1

metro

CENÍK 2021

Ceny inzerce platné od 1. 1. 2021

NEJVĚTŠÍ DENÍK V ČESKÉ REPUBLICE!

VYDAVATEL

MAFRA, a. s.
Karla Engliše 519/11
150 00 Praha 5
IČ: 45313351
DIČ: CZ45313351

MÍSTO DODÁNÍ TISKOVÝCH PODKLADŮ

MAFRA, a. s.
Karla Engliše 519/11
150 00 Praha 5 - Smíchov
e-mail: grafici@metro.cz

BANKOVNÍ SPOJENÍ

KB, a.s., číslo účtu: 121 89 42 011/0100
Platební podmínky: Splatnost faktury
do 14 kalendářních dnů po vystavení.

DPH

Všechny ceny jsou uvedeny bez DPH.

TISK

Technika tisku - ofsetový tisk
Barva - barevně na všech stránkách
Rastr 100 lpi

TECHNICKÉ ÚDAJE

Rozměr zrcadla: 204x286 mm
Počet sloupců: 5
Mezera mezi sloupci: 3 mm
Papír 45 g/m2 - SC

DENÍK VYCHÁZÍ DENNĚ KROMĚ SOBOT, NEDĚLÍ A SVÁTKŮ

VELIKOSTI SLOUPCŮ

POČET SLOUPCŮ PLOŠNÉ INZERCE	1	2	3	4	5
ŠÍŘKA SLOUPCŮ	38	80	121	163	204

SPECIÁLNÍ FORMÁTY - PLOŠNÁ INZERCE

Formát	Velikost v mm	Total po - pá	Praha + Stř. Č po - pá	Bohemia po - pá	Moravia po - pá	Brno po - pá
WRAP OB1 + OB4	2 x 204 x 286	2 315 766	1 527 768	1 956 042	823 596	514 752
FAKE COVER OB1	204 x 286	1 736 824	1 145 826	1 467 031	617 697	386 064
Zadní obálka	204 x 286	578 942	381 941	489 010	205 899	128 687
Redakční strana 3	204 x 286	578 942	381 941	489 010	205 899	128 687
Junior page (R)	163 x 232	289 471	190 971	244 505	102 949	64 344
Skybox na red. straně 1 (A)	38 x 40	61 367	40 480	51 653	21 798	15 250
Superskybox na red. straně 1 (B)	80 x 40	122 735	80 960	103 306	43 597	30 501
Superskybox na red. straně 1 (C)	38 x 80	122 735	80 560	103 306	43 597	30 501
Skybanner na red. straně 1 (D)	204 x 30	167 366	110 400	140 872	59 450	38 126
L-skybanner na red. straně 1 (E)	163 x 30; 38 x 80	228 733	150 880	192 525	81 249	53 376
Banner na red. straně 1 (F)	204 x 40	195 260	128 800	164 350	69 359	44 480
L-banner na red. straně 1(G)	163 x 35; 38 x 90	218 693	142 735	181 204	76 471	60 760
Magabanner na red. straně 1 (H)	204 x 60	218 693	142 735	181 204	76 471	60 760
Island ad sám na straně (K)	121 x 121	177 157	116 872	149 637	63 005	39 379
Cut-out 1/4 strany sám na straně	121 x 121	147 631	97 394	124 697	52 504	32 816
Cut-out banner	121 x 121	118 105	42 003	99 758	42 003	26 253
Skybanner na redakční straně	204 x 30	62 762	41 400	52 827	22 294	14 297
Sponzorský box	80 x 20	16 737	11 040	14 087	5 945	3 813
Sherpa	dle specifikace	233 893	154 305	197 560	83 183	51 989

STANDARTNÍ FORMÁTY PLOŠNÉ INZERCE

Formát	Velikost	Total po - pá	Praha + stř. Čechy po - pá	Bohemia po - pá	PL-KV po - pá	JČ po - pá	PC-HK po - pá	LC-UL po - pá	Moravia po - pá	BRNO po - pá	Ostrava po - pá	ZL-OL po - pá	Vysočina po - pá
2/1 str.	428 x 286	578 944	381 942	489 010	105 344	68 474	105 344	105 344	205 899	128 686	105 344	105 344	68 474
2/1 str. (2. a 3. str)	428 x 286	849 116	560 181	717 214	154 504	100 427	154 504	154 504	301 984	188 741	154 504	154 504	100 427
1/1 str.	204 x 286	385 961	254 628	326 007	70 229	45 649	70 229	70 229	137 266	85 792	70 229	70 229	45 649
1/2 str. na šířku	204 x 142	194 911	128 587	164 633	35 466	23 052	35 466	35 466	69 319	43 324	35 466	35 466	23 052
1/2 str. na výšku	99 x 286	194 911	128 587	164 633	35 466	23 052	35 466	35 466	69 319	43 324	35 466	35 466	23 052
1/3 str. na šířku	204 x 95	130 455	86 064	110 190	23 738	15 429	23 738	23 738	46 396	28 997	23 738	23 738	15 429
1/3 str. na výšku	80 x 286	130 455	86 064	110 190	23 738	15 429	23 738	23 738	46 396	28 997	23 738	23 738	15 429
1/4 str. na šířku	204 x 71	98 421	64 929	83 131	17 908	11 640	17 908	17 908	35 003	21 877	17 908	17 908	11 640
1/4 str. na výšku	99 x 142	98 421	64 929	83 131	17 908	11 640	17 908	17 908	35 003	21 877	17 908	17 908	11 640
1/5 str. na šířku	121 x 95	79 123	52 198	66 831	14 397	9 358	14 397	14 397	28 140	17 587	14 397	14 397	9 358
1/5 str. na výšku	38 x 286	79 123	52 198	66 831	14 397	9 358	14 397	14 397	28 140	17 587	14 397	14 397	9 358
1/6 str. na šířku	121 x 75	65 999	43 542	55 748	12 010	7 805	12 010	12 010	23 472	14 670	12 010	12 010	7 805
1/6 str. na výšku	80 x 112	65 999	43 542	55 748	12 010	7 805	12 010	12 010	23 472	14 670	12 010	12 010	7 805
1/8 str. na šířku	121 x 60	49 789	32 846	42 055	9 059	5 889	9 059	9 059	17 708	11 067	9 059	9 059	5 889
1/8 str. na výšku	80 x 90	49 789	32 846	42 055	9 059	5 889	9 059	9 059	17 708	11 067	9 059	9 059	5 889
1/10 str. na šířku	121 x 50	39 869	26 304	33 677	7 254	4 716	7 254	7 254	14 180	8 862	7 254	7 254	4 716
1/10 str. na výšku	80 x 75	39 869	26 304	33 677	7 254	4 716	7 254	7 254	14 180	8 862	7 254	7 254	4 716
1/12 str. na šířku a)	80 x 60	33 308	21 973	28 134	6 060	3 940	6 060	6 060	11 847	7 403	6 060	6 060	3 940
1/12 str. na výšku	38 x 120	33 308	21 973	28 134	6 060	3 940	6 060	6 060	11 847	7 403	6 060	6 060	3 940
1/12 str. na šířku b)	121 x 40	33 308	21 973	28 134	6 060	3 940	6 060	6 060	11 847	7 403	6 060	6 060	3 940
1/16 str. na výšku	38 x 90	25 009	16 500	21 125	4 551	2 959	4 551	4 551	8 895	5 559	4 551	4 551	2 959
1/16 str. na šířku a)	80 x 45	25 009	16 500	21 125	4 551	2 959	4 551	4 551	8 895	5 559	4 551	4 551	2 959
1/16 str. na šířku b)	121 x 30	25 009	16 500	21 125	4 551	2 959	4 551	4 551	8 895	5 559	4 551	4 551	2 959
cena za mm/sl.		279	184	235	51	33	51	51	99	64	51	51	33

RUBRIKOVÁ INZERCE

Metro rubriková inzerce	velikost	Total	Praha + Stř. Čechy	Bohemia	Moravia	Brno
1/1 str 4C	204 x 270	199 017	132 678	169 533	73 710	51 597
1/1 str ČB	204 x 270	176 904	119 410	153 317	66 339	47 174
1/2 str 4C	204 x 134	102 028	68 018	86 912	37 788	26 452
1/2 str ČB	204 x 134	90 691	61 217	78 599	34 009	24 184
1/3 str 4C	204 x 90	69 984	46 656	59 616	25 920	18 144
1/3 str ČB	204 x 90	62 208	41 990	53 914	23 328	16 589
1/4 str 4C	99 x 134	53 185	35 456	45 305	19 698	13 789
1/4 str ČB	99 x 134	47 275	31 911	40 972	17 728	12 607
cena zamm/sl 4C	x	135	90	115	50	35
cena zamm/sl ČB	x	120	81	104	45	32

Počet sloupců rubrikové inzerce	1	2	3	4	5	6
Šířka sloupců (v mm)	32	66	100	134	168	202

Rubriková inzerce je plošná inzerce uveřejněná na stránkách a v rubrikách řádkové inzerce. Rubriková inzerce je umísťována ve vydání podle potřeb vydavatele.

XXL INZERTNÍ KOMBINACE: METRO + 5PLUS2

Formát	Velikost	Total XXL	Praha a STČ.	Plzeňský	Karlovarský	Jihočeský	Hradecký	Pardubický	Ústecký	Liberecký	Jihomorav-ský	Moravsko-slezský	Olomoucký	Zlínský	Vysočina
2/1 strany	428 x 286	1 241 074	648 753	156 604	113 769	128 820	156 604	156 604	165 184	148 024	225 675	247 659	156 604	156 604	128 820
1/1 strany	204 x 286	697 728	375 302	91 533	65 836	73 010	91 533	91 533	95 823	87 243	129 000	134 004	91 533	91 533	70 399
1/2 strany na šířku	204 x142	350 408	188 087	45 821	32 991	36 541	45 821	45 821	47 951	43 691	64 598	66 823	45 821	45 821	35 223
na výšku	100 x 286	350 408	188 669	45 956	33 096	36 676	45 956	45 956	48 101	43 811	64 823	67 149	45 956	45 956	35 358
1/3 strany na šířku	204 x 95	233 563	125 851	30 713	22 077	24 452	30 713	30 713	32 138	29 288	43 227	44 750	30 713	30 713	23 570
1/4 strany na šířku	204 x 71	177 128	95 752	23 414	16 919	18 573	23 414	23 414	24 479	22 349	32 868	33 875	23 414	23 414	17 691
na výšku	100 x 142	175 296	94 543	23 080	16 585	18 357	23 080	23 080	24 145	22 015	32 461	33 541	23 080	23 080	17 691
1/5 strany na šířku	204 x 57	141 921	76 687	18 745	13 526	14 878	18 745	18 745	19 600	17 890	26 324	27 140	18 745	18 745	14 212
na výšku	100 x 114	140 818	75 959	18 544	13 325	14 747	18 544	18 544	19 399	17 689	26 078	26 939	18 544	18 544	14 212
1/6 strany na šířku	204 x 47	117 469	63 528	15 532	11 194	12 315	15 532	15 532	16 237	14 827	21 797	22 430	15 532	15 532	11 780
na výšku	100 x 94	116 718	63 032	15 395	11 057	12 227	15 395	15 395	16 100	14 690	21 630	22 293	15 395	15 395	11 780
1/8 strany šířka	204 x 35	88 358	47 888	11 720	8 463	9 272	11 720	11 720	12 245	11 195	16 421	16 837	11 720	11 720	8 826
na výšku	100 x 71	88 111	47 577	11 619	8 347	9 230	11 619	11 619	12 151	11 086	16 328	16 831	11 619	11 619	8 894

PODMÍNKY POSKYTNUTÍ

XXL zahrnuje tituly Metro a 5plus2.
Lze uplatnit pro jednoho zadavatele i v případě inzerce různého obsahu inzerce (např. odlišné produkty) stejně jako na inzerci v různé dny v rámci jednoho kalendářního týdne.

