp.rtl.hr](http://www.ftp.rtl.hr). Za emitiranje se prihvaćaju isključivo formati sukladni Tehničkim standardima RTL-a koji se nalaze na internet stranici <https://www.rtl.hr/>. RTL ne može jamčiti popisno emitiranje ako se materijal dostavi kasno ili se naknadno promijeni. Trajanje promidžbenog sadržaja ne smije biti kraće od pet (5) sekundi.

9.2. Ako RTL ustanovi da materijali ne odgovaraju prihvaćenim standardima, o tome je dužan obavijestiti naručitelja. Naručitelj snosi odgovornost za dostavu dokumentacije i materijala za emitiranje. Uz promidžbeni sadržaj na mediju odgovarajućeg formata, naručitelj dostavlja i pisanu dokumentaciju koja sadrži neophodne podatke u vezi s nosačem zvuka, a posebice o producentu, skladatelju, naslovu i duljini korištene glazbe, te potvrdu o plaćanju naknade za autorska prava radi ograničavanja odgovornosti RTL-a. Dokumentacija i materijale za emitiranje RTL pohranjuje i vraća ih naručitelju isključivo na njegov zahtjev, i to u roku od devedeset (90) dana od posljednjeg predviđenog emitiranja.

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

## 10. Posebni sadržaj (pokroviteljstvo)

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

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

10.3. U slučajevima kada RTL proizvodi najave pokroviteljstva, RTL zadržava sva prava intelektualnog vlasništva na proizvedenim sdaržajima te se isti ne mogu koristiti u bilo kojim drugim medijima ili javno objavljivati na bilo koji način, bez prethodnog pisanog odobrenja RTL-a.

## 11. Prava korištenja

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

## 12. Pravna odgovornost naručitelja

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

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

12.3. Naručitelj preuzima potpunu odgovornost za sadržaj promidžbene poruke.

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

## 13. Otkazivanje narudžbe

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

- 3 do 6 radnih dana prije emitiranja, naručitelj je RTL-u dužan isplatiti 50% ugovorene vrijednosti narudžbe;
- 2 radna dana prije emitiranja, naručitelj je RTL-u dužan isplatiti 75% ugovorene vrijednosti narudžbe;
- 1 radni dan prije emitiranja, naručitelj je RTL-u dužan isplatiti 85% ugovorene vrijednosti narudžbe;
- na dan emitiranja, naručitelj je RTL-u dužan isplatiti 100% ugovorene vrijednosti narudžbe.
- ako Naručitelj nakon naručivanja ne dostavi materijal i/ili dokumentaciju za oglašavanje, dužan je isplatiti 100% vrijednosti narudžbe
- U slučaju izrade posebnog sadržaja za potrebe naručitelja ili sponzorskih elemenata narudžba se može otkazati najkasnije sedam (7) radnih dana prije emitiranja, pri čemu se naplaćuje 50% ugovorene vrijednosti narudžbe. U slučaju kasnijeg otkazivanja, naplata se obavlja u punoj vrijednosti.
- Pravo naručitelja da otkáže narudžbu ne utječe na ukupnu obvezu naručitelja da naruči količinu rejtinga u punom ugovorenom iznosu te potroši ukupno potpisano novčanu obvezu za oglašavanje na programima RTL-a u definiranom periodu.

13.2. U slučaju da se nakon isteka Ugovora utvrdi da Naručitelj nije zakupio oglašni prostor u minimalno ugovorenom iznosu, RTL je ovlašten Naručitelja teretiti za ugovornu kaznu čija visina se izračunava ovisno o postotku realiziranog iznosa u odnosu na ukupno ugovoreni iznos oglašavanja, a sukladno sljedećoj tablici:

% realizacije ugovorenog iznosa	% iznos ugovorne kazne
90% - 99%	razlika do 100% ugovorenog iznosa
80% - 89,99%	15% ugovorenog iznosa iz Ugovora
70% - 79,99%	20% ugovorenog iznosa iz Ugovora
60% - 69,99%	25% ugovorenog iznosa iz Ugovora
50% - 59,99%	30% ugovorenog iznosa iz Ugovora
40% - 49,99%	35% ugovorenog iznosa iz Ugovora
30% - 39,99%	40% ugovorenog iznosa iz Ugovora
20% - 29,99%	50% ugovorenog iznosa iz Ugovora
0% - 19,99%	60% ugovorenog iznosa iz Ugovora

## 14. Čuvanje tajnosti/zaštita podataka

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

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

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

## 15. Završne odredbe

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

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

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

15.4. Na OUP-e se primjenjuje hrvatsko pravo, a možebitni sporovi proizišli iz istih potpadaju pod isključivu nadležnost sudova u Zagrebu. Ovi Opći uvjeti poslovanja primjenjuju se od 01.01.2024. godine.

## U Zagrebu, 16.10.2023.

**Styliani Litou, predsjednik Uprave**

**Tonko Weissmann, član Uprave**