Speciální formáty inzerce a prospektových příloh je možné realizovat pouze po předchozí dohodě.

VKLÁDANÁ INZERCE

Cena a technické podmínky viz strana 8.

PŘÍJEM INZERCE SLEVY

Objednávky na základě tohoto ceníku XXL přijímá MAFRA a.s. - obchodní oddělení METRO, tel.: 225 065 122, 225 065 121, e-mail: sales@metro.cz

POTVRZENÍ OBJEDNÁVKY

Potvrzení objednávky v rámci XXL provede obchodní oddělení deníku Metro

REKLAMACE

Případné reklamace v rámci XXL se řeší u vydavatele MAFRA a.s. a řídí se Všeobecnými obchodními podmínkami pro inzeráty a prospektové přílohy v MAFRA a. s. uvedenými v platném ceníku.

SLEVY

Za plochu a počet zveřejnění viz str. 7.

SLEVY A PŘÍPLATKY

PŘÍPLATKY

Umístění na první obálce	**350 %**
Umístění na poslední straně a třetí straně	**50 %**
1. pozice inzerátu o velikosti 1/2 strany a větší	**50 %**
2. pozice inzerátu o velikosti 1/2 strany a větší	**25 %**
Požadované umístění na straně	**25 %**
Požadované nebo zakázané redakční téma na straně	**25 %**

UZÁVĚRKA PRO OBJEDNÁVKY A PODKLADY

2 pracovní dny před uveřejněním

STORNO POPLATKY

15-3 pracovních dní před uveřejněním: 50 %
Od 2 pracovních dnů před uveřejněním: 100 %

SLEVY ZA POČET OPAKOVÁNÍ - PLOŠNÁ INZERCE

3 a více zveřejnění ve stejné velikosti	**10 %**
6 a více zveřejnění ve stejné velikosti	**15 %**
12 a více zveřejnění ve stejné velikosti	**20 %**
24 a více zveřejnění ve stejné velikosti	**30 %**
48 a více zveřejnění ve stejné velikosti	**40 %**
60 a více zveřejnění ve stejné velikosti	**50 %**

SLEVY - VKLÁDANÁ INZERCE

500 000 ks	3 opakování	**3 %**
1 000 000 ks	6 opakování	**5 %**
1 500 000 ks	8 opakování	**10 %**
2 000 000 ks	10 opakování	**15 %**
2 500 000 ks	12 opakování	**20 %**

TECHNICKÉ PODMÍNKY

1. PODKLADY K VÝROBĚ V MAFRA, A. S.:
Polotónové, kvalitní černobílé nebo barevné fotografie, loga na křivky

2. PODKLADY V ELEKTRONICKÉ PODOBĚ:
Soubory PDF případně EPS nebo PostScript, kompozitní, které mají zapracované obrázky a fonty. Obrazové polotónové předlohy s minimálním rozlišením 250 dpi. Vydavatelství může na vyžádání předložit zákazníkovi vlastní simulovaný nátisk na novinovém papíru pro barevnou korekturu.

3. PLNOBAREVNÉ INZERÁTY (4C)
Při převodu z RGB do CMYK je nutné použít parametry převodu definované vydavatelstvím, případně ICC profil tiskového stroje je k dispozici na: http://www.mafra.cz/sluzby – respektive: http://www.mafra.cz/cs/default.asp?y=mafra_all\cs_pro-inzerenty_mlada-fronta-dnes-smagaziny.htm&menu=

Důležité informace a dokumenty:
Součet čtyř barev maximálně **240 %** (v neutrální šedé), tzn.: **maximální pokrytí archu barvou v libovolném místě nesmí překročit 240 % !**

Při zpracování lze využít vzorník barevné škály v novinovém tisku MAFRA, a. s., který vám poskytneme na vyžádání. Podrobné technické podmínky naleznete v technických podmínkách na internetu: http://www.mafra.cz/sluzby.

Přenos dat: e-mail, FTP, online úschovny

Do dokumentu nevkládat pasovací značky ani spadávku.
Pro černé písmo nepoužívat barvu složenou ze všech CMYK barev.

MAGAZÍN METRO MEN WOMEN ONLY

Formát	Čistý formát v mm	Zrcadlo sazby v mm	CENA STANDART	CENA EXTRA
1/1 standardní strana 4c	220 mm x 265 mm	190 mm x 235 mm	180 000	340 000
1/1 4.obálka 4c	220 mm x 265 mm	190 mm x 235 mm	260 000	495 000
1/1 vnitřní OB 4c	220 mm x 265 mm	190 mm x 235 mm	240 000	410 000
2/1 standardní 4c	440 mm x 265 mm	410 mm x 235 mm	300 000	495 000
1. inzertní strana 4c	220 mm x 265 mm	190 mm x 235 mm	210 000	390 000
2. inzertní strana 4c	220 mm x 265 mm	190 mm x 235 mm	205 000	380 000
3. inzertní strana 4c	220 mm x 265 mm	190 mm x 235 mm	200 000	370 000
1/2 strany 4c vert.	110 mm x 265 mm	95 mm x 235 mm	95 000	175 000
1/2 strany 4c horiz.	220 mm x 132,5 mm	190 mm x 117,5 mm	95 000	175 000
1/3 strany 4c vert.	73 mm x 265 mm	63 mm x 235 mm	65 000	130 000
1/3 strany 4c horiz.	220 mm 88 mm	190 mm x 78 mm	65 000	130 000
1/4 strany 4c roh.	110 mm x 132,5 mm	95 mm x 117,5 mm	50 000	90 000
1/4 strany 4c horiz.	55 mm x 265 mm	47,5 mm x 235 mm	50 000	90 000
1/8 strany 4c	110 mm x 66,25 mm	95 mm x 58,75 mm	23 000	50 000

HARMONOGRAM VYDÁNÍ 2021

Měsíc	Název magazínu	Datum vydání	Datum uzávěrky	Datum podkladů	Náklad
LEDEN-ÚNOR	**MEN WOMEN ONLY**	17.02.2021	01.02.2021	05.02.2021	60 000
BŘEZEN	**MW ONLY EXTRA**	17.03.2021	01.03.2021	05.03.2021	300 000
DUBEN	**MEN WOMEN ONLY**	21.04.2021	06.04.2021	09.04.2021	60 000
KVĚTEN	**MEN WOMEN ONLY**	19.05.2021	03.05.2021	07.05.2021	60 000
ČERVEN	**MW ONLY EXTRA**	23.06.2021	07.06.2021	11.06.2021	300 000
ČERVENEC-SRPEN	**MEN WOMEN ONLY**	18.08.2021	02.08.2021	06.08.2021	60 000
ZÁŘÍ	**MW ONLY EXTRA**	22.09.2021	06.09.2021	10.09.2021	300 000
ŘÍJEN	**MEN WOMEN ONLY**	20.10.2021	04.10.2021	08.10.2021	60 000
LISTOPAD	**MW ONLY EXTRA**	24.11.2021	08.11.2021	12.11.2021	300 000

SUPLEMENT METRO EXTRA

Formát	Čistý formát v mm	Zrcadlo sazby v mm	CENA STANDART	CENA EXTRA
2/1 str	220 mm x 265 mm	190 mm x 235 mm	578 944	1 241 074
1/1 str.	210 mm x 285 mm	204 mm x 286 mm	385 961	697 728
1/2 str. na šířku	210 mm x 140 mm	204 mm x 142,5 mm	194 911	350 408
1/2 str. na výšku	102 mm x 285 mm	99 mm x 286 mm	194 911	350 408
1/3 str. na šířku	210 mm x 114 mm	204 mm x 95 mm	130 455	233 563
1/3 str. na výšku	72 mm x 285 mm	82 mm x 286 mm	130 455	233 563
1/4 str. na šířku	210 mm x 84 mm	204 mm x 71 mm	98 421	175 296
1/4 str. na výšku	102 mm x 140 mm	99 mm x 142 mm	98 421	175 296

HARMONOGRAM VYDÁNÍ 2021

Měsíc	Název suplementu	Datum vydání	Datum uzávěrky	Datum podkladů	Náklad
ÚNOR	**METRO EXTRA SUPLEMENT**	03.02.2021	25.01.2021	27.01.2021	300 000
BŘEZEN	**METRO EXTRA Milion SUPLEMENT**	03.03.2021	22.02.2021	24.02.2021	1 000 000
DUBEN	**METRO EXTRA SUPLEMENT**	07.04.2021	29.03.2021	31.03.2021	300 000
KVĚTEN	**METRO EXTRA Milion SUPLEMENT**	05.05.2021	26.04.2021	28.04.2021	1 000 000
ČERVEN	**METRO EXTRA SUPLEMENT**	02.06.2021	24.05.2021	26.05.2021	300 000
ZÁŘÍ	**METRO EXTRA SUPLEMENT**	01.09.2021	23.08.2021	25.08.2021	300 000
ŘÍJEN	**METRO EXTRA Milion SUPLEMENT**	06.10.2021	24.09.2021	29.09.2021	1 000 000
LISTOPAD	**METRO EXTRA SUPLEMENT**	03.11.2021	25.10.2021	27.10.2021	300 000
PROSINEC	**METRO EXTRA SUPLEMENT**	01.12.2021	22.11.2021	24.11.2021	300 000

VKLÁDANÁ INZERCE

CENY VKLÁDANÉ INZERCE

Ceny - individuální kalkulace možná
od 500 000 ks v Kč za každých 1 000 kusů

do 10 g/kus	1 250 Kč
do 20 g/kus	1 450 Kč
do 30 g/kus	1 650 Kč
do 40 g/kus	1 850 Kč
do 50 g/kus	2 050 Kč

Při hmotnosti nad 50 g/kus a v případě individuálních požadavků objednavatele bude cena stanovena dohodou.

VKLÁDANÉ MNOŽSTVÍ

minimálně 3 000 ks

UZÁVĚRKA PRO OBJEDNÁVKY

14 pracovních dnů před uveřejněním

STORNO POPLATKY

21 - 15 pracovních dnů před uveřejněním: 50 %
14 pracovních dnů před uveřejněním: 100 %

TERMÍNY DODÁNÍ

- 3 pracovní dny před uzavřením, výhradně v dopoledních hodinách (do 14. hodiny pracovního dne)
- 5 pracovních dnů před uveřejněním dodat do redakce deníku METRO vzorek přílohy v počtu nejméně 5 ks

VLASTNOSTI A SPECIFIKACE PŘÍLOH

Volné listy	Deník	Magazín	Gramáž papíru
	rozměr v mm		
Nejmenší formát	105 x 210	A6 (105 x 148)	170-200 g/m^2
Největší formát	230 x 310	200 x 270	120 g/m^2

A5 (210 x 148), A4 (297 x 210 mm)	min. 120 g/m^2
A3 (420 x 297) - musí být přeložen na A4	min. 80 g/m^2
A2 (594 x 420) - musí být přeložen na A4	min. 60 g/m^2

Vícestránkové přílohy	Počet stran	Gramáž papíru
A4, A5, A6	4 - 6 stran	80 g/m^2
A4, A5, A6	8 a více stran	52 g/m^2

KVALITA DODÁVKY PŘÍLOH

Přílohy musí být bezzávadně zpracovatelné, bez dodatečné manuální úpravy. Přílohy slepené, elektrostaticky nabité nebo zvlhlé, s ohnutými rohy nebo jinak poškozené a přílohy s oltářním ohybem nebo leporelo nemohou být zpracovány. U vícestránkových příloh je vhodný ohyb na delší straně. Ořez musí být proveden v pravém úhlu, musí být rovný a hladký, ve velikosti formátu. Přílohy se vzorky zboží není možné zpracovat, zvláštní formáty až po vyzkoušení.

PŘEPRAVA A BALENÍ PŘÍLOH

Pro přepravu prospektových příloh nutno používat stabilní palety. Palety je nutné přesně stohovat, vrstvy prokládat kartónem, vrchní vrstvu překrýt dřevěným krytem. Balíky v jedné nezkřížené vrstvě (**hřbety k jedné straně!)** musí mít stejnou výšku (8 až 10 cm), balíky nezavazovat, neovíjet páskou, nebalit. Přílohy musí být chráněny proti poškození při přepravě a proti pronikání vlhkosti. Každá paleta musí být označená - analogicky k dodacímu listu, na dně strany stohu uložit balíkovou průvodku, stoh opatřit fólií a zapáskovat přes dřevěný kryt - pozor na poškození příloh. Paletové průvodky se ukládají na dvě strany stohu na paletě a musí obsahovat tyto údaje: Odesílatele a příjemce, objednavatele vkládání, označení (název) přílohy, termín vkládání, titul a jednotku vykrytí (region), počet příloh v balíku, na paletě a celkem, počet palet celkem a číslo jednotlivé palety.

OSTATNÍ

V případě výrazné prezentace jména, produktu či služby dalšího klienta ve vkládané inzerci je nutná předchozí individuální dohoda o ceně. V případě nedominantního zveřejnění se účtuje příplatek 15 % z ceny zakázky za každého klienta. V případě dodržení technických podmínek je úspěšnost vkladu cca 98 %. V případě nedodržení pokynů úspěšnost vkladu úměrně klesá a MAFRA, a.s. si vyhrazuje právo na nepřevzetí, resp. nevložení (případně změnu termínu) prospektových příloh!

MÍSTO DODÁNÍ VKLADŮ

MAFRA a.s. Tiskárna Praha
Tiskařská ul. 2/625
Praha 10 - Malešice (tel.: 225 068 403)

MAFRA a.s. Tiskárna Olomouc
Pavelkova 7
Olomouc (tel.: 583 803 127)

SAMPLING

CENY SAMPLINGU

do 20 000 ks	5 Kč
20 000 - 100 000ks	4,50 Kč
100 000 - 300 000 ks	4 Kč

Uvedené ceny platí pro produkty do 100 g/kus.
V ostatních případech bude cena stanovena na základě individuální kalkulace.

DISTRIBUOVANÉ MNOŽSTVÍ

maximálně 308 000 ks
minimálně 10 000 ks

UZÁVĚRKA PRO OBJEDNÁVKY

14 pracovních dnů před uveřejněním

STORNO POPLATKY

21 - 15 pracovních dnů před uveřejněním : 50 %
14 pracovních dnů před uveřejněním: 100 %

TERMÍNY DODÁNÍ

• 3 pracovní dny před uzavřením, výhradně v dopoledních hodinách (do 14. hodiny pracovního dne)
• 10 pracovních dnů před uveřejněním dodat do redakce deníku METRO vzorek produktu v počtu nejméně 5 ks

POKYNY PRO BALENÍ

1. Počet distribuovaných produktů na EUR-paletě o rozměru 80 x 120 x 120 cm musí být min. 5 000 kusů.
2. Používání EUR-palet na více použití o rozměrech 80 x 120 cm je samozřejmým předpokladem.
3. Balíky uvnitř palety musí být naskládány co nejtěsněji k sobě. Na vnějších stranách stohů má být uzavřená řada - hřbet příloh.
4. Váha naložené palety nesmí překročit 800 kg.
5. Maximální výška palety je stanovena na 120 cm
6. Připevnění celého nákladu k paletě lze provést křížovým páskováním, nejlépe přes nepropustný obal, aby byly produkty chráněny před vlhkostí a poškozením.
7. Paletové průvodky musí být umístěny na dvou vedle sebe ležících stranách, na viditelném místě naložené EUR-palety.

PALETOVÁ PRŮVODKA

Musí obsahovat následující údaje:
• odesílatele a příjemce
• produkty určené k distribuci
• objednavatele
• označení produktu
• termín uveřejnění
• a jednotku vykrytí - celkový počet dodaných produktů
• počet EUR-palet
• počet produktů na dané EUR-paletě
• číslo dané EUR-palety
• celkovou váhu dané EUR-palety
• místo pro poznámky

Případné vícepráce spojené s nedodržením výše uvedených pokynů budou v případě realizace objednávky účtovány objednavateli.

BANNERY/METRO.CZ

Pozice	Velikost v px.	Umístění	Garance zobrazení / týden	Cena / týden	CPT
Wide Square (II)	480 x 300 max. 45 kB	All web	200 000	18 000 Kč	90 Kč
1/2 page Ad 300 x 600 (V)	300 x 600 max. 45 kB	All web	500 000	75 000 Kč	150 Kč
Mega Board (I)	998 x 200 max. 45 kB	All web	600 000	99 200 Kč	165 Kč
Branding (VI)	dle specifikace	All web	500 000	125 000 Kč	250 Kč
Wall paper	970 x 310 max. 50 kB	All web	500 000	35 000 Kč	70 Kč
Komerční článek				79 000 Kč/den	

PŘÍPLATKY

- **za rozbalení iLayeru, M-overu, Splashe** - pevný příplatek 100 % (omezení 1x uživatel/den)
- **za videobanner** - příplatek 30 % k ceníkové ceně vybraného formátu
  Příplatek za spuštění zvuku - u flashového banneru je příplatek 25 %
  - musí následovat až po provedené akci uživatelem.

Velikost bannerů při rozbalení (v px):
300x600 - max. 600x600
300x300 - max. 600x300
998x200 - max. 998x400
480x300 - max. 960x300

- Za každých započatých 5 kB navíc nad standardní velikost banneru: 10% příplatek.

M-over (Mouse over): Při přejetí myší přes banner tento banner „něco" udělá. - vyjede rollout nebo zazní zvuk.
Splash: Banner „něco" udělá i bez přejetí myši. Tato akce (vyjíždění, zvuk, apod.) musí být vždy omezena tak, aby obtěžování uživatele nepřesáhlo rozumnou míru.
Videobanner: reklamní formát, ve kterém je přehráván televizní spot a jehož velikost je výrazně větší než povolené limity.

Všechny ostatní formáty, které nejsou v ceníku, jsou NESTANDARDNÍ. Jejich cena a nasazení je možné domluvit vždy po dohodě s obchodním oddělením.

PODKLADY PRO INTERNETOVOU REKLAMU

- musí být dodány nejpozději 2 pracovní dny před začátkem kampaně. Budou-li dodány později, nemůžeme garantovat počet impresí.
- přijímáme formou e-mailu nebo na CD
- přijímáme ve formátech bannerů a reklamních odkazů
  - flash (.swf) s prolinkem na vlastní internetovou prezentaci;
  JPEG (jpg, jpeg) a Graphics Interchange Format (.gif; statický či animovaný)

- Specifikace reklamních formátů:
  http://data.idnes.cz/soubory/mafra_all/98A160216_BOP_004_SPECIFIKACEREKLAMN.PDF
- Náhledy reklamních formátů:
  http://data.idnes.cz/soubory/mafraweb/13A160406_KUBI_001_NAHLEDREKLAMNICHP.PDF

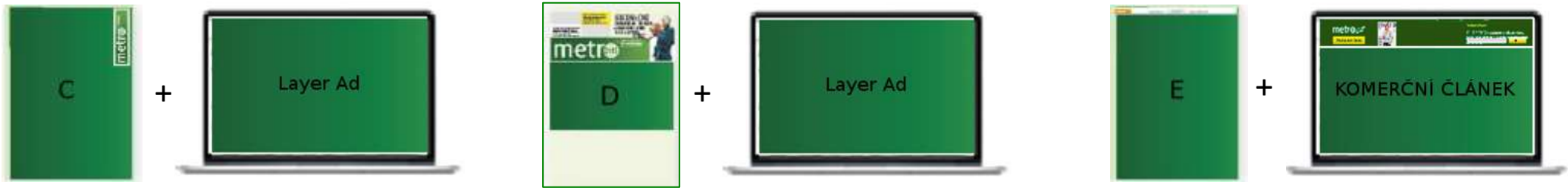
CROSSMEDIÁLNÍ FORMÁTY

Formát deník Metro***	Velikost v mm	Formát metro.cz	Velikost v Pixelech	Cena v Kč
Wrap 1. ob. + 4. ob. (A)	428 x 286	**Layer Ad*,****	max. 800 x 600	2 430 000
Wrap 1. ob. + 2. ob. (B)	2 x 204 x 286	**Layer Ad*,****	max. 800 x 600	2 080 000
Fake cover (C)	204 x 286	**Layer Ad*,****	max. 800 x 600	1 750 000
Special Ad (D)	204 x 110	**Layer Ad*,****	max. 800 x 600	1 000 000
METRO LIVE (E)	204 x 260	**Komerční článek**	max. 800 x 600	350 000
METRO LIVE (F)	204 x 130	**Komerční článek**	max. 800 x 600	190 000

*Trvání : max . 10 sek.
Velikost : max. 800 x 600 Pixel
Velikost dat: max. 100KB
Formát : HTML5, JPEG, 3rd Party Tag, Tag in Tag

**Close - Button musí být viditelně umístěn vlevo nebo vpravo nahoře. Označení "X" nebo "zavřít„ min. výška znaků 10 px

***Vpravo nahoře na titulní straně musí být vynechán prostor na logo deníku o velikosti 60 x 24 mm, vodorovně nebo svisle



TECHNICKÉ PODMÍNKY

PODKLADY K VÝROBĚ V MAFRA, a. s.

Polotónové, kvalitní černobílé nebo barevné fotografie. Podklady na filmech nepřijímáme!

PODKLADY V ELEKTRONICKÉ PODOBĚ

Média pro přenos dat - CD, po dohodě přes FTP nebo e-mail. Podklady pro tisk: EPS, postscriptové, nebo PDF soubory, kompozitní, pozitivní, které mají zapracované obrázky a fonty. Pro kontrolu výtisk z tiskárny jako náhled (pro 2C, 4C – barevný náhled).
Obrazové polotónové předlohy s min. rozlišením 250 DPI při velikosti 1:1.
Nárůst hodnoty odstínu ve středních hodnotách: černá, azurová, purpurová, žlutá: 25 % ± 2 %. U inzerátů bez orámování, případně neshoduje-li se velikost rámečku s velikostí inzerátu, doporučujeme vložit do souboru ořezové značky pro jasné definování okrajů inzerátu.

PLNOBAREVNÉ INZERÁTY (4C)

Ve formátu CMYK. Při převodu z RGB do CMYK je nutné použít parametry převodu definované vydavatelstvím, případně ICC profil definovaný a dodaný vydavatelstvím.
Soubor převodu z RGB do CMYK – ICC profil tiskového stroje je k dispozici na www.mafra.cz/sluzby.

Pro kontrolu nátisk na novinovém papíru, případně výtisk z barevné tiskárny jako náhled.

Vydavatelství může na vyžádání předložit zákazníkovi vlastní simulovaný nátisk na novinovém papíru pro barevnou korekturu.
Součet čtyř barev nesmí být přes 240 % (v neutrální šedé), tzn. že maximální pokrytí archu barvou v libovolném místě nesmí překročit 240 %!
Při zpracování lze využít vzorník barevné škály v novinovém tisku MAFRA, a.s.

VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, a. s.

I. ZÁKLADNÍ USTANOVENÍ

1.
Tyto Všeobecné obchodní podmínky (dále také jen „VOP“) upravují smluvní vztahy mezi obchodní společností MAFRA, a. s., se sídlem Praha 5, Karla Engliše 519/11, PSČ 150 00, IČ: 45313351, DIČ: CZ45313351, zapsané v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl B, vložka č. 1328 (dále jen „vydavatelství“) a zadavateli při šíření reklamy a jiné inzerce (dále společně jen „reklama“):
a) v deníku Mladá fronta DNES (a všech jeho přílohách),
b) v deníku Lidové noviny (a všech jeho přílohách),
c) v deníku Metro a magazínu Men Women ONLY,
d) v rámci nabídek TOP KOMBI a ULTRA KOMBI,
e) v týdenících 5plus2 a TÉMA,
f) v měsíčníku TÉMA TESTUJEME
g) na internetovém serveru iDNES.cz,
h) na internetovém serveru lidovky.cz, resp. zpravy.cz,
i) na internetovém serveru jobdnes.cz, reality.idnes.cz, akcniceny.cz, expres.cz
j) v televizním vysílání hudební stanice ÓČKO, ÓČKO Star, ÓČKO Black a ÓČKO Expres a
k) v ostatních tiskovinách a jiných médiích vydávaných, provozovaných či zastupovaných vydavatelstvím nebo osobami tvořícími s vydavatelstvím koncern.
Komunikační média uvedená shora pod písmeny a) až k) budou dále nazývána společně též „média“. Existují-li pro jednotlivé služby vydavatelství zvláštní obchodní podmínky, uplatní se tyto VOP subsidiárně vedle těchto zvláštních obchodních podmínek.

2.
V případě tištěných médií uvedených pod písmeny a) až e) a l) se reklamou pro účely těchto VOP rozumí část tištěné strany některého z médií obsahující sdělení jiné osoby, než vydavatele příslušného média, které netvoří redakční text, prospektová příloha, tedy externí příloha některého z těchto médií, a štítky na titul, pokud je takové sdělení šířeno za úplatu nebo jinou protihodnotu. V případě elektronických médií uvedených pod písmeny f) až l) se reklamou pro účely těchto VOP rozumí jakékoliv sdělení jiné osoby než provozovatele příslušného média, které netvoří redakční obsah příslušného média a je šířeno za úplatu nebo jinou protihodnotu, včetně sponzoringu, teleshoppingu a umístění produktu. Za reklamu se považují veškerá sdělení třetích osob uvedená v tomto odstavci, i když nejsou určena k podpoře prodeje produktů či služeb zadavatele (či jiné osoby) nebo nejsou činěna v souvislosti s podnikatelskou činností zadavatele či jiné osoby.

3.
Zadavatelem se rozumí objednatel, který objedná šíření reklamy.

4.
K šíření reklamy dochází na základě jednotlivých smluv o dílo nebo obdobné smlouvy (dále společně jen „smlouva o dílo“) či na základě rámcové smlouvy a dílčích objednávek. Tyto smluvní vztahy se dále vedle těchto Všeobecných obchodních podmínek a právě platného ceníku řídí Technickými podmínkami pro jednotlivá média, které jsou zveřejněny na webové adrese: www.mafra.cz. Odchylná ujednání ve smlouvě mají přednost před ustanoveními těchto VOP.

5.
Nedílnou součástí těchto Všeobecných obchodních podmínek je právě platný ceník. Postup změn ceníku je upraven v čl. X.

II. UZAVŘENÍ SMLOUVY

1.
Zadavatel objednává šíření reklamy obvykle písemnou objednávkou (dopisem, faxem, e-mailovou korespondencí). Objednávka však může být učiněna také ústně.

2.
Objednávka musí obsahovat všechny potřebné náležitosti, které jsou nutné pro řádné šíření reklamy, a to zejména: obchodní firmu zadavatele či jeho jméno a příjmení nebo název, sídlo, identifikační číslo, DIČ a obvykle i jméno pracovníka odpovědného za objednávku. Dále zde musí být uvedeno médium, v němž má být reklama šířena, termín šíření, druh (např. plošný inzerát, řádkový inzerát externí příloha, banner, spot, sponzoring) a eventuálně další údaje ohledně provedení a specifikace objednávky (např. jednotka vykrytí, umístění, rubrika, značka, barva). Vydavatelství si vyhrazuje právo odmítnout objednávky, které nebudou odpovídat tomuto odstavci.

3.
K uzavření smlouvy dojde potvrzením objednávky, učiněné zadavatelem, vydavatelstvím. Vydavatelství potvrdí objednávku ústně či písemně (dopisem, faxem, e-mailovou korespondencí apod.). V případě, že nedojde k potvrzení objednávky vydavatelstvím ústně či písemně, považuje se za uzavření smlouvy uskutečnění šíření reklamy.

4.
Objednávky externích příloh jsou pro vydavatelství závazné teprve po předložení vzorové přílohy a jejím schválení.

5.
Vydavatelství si vyhrazuje právo dohodnout s klientem anebo zadavatelem prostřednictvím smlouvy individuální obchodní podmínky. Klient (a zadavatel) jsou povinni o těchto individuálních podmínkách zachovávat mlčenlivost.

III. REKLAMA

1.
Za včasné dodání podkladů reklamy je zodpovědný zadavatel. V případě, kdy vydavatelství zjistí, že dodané podklady podle věty první nesplňují požadavky stanovené či obvykle vyžadované vydavatelstvím či jsou jinak nevhodné pro šíření, bude o této skutečnosti bez zbytečného odkladu informovat zadavatele. Zadavatel je v takovém případě povinen doručit vydavatelství neprodleně vhodné náhradní podklady v požadovaném stavu.

2.
V případě, že reklamy budou využívat prvky umožňující sledování chování uživatele (cookies apod.) či zpracovávající osobní údaje, je zadavatel plně odpovědný za soulad takovéto reklamy a zpracování získaných údajů s právními předpisy, zejména nařízením (EU) 2016/679 a zákonem 127/2005 Sb. a je správcem takových údajů. Vydavatelství nezískává pro zadavatele žádné souhlasy se zpracováním osobních údajů či užitím výše uvedených prvků, ledaže by to bylo zvlášť dohodnuto; pokud vydavatelství bude získávat pro zadavatele takové souhlasy, zavazuje se zadavatel užívat takové údaje pouze k účelům, k nimž byl takto získán souhlas či k nimž bude oprávněn podle relevantních právních předpisů (ustanovení předchozí věty přitom není dotčeno). Zadavatel se zavazuje poskytnout vydavatelství na jeho žádost odkaz na internetovou stránku obsahující v zákonem stanoveném rozsahu informace o zpracování takových údajů ze strany zadavatele v českém jazyce a takovou stránku udržovat aktuální a bez omezení přístupnou. Pokud vydavatelství umožní zadavateli získávat souhlasy prostřednictvím systému pro získávání souhlasů provozovaného třetí osobou (zejména IAB Europe Transparency and Consent Framework), zadavatel se zavazuje dodržovat podmínky stanovené pro účast v takovém systému a pro nakládání s dotčenými údaji. Zadavatel se na své náklady a odpovědnost zavazuje řádně akceptovat změnu a zrušení souhlasů či vyjádření námitek předané mu (i) vydavatelstvím, (ii) v rámci takového systému či (iii) jinak ze strany příslušného uživatele a řádně a včas vyřizovat žádosti uživatelů v rámci výkonu jejich práv podle nařízení (EU) 2016/679, případně dalších relevantních právních předpisů a to i tehdy, pokud mu byly předány přímo vydavatelstvím. Výše uvedeným není dotčeno právo vydavatelství využívat jím sbírané údaje samostatně.

3.
Vydavatelství zaručuje kvalitu tisku běžnou pro požadované tiskové médium, kvalitu vysílání či zobrazení běžnou pro požadovaná elektronická média, a to v rámci možností daných dodanými podklady.

4.
Zadavatel je plně odpovědný za obsah reklamy. Zadavatel se zavazuje, že reklama předaná vydavatelství k šíření nebude v rozporu s právními předpisy, dobrými mravy, principy poctivého jednání a zásadami poctivého obchodního styku, a že šířením reklamy nebudou neoprávněně zasažena práva a oprávněné zájmy třetích osob (zejména, nikoliv však jen, právo na ochranu osobnosti fyzických osob, právo na ochranu dobré pověsti právnických osob, autorská práva, práva související s právem autorským a práva k ochranné známce), a nebudou ani porušeny obecně závazné právní předpisy, zejména zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy, v platném znění, zákon č. 132/2010 Sb., o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání, případně zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, v platném znění a že všechny finanční nároky vyplývající z užití autorských děl, popřípadě podobizen fyzických osob užitých v rámci reklamy a z práv souvisejících s právem autorským byly ke dni předání podkladů reklamy zadavatelem uspokojeny; to neplatí pro nároky kolektivních správců, tedy zejména OSA – Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním a INTERGRAM nezávislá společnost výkonných umělců a výrobců zvukových a zvukově obrazových záznamů, a to výlučně pokud se jedná o odměnu za šíření reklamy ve vysílání rozhlasových nebo televizních stanic. Zadavatel se výslovně zavazuje nepředávat k šíření reklamu na hazardní hry provozované bez základního povolení podle zákona č. 186/2016 Sb., o hazardních hrách či předpisů jej nahrazujících. Zadavatel se zavazuje, že pokud vydavatelství či vydavateli, popř. provozovateli příslušného média vznikne v důsledku šíření reklamy škoda nebo jiná újma, tuto škodu (újmu) v plné výši nahradí. Škodou se rozumí i náklady soudního či rozhodčího řízení, včetně nákladů na právní zastoupení v těchto věcech.
5.
Vydavatelství dostane k volné dispozici všechny potřebné podklady pro šíření reklamy a není povinno tyto podklady uchovávat, případně zadavateli vracet. Vydavatelství není povinno provedenou reklamu archivovat.

IV. RÁMCOVÁ SMLOUVA

1.
Pokud by zadavatel zamýšlel šířit v průběhu roku určitý objem reklamy v některém z médií, má možnost uzavřít s vydavatelstvím rámcovou smlouvu o dílo pro jednotlivého inzerenta, která ho bude opravňovat ke slevám z ceny (dále jen „sleva“) vyplývajícím z této smlouvy pro objednávky sjednaného konkrétního inzerenta v rámci stanovených médií či mediatypů. Slevy uvedené v ceníku reklamy jsou poskytovány pouze zadavateli za reklamu šířenou v příslušném médiu případně mediatypu v průběhu jednoho roku od data sjednaného v rámcové smlouvě, není-li v ní výslovně sjednána kratší lhůta. Pro jednotlivá média a dále pro reklamu v celostátním vydání Mladé fronty DNES, v krajských vydáních MF DNES, pro reklamu v Magazínu DNES + TV, v Lidových novinách, v magazínu Pátek Lidových novin, v deníku Metro a týdeníku 5plus2 a pro reklamu v podobě externí přílohy je nutno vždy uzavřít zvláštní rámcovou smlouvu. Vydavatelství je oprávněno některé mediatypy z dosahu rámcových smluv zcela vyloučit.

2.
Na základě rámcové smlouvy je zadavatel oprávněn požadovat v dohodnuté lhůtě i uveřejnění většího množství reklamy než je dáno rámcovou smlouvou. Vydavatelství se zavazuje neodmítnout souhlas s takovým navýšením rozsahu reklamy bez vážného důvodu. Pokud tímto navýšením vznikne zadavateli podle podmínek vydavatelství nárok na vyšší slevu podle platného ceníku, obdrží zadavatel po uplynutí doby platnosti rámcové smlouvy daňový dobropis na rozdíl mezi slevou sjednanou v rámcové smlouvě a slevou, která mu podle platného ceníku přísluší. Pokud nějaká objednávka nebude splněna z důvodů, za které vydavatelství nenese odpovědnost, právo zadavatele na slevu odpovídající nesplněné objednávce zaniká.

3.
V případě, kdy zadavatel neobjedná v příslušném médiu reklamu v rozsahu předpokládaném v rámcové smlouvě, jeho nárok na dohodnutou slevu v plném rozsahu zaniká a je povinen uhradit vydavatelství částku odpovídající již poskytnuté slevě. Nárok vydavatelství na náhradu škody či ušlého zisku tím není dotčen.
4.
Vedle slev předpokládaných v těchto všeobecných obchodních podmínkách mohou být s jednotlivými zadavateli písemně sjednány také zvláštní slevy. Zadavatel je povinen o těchto zvláštních slevách zachovávat mlčenlivost.

5.
V případě reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu určeného k šíření v rozhlasových stanicích nebo na televizních stanicích (zejména rodiny ÓČKO) je zadavatel povinen předat společně s příslušným nosičem hudební sestavu spotu nebo sponzorského vzkazu, obsahující název reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu, název každého užitého hudebního díla, pokud je pojmenováno, jméno autora hudby a textu, případně překladu textu, označení nakladatele a přesnou stopáž reklamního spotu a užité hudby, a obsahuje-li spot nebo sponzorský vzkaz rovněž komerční snímek, i údaje o užitém komerčním snímku – označení výrobce spotu nebo sponzorského vzkazu a výrobce užitého komerčního snímku.
6.
Sleva, která náleží zákazníkovi na základě celkově dosaženého obratu, bude poskytnuta v odpovídající částce v Kč nebo v EUR a bude rozpočtena poměrnou částkou ke všem předmětným fakturám.

VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, a. s.

V. REALIZACE OBJEDNÁVKY

1.
Vydavatelství si vyhrazuje právo odmítnout šíření reklamy:
a)
v případě, kdy zadaná reklama nebude odpovídat uzavřené smlouvě o dílo, rámcové smlouvě či jiné dohodě anebo těmto všeobecným obchodním podmínkám či jiným podmínkám, jež se dle dohody stran použijí,
b)
v případě, kdy budou porušeny etické zásady vydavatelství nebo vydavatelů či provozovatelů jednotlivých médií, případně Kodex reklamy Rady pro reklamu
c)
z důvodu právně závadného obsahu reklamy, tzn. pokud obsah či šíření reklamy bude v rozporu s právními předpisy, dobrými mravy, zásadami poctivého obchodního styku a poctivého jednání nebo rozhodnutími orgánů veřejné správy,
d)
v případě, kdy vydavatelství bude mít důvodné pochybnosti o tom, zda u reklamy není dán důvod pro její odmítnutí podle písm. a) až c), e) v případě, kdy by reklama mohla svým formátem či provedením vyvolat u čtenářů, resp. posluchačů či diváků dojem, že se jedná o součást redakčního obsahu příslušného média nebo sdělení vydavatelství či vydavatele nebo provozovatele příslušného média,
f)
obsahující sdělení, reklamu či obchodní sdělení třetích osob, s výjimkou případu, kdy zadavatelem bude reklamní či mediální agentura a reklama bude obsahovat sdělení, reklamu či obchodní sdělení jejího zákazníka,
g)
která bude zasahovat do práv a oprávněných zájmů vydavatelství či bude poškozovat nebo by mohla poškodit dobré jméno vydavatelství, jeho zaměstnanců, akcionářů anebo osob tvořících s vydavatelstvím koncern,
h)
v případě, kdy se bude jednat o reklamu konkurenta vydavatelství nebo vydavatele či provozovatele některého z médií,
)
v případě, kdy zadavatel nepředá společně s nosičem reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu určeného k šíření v rozhlasových stanicích nebo na televizních stanicích (zejména rodiny ÓČKO) hudební sestavu spotu nebo sponzorského vzkazu, obsahující název reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu, název každého užitého hudebního díla, pokud je pojmenováno, jméno autora hudby a textu, případně překladu textu, označení nakladatele a přesnou stopáž reklamního spotu a užité hudby, a obsahuje-li spot nebo sponzorský vzkaz rovněž komerční snímek, i údaje o užitém komerčním snímku – označení výrobce spotu nebo sponzorského vzkazu a výrobce užitého komerčního snímku,
j)
v případě, kdy zadavatel odmítne podepsat zvláštní slib odškodnění, jehož podpis bude v odůvodněných případech vydavatelstvím požadován,
k)
v případě, kdy zadavatel bude v reklamě vázat poskytnutí dalších informací na zaslání PR SMS a/nebo volání na telefonní čísla se zvláštním tarifem, ledaže se bude jednat o běžné reklamní soutěže a akce a/nebo
l)
anonymní reklamy týkající se voleb po dobu volební kampaně podle volebních zákonů nebo reklamy, která nesplňuje další požadavky volebních zákonů. V takovém případě vydavatelství sdělí své rozhodnutí o odmítnutí reklamy zadavateli bez zbytečného odkladu. Zadavatel je pak povinen bez zbytečného odkladu dodat vydavatelství bezvadné náhradní podklady. Při opakovaném odmítnutí reklamy jednoho zadavatele z důvodů uvedených v tomto odstavci má vydavatelství právo od uzavřené smlouvy odstoupit.

2.
Pokud není výslovně dohodnut termín šíření reklamy, potom závisí její uveřejnění na možnostech vydavatelství, popř. rozhodnutí vydavatele či provozovatele příslušného média.

3.
Pokud není výslovně dohodnuto určité umístění nebo určitá jednotka vykrytí, kde má být reklama šířena, potom závisí její šíření na možnostech vydavatelství.

4.
Objednávka reklamy, která má být realizována výhradně v určitém termínu s určitým umístěním nebo v určité jednotce vykrytí, musí být sdělena vydavatelství včas tak, aby mohla být zadavateli potvrzena. Aby vydavatelství mohlo zajistit ideální umístění reklamy v tištěných médiích, vyhrazuje si právo posunu termínu reklamy v těchto médiích, a to o jedno vydání dopředu nebo zpět. Toto ustanovení platí přiměřeně i pro elektronická média.

5.
Inzeráty jsou podle možnosti uveřejňovány v odpovídající rubrice bez nutnosti výslovné dohody.

6.
Vydavatelství si vyhrazuje právo na označení reklamy a to vhodným způsobem podle volby vydavatelství.

7.
Pokud si zadavatel objedná reklamu v podobě, která neodpovídá rozměrům a/ nebo formátu reklamní plochy či technickým možnostem příslušného média, vydavatelství upraví reklamu běžným způsobem, aniž by bylo povinno
zadavatele informovat.

8.
Pokud si zadavatel objedná v tištěných či internetových médiích graficky nezpracovanou reklamu, zpracuje vydavatelství tuto reklamu běžným způsobem. Vydavatelství si však vyhrazuje právo provedení tohoto zpracování odmítnout.

9.
Vydavatelství je povinno u reklamy v tištěných médiích uveřejněných pod značkou shromažďovat, předávat nebo zasílat po dobu šesti týdnů po uveřejnění reklamy došlé odpovědi se značkou. Odpovědi se značkou, které přijdou po této lhůtě, může vydavatelství zlikvidovat.

10.
Odpovědi se značkou, které překročí rozměry formátu C4 (228 x 325 mm), jakož i knihy, katalogy, balíky nebo zboží, vydavatelství nepřijímá.

11.
Vydavatelství není povinno kontrolovat vhodnost umístění reklamy vzhledem k redakčnímu textu nebo jinému redakčnímu obsahu ani vzhledem k ostatním reklamám

VI. CENA DÍLA (REKLAMY), JEJÍ SPLATNOST A PLATEBNÍ PODMÍNKY, FAKTURACE

1.
Výše ceny za dílo je určena uzavřenou (rámcovou) smlouvou a není-li v ní výslovně dohodnuta, je určena těmito VOP a platným ceníkem vydavatelství v Kč (CZK) nebo v eurech (EUR) - ceny v EUR platí pro zahraniční klienty a jsou uvedeny v platném ceníku vydavatelství v anglickém jazyce, byl –li pro danou službu takový ceník v anglickém jazyce s cenami v EUR vydán.

2.
Splatnost ceny za dílo je určena uzavřenou (rámcovou) smlouvou. Není-li v této smlouvě splatnost ceny díla sjednána, je cena splatná do 14 dnů ode dne vystavení faktury (daňového dokladu) vydavatelství, nejpozději však do 30 dnů ode dne šíření reklamy. Splatnost faktury nastává i při vadách reklamy, právo zadavatele na slevu tím však není dotčeno. Vydavatelství odešle fakturu (daňový doklad) zadavateli na jeho poslední vydavatelství známou adresu, event. na jeho adresu zapsanou v obchodním rejstříku či jiné obdobné evidenci. Vydavatelství je oprávněno svým jednostranným rozhodnutím kdykoliv prodloužit dobu splatnosti jednotlivých faktur. Toto své rozhodnutí vydavatelství oznámí zadavateli vhodným způsobem v přiměřené lhůtě.

3.
Zadavatel bude hradit společně s reklamou také DPH v aktuální výši. Není-li výslovně uvedeno jinak, jsou ceny v cenících uvedeny bez DPH.

4.
Společně s fakturou zašle vydavatelství zadavateli na jeho žádost (která musí být učiněna současně s objednávkou reklamy, jinak jí vydavatelství není povinno vyhovět) také doklad o šíření reklamy; to platí pouze pro tištěná média. Podle druhu a rozsahu objednávky jsou tak poskytovány výstřižky, stránky, kompletní výtisky nebo jejich kopie, popř. i jen doklady elektronickou formou (zejména ve formátu PDF a JPG). Pokud není možné tyto doklady obstarat, obdrží zadavatel od vydavatelství potvrzení o šíření reklamy. U řádkové inzerce se neposkytuje žádný doklad o uveřejnění.
i)
v případě, kdy zadavatel nepředá společně s nosičem reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu určeného k šíření v rozhlasových stanicích nebo na televizních stanicích (zejména rodiny ÓČKO) hudební sestavu spotu nebo sponzorského vzkazu, obsahující název reklamního spotu nebo sponzorského vzkazu, název každého užitého hudebního díla, pokud je pojmenováno, jméno autora hudby a textu, případně překladu textu, označení nakladatele a přesnou stopáž reklamního spotu a užité hudby, a obsahuje-li spot nebo sponzorský vzkaz rovněž komerční snímek, i údaje o užitém komerčním snímku – označení výrobce spotu nebo sponzorského vzkazu a výrobce užitého komerčního snímku,
j)
v případě, kdy zadavatel odmítne podepsat zvláštní slib odškodnění, jehož podpis bude v odůvodněných případech vydavatelstvím požadován,
k)
v případě, kdy zadavatel bude v reklamě vázat poskytnutí dalších informací na zaslání PR SMS a/nebo volání na telefonní čísla se zvláštním tarifem, ledaže se bude jednat o běžné reklamní soutěže a akce a/nebo
l)
anonymní reklamy týkající se voleb po dobu volební kampaně podle volebních zákonů nebo reklamy, která nesplňuje další požadavky volebních zákonů. V takovém případě vydavatelství sdělí své rozhodnutí o odmítnutí reklamy zadavateli bez zbytečného odkladu. Zadavatel je pak povinen bez zbytečného odkladu dodat vydavatelství bezvadné náhradní podklady. Při opakovaném odmítnutí reklamy jednoho zadavatele z důvodů uvedených v tomto odstavci má vydavatelství právo od uzavřené smlouvy odstoupit.

2.
Pokud není výslovně dohodnut termín šíření reklamy, potom závisí její uveřejnění na možnostech vydavatelství, popř. rozhodnutí vydavatele či provozovatele příslušného média.

3.
Pokud není výslovně dohodnuto určité umístění nebo určitá jednotka vykrytí, kde má být reklama šířena, potom závisí její šíření na možnostech vydavatelství.

4.
Objednávka reklamy, která má být realizována výhradně v určitém termínu s určitým umístěním nebo v určité jednotce vykrytí, musí být sdělena vydavatelství včas tak, aby mohla být zadavateli potvrzena. Aby vydavatelství mohlo zajistit ideální umístění reklamy v tištěných médiích, vyhrazuje si právo posunu termínu reklamy v těchto médiích, a to o jedno vydání dopředu nebo zpět. Toto ustanovení platí přiměřeně i pro elektronická média.

5.
Inzeráty jsou podle možnosti uveřejňovány v odpovídající rubrice bez nutnosti výslovné dohody.
6.
Vydavatelství si vyhrazuje právo na označení reklamy a to vhodným způsobem podle volby vydavatelství.

7.
Pokud si zadavatel objedná reklamu v podobě, která neodpovídá rozměrům a/ nebo formátu reklamní plochy či technickým možnostem příslušného média, vydavatelství upraví reklamu běžným způsobem, aniž by bylo povinno
zadavatele informovat.

VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, a. s.

8.
Pokud si zadavatel objedná v tištěných či internetových médiích graficky nezpracovanou reklamu, zpracuje vydavatelství tuto reklamu běžným způsobem. Vydavatelství si však vyhrazuje právo provedení tohoto zpracování odmítnout.

9.
Vydavatelství je povinno u reklamy v tištěných médiích uveřejněných pod značkou shromažďovat, předávat nebo zasílat po dobu šesti týdnů po uveřejnění reklamy došlé odpovědi se značkou. Odpovědi se značkou, které přijdou po této lhůtě, může vydavatelství zlikvidovat.

10.
Odpovědi se značkou, které překročí rozměry formátu C4 (228 x 325 mm), jakož i knihy, katalogy, balíky nebo zboží, vydavatelství nepřijímá.

11.
Vydavatelství není povinno kontrolovat vhodnost umístění reklamy vzhledem k redakčnímu textu nebo jinému redakčnímu obsahu ani vzhledem k ostatním reklamám

VI. CENA DÍLA (REKLAMY), JEJÍ SPLATNOST A PLATEBNÍ PODMÍNKY, FAKTURACE
1.
Výše ceny za dílo je určena uzavřenou (rámcovou) smlouvou a není-li v ní výslovně dohodnuta, je určena těmito VOP a platným ceníkem vydavatelství v Kč (CZK) nebo v eurech (EUR) - ceny v EUR platí pro zahraniční klienty a jsou uvedeny v platném ceníku vydavatelství v anglickém jazyce, byl –li pro danou službu takový ceník v anglickém jazyce s cenami v EUR vydán.

2.
Splatnost ceny za dílo je určena uzavřenou (rámcovou) smlouvou. Není-li v této smlouvě splatnost ceny díla sjednána, je cena splatná do 14 dnů ode dne vystavení faktury (daňového dokladu) vydavatelství, nejpozději však do 30 dnů ode dne šíření reklamy. Splatnost faktury nastává i při vadách reklamy, právo zadavatele na slevu tím však není dotčeno. Vydavatelství odešle fakturu (daňový doklad) zadavateli na jeho poslední vydavatelství známou adresu, event. na jeho adresu zapsanou v obchodním rejstříku či jiné obdobné evidenci. Vydavatelství je oprávněno svým jednostranným rozhodnutím kdykoliv prodloužit dobu splatnosti jednotlivých faktur. Toto své rozhodnutí vydavatelství oznámí zadavateli vhodným způsobem v přiměřené lhůtě.

3.
Zadavatel bude hradit společně s reklamou také DPH v aktuální výši. Není-li výslovně uvedeno jinak, jsou ceny v cenících uvedeny bez DPH.

4.
Společně s fakturou zašle vydavatelství zadavateli na jeho žádost (která musí být učiněna současně s objednávkou reklamy, jinak jí vydavatelství není povinno vyhovět) také doklad o šíření reklamy; to platí pouze pro tištěná média. Podle druhu a rozsahu objednávky jsou tak poskytovány výstřižky, stránky, kompletní výtisky nebo jejich kopie, popř. i jen doklady elektronickou formou (zejména ve formátu PDF a JPG). Pokud není možné tyto doklady obstarat, obdrží zadavatel od vydavatelství potvrzení o šíření reklamy. U řádkové inzerce se neposkytuje žádný doklad o uveřejnění.
5.
Při prodlení v placení je zadavatel povinen zaplatit úroky z prodlení v zákonné výši. Zadavatel je dále povinen hradit náklady spojené s vymáháním fakturované částky nebo částečných plateb. Vydavatelství má právo v případě prodlení v placení odmítnout realizaci dalších objednávek, včetně objednávek z rámcové smlouvy, nebo může jejich realizaci učinit závislou na přiměřených a včasných platbách předem.

6.
Pokud neuvede zadavatel přesnou velikost, formu, délku či jiný rozsah reklamy určené k šíření v příslušném médiu a přenechá toto rozhodnutí na vydavatelství, potom je základem pro vyúčtování skutečně uveřejněný rozsah reklamy.

7.
Slevy uvedené v právě platném ceníku jsou poskytovány pouze na reklamu jednoho inzerenta uveřejněnou ve lhůtě jednoho roku. Tato lhůta začíná běžet dnem uveřejnění první reklamy.

8.
Zadavatel má právo uplatňovat zpětně nárok na slevu podle platného ceníku, a to v závislosti na skutečně šířeném počtu nebo objemu reklamy v časovém období jednoho roku, nebude-li dohodnuto či v ceníku jednotlivých médií stanoveno jinak.

9.
Bude-li zadavatel i přes upomínku vydavatelství v prodlení s úhradou svých splatných závazků vůči vydavatelství, je vydavatelství oprávněno rozhodnout, že právo na jakoukoliv slevu zadavateli nepřísluší, popř. zaniká, a to i zpětně. Právo na slevu zaniká okamžikem vystavení příslušného vrubopisu vystaveného vydavatelstvím.

10.
V případě, že např. z důvodu státního svátku dojde k posunu vydání deníku MF DNES s Magazínem DNES+TV anebo deníku Lidové noviny s Magazínem Pátek LN na jiný den, platí v tento den pro reklamu v deníku čtvrteční (MF DNES), resp. páteční (LN) tarif.

11.
Vydavatelství si vyhrazuje právo stanovit pro zvláštní vydání jiné ceny, než jsou uvedeny v právě platném ceníku.

12.
Kombinované zakázky (např. TOP KOMBI ZAMĚSTNÁNÍ) jsou zadávány jako jedna objednávka, která je fakturována vždy po uveřejnění v MF DNES.
13.
Vydavatelství může uzavřít se zadavatelem samostatnou dohodu o elektronickém obchodním styku. Tato dohoda specifikuje technické řešení a definuje, že pro vzájemnou spolupráci (tj. vystavování a zasílání daňových dokladů (faktur) ze strany MAFRA, korespondenci obou smluvních stran týkající se vystavených daňových dokladů, dokládání uveřejnění inzerce v tištěných médiích MAFRA) bude komunikace zajišťována obvykle elektronickými prostředky.

14.
Faktury pro zahraniční klienty se vystavují buďto v EUR dle platného ceníku v anglickém jazyce (existuje-li pro danou službu platný ceník v anglickém jazyce s cenami v EUR) nebo v CZK s následným přepočtem na cizí měnu - pro přepočet se používá pro všechny faktury vystavené v jednom kalendářním měsíci vždy kurz ČNB platný prvního dne příslušného měsíce. Připouští se započtení pohledávek v různých měnách. přičemž pro tyto účely bude použit kurz uvedený v předchozí větě. Započtení se vždy řídí českým právem.

15.
Vydavatelství je oprávněno požadovat plnou či částečnou úhradu předem (zejména nový nebo zahraniční klient).

16.
Na webové adrese http://www.mafra.cz/priloha-cenik-dph/ lze najít konečnou cenu inzerce včetně DPH u vybraných formátů MF DNES a Lidové noviny a případně dalších médií.

VII. REKLAMACE
1.
Zadavatel má v případě zcela nebo částečně nečitelného, nesprávného či nekompletního otisku reklamy v tištěných médiích, nebo zcela nebo částečně nesprávného zobrazení či odvysílání reklamy v jiných médiích nárok na slevu z ceny nebo na šíření bezchybné náhradní reklamy, ale pouze v tom rozsahu, ve kterém byl poškozen účel reklamy. Toto právo je zadavatel povinen uplatnit u vydavatelství písemně do 2 týdnů od data šíření reklamy, jinak zaniká. Právo volby mezi způsoby uvedenými ve větě první náleží vydavatelství. Pokud vydavatelství neuveřejní náhradní reklamu bez zbytečného odkladu, nebo pokud náhradní reklama opakovaně není bezchybná, pak má zadavatel právo na slevu z ceny.

2.
Při opakovaném šíření reklamy je zadavatel povinen zkontrolovat ihned po každém uveřejnění jejich správnost a úplnost. Vydavatelství neuzná nárok na uveřejnění náhradní reklamy v tom případě, jestliže se při opakování objevil tentýž nedostatek, aniž by byl tento nedostatek bezprostředně (nejpozději do 3 dnů) po předchozím uveřejnění oznámen vydavatelství.

3.
V případě, že se vyskytnou v důsledku vadných podkladů nedostatky při zpracování, tisku, vkládání či jiném šíření reklamy, které nebyly zjevně rozeznatelné při přijetí objednávky, nemá zadavatel žádný nárok na slevu nebo šíření náhradní reklamy.

4.
Vydavatelství v žádném případě neodpovídá za škody, které nebyly vydavatelstvím zaviněny úmyslně nebo z hrubé nedbalosti, a za škody způsobené okolnostmi vylučujícími odpovědnost, mimořádnými a nepředvídatelnými překážkami vzniklými nezávisle na jeho vůli anebo vyšší mocí (za vyšší moc se podle dohody stran vždy považuje např. stávka, výluka, válka a omezení plynoucí z válečného stavu, teroristické útoky, povstání, působení přírodních sil, požár apod.). Vydavatelství není povinno hradit škodu jiné osobě než zadavateli. Ostatní zde sjednaná omezení odpovědnosti tím nejsou dotčena.

5.
Text reklamy je zadavateli zasílán ke korekturám pouze na výslovnou písemnou žádost zadavatele a pouze v případě, kdy je to z časových důvodů možné. Zadavatel zodpovídá za správnost a úplnost jím provedených korektur; zadavatel je povinen zaslat vydavatelství korektury písemně, jinak k nim vydavatelství není povinno přihlížet. Vydavatelství stanoví zadavateli přiměřenou (z hlediska možností vydavatelství) lhůtu pro provedení korektury; nebude-li tato lhůta stanovena, činí 12 hodin. Nedoručí-li zadavatel korektury do konce stanovené lhůty, je vydavatelství oprávněno šířit reklamu ve verzi zaslané ke korekturám. Zadavatel je povinen uvést v korektuře veškeré jím požadované změny. Vydavatelství zadavatelem požadované změny zapracuje a zašle zadavateli k nové korektuře, bude-li to z časových důvodů možné. Provádění dalších zadavatelem požadovaných změn po první korektuře může být zpoplatněno částkou 100,- Kč bez DPH (pro zahraniční klienty EUR 4,-) za každou další korekturu. Vydavatelství je oprávněno o tuto částku navýšit příslušnou fakturu za uveřejnění reklamy. Bude-li zadavatel požadovat v rámci korektur jiné změny než opravy chyb, může vydavatelství tuto změnu odpovídajícím způsobem zpoplatnit.

6.
Reklamace se uplatňuje písemně na adrese sídla vydavatelství nebo u příslušného inzertního poradce vydavatelství.
7.
Zákonná práva spotřebitelů, od nichž se nelze dohodou odchýlit, zůstávají nedotčena.

VIII. OCHRANA DAT, OBCHODNÍ SDĚLENÍ
1.
Informace, které poskytne zadavatel vydavatelství v souvislosti se smlouvou o dílo, používá vydavatelství pouze ke smluveným účelům (plnění smlouvy), plnění zákonných povinností či pro účely svých oprávněných zájmů či oprávněných zájmů třetích osob (zejména pro případ soudního sporu týkajícího se poskytovaných služeb či obsahu reklamy, pro statistické účely a zlepšování služeb a pro přímý marketing). Stejné omezení platí pro informace, které poskytne vydavatelství zadavateli.

2.
Vydavatelství je oprávněno k vymáhání svých pohledávek vůči zadavateli využít třetí osobu. Vydavatelství je oprávněno předat informace o jednotlivých obchodních případech a o zadavateli třetím osobám v případech stanovených či umožněných právními předpisy, v případech zvláště sjednaných, při postoupení pohledávky či jiném nakládání s ní, svým právním, účetním, daňovým a obdobným poradcům, osobám tvořícím s vydavatelstvím koncern a dále osobě poskytující vydavatelství pojištění rizika nezaplacení pohledávek.

3.
Poučení o zpracování osobních údajů ze strany vydavatelství je k dispozici na www.mafra.cz/pouceni.

.

VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, a. s.

IX. OSTATNÍ USTANOVENÍ

1.
Pokud by vznikly odůvodněné pochybnosti o platební schopnosti zadavatele či pokud by zadavatel byl v prodlení s úhradou jakékoliv splatné faktury (byť vystavené na základě jiné smlouvy) vydavatelství, je vydavatelství podle své volby:

a) oprávněno odstoupit od smlouvy,
b) přerušit poskytování plnění anebo
c) vázat poskytnutí dalších plnění (včetně plnění již objednaného) na platbu předem.

Vydavatelství není povinno přerušení poskytování plnění podle písm. b) zadavateli oznámit.

2.
Stornováním objednávky, které musí být v každém případě provedeno písemně, zůstávají nároky vydavatelství na platbu ceny reklamy nedotčeny (tzn. vydavatelství náleží v takovém případě odstupné ve výši 100 % ceny), není-li stanoven v rámci ceníků jednotlivých produktů jiný stornopoplatek. Stejné platí pro případ, kdy vydavatelství odmítne uveřejnit již potvrzenou objednávku z důvodu neuhrazení závazků zadavatele.

3.
V případě nedodání podkladu či pozdního dodání podkladu objednané inzerce si vydavatelství vyhrazuje právo na storno poplatek ve výši 100 %, není-li stanoven v rámci ceníků jednotlivých produktů jiný stornopoplatek.

4.
Smluvní strany se dohodly, že mezi nimi uzavřené smlouvy (o dílo) o šíření reklamy a vztahy z nich vyplývající se budou řídit českým právem a to zákonem č. 89/2012 Sb., Občanským zákoníkem v platném znění, a to ustanoveními upravujícími smlouvu o dílo podle § 2586 a násl. Občanského zákoníku.
Zadavatel se zavazuje na své náklady a nebezpečí řádně a v zákonem stanovených lhůtách splnit povinnosti týkající se uzavírané smlouvy stanovené zákonem č. 340/2015 Sb. Smluvní strany se dohodly, že vydavatelství je v případě marného uplynutí lhůty stanovené pro zaslání takové smlouvy správci registru k uveřejnění oprávněno od smlouvy odstoupit. Vydavatelství má však zároveň právo zajistit uveřejnění smlouvy samostatně, pokud zadavatel neuveřejní smlouvu do 15 dnů ode dne jejího uzavření, nebo má-li k tomu jiný rozumný důvod. Vydavatelství může požadovat náhradu škody nebo nemajetkové újmy způsobené porušením smluvní povinnosti zadavatele uveřejnit smlouvu řádně a včas. Pro odstranění pochybností je sjednáno, že toto ustanovení je oddělitelné od ostatního obsahu a případná neúčinnost nebo neplatnost smlouvy z důvodu jejího neuveřejnění nezpůsobuje neúčinnost nebo neplatnost tohoto ustanovení.
V případě, že tento zákon umožňuje vyloučit ze zveřejnění některé části smlouvy či informace, zadavatel takové části smlouvy či informace ze zveřejnění vyloučí.
Zadavatel se zavazuje přistupovat k obsahu této smlouvy jako ke svému obchodnímu tajemství. Uveřejnění smlouvy v souladu se zákonem č. 340/2015 Sb. nezbavuje smluvní strany povinnosti mlčenlivosti ohledně jejího obsahu. Stejné platí pro jiné zákony upravující zveřejňování informací, zejména zákon č. 247/1995 Sb. a další volební zákony.

5.
Ukončení smlouvy mezi vydavatelstvím a zadavatelem právním úkonem musí být provedeno písemně.
. 6.
Pokud by u zadavatele byly dány jakékoliv důvody, jež by mohly založit zákonné ručení či jinou odpovědnost vydavatelství za daňové povinnosti zadavatele, je zadavatel povinen o takových skutečnostech vydavatelství bezodkladně písemně informovat.

7.
Odstoupení od smlouvy mezi vydavatelstvím a zadavatelem má vždy účinky ex nunc.

8.
Vydavatelství si vyhrazuje právo dohodnout s klientem prostřednictvím (rámcové) smlouvy individuální obchodní podmínky.

9.
Kombinované vklady do titulů vydavatelství jsou zadávány do každé publikace na samostatnou objednávku a pro každou publikaci fakturovány zvlášť.

10.
Vydavatelství upozorňuje své obchodní partnery ve smyslu § 431 zákona č. 89/2012 Sb., že jednotliví zaměstnanci vydavatelství jsou oprávněni jednat jen v rozsahu jim uděleného pověření a jen ve věcech obvyklých pro jejich pracovní pozici. Aniž je tím dotčeno ustanovení předchozí věty, následující smlouvy může uzavírat anebo právní jednání činit v zastoupení vydavatelství vždy pouze jeho statutární orgán (způsobem jednání navenek zapsaným do obchodního rejstříku) nebo osoby těmito statutárními zástupci výslovně k tomu pověřené na základě speciální písemné plné moci, která bude výslovně obsahovat zmocnění k takovému úkonu:

a) smlouvy o smlouvě budoucí,
b) nakládání s ochrannými známkami, doménami a jinými předměty průmyslového vlastnictví,
c) uzavírání licenčních a podlicenčních smluv, vyjma běžných smluv s autory na příspěvky do médií,
d) nabytí, zatížení či zcizení nemovitostí,
e) jakékoliv zajištění či utvrzení dluhů jak vydavatelství, tak třetích osob (včetně ujednání o smluvních pokutách a uznání dluhu, ručení, finanční záruky apod.),
f) uzavření zástavní smlouvy,
g) veřejná nabídka,
h) ujednání o závdavku,
i) jakákoliv dispozice s obchodním závodem či částí závodu tvořící samostatnou organizační složku,
j) postoupení pohledávky,
k) převzetí dluhu,
l) přistoupení k dluhu,
m) převzetí majetku,
n) postoupení smlouvy,
o) jakákoliv jednání týkající se cenných papírů (včetně směnek) či podílů v jiných osobách,
p) dohoda o narovnání,
q) vzdání se práva a prominutí dluhu (včetně jednání učiněných formou vrácení dlužního úpisu apod.).

Smlouva, při jejímž uzavírání zastupoval vydavatelství člen (členové) statutárního orgánu, může být měněna pouze právním jednáním, při němž budou vydavatelství zastupovat opět členové statutárního orgánu nebo osoby k takovému jednání výslovně pověřené individuálním písemným pověřením.

11.
Sjednává se prodloužení subjektivní promlčecí lhůty pro pohledávky vzniklé mezi smluvními stranami ze 3 na 4 roky. To neplatí pro pohledávky na náhradu škody.

12.
Jakékoliv reklamní nabídky vydavatelství formou reklamy a informace uvedené v jeho cenících a nebo katalozích se nepovažují za nabídku na uzavření smlouvy.

13.
Veškeré nabídky na uveřejnění reklamy učiněné vydavatelstvím mohou být odvolány i ve lhůtě určené pro jejich přijetí.

14.
Ustanovení § 1799 a § 1800 zákona č. 89/2012 Sb. se mezi stranami neužijí.

15.
Ustanovení § 1805 odst. 2, § 1913, § 1950, § 1952 odst. 2 a § 1995 odst. 2 zákona č. 89/2012 Sb. se mezi stranami neužijí.

16.
Smluvní strany výslovně ujednávají, že vydavatelství je oprávněno odmítnout plnění podle uzavřené smlouvy i pro případ, kdy zadavatel bude v prodlení se splněním svého jiného závazku (vzniklého z jiného právního důvodu) vůči vydavatelství.

17.
Bylo-li ujednáno plnění ve splátkách a dlužník nesplní některou splátku, ujednaly smluvní strany, že věřitel má právo na vyrovnání celé pohledávky a toto právo může uplatnit i po splatnosti nejblíže příští splátky.

18.
Zadavatel bere na vědomí, že smluvní vztah s vydavatelstvím ho neopravňuje k označování jeho výrobků nebo jejich částí jménem, ochrannou známkou, názvem produktu vydavatelství nebo jiným obdobným způsobem.

19.
Vydavatelství je oprávněno započíst jakoukoliv svoji splatnou pohledávku vůči zadavateli proti pohledávkám zadavatele za vydavatelstvím a to bez ohledu na to, zda jsou tyto pohledávky splatné či nikoliv a bez ohledu na měnu nebo právní vztah, z nějž vznikly.

20.
Pokud je smlouva uzavřena na dobu určitou či na jednorázové plnění, není možné ji ukončit jinak, než dohodou či ze zákonných důvodů. Pokud je smlouva uzavřena na dobu neurčitou, může ji kterákoliv ze stran ukončit výpovědí s výpovědní dobou 1 měsíce, která počne běžet prvním dnem měsíce následujícího po doručení výpovědi.

21.
Smluvní strany tímto v souladu s § 89a občanského soudního řádu resp. nařízením (EU) č. 1215/2012 sjednávají pro veškeré spory mezi nimi plynoucí z této smlouvy příslušnost českých soudů a to místní příslušnost Obvodního soudu pro Prahu 5 jako soudu prvního stupně. V případě, že soudem prvního stupně bude krajský soud, sjednávají smluvní strany pro veškeré spory mezi nimi místní příslušnost Městského soudu v Praze.

X. ZMĚNA VŠEOBECNÝCH OBCHODNÍCH PODMÍNEK

Vydavatelství může tyto Všeobecné obchodní podmínky včetně ceníků v přiměřeném rozsahu změnit, a to zejména v případě:

a) změn v jednotlivých médiích, které by měly vliv na reklamní formáty,
b) zavedení nových reklamních formátů či médií,

VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY SPOLEČNOSTI MAFRA, a. s.

c)
změny rozsahu, periodicity či doby šíření jednotlivých médií či jejich zrušení nebo nahrazení jinými,
d)
změny či zrušení právních předpisů, vydání nových právních předpisů
či změny výkladu příslušných právních předpisů,
e)
změny výše nákladu či čtenosti jednotlivých tištěných médií či dosahu ostatních médií,
f) změn cen jednotlivých reklamních formátů,
g) změn cenové úrovně na trhu,
h) změny výkladu příslušných právních předpisů, nebo
i) nepředvídatelných změn na trhu.
Změna bude oznámena zadavateli podle volby vydavatelství buď odesláním příslušné informace a úplného znění změny podmínek ve vhodném formátu (např. .pdf nebo .html) na kontaktní e-mailovou adresu zadavatele či písemným oznámením. Takováto změna vstupuje mezi vydavatelstvím a konkrétním zadavatelem v platnost uplynutím vydavatelstvím stanovené lhůty, která činí zpravidla jeden měsíc; nejméně však činí tato lhůta 25 dní ode dne oznámení změny. V případě, že zadavatel nebude se změnou souhlasit, je oprávněn vypovědět příslušnou smlouvu ve lhůtě podle předchozí věty s výpovědní dobou 30 dnů. V případě, kdy zadavatel uplatní toto své právo na výpověď, není takovéto předčasné ukončení smlouvy považováno za porušení smlouvy ze strany zadavatele a zadavateli nezaniká ani se neomezuje právo na sjednané slevy (ledaže by toto právo zaniklo nebo bylo (mohlo být) omezeno z jiných důvodů na straně zadavatele). V případě, kdy zadavatel nevyužije svého práva na výpověď smlouvy, platí, že se změnou souhlasí. Vydavatelství si však vyhrazuje právo přijmout takovou změnu VOP či ceníků, s níž nebude spojeno právo zadavatele na výpověď smlouvy za předpokladu, že takovouto změnou bude zadavatel vázán pouze v případě, kdy s ní bude souhlasit. Vydavatelství si vyhrazuje právo při zavedení nových produktů stanovit pro ně odchylné všeobecné obchodní podmínky, technické podmínky anebo ceníky. Stejná pravidla platí pro změny příslušných technických podmínek (viz čl. I.odst. 4).

XI.
ZVLÁŠTNÍ USTANOVENÍ PRO SMLOUVY UZAVÍRANÉ DISTANČNÍM ZPŮSOBEM A NEBO MIMO OBCHODNÍ PROSTORY SE SPOTŘEBITELI
1.
S ohledem na zákonná ustanovení sděluje vydavatel spotřebitelům, kteří s ním uzavřou smlouvu distančním způsobem, či mimo jeho obchodní prostory, následující údaje:
a)
při uzavírání smlouvy o uveřejnění reklamy je cena reklamy stanovena
dle platného ceníku vydavatelství umístěného na www.mafra.cz,
a to s případnou slevou podle uzavřené smlouvy,
b)
s ohledem na charakter smlouvy nevznikají spotřebiteli žádné náklady na dodání služby,
c) vydavatelství si vyhrazuje právo požadovat platbu předem,
d)
ke sjednané ceně bude vydavatelství účtovat pouze zákonnou daň z přidané hodnoty, jiné daně, poplatky ani náklady nebudou účtovány, ledaže by byly zavedeny po uzavření smlouvy a podle zákonných předpisů zatěžovaly poskytnutí příslušné služby,
e)
písemně uzavřená smlouva bude archivována u vydavatelství a spotřebitel je oprávněn do ní kdykoliv nahlédnout na základě písemné žádosti a prokázání jeho totožnosti,
f)
k uzavření smlouvy nejsou nutné žádné technické kroky, vyjma kontaktu s příslušným pracovníkem inzertního oddělení vydavatelství,
g)
zjišťování a opravování chyb vzniklých při zadávání dat před podáním objednávky je možné neomezeně až do uzavření smlouvy,
h)
pro vydavatelství nejsou závazné žádné kodexy chování týkající se uveřejňování reklam, neboť žádné takové kodexy nebyly vydány,
i) smlouva může být uzavřena pouze v českém či slovenském jazyce.

2.
Spotřebitel má právo odstoupit od smlouvy ve lhůtě 14 dnů od jejího uzavření, a to příslušným právním jednáním učiněným vůči vydavatelství. Vydavatelství doporučuje v případě zájmu spotřebitele o odstoupení od smlouvy učinit toto právní jednání písemně vůči svému inzertnímu poradci či doručením písemného odstoupení vydavatelství na adresu sídla vydavatelství. Lhůta pro odstoupení se považuje za zachovanou, pokud spotřebitel v jejím průběhu odešle vydavatelství oznámení, že od smlouvy odstupuje.

3.
Pokud spotřebitel v uzavřené smlouvě požadoval uveřejnění reklamy ve lhůtě kratší, než je lhůta pro odstoupení podle odst. 2 tohoto článku, a došlo k tomuto uveřejnění, nemá právo na odstoupení podle odst. 2 tohoto článku. Odstoupí-li podle odst. 2 spotřebitel od smlouvy, s jejímž plněním bylo započato na základě výslovné žádosti spotřebitele před uplynutím lhůty pro odstoupení od smlouvy, uhradí vydavatelství poměrnou část sjednané ceny za plnění poskytnuté do okamžiku odstoupení od smlouvy.

4.
Přílohou smlouvy uzavřené se spotřebitelem bude formulář pro odstoupení od smlouvy v případech, kdy to bude zvláštní právní předpis vyžadovat.

5.
Vydavatelství informuje spotřebitele, že přijímá platby v hotovosti (platba předem), převodem na účet vydavatelství a u vybraných produktů, u nichž je to výslovně uvedeno, také prostřednictvím platební brány GoPay či prostřednictvím platebních karet v servis centrech Mediální skupiny MAFRA. Vydavatelství si však vyhrazuje u jednotlivé smlouvy či objednávky zvolit požadovaný systém platby.

6.
Mimosoudní řešení sporů není umožněno. Nedotčeno zůstává právo obou smluvních stran na dvoustranném jednání o vyřešení sporů. Mediace je upravena zákonem č. 202/2012 Sb. o mediaci a o změně některých zákonů.

V případě, že dojde mezi vydavatelstvím a spotřebitelem ke vzniku spotřebitelského sporu z kupní smlouvy nebo ze smlouvy o poskytování služeb, který se nepodaří vyřešit vzájemnou dohodou, může spotřebitel podat návrh na mimosoudní řešení takového sporu určenému subjektu mimosoudního řešení spotřebitelských sporů, kterým je Česká obchodní inspekce Ústřední inspektorát - oddělení ADR
Štěpánská 15
120 00 Praha 2
E-mail: adr@coi.cz
Web: adr.coi.cz

Spotřebitel může v případě smluv uzavíraných on-line využít rovněž platformu pro řešení sporů online, Která je zřízena Evropskou komisí na adrese
http://ec.europa.eu/consumers/odr/

XII. PLATNOST
Tyto Všeobecné obchodní podmínky vstupují v platnost dne 1.1. 2021.